

## ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์

<p style="text-align: center;"><b>ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์</b></p> <p>(ภาพรวมตลาด/การส่งออก/มูลค่า/ประเภทสินค้าที่เป็นที่นิยมแหล่งที่มาของสินค้า/ผลิตเอง/นำเข้าจาก ประเทศไทย/ช่องทางการจัดจำหน่าย)</p>	<p style="text-align: center;"><b>สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ</b></p> <p>(มีผู้ประกอบการไทยลงทุนหรือไม่ /สินค้าประเภทใด/ส่วนแบ่ง ตลาด)</p>	<p style="text-align: center;"><b>ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ</b></p>
<p>- ปี <b>2561</b> ตลาดสินค้าออร์แกนิกออสเตรเลียนีมูลค่า <b>2.6</b> พันล้านเหรียญ ออสเตรเลียนีส่วนใหญ่เป็นการบริโภคภายในประเทศร้อยละ <b>74</b> มีมูลค่าประมาณ <b>1.93</b> พันล้านเหรียญออสเตรเลียนี (อัตราการเติบโตร้อยละ <b>15</b> เมื่อเทียบกับปี <b>2560</b>) เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมสินค้าเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ บริโภคชาวออสเตรเลียนีมากกว่าร้อยละ <b>65</b> เปลี่ยนมาซื้อสินค้าออร์แกนิกเพิ่มขึ้น ทั้ง <b>Food (ผัก เนื้อ เครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์ ผลไม้ อาหารพร้อมรับประทาน) และ</b> <b>Non-Food (เครื่องสำอาง)</b></p> <p>- ออสเตรเลียนีมีพื้นที่เพาะปลูกสินค้าออร์แกนิกถึงร้อยละ <b>51</b> ของพื้นที่เพาะปลูกสินค้า ออร์แกนิกทั่วโลก โดยสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นเนื้อสัตว์ (ร้อยละ <b>49</b> ของสินค้าออร์แกนิก ทั้งหมด) ผักและผลไม้ ธัญพืช ไข่ และผลิตภัณฑ์เนยนม นอกจากการบริโภคภายใน ประเทศแล้ว ยังมีการส่งออกไปประเทศต่างๆ มีมูลค่าประมาณ <b>169</b> ล้านเหรียญ ออสเตรเลียนี (อัตราการเติบโตร้อยละ <b>13</b> เมื่อเทียบกับปี <b>2560</b>) สินค้าส่งออกหลัก ได้แก่ เนื้อวัว อาหารแปรรูป และไข่ โดยประเทศส่งออกหลัก คือ สหรัฐอเมริกา (เนื้อวัว และแกะ) จีน (อาหารเด็กและนมผงสำเร็จรูป) เกาหลีใต้ (ซอสถั่วเหลือง) สิงคโปร์ (ผัก ผลไม้) สำหรับประเทศไทย นิยมสินค้าประเภทขนมปังและเบเกอรี่</p> <p>- สินค้าออร์แกนิกที่ส่งออก จะต้องได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกที่ ออกโดยหน่วยงานรับรองภายในประเทศ <b>6</b> หน่วยงาน เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสินค้า ออร์แกนิกแห่งชาติ (<b>National Standard for Organic and Bio Dynamic Produce</b>) แต่หน่วยงานรับรองจะมีหน้าที่ในการเจรจาเพื่อทำ <b>equivalency</b> กับประเทศอื่น เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าออร์แกนิกของออสเตรเลียนี สอดคล้องตามมาตรฐานของแต่ละประเทศ เช่น หน่วยงาน <b>ACOCL, NCO</b> และ <b>AUSQUAL</b> ได้รับการรับรองจาก <b>USDA</b> สำหรับสินค้าออร์แกนิกที่จำหน่าย</p>	<p>- สินค้าออร์แกนิกไทยที่เข้ามาจำหน่ายในประเทศ ออสเตรเลียนีส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ที่ทำ จากข้าว โดยมีทั้งตราสินค้าของไทยเอง หรือเป็นสินค้า <b>Private Brand</b> ของซูเปอร์มาร์เก็ต (จ้างผลิตที่ ไทย)</p>	<p>- การพิจารณาทำ <b>Organic equivalency</b> ระหว่างหน่วย งานที่ออกเครื่องหมายรับรองสินค้า ออร์แกนิกของไทยและออสเตรเลียนี เพื่อให้สินค้าออร์แกนิกไทยที่ส่งออก มายังออสเตรเลียนี ได้เครื่องหมาย รับรองของหน่วยงานภายในประเทศ ด้วย เนื่องจากจากผู้บริโภคออสเตรเลียนี ส่วนใหญ่จะรับรู้เครื่องหมายรับรองอ อร์แกนิกที่ออกโดยหน่วยงานใน ประเทศ</p>

<p style="text-align: center;"><b>ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์</b></p> <p>(ภาพรวมตลาด/การส่งออก/มูลค่า/ประเภทสินค้าที่เป็นที่นิยมแหล่งที่มาของสินค้า/ผลิตเอง/นำเข้าจากประเทศไหน/ช่องทางการจัดจำหน่าย)</p>	<p style="text-align: center;"><b>สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ</b></p> <p>(มีผู้ประกอบการไทยเข้าลงทุนหรือไม่ /สินค้าประเภทใด/ส่วนแบ่งตลาด)</p>	<p style="text-align: center;"><b>ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ</b></p>
<p>ภายในประเทศ ไม่ได้มีกฎหมายบังคับให้สินค้าออร์แกนิกต้องมีเครื่องหมายรับรองดังกล่าว ซึ่งก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำในทางปฏิบัติ ส่งผลให้ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 55 นิยมเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกที่ได้เครื่องหมายรับรองเพื่อความมั่นใจในสินค้า โดยเครื่องหมายรับรองของหน่วยงาน <b>ACO Certification Limited</b> เป็นเครื่องหมายที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ปัจจุบัน ออสเตรเลียอยู่ระหว่างการพิจารณาการเทียบภายในประเทศสำหรับสินค้าออร์แกนิก</p> <p>- ช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญ คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคออสเตรเลีย คือ ผัก ผลไม้ เครื่องปรุงรสในการประกอบอาหาร นมและผลิตภัณฑ์จากนม ซึ่งผู้บริโภคมั่นใจในสินค้าออร์แกนิกว่าเป็นสินค้าที่ปราศจากสารเคมี ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และปราศจากสารปรุงแต่งต่างๆ ซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน สินค้าออร์แกนิกมีให้เลือกหลากหลาย เช่น นม เนย ซีส <b>Cereal</b> ชา <b>Pasta</b> แป้งทำขนม อาหารสำหรับเด็ก และครีมบำรุงผิว ซึ่งเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น</p>		

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า