

ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์

<p style="text-align: center;">ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์</p> <p>(ภาพรวมตลาด/การส่งออก/มูลค่า/ประเภทสินค้าที่เป็นที่นิยมแหล่งที่มาของสินค้า/ผลิตเอง/นำเข้าจากประเทศไหน/ช่องทางการจัดจำหน่าย)</p>	<p style="text-align: center;">สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ</p> <p>(มีผู้ประกอบการไทยเข้าลงทุนหรือไม่ /สินค้าประเภทใด/ส่วนแบ่งตลาด)</p>	<p style="text-align: center;">ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ</p>
<p>➢ อินเดียมียพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์ ๒๒.๒๕ ล้านไร่ เพิ่มขึ้นประมาณ ๖% ต่อปี มีพื้นที่เพาะปลูกอินทรีย์มากเป็นอันดับที่ ๙ ของโลก โดยรัฐมัธยประเทศมีพื้นที่มากที่สุด ตามด้วยรัฐมหาราษฏระ ราชาสถาน อุตตรประเทศ ทิมาจัลประเทศ และ สิกขิม</p> <p>➢ สินค้าประเภทอาหารอินทรีย์มีมูลค่า ๗๐๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วงปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๗ คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย ๒๐% ต่อปี โดยในปี ๒๕๖๗ จะมีมูลค่าประมาณ ๒,๐๙๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ</p> <p>➢ ข้อมูลจาก Agricultural and Process Food Products Export Development Authority of India (APEDA) ระบุว่า การส่งออกในปี ๒๕๖๑ - ๖๒ มีมูลค่า ๗๕๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว ๕๐% จากปีก่อนหน้า</p> <p style="padding-left: 20px;">สินค้าอินทรีย์ที่อินเดียส่งออกมากที่สุด ได้แก่ พืช-น้ำมัน คิดเป็น ๔๗.๖% ของการส่งออกอาหารอินทรีย์ทั้งหมด ตามด้วย ธัญพืช และ ข้าวฟ่าง (๑๐.๔%) ชา กาแฟ ๘.๙๖% ผลไม้ ๘.๘๘% และเครื่องเทศและเครื่องปรุง ๗.๗๖%</p> <p style="padding-left: 20px;">โดยส่งออกไปยังสหรัฐ แคนาดา สหภาพยุโรป ได้วันเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย อิสราเอล และ ญี่ปุ่น รวมทั้งมีแนวโน้มจะขยายไปยังอาหรับมากขึ้น</p> <p>➢ ผลิตภัณฑ์ที่กำลังพัฒนาให้เป็นสินค้าส่งออก ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม อาทิ แป้ง นม สิ่งทอและเสื้อผ้า และ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม/บำรุงผิว/สปา</p> <p>➢ ช่องทางการจำหน่ายอาหารอินทรีย์: ซูเปอร์มาร์เก็ต ระดับ high-end ในเมืองใหญ่ของรัฐ อาทิ Foodhall และ Nature Basket รวมถึงช่องทาง e-commerce อาทิ Bigbasket, Amazon India และ Grofers และร้านอาหารไทย</p>	<p>➢ สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอินเดียนอยู่แล้ว และสามารถนำสินค้าอินทรีย์มาทดลองตลาด ได้แก่ ผักและผลไม้ ถั่วต่างๆ และถั่วปรุงรส น้ำมันพืช เครื่องดื่มจากผักและผลไม้ อาหารมังสวิรัต และ เครื่องปรุงรส รวมถึงเนื้อสัตว์ และ ดอกไม้</p> <p>➢ ผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญทั้งรายเก่าและรายใหม่ อาทิ Conscious Foods, Sresta, Eco Farms, Organic India, Navdanya และ Morarka Organic Foods โดยมี Sresta Natural Bioproducts Pvt. Ltd. เป็นผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่ง ๓๗% ของตลาดอาหารอินทรีย์ ประเภทสำเร็จรูป และ ๗.๘% ของตลาดเครื่องดื่มสำเร็จรูป</p> <p>➢ อุปสรรคและความท้าทาย:</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ผู้บริโภคอินเดียนยังไม่สามารถแยกแยะระหว่างสินค้าเกษตรปลอดภัย/ไร้สารเคมี กับอาหารอินทรีย์ตามมาตรฐานสากลได้ ทำให้สินค้าคุณภาพที่นำเข้าจากไทยอาจเสียเปรียบ นอกจากนี้ ภาคเอกชนของอินเดีย กำลังเรียกร้องให้รัฐลดภาษีสำหรับสินค้าอินทรีย์ที่ผลิตในอินเดีย เพื่อให้คนไทยอินเดียนซื้อไปทดลองบริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้สินค้าท้องถิ่นมีความได้เปรียบสินค้านำเข้าจากไทยด้วย ๒. ราคาของผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ในปัจจุบันมีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มจะมีความเข้มงวดมากขึ้น โดยควรใช้วัสดุที่ทำจากธรรมชาติด้วย ซึ่งจะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น ในขณะที่ ผู้บริโภคทุกระดับในอินเดียค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อราคา 	<ol style="list-style-type: none"> ๑. สินค้าไทยมีโอกาสขยายตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อประมาณ ๒๐๐ ล้านคน ในขณะที่ปริมาณการผลิตอาหารอินทรีย์ยังไม่เพียงพอ ประกอบกับรัฐบาลได้รณรงค์ให้ความรู้เรื่องผลกระทบของสารเคมีและยาฆ่าแมลง จึงเกิดกระแสความต้องการอาหารอินทรีย์ภาครัฐและเอกชนของไทยควรมีการประชาสัมพันธ์อาหารอินทรีย์จากไทยให้มากขึ้น ผ่านสื่อต่างๆ และผู้มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย ๒. ผู้ประกอบการควรศึกษารูปแบบสินค้าและราคาของกลุ่มคู่แข่ง เพื่อหาช่องว่างในตลาด อาทิ การไปร่วมงานแสดงสินค้า Organics & Millets - International Trade Fair และเว็บไซต์ของแบรนด์ต่างๆ อาทิ Suryan Organic, Safal Organic, Naturally Yours, Healthy Buddha, I Say Organic, Nourish Organics, The Organic World, Organic Tattva, Mantra Organic, Farmer Uncle และ Organisch ๓. ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมอาจพิจารณาเข้าไปลงทุนผลิตอาหารอินทรีย์ในอินเดีย โดยขณะนี้ มีนักลงทุนจากซาอุดีอาระเบียและ UAE เข้ามาลงทุนในโรงงานอาหารฮาลาลแบบอินทรีย์แล้ว เนื่องจากเล็งเห็นว่าอินเดียจะมีวัตถุดิบและแรงงานเพียงพอสำหรับการผลิตอาหารอินทรีย์ฮาลาล และมีท่าเรือที่ใกล้ภูมิภาคอาหรับด้วย