

รายงานเศรษฐกิจ: ‘อแกนิกโปรดักส์’ เทรนด์ใหม่มาแรง โอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการไทยในตลาดจีน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมารัฐบาลจีนให้ความสำคัญมากขึ้นกับนโยบายเศรษฐกิจสีเขียว ทำให้ชาวจีนในปัจจุบันตื่นตัวกับกระแส ‘Go Green’ ส่งผลให้กลุ่มผลิตภัณฑ์สีเขียว ตลอดจนถึงผลิตภัณฑ์อแกนิก เริ่มเป็นที่ต้องการของตลาดจีนมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการคาดการณ์ในปี ๒๐๑๕ ตลาดสินค้าอแกนิกของจีนมีมูลค่าสูงถึงราว ๖๐,๐๐๐ ล้านหยวน โดยตลาดสินค้าอาหารอแกนิกในจีนมีอัตราเติบโตประมาณร้อยละ ๓๐ ต่อปี สถิติในช่วงต้นเป็นข้อบ่งชี้ว่าตลาดสินค้าอแกนิกในจีนนั้นมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง นำมาซึ่ง โอกาสใหม่ และ ความท้าทาย แก่ธุรกิจไทยที่ต้องการเจาะตลาดจีน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาลักษณะตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนอย่างถี่ถ้วนก่อนลงทุน

กลุ่มผู้บริโภคสินค้าอแกนิกในจีน

โดยทั่วไปสินค้าอแกนิกมักเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง ผู้บริโภคสินค้าอแกนิกส่วนใหญ่จึงมักเป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างมีฐานะและมีการศึกษาดี ได้แก่ พนักงานบริษัทต่างชาติ ผู้บริหารระดับสูง ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศจีน และเจ้าของกิจการ นอกจากนี้ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่ยังมีความอ่อนไหวต่อราคา คือจะนิยมซื้อสินค้าที่มีราคาถูก อย่างไรก็ตามชาวจีนยังมีอีกค่านิยมหนึ่งคือ มีความเชื่อว่าสินค้าที่มีราคาสูงจะมีคุณภาพดีและมีความปลอดภัย ด้วยเหตุผลนี้เองที่ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ที่มีกำลังซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนหนุ่มสาววัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่นั้นมีความนิยมสินค้าอแกนิกมากขึ้น

กลุ่มผู้บริโภคสินค้าอแกนิกสามารถจำแนกได้เป็นกลุ่มหลัก ดังนี้

๑.กลุ่มครอบครัวที่เป็นพนักงานบริษัท (White Collar Family)

กลุ่มผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักในตลาดสินค้าอแกนิกของจีน เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีรายได้ค่อนข้างสูงและมีการศึกษาดี โดยจะให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ และให้ความสนใจต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ครองอัตราส่วนร้อยละ ๔๐ ของกลุ่มผู้บริโภคสินค้าอแกนิกทั้งหมดในจีน

๒.ครอบครัวที่มีเด็กเล็ก

กลุ่มผู้บริโภคที่มีเด็กเล็กในครอบครัวยังครองอัตราส่วนร้อยละ ๑๐ ของกลุ่มผู้บริโภคสินค้าอแกนิกในจีน จากการที่จีนได้ดำเนินนโยบาย ‘ลูกคนเดียว’ มาตั้งแต่ปี ๑๙๘๐ ทำให้ครอบครัวในจีนโดยส่วนใหญ่มีลูกได้เพียงครอบครัวละหนึ่งคน ดังนั้นผู้ใหญ่ในครอบครัวชาวจีนจะให้ความสำคัญอย่างสูงสุดต่อการเลี้ยงลูกและหลาน โดยนิยมซื้ออาหารรวมถึงเครื่องใช้ที่มีราคาแพงที่สุดให้กับเด็กในครอบครัว ทั้งนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักมีรายได้อยู่ในระดับปานกลางจนถึงสูง

๓.กลุ่มครอบครัวที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ

ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักมีผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพซึ่งต้องได้รับการดูแลอยู่ภายในครอบครัว ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักป่วยเป็นโรคความดันโลหิต ไขมันในเส้นเลือดสูง น้ำตาลในเลือดสูง และโรคหัวใจ ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับอาหารการกินโดยจะเน้นบริโภคอาหารสุขภาพ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ครองสัดส่วนร้อยละ ๑๐ ของผู้บริโภคสินค้าอแกนิกทั้งหมด

ประเภทของสินค้าอแกนิกในตลาดจีน

จีนเป็นตลาดที่ค่อนข้างเปิดกว้างสำหรับสินค้าอแกนิก เนื่องจากชาวจีนได้ซื้อว่าเป็นชนชาติที่ใส่ใจในการดูแลสุขภาพเป็นอย่างดี จึงทำให้สินค้าอแกนิกในจีนนั้นมีมากมายและหลากหลายประเภท โดยสามารถเป็นได้เป็น ๑๑ หมวดหมู่หลัก ดังนี้

หมวดหมู่	ผลิตภัณฑ์
ธัญพืช	ข้าว ข้าวสาลี ถั่วฝัก ถั่วลิสง ข้าวโพด และ อื่น ๆ
พืชตระกูลถั่ว	ถั่วเขียว ถั่วแดง และ อื่น ๆ
น้ำมันพืช	ถั่วเหลือง คาโนลา ลินสีด เมล็ดทานตะวัน เมล็ดฟักทอง และ อื่น ๆ
ผัก	ผักใบเขียวทุกชนิด พืชมีหัว ผลไม้ กระเทียม ขิง หน่อไม้ เห็ด และ อื่น ๆ
ผลไม้	แอปเปิ้ล สาลี่ สตอเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ พีช พุดทรา องุ่น และ อื่น ๆ
ใบชา	ชาเขียว ชาแดง ชาสมุนไพร ชาผู่เอ๋อ ชาอู่หลง และ อื่น ๆ
สิ่งทอ	ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ป่าน และ อื่น ๆ
สมุนไพร	โสม และ สมุนไพรจีนชนิดต่าง ๆ
ปศุสัตว์	เนื้อสัตว์ ไข่ ผลิตภัณฑ์จากนม และ อื่นๆ
สัตว์น้ำ	ปลา กุ้ง ปู และ อื่น ๆ
อาหารแปรรูป	ผักแช่แข็ง ผลไม้แห้ง ผัก/ผลไม้กระป๋อง และ อื่นๆ

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเลือกซื้อสินค้าอแกนิก

จากผลสำรวจของ Global Business and Technology Association ซึ่งทำการวิจัยจากกลุ่มผู้บริโภคสินค้าอแกนิกชาวจีนในกรุงปักกิ่งและนครเซี่ยงไฮ้พบว่า ร้อยละ ๘๘ มีการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ร้อยละ ๗๑ ของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวไม่ลังเลที่จะซื้อสินค้าอแกนิกที่มีราคาสูง และผู้บริโภคร้อยละ ๗๔.๕ นิยมเลือกซื้อสินค้าอแกนิกในซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำ

ทั้งนี้ ๕ ปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าอแกนิกของผู้บริโภคชาวจีน ได้แก่

- ๑. ความเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพ
- ๒. คุณภาพสินค้าในภาพรวม (Overall Quality)
- ๓. ใบรับรองคุณภาพสินค้าอแกนิก
- ๔. ความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety)
- ๕. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ

ผลวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญอย่างสูงต่อคุณภาพสินค้าอแกนิก โดยลักษณะของบรรจุภัณฑ์และความสวยงามมีผลรองลงมาต่อการเลือกซื้อสินค้าอแกนิก เนื่องจากผู้บริโภคสินค้ากลุ่มดังกล่าวเน้นเรื่องของความปลอดภัย (Food Safety) และคุณค่าทางโภชนาการของอาหารเป็นหลัก

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกในจีน

โครงสร้างค้าปลีกของตลาดสินค้าออร์แกนิกในจีนประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จัดการจำหน่าย ร้านค้าปลีก และ การบริการหลังการขาย

ผู้ผลิต ผู้ผลิตสินค้าออร์แกนิกท้องถิ่นในจีน โดยส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายภายในประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารในจีนมีจุดอ่อนในด้านความปลอดภัยของอาหาร ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าออร์แกนิกไปยังต่างประเทศ ทำให้สินค้าดังกล่าวของจีนไม่ได้รับความนิยมในตลาดส่งออกหลักอย่างสหรัฐอเมริกา และ กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป จากผลสำรวจของ International Trade Center พบว่าร้อยละ ๘๓ ของผู้ผลิตสินค้าออร์แกนิกของจีนนั้นเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ โดยมีเพียงร้อยละ ๑๗ เท่านั้นที่มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ

ผู้นำเข้าและผู้จัดการจำหน่าย ปัจจุบันผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกในจีนมีจำนวนไม่มากนัก โดยแหล่งนำเข้าหลักคือ ประเทศออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศยุโรป และญี่ปุ่น สินค้าที่นิยมนำเข้ามาจำหน่ายมากในจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นมออร์แกนิก และ เนื้อสัตว์ ทั้งนี้สินค้าออร์แกนิกจากต่างประเทศที่จะนำเข้ามาจัดจำหน่ายในจีนจะต้องได้รับการติดฉลากออร์แกนิกใหม่ เนื่องจากกฎหมายจีนไม่รับรองฉลากออร์แกนิกจากต่างประเทศไม่ว่าจะเป็น สัญลักษณ์ EU organic หรือ USDA organic seal

ร้านค้าปลีก ร้านค้าสินค้าออร์แกนิกในจีนโดยมากกระจุกตัวอยู่ในกรุงปักกิ่งและนครเซี่ยงไฮ้ โดยนิยมจัดจำหน่ายผ่าน ๕ ช่องทางหลัก ได้แก่

- ร้านค้าออร์แกนิก (Special Shop)
- ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)
- ช่องทางขายตรง (Direct Sales)
- ผู้ให้บริการจำหน่ายอาหาร (Food Service)
- ตลาดสินค้าเกษตร (Farmer Market)

โดยร้านค้าออร์แกนิกที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในจีน ได้แก่ Lohao City Organic Shop (Beijing), Lukasu Organic Shop (Beijing), Crab Island Organic Shop (Beijing), Diandian Green Organic Food Shop (Beijing), Haikele Organic Food Chain Shops (Shanghai), Tongmai Food (Shanghai) และ Planck Organic Food Shops (Nanjing) เป็นต้น

นอกจากนี้ ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในจีนก็เป็นอีกช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกที่เป็นที่นิยมอย่างมาก โดยซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำกว่าร้อยละ ๘๐ ในประเทศจีนมีการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก ซึ่งซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียมที่มีการจำหน่ายสินค้าดังกล่าว ได้แก่ HK Citysuper, Cityshop, Japan Global Plaza, Parksons และ Nextage Department Store สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ (Hypermarket) ในจีนที่มีสินค้าออร์แกนิกจำหน่าย ได้แก่ Carrefour, Walmart, Metro, Jusco, Tesco และ Lotus

ข้อควรรู้ ๔ ประการก่อนบุกตลาดออแกนิกจีน

ผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดสินค้าออแกนิกมายังจีน มีข้อควรรู้ด้านการตลาด (Marketing) ๔ ประการ ดังนี้

๑. ผลិតภัณฑ์	-ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญคุณค่าทางโภชนาการของอาหารอแกนิก รวมถึงมาตรฐานของสินค้าว่าต้องมีใบรับรองคุณภาพจากทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากมีผู้บริโภคบางกลุ่มซึ่งยังขาดความมั่นใจในฉลากอแกนิกของจีน -สินค้าอแกนิกที่วางขายในจีนจะต้องมีตรารับรองสินค้าอแกนิกที่ออกให้โดยทางการจีนเท่านั้น จึงจะถือเป็นสินค้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย -ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายควรมีคุณภาพสูง รสชาติดีเหมาะสำหรับรสนิยมของผู้บริโภคชาวจีน และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม -สินค้าที่วางจำหน่ายควรมี Shelf-life ที่ไม่สั้นจนเกินไป เนื่องจากขั้นตอนการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวของจีนค่อนข้างซับซ้อน และบางครั้งใช้เวลานาน
๒. ราคา	-ผู้บริโภคชาวจีนจำนวนไม่น้อยมีความอ่อนไหวต่อราคาสูง (Price Sensitive) -สำหรับสินค้าอแกนิกที่มีวางขายทั่วไปตามท้องตลาด (mass product) ควรตั้งราคาไม่สูงเกินไปและสามารถแข่งขันได้ และสำหรับสินค้าอแกนิกพรีเมียม (premium product) ควรตั้งราคาอย่างสมเหตุสมผล -ค่าธรรมเนียมและต้นทุนที่ต้องชำระในขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอแกนิกมายังจีนนั้นค่อนข้างสูง
๓. ช่องทางจำหน่าย	-สินค้าอแกนิกเกรดธรรมดา มักมีวางจำหน่ายใน Hypermarket เช่น Carrefour, Walmart, Metro, Jusco และ Tesco Lotus อย่างไรก็ตาม สินค้าอแกนิกเกรดพรีเมียมควรวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตนำเข้า เช่น Citysuper และ Cityshop, -ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในจีนมักกระจายสินค้าโดยใช้ฐานในแต่ละภูมิภาค (Regional) มีเพียงผู้จัดจำหน่ายส่วนน้อยที่มีฐานกระจายสินค้าทั่วประเทศ (nation-wide) -ผู้ประกอบการควรหาพาร์ทเนอร์ที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือไว้ใจได้ มาเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน
๔. โปรโมชัน	-การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายควรเน้นประชาสัมพันธ์ด้านคุณภาพของสินค้า คุณค่าทางโภชนาการ ความน่าเชื่อถือของแหล่งผลิต และคุณค่าอื่น ๆ ที่ทำให้สินค้ามีความแตกต่าง -ควรเน้นประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตสินค้า (Origin) ว่าเป็นสถานที่ที่มีสิ่งแวดล้อมดี ไม่มีความเป็นพิษ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีความปลอดภัยด้านอาหารสูง -ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศที่ผลิต เช่น คงตัวอักษรภาษาเดิมไว้ในบางส่วน อย่างไรก็ตามฉลากของสินค้าอาหารที่จำหน่ายในประเทศจีนจะต้องมีภาษาจีนกำกับเท่านั้น

ขั้นตอนการเตรียมตัวก่อนขยายตลาดมายังจีน

ขั้นตอนการเตรียมตัวก่อนขยายตลาดมายังจีน ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การเตรียมผลิตภัณฑ์ การสรรหาตัวแทนจำหน่ายและผู้นำเข้า การแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด และการรักษาตลาด

๑. การเตรียมผลิตภัณฑ์... ถือเป็นก้าวแรกสำหรับผู้ประกอบการควรเตรียมตัวก่อนเข้าสู่ตลาดจีน โดยผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกควรมีความเหมาะสมกับตลาดจีน ทั้งนี้สินค้าที่ดีควรมีตั้งราคาอย่างสมเหตุสมผล คุณภาพสูง มีคุณสมบัติตรงตามฉลากระบุ และมีรสชาติที่ดี นอกจากนี้ตัวแทนจำหน่ายในจีนจะนิยมนำเข้าสินค้าออร์แกนิกที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มี Shelf-life ที่ไม่สั้นจนเกินไป และผู้ผลิตมีกำลังผลิตสม่ำเสมอ รวมถึงสินค้าออร์แกนิกที่ดีควรมีตรารับรองสินค้าออร์แกนิกที่ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ USDA, JAS และ EU organic seal เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค อย่างไรก็ตามผู้นำเข้าจะต้องมีฉลากออร์แกนิกที่รับรองโดยรัฐบาลจีนด้วย นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านภาษาเป็นอีกประเด็นที่ผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกควรให้ความสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีนโดยส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคยหรือไม่เข้าใจภาษาต่างประเทศ สินค้าที่ส่งออกมายังประเทศจีนจึงควรได้รับการแปลรายละเอียดผลิตภัณฑ์โดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ

ผู้ส่งออกสินค้าออร์แกนิกมายังจีนสามารถศึกษากฎระเบียบการนำเข้า ขั้นตอนพิธีการศุลกากร และข้อกำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร ได้จากแหล่งข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์จีนทาง www.mofcom.gov.cn/ หรือทางเว็บไซต์ www.aqsiq.gov.cn/ ของสำนักงานตรวจสอบและกักกันโรคสาธารณสุขรัฐประชาชนจีน (AQSIQ) และข้อมูลจากหน่วยงานต่างชาติ เช่น รายงานที่จัดพิมพ์โดยองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (UNFAO)

๒. การสรรหาตัวแทนจำหน่ายที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์... สำหรับผู้ผลิตสินค้าออร์แกนิกเกรดพรีเมียมที่มีกำลังการผลิตในปริมาณที่จำกัด ควรเลือกจำหน่ายสินค้าผ่านทางซูเปอร์มาเก็ตระดับ High-end อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสินค้าออร์แกนิกที่มีกำลังการผลิตอยู่ในระดับสูง ควรสรรหาตัวแทนจำหน่ายในจีนที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดจีน ทั้งในด้านการขนส่ง การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด การจัดทำฉลากภาษาจีน และการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างเหมาะสม ผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกรายใหญ่ในเขตพื้นที่ดูแลของ สคต. เชียงไฮ่ ดังนี้

- Nanjing Mao Sheng Yuan Technological Limited Organic Valley Food
- Beijing Gurun Food Trade Co., Ltd
- Shanghai Sanchang Development Co., Ltd.
- Goodwell China Marketing Service Co., Ltd.
- Shanghai City Supermarket Co., Ltd.
- City Shop Co. Ltd.
- Rocks & Wings Ltd. (Shanghai)
- O Store International Trading
- Lcc (Shanghai) International Trade Co.,Ltd.

นอกจากนี้การเข้าร่วมงานแสดงสินค้ายังเป็นอีกช่องทางในการเข้ามาศึกษาตลาด รวมทั้งพบปะเจรจากับผู้นำเข้าที่มีศักยภาพในจีน ซึ่งงานแสดงสินค้าออร์แกนิกที่มีความสำคัญในจีน ได้แก่

- BioFach China (www.biofachchina.com)
- Organic China Expo (OCEX) (www.ocex.com.cn)
- China Nutrient& Healthy Food & Organic Product Exhibition (CINHOE)

๓. การแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดจีน... ภายหลังจากที่ผู้ประกอบการสามารถหาตัวแทนจำหน่ายและผู้นำเข้าที่มีความเหมาะสมได้แล้ว ควรเชิญตัวแทนจำหน่ายชาวจีนเดินทางไปเยี่ยมชมโรงงานและกระบวนการผลิตสินค้า

ในประเทศไทย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้าว่า สินค้าที่ส่งออกนั้นมีคุณภาพสูง นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรร่วมกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำ เช่น การแจกสินค้าให้ทดลองใช้ หรือทดลองรับประทานได้ฟรี ตลอดจนถึงการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในวารสารสุขภาพที่มีชื่อเสียงในประเทศจีน เพื่อสร้างความรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในบรรดาผู้บริโภค

๔.การรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่...เมื่อผลิตภัณฑ์สามารถเข้าสู่ตลาดจีนได้แล้ว ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ แก่สินค้า เช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การปรับปรุงรสชาติ และการปรับปรุงกลิ่นของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคชาวจีน เพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าออร์แกนิก

สำนักงานตรวจสอบและกักกันโรคสาธารณสุขประชาชนจีน (AQSIQ) ได้ประกาศใช้กฎการขึ้นทะเบียนและนำเข้าสินค้าออร์แกนิกฉบับปรับปรุงใหม่ (Administrative Measures for Organic Product Certification) มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑ เมษายน ๒๐๑๔ มีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

๑. สินค้าที่ขอรับตราสัญลักษณ์ออร์แกนิกของจีน จะต้องมีการบวนการผลิต แปรรูป และจัดจำหน่าย เป็นไปตามมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกของสาธารณสุขประชาชนจีนเท่านั้น

๒. การยื่นขอจดทะเบียนสินค้าออร์แกนิกจีนอยู่นั้น อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของหน่วยงาน Certification and Accreditation Administration of People's Republic of China (CNCA)

๓. ผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกจะต้องยื่นใบขอขึ้นทะเบียนสินค้าออร์แกนิกต่อหน่วยงาน CNCA ทั้งนี้ภายหลังจาก CNCA ได้รับเอกสารการขอขึ้นทะเบียนแล้ว จะทำการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง (ในกรณีที่สินค้าเคยได้รับตราออร์แกนิกจากต่างประเทศ) และทำการส่งผู้เชี่ยวชาญไปตรวจสอบยังแหล่งผลิต

๔. ในกรณีที่สินค้าออร์แกนิกที่ขอขึ้นทะเบียนเคยได้รับตราสัญลักษณ์ออร์แกนิกจากต่างประเทศ หากเป็นสัญลักษณ์ที่ CNCA ยอมรับว่ามีมาตรฐานเทียบเท่าตราออร์แกนิกของจีน สินค้าดังกล่าวจะได้รับตราสัญลักษณ์ออร์แกนิกจากจีนโดยอัตโนมัติ

๕. สำหรับสินค้าที่ไม่เคยได้รับตราสัญลักษณ์ออร์แกนิกซึ่งทางการจีนยอมรับมาตรฐานนั้น จะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบตามกฎหมายและข้อบังคับของทางการจีน

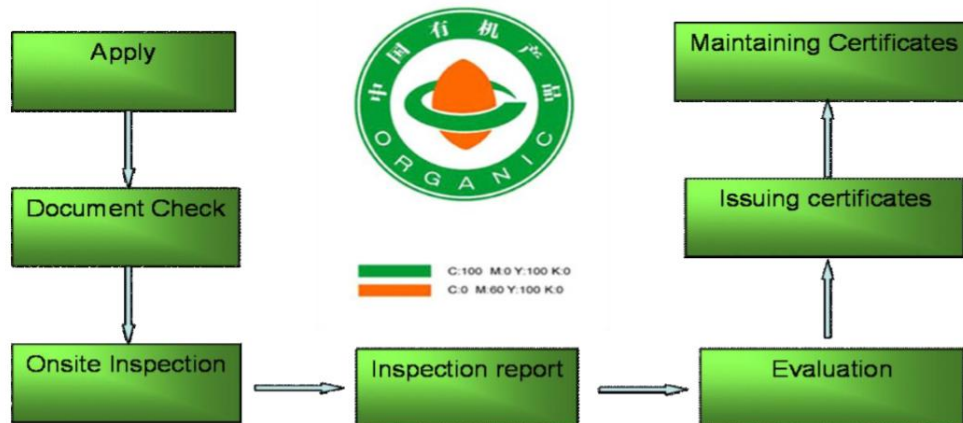
๖. เมื่อสินค้าได้รับตราสัญลักษณ์ 'ORGANIC' (中国有机产品) ที่ออกให้โดย CNCA แล้ว ผู้นำเข้าจะต้องยื่นสำเนาใบรับรองมาตรฐาน ใบอนุญาตการขายสินค้าออร์แกนิก และใบรับรองตราสัญลักษณ์ 'ORGANIC' ทุกครั้งต่อศุลกากร และ CIQ ทุกครั้งที่มีการนำเข้าสินค้าออร์แกนิก โดย CIQ อาจทำการสุ่มตรวจคุณภาพของสินค้าในแต่ละล็อตที่นำเข้า

๗. ใบรับรองคุณภาพสินค้าออร์แกนิกที่ออกให้โดย CNCA มีอายุใช้งานเป็นระยะเวลา ๑ ปี

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยื่นขอจดทะเบียนและนำเข้าสินค้าออร์แกนิกมายังสาธารณสุขประชาชนจีน สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากประกาศฉบับเต็มของ AQSIQ ทางเว็บไซต์ www.aqsiq.gov.cn/

ทั้งนี้ ขั้นตอนการยื่นขอใบรับรอง ‘ORGANIC’ (中国有机产品) จาก CNCA สามารถสรุปได้ตามแผนผัง ดังนี้

Process for Chinese organic certification



บทสรุป

ตลาดสินค้าออร์แกนิกจีนในปี ๒๐๑๕ มีมูลค่าสูงกว่า ๖๐, ๐๐๐ ล้านหยวน และมีอัตราการเติบโตสูงกว่าร้อยละ ๓๐ ต่อปี ส่งผลให้จีนเป็นตลาดสินค้าออร์แกนิกที่มีศักยภาพ ทั้งยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกในจีนโดยส่วนมากเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง ครอบครัวที่มีเด็กเล็ก และผู้ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ โดยสินค้าอาหารออร์แกนิกในจีนนั้นมีจำนวนมากกว่า ๑๑ ประเภท อาทิ ธัญพืช ผัก ผลไม้ ไข่ ไบโชา และอาหารแปรรูป เป็นต้น เมื่อกล่าวถึงปัจจัยที่ผลักดันให้ผู้บริโภคในจีนหันมาเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่สูง ความปลอดภัยด้านอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการของอาหารออร์แกนิก ทั้งนี้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกที่ได้รับความนิยมมากในจีนคือ การจำหน่ายผ่านร้านค้าออร์แกนิก (Special Shop) และ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การหาช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกสินค้าออร์แกนิกมายังจีนจะต้องยื่นขอจดทะเบียนตราสัญลักษณ์ ‘ORGANIC’ (中国有机产品) กับหน่วยงาน CNCA ของทางการเงิน เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรเดินทางมาศึกษาตลาดในประเทศจีนด้วยตัวเอง เช่น การสำรวจสินค้าที่วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ต ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ และสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงการออกบูธแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องในประเทศจีน เพื่อจะได้เห็นรูปแบบตลาด พบปะเจรจาธุรกิจกับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศจีน ที่สำคัญที่สุดคือ การเลือกพาร์ทเนอร์จีนที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดสินค้าออร์แกนิกจีน

ที่มา:

-<http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Organic-food-products-in-China-market-overview.pdf>

-http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Revised%20Administrative%20Measures%20for%20Organic%20Product%20Certification%20_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_๑-๓-๒๐๑๔.pdf

สศต. เชียงไฮ้

เมษายน ๒๕๕๙