

ตลาดสินค้าอินทรีย์สหรัฐฯยังโตต่อเนื่อง กลุ่ม millenials ลูกค้าสำคัญ

ตลาดสินค้าอินทรีย์มีการเติบโตต่อเนื่องมาตั้งแต่ภายหลังเศรษฐกิจตกต่ำในปี 2009 The Organic Trade Association ระบุว่า ในปี 2015 ตลาดค้าปลีกสินค้าอินทรีย์สหรัฐฯมีมูลค่า 43.3 พันล้านเหรียญฯ และ 2015 เป็นปีที่การค้าสินค้าอินทรีย์มีการเติบโตมากที่สุดโดยมียอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 4.2 พันล้านเหรียญฯหรือร้อยละ 10.74

เงื่อนไขที่สนับสนุนการเติบโตอย่างเข้มแข็งของตลาดบริโภคคือ

1. ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า สินค้าอินทรีย์มีวางจำหน่ายในตลาดค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีบริการส่งชุดสินค้าสำหรับประกอบอาหารอินทรีย์โดยตรงถึงผู้บริโภค มีรายงานว่ายอดขายอาหารอินทรีย์เฉพาะที่ Costco ในปี 2015 มีส่วนแบ่งร้อยละ 10 ในยอดจำหน่ายอาหารอินทรีย์โดยรวม
2. ร้านอาหาร รวมถึงร้านอาหารประเภท fast food ให้ความสนใจขายอาหารอินทรีย์มากยิ่งขึ้น มีรายงานว่าร้านอาหารที่นำเสนอสินค้าอาหารอินทรีย์ส่วนใหญ่จะพบการเติบโตของยอดขาย
3. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆกระจายอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทำให้ผู้บริโภคสหรัฐฯสามารถเข้าถึงความรู้ต่างๆเรื่องอินทรีย์มากยิ่งขึ้นซึ่งสร้างความเข้าใจและความสนใจในสินค้าอินทรีย์ในหมู่ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น
4. การดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสหรัฐฯที่ให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมและต้องการหลีกเลี่ยงภูมิแพ้ต่างๆ ส่งเสริมการหันเข้าสู่การบริโภคมังสวิรัตที่เน้นการบริโภคผักมากยิ่งขึ้น ทั้งที่เน้นการบริโภคผักเป็นอาหารมื้อหลัก และการบริโภคผักที่ผ่านกระบวนการทำให้แห้งและนำเสนอในรูปแบบของอาหารว่าง

อาหารอินทรีย์

อาหารอินทรีย์เป็นภาคอุตสาหกรรมอาหารที่มีส่วนแบ่งมากที่สุดและมีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดในตลาดสินค้าอินทรีย์ ยอดขายอาหารอินทรีย์มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละเกินกว่าร้อยละ 10 สูงกว่าอัตราร้อยละ 3 ของตลาดสินค้าอาหารโดยรวม ในจำนวนยอดขาย 43.3 พันล้านเหรียญฯในปี 2015 เป็นยอดขายอาหารอินทรีย์ 39.7 พันล้านเหรียญฯ อัตรายขายตัวร้อยละ 11 ยอดขายอาหารอินทรีย์รวมยอดขายพืชผักผลไม้สด 14.4 พันล้านเหรียญฯ ขายตัวร้อยละ 10.6 กระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯระบุว่าร้อยละ 4 ของยอดขายอาหารโดยรวมและร้อยละ 13 ของยอดขายผักผลไม้สดรวมทั้งสิ้นในสหรัฐฯมาจากสินค้าอินทรีย์

กลุ่มสินค้าอาหารอินทรีย์ที่มีการเติบโตเร็วมากที่สุดคือน้ำผลไม้สดและเครื่องดื่ม อัตรายขายตัวในปี 2015 เท่ากับร้อยละ 33.5 และเครื่องปรุงรสอาหาร (condiments) อัตรายขายตัวร้อยละ 18.5

สินค้าเครื่องสำอางอินทรีย์

ในปี 2015 ยอดขายสินค้าอินทรีย์อื่นที่ไม่ใช่อาหารมีมูลค่า 3.6 พันล้านเหรียญฯ ขยายตัวร้อยละ 13 ส่วนใหญ่เป็นยอดขายสินค้าเครื่องสำอาง ตลาดเครื่องสำอางอินทรีย์ของสหรัฐฯเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก มูลค่าตลาดในปี 2016 ประมาณ 3.7 พันล้านเหรียญฯหรือประมาณร้อยละ 33.5 ของมูลค่าตลาดโลกที่ 11,057.1 ล้านเหรียญฯ ปัญหาที่สำคัญที่สุดของตลาดเครื่องสำอางอินทรีย์คือการกระจายสินค้าเข้าสู่ผู้ค้าปลีกในตลาด mass market เพราะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันมากที่สุดเนื่องจากมีสินค้าวางจำหน่ายมากกว่า 500 ยี่ห้อ

กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางอินทรีย์ที่สำคัญเรียงตามลำดับคือ

1. สินค้าเครื่องประทินผิว (skincare) เป็นตลาดที่มีการเติบโตรวดเร็วที่สุด ปัจจัยกระตุ้นความต้องการบริโภคคือผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจและความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าที่ทำจากสารสังเคราะห์(synthetic) ทำให้เกิดความต้องการสินค้าที่สะอาด (clean)
2. สินค้าสำหรับบำรุงรักษาผมเป็นสินค้าอินทรีย์ที่ได้รับความนิยมรองลงมาตัวกระตุ้นความต้องการบริโภคคือการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุและความวิตกกังวลและความต้องการแก้ปัญหาเรื่องผม เช่น เรื่องผมร่วง รังแค ศรีษะล้าน ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงส่วนผสมที่เป็นสารเคมีเช่น แอมโมเนีย ซัลเฟอร์ และ paraben และความต้องการที่จะรักษาภาพลักษณ์ความเป็นหนุ่มเป็นสาว
3. สินค้าสำหรับสุขอนามัยของปาก
4. เครื่องสำอางอื่นๆ

ฐานที่ตั้งตลาดอินทรีย์ที่สำคัญในสหรัฐฯ

ที่ตั้งตลาดอินทรีย์สหรัฐฯดูได้จากที่ตั้งของแหล่งผลิตเพราะปกติแล้วแหล่งผลิตจะอยู่ติดกับแหล่งบริโภค แหล่งผลิตและแหล่งบริโภคสินค้าอินทรีย์ที่สำคัญที่สุดของสหรัฐฯคือ รัฐแคลิฟอร์เนียที่พื้นที่เกือบจะทั้งมรัฐเป็นแหล่งผลิตและแหล่งบริโภคสินค้าอินทรีย์

แหล่งผลิตและแหล่งบริโภคสำคัญในสหรัฐฯสินค้าอินทรีย์ เรียงตามลำดับได้แก่

1. มลรัฐบเนียงตะวันตกตลอดชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก ตั้งแต่รัฐวอชิงตันลงมาจนถึงรัฐแคลิฟอร์เนีย
2. มลรัฐในเขตนิวอิงแลนด์ และ มิตแอตแลนติก ทางตะวันออกเฉียงเหนือ
3. มลรัฐริมทะเลสาบมิชิแกนและซูพีเรีย โดยเฉพาะรัฐวิสคอนซิน
4. บางพื้นที่บางส่วนในตอนเหนือรัฐโคโลราโด
5. บางพื้นที่ในตอนใต้ของรัฐฟลอริดา

ผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์สหรัฐฯ

การสำรวจของ Organic Trade Association ครั้งล่าสุดในปี 2016 พบว่าส่วนใหญ่ของกลุ่ม millennials โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่มีครอบครัวแล้วกำลังเน้นการบริโภคสินค้าอินทรีย์ หัวหน้าครอบครัวในกลุ่ม millennials (อายุระหว่าง 18 – 34 ปี) เป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้าอินทรีย์มากที่สุดในสหรัฐฯ และเป็นกลุ่มที่มีความรู้เรื่องสินค้าอินทรีย์มากที่สุดเช่นกัน ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะฟังการแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้บริโภคด้วยกันผ่านทางสื่อสังคมมากกว่าที่จะเชื่อโฆษณาต่างๆ นอกจากนี้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะซื้อหาสินค้าอินทรีย์ที่เป็นสินค้าสดและที่มาจากภายในท้องถิ่นมากกว่า

การค้าสินค้าอินทรีย์ระหว่างประเทศ

ข้อมูลกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (ข้อมูลที่เก็บจากตัวเลขรหัสศุลกากรสหรัฐฯ จำนวน 38 รหัสที่แสดงการเป็นสินค้าอินทรีย์) ระบุว่า ในปี 2014 สหรัฐฯ ส่งออกสินค้าอินทรีย์ในมูลค่าเกินกว่า 550 ล้านดอลลาร์ในจำนวนนี้ 150.5 ล้านดอลลาร์เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ การนำเข้ามีมูลค่ามากกว่าคือ 1.3 พันล้านเหรียญฯ ในจำนวนนี้เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ 111.7 พันล้านเหรียญฯ ข้อมูลการนำเข้าในปี 2014 แสดงให้เห็นว่า

1. ความต้องการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนอเมริกันกำลังมีการเติบโต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สหรัฐฯ ไม่สามารถผลิตได้หรือผลิตได้ในระดับต่ำไม่พอกับความต้องการบริโภค
2. การขาดแคลนพืชผลอินทรีย์สำหรับใช้เลี้ยงสัตว์เพื่อการผลิตอาหารอินทรีย์

สินค้าเกษตรอินทรีย์นำเข้าที่สำคัญ 15 อันดับแรกในปี 2014 (พร้อมอัตราเฉลี่ยการเติบโตต่อปี) คือ

- (1) กาแฟ 332.5 ล้านดอลลาร์ (-13.20%)
- (2) ถั่วเหลือง 183.6 ล้านดอลลาร์ (+57.34%)
- (3) น้ำมันโอลีฟ 156.3 ล้านดอลลาร์ (-9.93%)
- (4) ถั่วลิสง 121.6 ล้านดอลลาร์ (-30.56%)
- (5) ไวน์ (ไวน์ขาว ไวน์แดง สปาร์คลิ่งไวน์) 121.3 ล้านดอลลาร์ (-51.13%)
- (6) น้ำผึ้ง 46 ล้านดอลลาร์ (+89.37%)
- (7) อัลมอนด์ 40.4 ล้านดอลลาร์ (+133.84%)
- (8) มะม่วง 38.5 ล้านดอลลาร์ (-73.03%)
- (9) อาโวคาโด 37.1 ล้านดอลลาร์ (37.74%)
- (10) ข้าวโพด (yellow dent corn) 36.6 ล้านดอลลาร์ (+85.68%)
- (11) ชา 31.2 ล้านดอลลาร์ (-2.80%)
- (12) แอปเปิ้ล 29.8 ล้านดอลลาร์ (+29.81%)
- (13) ข้าว 24 ล้านดอลลาร์ (+2.06%)

แหล่งอุปทานสำคัญของสหรัฐอเมริกาสินค้าข้าวอินทรีย์ (รหัส HS1006309015) คือประเทศไทย รองลงมาคืออินเดีย อย่างไรก็ตามในระหว่างปี 2013 – 2014 การนำเข้าจากไทยแสดงการลดลงอย่างมากขณะที่การนำเข้าจากแหล่งอื่น ๆ มีการขยายตัว

มูลค่า (พันเหรียญฯ) และส่วนแบ่งตลาด (%) การนำเข้าสหรัฐอเมริกาสินค้าข้าวอินทรีย์

	2011		2012		2013		2014	
	มูลค่านำเข้า	ส่วนแบ่งตลาด	มูลค่านำเข้า	ส่วนแบ่งตลาด	มูลค่านำเข้า	ส่วนแบ่งตลาด	มูลค่านำเข้า	ส่วนแบ่งตลาด
ไทย	17,152	70	17,980	71	18,063	60	11,281	47
อินเดีย	5,462	22	4,789	19	6,959	23	7,259	30
อาร์เจนตินา	134	-	1,359	5	2,485	8	2,304	10
อิตาลี	445	2	504	2	568	2	1,102	5
จีน	42	-	185	-	708	2	840	4
กัมพูชา	208	-	108	-	313	-	390	2

(14) พริก (bell peppers) 19.4 ล้านเหรียญฯ (+38.64%)

(15) ขิง 19 ล้านเหรียญฯ (+97.07%)

อุปทานต่ำกว่าความต้องการ

ปัจจุบันในประเทศสหรัฐอเมริกามีปฏิบัติการด้านอินทรีย์มากกว่า 21,700 ราย (ปัจจุบันมีบริษัทธุรกิจและบริษัทเกษตรกรรมไทย 215 รายที่มีรายชื่อบริษัทอยู่ในกระทรวงเกษตรสหรัฐ) แต่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการบริโภคกำลังมีการขยายตัวอย่างเข้มแข็งและรวดเร็วล้าหน้าอุปทาน เป็นการเปิดโอกาสทางการตลาดในภาคสินค้าอินทรีย์ ความต้องการไม่ได้จำกัดวงอยู่เฉพาะภายในประเทศสหรัฐอเมริกาแต่กระจายไปทั่วโลก กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกาประมาณมูลค่าตลาดอินทรีย์ของโลกที่ 80 พันล้านเหรียญฯต่อปี ความต้องการสินค้าอินทรีย์ในตลาดสหรัฐอเมริกานี้ไม่ได้จำกัดวงอยู่แค่เฉพาะสินค้าสำหรับผู้บริโภคสุดท้ายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความต้องการอย่างมากอุปทานสำหรับการผลิตสินค้าสำหรับผู้บริโภคสุดท้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าอาหารสัตว์ (feed) ที่เป็นอินทรีย์เพื่อใช้เลี้ยงปศุสัตว์อินทรีย์

- ที่มา:
1. กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ
 2. Organic Trade Association (www.ota.com)
 3. Food Business News: “Organic market reaching new heights”, by Monica Watrous, May 19, 2016
 4. Food Business News: “Four trends driving growth in organic”, by Monica Watrous March 14, 2016

5. MedGadget: “Worldwide Organic Personal Care Products Market – Top Leading Keys (The Hain Celestial Group, Estee Lauder, Yves Rocher, & The Body shop), December 6, 2016
6. Eco-Business: “Natural Cosmetics Masterclass to tackle industry obstacles”, December 10, 2016

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส
16 ธันวาคม 2559