

ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์

ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
<p>1. ภาพรวมตลาด</p> <p>1.1 ความต้องการสินค้าออร์แกนิกในมาเลเซียมีแนวโน้มหดตัวลง โดยในปี 2562 มียอดการค้าปลีกอยู่ที่ 10.6 ล้านริงกิต และคาดว่าจะมีมูลค่าลดลงเหลือ 10 ล้านริงกิตในปี 2567 ทั้งนี้แม้ว่าในภาพรวมสถานการณ์การค้าสินค้าอาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปในมาเลเซียจะมีแนวโน้มหดตัวลง อย่างไรก็ตาม บริษัทที่ดำเนินธุรกิจกระจายสินค้าและร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิก โดยเฉพาะ (ปัจจุบันมี 6 สาขา) เช่น Just Life ยังมีความเห็นว่าสินค้าออร์แกนิกมีอัตราการการเติบโตต่อเนื่อง เห็นได้จากยอดจำหน่ายสินค้าที่บริษัทฯ จัดส่งให้แก่ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เช่น Village Grocer ซึ่งขยายตัวได้ถึงร้อยละ 15 ต่อปี โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนที่มีระดับรายได้และกำลังซื้อสูง</p> <p>1.2 ผู้บริโภคชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ต้องการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีประโยชน์ และราคาเข้าถึงได้ แต่สินค้าออร์แกนิกในมาเลเซียยังมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินค้าปกติทั่วไป ส่งผลให้ความต้องการและการ</p>	<p>ปัจจุบันยังไม่มีผู้ประกอบการไทยเข้ามาลงทุนผลิตสินค้าออร์แกนิกในประเทศมาเลเซีย โดยสินค้าออร์แกนิกที่มาเลเซียนำเข้าจากไทย อาทิ ผักสด ได้แก่ กระเทียม หัวหอมใหญ่ แครอท กะหล่ำ ผักกาด เป็นต้น และสินค้าอาหารอื่นๆ อาทิ ข้าว ขนมที่ทำจากข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยว ผักอบกรอบ ซาไบหม่อน เครื่องแกง เป็นต้น อย่างไรก็ตามสินค้าออร์แกนิกนำเข้าจากไทยยังมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับสินค้านำเข้าจากยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และจีน</p>	<p>1. สินค้าอาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปที่จำหน่ายในมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง สินค้าออร์แกนิกจากไทยจึงน่าจะมีศักยภาพในการแข่งขันด้านราคา ประกอบกับสินค้าอาหารออร์แกนิกจากไทยส่วนใหญ่จะเป็นผักสด ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยว/พาสต้า และสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว อาทิ ขนมที่ทำจากข้าว (แครกเกอร์ข้าว ข้าวแต่น) ผักอบกรอบ ซาไบหม่อน เครื่องแกง เป็นต้น โดยมีทั้งที่เป็น Private brand และสินค้า OEM จึงเห็นได้ว่ารายการสินค้าจากไทยที่วางจำหน่ายในตลาดมาเลเซียในปัจจุบันยังมีจำนวนไม่มากนัก ซึ่งเป็นโอกาสที่ไทยจะขยายรายการสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดมาเลเซียได้เพิ่มเติม โดยเฉพาะสินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับสินค้านำเข้าจากประเทศอื่นๆ หรือมีความแตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่แล้ว โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มอาหารสำเร็จรูปสำหรับเด็ก และผลิตภัณฑ์โปรตีนผง ซึ่งเป็นสินค้าที่ยังมีความต้องการในตลาดสูง นอกจากนี้ไทยยังมีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าเครื่องดื่ม (นมถั่วเหลือง นมธัญพืช) ผลิตภัณฑ์ทาขนมปัง ผลิตภัณฑ์</p>

ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
<p>เติบโตของสินค้าอาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปถูกจำกัด อีกทั้งผู้ผลิตสินค้ายังขาดการสื่อสารและให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้าออร์แกนิกที่ฟังจะชดเชยกับราคาที่เพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มลูกค้าหลักมีเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง</p> <p>1.3 สินค้าหลักที่เป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตของกลุ่มอาหารออร์แกนิกในมาเลเซียคือ อาหารทารก (baby food) อย่างไรก็ดี ในปี 2562 สินค้ากลุ่มอาหารทารกมีการอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 1 ทั้งนี้กลุ่มพ่อแม่ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะมีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้ามากขึ้นจากปัจจัยสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากสินค้าออร์แกนิกระดับพรีเมียมมาสู่แบรนด์ที่มีราคาที่สามารถเข้าถึงได้มากกว่า นอกจากนี้ ยังหันมาทำอาหารทารกแบบโฮมเมดที่ทำจากวัตถุดิบสดใหม่กันมากขึ้น เช่น โจ๊ก อาหารบด</p> <p>1.4 ผู้บริโภคในมาเลเซียตระหนักถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากพืช (plant-based products) ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะให้ความสนใจสินค้าออร์แกนิกสำเร็จรูปมากขึ้นตามไปด้วย</p> <p>1.5 ผู้บริโภคมาเลเซียมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ต่อสุขภาพของสินค้าออร์แกนิกมากขึ้น</p>		<p>อาหารเข้า อาหารพร้อมรับประทาน โจ๊กสำเร็จรูป ผลไม้อบแห้ง ก๋วยเตี๋ยวและพาสต้า</p> <p>2. ผู้ผลิตผู้ส่งออกสามารถแสวงหาผู้นำเข้าหรือช่องทางกระจายสินค้าที่เหมาะสมได้จากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าออร์แกนิกในประเทศไทยซึ่งจัดโดยกระทรวงพาณิชย์ โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศทั่วโลกจะมีการเชิญผู้นำเข้าและกระจายสินค้าจากต่างประเทศเข้าเยี่ยมชมงานด้วย หรือสามารถเดินทางมาเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารระดับนานาชาติในมาเลเซียซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี อาทิ Malaysian International Food & Beverage Trade Fair (MIFB) ซึ่งมีสินค้าที่จัดแสดงในงานประกอบด้วย อาหารฮาลาล สินค้าออร์แกนิกและสินค้าเพื่อสุขภาพ อาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน เทคโนโลยีอาหาร ผลิตภัณฑ์นม ไวน์ และอื่นๆ อย่างไรก็ดี มาเลเซียไม่มีการจัดงานแสดงสินค้าออร์แกนิกเพื่อการเจรจาการค้าโดยเฉพาะ</p> <p>3. ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มกันเพื่อเดินทางมาในลักษณะคณะผู้แทนการค้า (trade mission) เพื่อมาเจรจาการค้ากับกลุ่มผู้นำเข้าเป้าหมาย เนื่องจากตลาดสินค้าออร์แกนิกในมาเลเซียยังมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการไทยจะทำให้ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าได้เลือกสรรสินค้าที่มีความหลากหลายหรือมีรายการสินค้าครอบคลุมมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างความร่วมมือในการรวบรวมสินค้า (consolidate) เพื่อ</p>

ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
<p>ด้วยอิทธิพลของสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ที่เผยแพร่ข้อมูล ทำให้มีรายการสินค้าออร์แกนิกใหม่ๆ มาจำหน่ายในมาเลเซียมากขึ้นในช่องทางค้าปลีกออนไลน์ อาทิ น้ำมัน ถั่วเหลือง แยม/สเปรด ซีเรียล อาหารแช่ และพาสต้า นอกจากนี้ ซูเปอร์มาเก็ตระดับพรีเมียมและไฮเปอร์มาเก็ต ก็มีการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกสำเร็จรูปมากขึ้น อาทิ น้ำมันมะกอกออร์แกนิก สเปรดและเนย ผลไม้อบแห้ง และซีเรียลประเภทรับประทานร้อน โดยมีการขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลงเพื่อให้มีราคาขายปลีกลดลง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้น</p> <p>2. แหล่งที่มาของสินค้า</p> <p>2.1 สินค้าออร์แกนิกที่จัดจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผักและผลไม้เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศ และสินค้าผักและผลไม้นำเข้า โดยชาวมาเลเซียนิยมเลือกซื้อผักและผลไม้ออร์แกนิกที่ผลิตในประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้าออร์แกนิกในมาเลเซียปัจจุบันยังคงจำกัดเฉพาะการผลิตผักและผลไม้เท่านั้น แม้ว่าจะมีความพยายามในการขยายการผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์และการเลี้ยงไก่ แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก</p> <p>2.2 อุตสาหกรรมอาหารออร์แกนิกของมาเลเซียยังมีขนาดเล็กจึงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศกว่า</p>		<p>จัดส่งได้ในต้นทุนที่ต่ำลง เปิดโอกาสให้สินค้าออร์แกนิกของไทยในการเข้ามาทำตลาดมาเลเซียได้มากขึ้น</p> <p>4. ผู้ผลิตผู้ส่งออกของไทยควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกให้มีความหลากหลายมากขึ้น เนื่องจากสินค้าออร์แกนิกของไทยส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มสินค้าที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ในขณะที่ผู้บริโภคมาเลเซียจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่หรือวัยทำงานที่มีความต้องการสินค้าอาหารสำเร็จรูปที่สามารถตอบสนองวิถีชีวิตที่เร่งรีบและต้องการความสะดวก นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของตลาดซึ่งอาจจะแตกต่างจากความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ค้าปลีกหรือผู้นำเข้าอย่างต่อเนื่อง</p> <p>5. ผู้ผลิตผู้ส่งออกไทยควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคทั่วไป (comprehensive advertising) ไม่ว่าจะเป็นคุณประโยชน์ คุณสมบัติ หรือความสำคัญของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย เนื่องจากสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในมาเลเซียค่อนข้างมาก โดยควรทำเป็นภาษาอังกฤษ หรือจีน หรือ</p>

ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
<p>ร้อยละ 60 โดยมีแหล่งในการนำเข้าสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ จีน และไทย</p> <p>3. ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>3.1 ช่องทางการค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน (store-based retailing) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.8 ของมูลค่าการขายทั้งหมด ส่วนช่องทางค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน (non-store retailing) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.2</p> <p>3.2 อาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปจัดอยู่ในกลุ่มสินค้านำเข้าและส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศจึงมีการจัดจำหน่ายผ่านห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (modern grocery retailers) เป็นสัดส่วนสูงกว่าช่องทางการค้าทั่วไป (traditional grocery retailers) โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.5 ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น ไฮเปอร์มาเก็ต (ร้อยละ 31.4) และซูเปอร์มาเก็ต (ร้อยละ 21.1) ยกตัวอย่างเช่น Village Grocer, Jaya Grocer, Ben's Independence Grocer, AEON, Tesco, Giant และ Cold Storage</p> <p>3.3 สำหรับการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกทั่วไปมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 41.3 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านค้าปลีกสินค้าออร์แกนิกโดยเฉพาะ อาทิ ได้แก่ Just Life, Love Earth, The Little Mart, Everleaf, BMS Organic</p>		<p>มลายู เพื่อใช้เป็นช่องทาง สู่กลุ่มผู้บริโภค</p>

ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ	ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ
<p>Farm, TM Organic Farm, และ Organic Express โดย Zenzin Farm</p> <p>3.4 ช่องทางกระจายสินค้าแบบออนไลน์คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.2 ยกตัวอย่างเช่น Babydash, Radiant Code, Love Earth และ BMS Organics</p>		

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า