

# สินค้าออร์แกนิก ในสิงคโปร์



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์

กรกฎาคม 2560

## สารบัญ

	เรื่อง	หน้า
1	ภาพรวมสินค้าออร์แกนิก	2
2	การผลิตอาหารออร์แกนิกในประเทศไทย	4
3	กฎระเบียบการค้าและการรับรองสินค้าออร์แกนิก	6
4	ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในสิงคโปร์	8
	1) อาหารสด	
	2) อาหารแปรรูป	
	3) อาหารออร์แกนิกสำหรับทารก	
	4) ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอื่นๆ	
5	พฤติกรรมผู้บริโภคในสิงคโปร์	12
6	การจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก	13
7	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก	16
8	แนวโน้มตลาดสินค้าออร์แกนิกในสิงคโปร์	20
9	โอกาสและอุปสรรคของสินค้าออร์แกนิกในตลาดสิงคโปร์	21
10	แนวทางในการเตรียมสินค้าออร์แกนิกเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์	21
11	โอกาสทางการค้าสินค้าออร์แกนิกไทยในตลาดสิงคโปร์	22
12	ข้อคิดเห็น	23
13	สรุป	23
	รายชื่อผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกในสิงคโปร์	24
	บรรณานุกรม	27

## สินค้าออร์แกนิกในสิงคโปร์

### 1. ภาพรวมสินค้าออร์แกนิก

ในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมา สินค้าออร์แกนิกได้เป็นที่นิยมมากในสิงคโปร์ โดยเกิดจากการที่คนต่างชาติซึ่งเข้ามาทำงานในสิงคโปร์และนักท่องเที่ยวนิยมนำประทาน อีกทั้งคนสิงคโปร์ได้รับผลกระทบจากความเครียดในชีวิตและการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ จึงเริ่มปรับเปลี่ยนมาเลือกอาหารที่ถูกสุขลักษณะ คือ อาหารออร์แกนิก

ความนิยมอาหารออร์แกนิก ได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคเริ่มมีปฏิสัมพันธ์กับการที่เกษตรกรใช้สารเคมี ยาฆ่าแมลง ยาฆ่าวัชพืช และปุ๋ยสังเคราะห์มากขึ้น ทำให้แนวโน้มการบริโภคอาหารออร์แกนิกขยายตัวไปทั่วโลก เริ่มจากประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย ยุโรป และเอเชีย สิงคโปร์เองเป็นผู้นำในด้านต่างๆ ในเอเชีย ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น เพลง หรืออาหาร และได้เป็นผู้นำในการบริโภคอาหารออร์แกนิกในเอเชีย ซึ่งมีการนำเข้าอาหารออร์แกนิกจากทั่วโลก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 50 ปี และมีการศึกษาดี

ผู้บริโภคอาหารออร์แกนิกในสิงคโปร์เลือกบริโภคอาหารออร์แกนิก เนื่องจากคำนึงถึงเรื่องสุขภาพ การรักษาสีผิวสวย เพราะการปลูกพืชที่ใช้เคมีต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตจะทำลายดิน และการเลือกบริโภคอาหารออร์แกนิกทำให้ดูเป็นคนที่มีสุขภาพดี ซึ่งคนสิงคโปร์เป็นคนที่ชอบไหวต่อแนวโน้มแฟชั่นต่างๆ อีกเหตุผลที่ทำให้ความนิยมสินค้าออร์แกนิกขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือ สื่อออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ สื่อได้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการบริโภคอาหารที่ไม่มีสารเคมีตกค้าง แต่การที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าออร์แกนิกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างเรื่องราคา บางคนยังเห็นว่าการบริโภคอาหารออร์แกนิกเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย อย่างไรก็ตาม คนสิงคโปร์ที่เลือกบริโภคอาหารออร์แกนิกเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง

ในหลายปีก่อนหน้านี้ อาหารออร์แกนิกจะหาซื้อได้จากร้านที่จำหน่ายอาหารออร์แกนิกเฉพาะ ในปัจจุบันนี้ ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป

คำจำกัดความของสินค้าออร์แกนิก คือ พืชที่ปลูกแบบธรรมชาติ ปราศจากการใช้สารเคมีเพื่อเร่งการเจริญเติบโต สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ต้องผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นออร์แกนิก

สินค้าออร์แกนิกที่รู้จักกันโดยทั่วไป คือ ผักและผลไม้ จะปลูกแบบธรรมชาติ โดยไม่มีการใช้สารเคมีใดๆ ซึ่งการปลูกพืชแบบระบบอินทรีย์นี้ จะช่วยรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน ช่วยลดมลพิษและเพิ่มคุณภาพให้กับสิ่งแวดล้อม ในส่วนของการผลิตเนื้อสัตว์ ไข่ และผลิตภัณฑ์นมออร์แกนิก จะไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะหรือสารกระตุ้นฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโตสัตว์แต่อย่างใด





ผู้บริโภครุ่นใหญ่เริ่มรู้จักสินค้าออร์แกนิกในสินค้าที่เป็นผักและผลไม้สด แต่ในปัจจุบันได้มีสินค้าออร์แกนิกที่หลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากสินค้าอาหารประเภทผักหรือผลไม้ อาหารสดและสำเร็จรูป ยังมีสินค้าอุปโภคที่เป็นออร์แกนิกด้วย เช่น โดยรวมถึงผลิตภัณฑ์ความงามต่างๆ อาทิเช่น สบู่ ครีมอาบน้ำ ยาสีฟัน ยาสระผม ครีมบำรุงผิว และสครับขัดผิว รวมไปถึงอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่นับวันจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

แม้ว่าแต่ละประเทศจะมีกฎระเบียบที่แตกต่างกัน แต่ก็มีกฎระเบียบที่ใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลกสำหรับสินค้าออร์แกนิก ดังนี้

1. ห้ามใช้ปุ๋ยสังเคราะห์ ยาฆ่าแมลง สารเคมีกำจัดวัชพืช ยาปฏิชีวนะ การตัดแปลงพันธุกรรม การฉายรังสี หรือการตกอนน้ำเสีย
2. การเพาะปลูกอาหารออร์แกนิกในดิน ซึ่งดินต้องปราศจากสารเคมีทางการเกษตรอย่างน้อย 3 ปี (จำนวนปีที่กำหนดจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ)
3. การเพาะปลูกพืชออร์แกนิกและที่ไม่ใช่ออร์แกนิก ต้องมีการใช้พื้นที่เพาะปลูกแยกออกจากกันอย่างชัดเจนในทุกขั้นตอนของการผลิต
4. ต้องมีการอนุญาตให้ตรวจสอบทั้งภายในและภายนอก

#### เครื่องหมายการรับรองสินค้าออร์แกนิก



สหรัฐอเมริกา



นิวซีแลนด์



ออสเตรเลีย



สหภาพยุโรป

#### เครื่องหมายการรับรองสินค้าออร์แกนิกของไทย



IFOAM  
ACCREDITED



IFOAM  
ACCREDITED



## 2. การผลิตอาหารออร์แกนิกในประเทศไทย

สิงคโปร์เป็นประเทศเล็กและมีนโยบายจำกัดพื้นที่สำหรับการเกษตรร้อยละ 3 ของพื้นที่ของประเทศ แต่มีนโยบายพึ่งพาตนเอง สิงคโปร์จึงมีการทำการเกษตรมากขึ้น โดยเฉพาะการปลูกผัก รวมถึงการปลูกผักออร์แกนิกมากขึ้น แต่ผลผลิตไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการบริโภคภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม สิงคโปร์ผลิตผักได้ 23,039 ตัน แต่ไม่มีสถิติการผลิตผักออร์แกนิก ดังนั้น จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆทั่วโลก



ปัจจุบัน สิงคโปร์มีฟาร์มเกษตรออร์แกนิกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการสูงขึ้น และเพื่อให้ราคาสำหรับผู้บริโภคสามารถซื้อหาได้ง่าย ฟาร์มสำคัญๆ เช่น

- BestOrganicFood เริ่มปลูกตั้งแต่ปี 2553 โดยเป็นทั้งผู้ปลูก กระจายสินค้า ขายปลีก และขายออนไลน์
- Zenxin Agriorganic Food จำหน่ายในสิงคโปร์ โดยมีแหล่งผลิตอยู่ที่มาเลเซีย และนำเข้าจากประเทศอื่นด้วย
- Green Circle Eco Farm จัดจำหน่ายออนไลน์ อีกทั้งมีการจัดทัวร์ในฟาร์มด้วย



- Pasar Organic at FairPrice ได้เริ่มตั้งแต่ปี 2551 ส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย ซึ่งมีมากกว่า 40 ชนิด เช่น แตงกวาญี่ปุ่น ผักคะน้า (Kai Lan) ผักกวางตุ้ง (Chye Sim) Bok Choy และกระเจี๊ยบเขียว นอกจากนี้ บางส่วนนำเข้าจากสหรัฐฯ และออสเตรเลีย โดยสินค้าต่างๆ จัดจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ต FairPrice Finest, FairPrice Xtra และทางออนไลน์

- Quanfa Organic Farm มีทั้งปลูกเองมากกว่า 40 ชนิด ตั้งแต่ผักใบเขียว ผักใบแข็ง สมุนไพร และผลไม้ ผักมีความสด เนื่องจากการเก็บ-บรรจุภัณฑ์และการขนส่งเป็นไปอย่างครบวงจร นอกจากนี้ บริษัทฯ นำเข้าสินค้าฯ จากมาเลเซีย ไทย และออสเตรเลีย สำหรับการจำหน่ายสินค้าฯ มีจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ต Sheng Siong รวมถึงการจำหน่ายออนไลน์ และการจัด Education Tour

สินค้าออร์แกนิกเริ่มเป็นที่นิยมและสนใจในกลุ่มผู้บริโภคในสิงคโปร์มากขึ้น เนื่องจากชาวสิงคโปร์ใส่ใจเรื่องสุขภาพและมีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคที่เริ่มต้นบริโภคอาหารออร์แกนิก เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับกลางถึงระดับสูง เพราะในช่วงเริ่มแรก สินค้าออร์แกนิกส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งหาซื้อยากและราคาจำหน่ายค่อนข้างสูง ต่อมาธุรกิจสินค้าออร์แกนิกได้ขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปัจจุบัน ผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกในตลาดสิงคโปร์มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วย จึงทำให้ราคาสินค้าอยู่ในระดับที่เหมาะสม และหาซื้อได้ง่ายขึ้นตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป

### อาหารออร์แกนิกแปรรูปในสิงคโปร์

ในปี 2558 อาหารออร์แกนิกแปรรูป มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้าออร์แกนิกมากขึ้น ส่งผลให้สินค้าออร์แกนิกมีการวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นสินค้าระดับพรีเมียม ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่อาจส่งผลต่อการเติบโตคือ ความพร้อมบริโภค และการกระจายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในร้านค้าที่เน้นสินค้าระดับพรีเมียม เช่น Cold Storage หรือ FairPrice Finest



นอกจากนี้ อาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปยังเป็นสินค้าที่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มสินค้าพรีเมียมในสิงคโปร์ และมีราคาสูงกว่าสินค้าอื่นๆ ด้วยภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาอย่างดีเยี่ยม อีกทั้งสินค้าออร์แกนิกส่วนใหญ่ยังสามารถพบได้ในร้านค้าขายปลีกระดับพรีเมียม จึงทำให้มีราคาที่สูงกว่าสินค้าทั่วไป และมีร้านค้าปลีกที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกมากขึ้น เช่น ร้าน Pasarbella เป็นร้านขายของชำระดับพรีเมียมที่มีต้นแบบมาจาก Convent Garden ในกรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร และ Queen Victoria Market ในเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ที่มีสินค้าหลากหลายแบรนด์ที่มีคุณภาพ รวมถึงสินค้าออร์แกนิกให้บริการจัดจำหน่าย ซึ่งสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายได้รับการออกแบบอย่างดี เพื่อมอบประสบการณ์ที่เหนือชั้นให้กับผู้บริโภค ทั้งรูปแบบร้านยังช่วยในเรื่องของการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าออร์แกนิกในระดับพรีเมียมได้อีกด้วย



### 3. กฎระเบียบการค้าและการรับรองสินค้าออร์แกนิก



ปัจจุบันสิงคโปร์ยังไม่ได้มีการออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการรับรองสินค้าออร์แกนิกอย่างเป็นทางการ เนื่องจากจำนวนผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกยังมีขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม หน่วยงาน Agri-Food & Veterinary Authority of Singapore (AVA) ได้มีการควบคุมดูแลความปลอดภัยของสินค้าออร์แกนิกที่นำเข้ามาจำหน่าย โดยเฉพาะรูปแบบของฉลากสินค้า ซึ่งสินค้าที่ติดฉลากคำว่า “Organic” จะต้องมีการรับรองความเป็นออร์แกนิก โดยสินค้านั้นจะต้องผ่านการรับรองตามเกณฑ์ข้อกำหนดของ CODEX และ AVA ยังไม่มีกฎระเบียบการรับรองสินค้าออร์แกนิกของสิงคโปร์ แต่สินค้าออร์แกนิกจะต้องได้รับเครื่องหมายการรับรองโดยหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในประเทศที่ผลิตสินค้านั้นๆ หรือเครื่องหมายการรับรองระหว่างประเทศ

การนำเข้าสินค้าออร์แกนิกเพื่อจำหน่ายในสิงคโปร์ ผู้นำเข้าจะต้องยื่นขอใบอนุญาตต่อหน่วยงาน Agri-Food and Veterinary Authority (AVA) และสินค้าที่นำเข้าจะต้องมาจากฟาร์มหรือผู้ผลิตที่ได้รับการรับรอง Certified Organic จากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในประเทศผู้ผลิตนั้นๆ หรือองค์กรที่ได้รับการรับรองจากประเทศที่นำเข้าชื่อคือ อาทิเช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น เป็นต้น และ AVA จึงจะพิจารณาอนุญาตให้นำเข้าสินค้าได้ ดังนั้น การนำเข้าสินค้าออร์แกนิกจึงเพียงแต่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการนำเข้าและการจำหน่ายสินค้าเกษตรและอาหารเช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป ซึ่งหน่วยงาน AVA เป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการดูแลความปลอดภัยของอาหารสำหรับผู้บริโภค รวมทั้งการออกใบอนุญาตเกี่ยวกับการผลิตแปรรูปอาหาร การตรวจสอบรับรอง และการควบคุมการนำเข้าสินค้าอาหาร

ผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามายังสิงคโปร์ (ทั้งสินค้าที่เป็นออร์แกนิกและที่ไม่ใช่ออร์แกนิก) ต้องปฏิบัติตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอใบอนุญาตหรือลงทะเบียนกับหน่วยงาน AVA (สามารถดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ <http://www.ava.gov.sg/>)
2. แจ้งขอรับใบอนุญาตนำเข้าที่มีการระบุรายละเอียดของชนิดและปริมาณสินค้าที่จะนำเข้าทุกครั้งก่อนที่จะทำการส่งมอบสินค้า (สามารถดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ได้ที่เว็บไซต์ <http://www.ava.gov.sg/>)
3. ผลิตภัณฑ์อาหารทุกชนิดที่นำเข้ามาจำหน่ายในสิงคโปร์ ต้องเป็นไปตามมาตรฐานอาหารและข้อกำหนดในการติดฉลากตามที่กำหนดไว้ในกฎระเบียบด้านอาหาร ซึ่งสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://www.ava.gov.sg/legislation/>
4. นอกจากนี้ ภายใต้ระเบียบ 9B (5) ที่เกี่ยวกับกฎระเบียบด้านอาหาร ระบุว่า ผู้ค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการกล่าวอ้างว่าเป็น "ออร์แกนิก" หรือ "ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก" หรือคำกล่าวอ้างที่คล้ายกันต้องสามารถแสดงหลักฐานว่า ผลิตภัณฑ์อาหารได้รับการผลิตตามธรรมชาติ ซึ่งหลักฐานต้องเป็นในรูปแบบของใบรับรองออร์แกนิกที่ถูกต้องสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่ออกโดยหน่วยงานรับรองที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้องสำหรับการรับรองอาหารออร์แกนิกที่เป็นไปตามเกณฑ์ของ Codex สำหรับการผลิต การแปรรูป การติดฉลากและการตลาดของอาหารที่ผลิตตามระบบ (CAC / GL 32- 1999) หรือมีมาตรฐานที่คล้ายคลึงกันสำหรับอาหารที่ผลิตขึ้นตามธรรมชาติ และเอกสารทั้งหมดจะถูกส่งไปยังหน่วยงาน AVA เมื่อมีการร้องขอเท่านั้น

ทั้งนี้ อาหารออร์แกนิกในสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากออสเตรเลีย สหภาพยุโรป (EU) ญี่ปุ่น มาเลเซีย นิวซีแลนด์ ไทย สหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา โดยจะทำเป็นสัญญาซื้อ-ขายระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อสินค้าออร์แกนิก ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลโดยหน่วยรับรองที่ได้รับการรับรอง ดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการรับรองสินค้าออร์แกนิก	ประเทศ
	สหรัฐอเมริกา
	ออสเตรเลีย
	สหภาพยุโรป
	นิวซีแลนด์
	ฝรั่งเศส
	เยอรมัน
	ญี่ปุ่น
	ไทย



## 4. ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในสิงคโปร์

### 1) อาหารสด

- ข้าวออร์แกนิก

ข้าวออร์แกนิกจะมีอัตราการเติบโตที่ดีกว่าข้าวกล้างธรรมชาติ หรือข้าวผสมที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลาง ข้าวออร์แกนิกนิยมในกลุ่มผู้บริโภคที่ระวังเรื่องสุขภาพ



- ผักสดออร์แกนิก

ผักสดออร์แกนิกเป็นสินค้าออร์แกนิกที่มีจำหน่ายทั่วไปตามซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาดสด



แตงกวาญี่ปุ่น



ผักคะน้า (Kai Lan)



ผักกวางตุ้ง (Chye Sim)



Bok Choy



กระเจี๊ยบเขียว



หน่อไม้ฝรั่ง

## 2) อาหารแปรรูป

- เส้นพาสต้าออร์แกนิก

ในปี 2558 เส้นพาสต้าออร์แกนิกยังมีการเติบโตต่ำกว่าเส้นพาสต้าประเภทอื่น ๆ และตลาดโดยรวมยังไม่ได้มีการเปลี่ยนเป็นตลาดเส้นพาสต้าออร์แกนิก และสินค้าเส้นพาสต้าออร์แกนิก เมื่อเทียบกับเส้นพาสต้าธรรมดาที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง เช่น กลุ่มผู้บริโภคในซูเปอร์มาร์เก็ต FairPrice Finest และ Cold Storage ซึ่งร้านค้าปลีกพรีเมียมเหล่านี้ โดยปกติมักจะมีแบรนด์สินค้าเส้นพาสต้าออร์แกนิกต่างๆ ซึ่งไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในสิงคโปร์ โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าชาวต่างชาติมากกว่าผู้บริโภคในประเทศ



- ขนมขบเคี้ยว ผลไม้อบกรอบ กราโนล่า และซีเรียล



สแน็คออร์แกนิกจากไทย



- เครื่องดื่มออร์แกนิก (Organic beverages)

เครื่องดื่มออร์แกนิกมีมูลค่าการเติบโตร้อยละ 3 ในปี 2558 ซึ่งเป็นการเติบโตที่แข็งแกร่งเนื่องจากความตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสินค้าเครื่องดื่มออร์แกนิก นอกจากนี้อาจเกิดจากความนิยมที่เพิ่มขึ้นในสินค้าบรรจุภัณฑ์อาหารออร์แกนิก จึงทำให้เครื่องดื่มออร์แกนิกที่อยู่ในร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน ในขณะที่ผู้บริโภคมีความใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น จึงสามารถทำให้สินค้าเป็นที่จับตามอง อย่างไรก็ตาม จากการที่สินค้ามีราคาที่สูงส่งผลให้ฐานผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ายังคงมีขนาดเล็กและเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค



ทั้งนี้ สินค้าเครื่องดื่มออร์แกนิกยังคงเป็นสินค้าระดับพรีเมียมมีราคาสูง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเป็นสินค้านำเข้าและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม อีกทั้งผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ที่ร้านค้าปลีกระดับพรีเมียมเท่านั้น ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ให้เป็นสินค้าระดับสินค้าพรีเมียม อย่างไรก็ตาม จุดขายของเครื่องดื่มออร์แกนิกยังไม่ได้มีการแบ่งส่วนไว้อย่างชัดเจนจากผู้ผลิต จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมักลังเลที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องดื่มออร์แกนิก

### 3) อาหารออร์แกนิกสำหรับทารก

ในปี 2558 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 จากยอดขายสินค้าออร์แกนิกสำหรับทารกและสินค้าออร์แกนิกแห่งสำหรับทารกที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เนื่องจากครอบครัวสมัยใหม่ที่มีขนาดเล็กและมีรายได้สูง อีกทั้งพ่อแม่มีความกังวลเรื่องคุณภาพของอาหารที่ลูกรับประทานมากขึ้น จึงเลือกที่จะให้ลูกได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพมากที่สุด เช่น การเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก โดยแบรนด์อาหารออร์แกนิกสำหรับทารกที่มีชื่อเสียงในสิงคโปร์ ได้แก่ Healthy Times และ Bellamy's Organic



#### 4) ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอื่น ๆ

สินค้าออร์แกนิกนอกจากจะมีสินค้าประเภทอาหารและเครื่องสำอางแล้ว ยังมีสินค้าที่ใช้อุปโภคในชีวิตประจำวันอีกด้วย ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการผลิตที่ปราศจากสารเคมีในทุกขั้นตอนเช่นเดียวกัน มีความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อาทิเช่น น้ำยาล้างจาน ทำความสะอาดเสื้อผ้า ทำความสะอาดพื้นบ้าน ห้องน้ำและสุขภัณฑ์ ทำความสะอาดของใช้ทารก และอื่น ๆ



- ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวและดูแลเส้นผม อาทิ ครีมอาบน้ำ ครีมบำรุงผิว สบู่ ยาสีฟัน และยาสระผม



- ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง อาทิเช่น สเปรย์กำจัดแมลง เห็บ และหมัด





- ผลิตภัณฑ์สำหรับป้องกันยุง อาทิเช่น สเปรย์ฉีดกันยุง และแผ่นแปะกันยุง



## 5. พฤติกรรมผู้บริโภคในสิงคโปร์

ในขณะที่ภาคครัวเรือนยังมีขนาดเล็กและภาวะเศรษฐกิจผู้บริโภคภายในประเทศกำลังฟื้นตัวดีขึ้น ครอบครัวที่มีพ่อแม่อายุน้อยมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อให้บุตรหลานได้รับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีขึ้น แต่การบริโภคสินค้าออร์แกนิกยังคงค่อนข้างจำกัดในสิงคโปร์ ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากฐานผู้บริโภคเฉพาะราย (Niche Consumer) แต่อย่างไรก็ดี ผู้บริโภคในสิงคโปร์ปัจจุบัน เริ่มหันมาให้ความสนใจกับเรื่องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น เพราะปัญหาด้านสุขภาพจากภาระงานที่เพิ่มขึ้น และเพื่อความก้าวหน้าในชีวิตหน้าที่การงานตามภาวะทางเศรษฐกิจ ก็ได้รับผลกระทบทางลบเกี่ยวกับกับความเครียดที่สะสมมากขึ้น และหลายคนมีปัญหาสุขภาพมาจากการรับประทานอาหารที่มีสารเคมีตกค้างและไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

ดังนั้น ชาวสิงคโปร์จึงให้ความสำคัญในการเลือกรับประทานมากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารนั้นดีต่อสุขภาพ ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และช่วยให้มีภูมิคุ้มกันโรคที่ดียิ่งขึ้น ประกอบกับค่ารักษาในการรักษาพยาบาลมีราคาสูง และผู้ประกอบการที่นำเข้าสู่สินค้าออร์แกนิกส่วนใหญ่จะนำเข้าสู่สินค้าที่บรรจุเสร็จแล้วพร้อมจำหน่ายให้กับผู้บริโภคได้ทันที แต่ก็มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งก็นำเข้าสู่สินค้าออร์แกนิกในลักษณะที่ยังไม่บรรจุเสร็จ และจะทำการบรรจุย่อยเองในประเทศ เช่น ธัญพืช ซึ่งบางส่วนก็จะขอการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในขั้นตอนของการบรรจุย่อยด้วย ส่วนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้น ยังไม่ปรากฏว่ามีการดำเนินการใดๆ ในประเทศสิงคโปร์ในปัจจุบัน



กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นฐานสำคัญของการเติบโตในตลาดสินค้าออร์แกนิกอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักและทำงานในสิงคโปร์ ซึ่งมีแนวคิดเรื่องสุขภาพองค์รวมและการเลือกใช้ชีวิตที่ใส่ใจต่อสุขภาพ (Well-being Lifestyle) ที่เป็นชีวิตจิตใจ จนกระทั่งย้ายมาอยู่ในสิงคโปร์ ยังคงดำเนินชีวิตตามวิถีชีวิตเดิมอยู่ โดยแนวคิดนี้ได้เริ่มมีการแพร่ขยายออกไปสู่คนรุ่นใหม่เกี่ยวกับเทรนด์การดูแลสุขภาพที่

เป็นกระแสนิยมในปัจจุบัน รวมถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีลูกเล็ก ก็เริ่มหันมาเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกสำหรับเด็กโดยเฉพาะ เพราะเชื่อว่าจะทำให้เด็กมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง จากพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ช่วยสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของตลาดสินค้าออร์แกนิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## 6. การจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก

การจำหน่ายสินค้าอาหารออร์แกนิกถูกกำหนดให้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม ราคาขายปลีกและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สูงเป็นตัวกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และไม่สามารถที่จะดึงดูดผู้บริโภคในประเทศสิงคโปร์ได้ อย่างไรก็ตาม ตลาดสินค้าอาหารออร์แกนิกมีการแข่งขันภายในตลาดอย่างรุนแรง ทำให้ผู้ผลิตมีการสร้างความแตกต่างของสินค้า เพื่อแยกสินค้าออกจากตลาดรวม (Mass Market) ด้วยการทำการตลาดและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง และเพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อีกด้วย เป็นผลให้สินค้าอาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปประเภทบรรจุห่อมีราคาที่สูงขึ้น และสินค้าบางอย่างมีราคาไม่แพงมาก แม้จะมีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในระดับพรีเมียมก็ตาม



ทั้งนี้ การจำหน่ายสินค้าอาหารออร์แกนิกสำเร็จรูปสำหรับทารกที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นถุงแบบก้นตั้ง (Stand-up Pouches) กำลังเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างต่อเนื่องในสิงคโปร์ขณะนี้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีรูปแบบการบรรจุหีบห่อที่น่าสนใจและสะดวกสบายด้วยการปิดรูพลาสติกที่มีรูปร่างเหมือนเห็ดที่มีความกว้างและมีสารป้องกันการรั่วซึมสำหรับทารกหรือเด็กวัยหัดเดิน

จากข้อมูลของ Euromonitor International ตารางที่ 1 เปิดเผยว่า ในปี 2558 มูลค่าสินค้าออร์แกนิกในตลาดสิงคโปร์ขยายตัวร้อยละ 4.4 ทุกกลุ่ม โดยสินค้าออร์แกนิกที่มีผู้บริโภคมามากที่สุด คือ ข้าวพาสตา และกล้วยเดี่ยว รองลงมา คือ อาหารทารก และอาหารเข้าประเภทซีเรียล

ตารางที่ 1 ยอดขายสินค้าอาหารออร์แกนิกประเภทบรรจุห่อ แยกตามประเภทสินค้า ปี 2553 – 2558

ประเภทสินค้า	ยอดขายสินค้าอาหารออร์แกนิกประเภทบรรจุห่อ (มูลค่า : 1,000 เหรียญสิงคโปร์)					
	2553	2554	2555	2556	2557	2558
<b>Total: Organic Packaged Food</b>	8,909.6	9,347.5	9,894.9	10,390.5	11,014.2	11,493.6
1. Organic Baby Food	715.9	779.8	908.4	960.5	1,014.9	1,063.6
2. Organic Breakfast Cereals	604.4	632.6	659.3	682.3	704.9	729.5
3. Organic Confectionery	247.5	255.9	262.5	271.7	281.8	293.3
4. Organic Frozen, Seafood, Fruit and Vegetables	151.1	154.1	157.8	160.8	165.3	166.4
5. Organic Oils and Fats	160.3	170.1	178.6	189.3	200.1	209.1
6. Organic Rice, Pasta and Noodles	7,025.3	7,355.0	7,728.3	8,126.0	8,647.3	9,031.7

ที่มา : Euromonitor International

ด้านผู้นำในการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกสำเร็จรูป คือ บริษัท Lam Soon มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 52.4 (2558) และมีสินค้าอาหารออร์แกนิกที่ครอบคลุมสินค้าทุกประเภทภายใต้แบรนด์ Naturel โดยสินค้าของบริษัทฯ ประกอบด้วย น้ำมันมะกอกออร์แกนิก เส้นพาสต้า และซอสพาสต้า และความโดดเด่นของแบรนด์นี้คือ ข้าวออร์แกนิกและเส้นพาสต้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้สร้างชื่อเสียงให้กับสินค้าออร์แกนิก จึงช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคมีโอกาสเป็นลูกค้าได้มากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมียอดขายเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2558 นี้

ตารางที่ 2 ส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าออร์แกนิกสำเร็จรูป ปี 2555 - 2558

Company (National Brand Owner)	2555	2556	2557	2558
Lam Soon (S) Pte Ltd	51.9	52.1	52.6	52.4
Ban Choon Marketing Pte Ltd	22.5	22.2	21.7	21.5
Nature's Path Foods Inc	5.6	5.6	5.5	5.5
Healthy Times Inc	4.7	4.8	4.9	4.9
Heinz Singapore Pte Ltd	3.2	3.2	3.2	3.1
Amy's Kitchen Inc	1.6	1.5	1.5	1.4
YummyEarth, Inc	1.4	1.3	1.3	1.3
San Remo Macaroni Co Pty Ltd	1.2	1.1	1.1	1.1
NTUC FairPrice Co-operative Pte Ltd	0.7	0.7	0.7	0.7
Others	7.2	7.3	7.5	7.9
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

ที่มา : Euromonitor International



หลายปีที่ผ่านมา มีซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ได้รับการส่งเสริมให้จำหน่ายสินค้าออร์แกนิกให้กับประชาชนมีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนของสิงคโปร์ได้ให้ความใส่ใจกับการรับรองมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกค่อนข้างมาก โดยสินค้าออร์แกนิกนำเข้า ที่วางจำหน่ายในร้านค้าเกือบทั้งหมด จะมีการติดฉลากตรารับรองมาตรฐานออร์แกนิก ยกเว้นเฉพาะผลผลิตผักสดออร์แกนิกที่ผลิตในประเทศ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต NTUC FairPrice ได้ริเริ่มจัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และระบบการรับรองของตัวเอง เพื่อสร้างหลักประกันความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ภายใต้ชื่อ Pasar Organic ซึ่งได้เริ่มเปิดตัวมาตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2551 เป็นการนำสินค้าออร์แกนิกมาวางจำหน่าย เป็นการเสนอทางเลือกของสินค้าให้กับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่สนใจเรื่องสุขภาพเป็นพิเศษ จึงได้มีการรวบรวมสินค้าออร์แกนิกที่ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันต่างๆ มาจัดรวมกันไว้ เพราะง่ายต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และถึงแม้ว่าราคาของสินค้าออร์แกนิกมักจะมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป แต่ยังคงอยู่ในระดับที่สมเหตุสมผลกับประโยชน์ของสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถได้รับ ซึ่งปัจจุบันความต้องการสินค้าออร์แกนิกมีเพิ่มมากขึ้น อาจส่งผลทำให้ราคาสินค้าลดลงในอนาคตได้อีกด้วย

### สินค้า Pasar Organic จากประเทศไทย





## 7. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก

การค้าปลีกอาหารออร์แกนิกในสิงคโปร์มีการแบ่งแยกระหว่าง 3 ร้านค้าปลีกซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ และร้านค้าปลีกเฉพาะสินค้าออร์แกนิก ดังนี้

1) Cold Storage Supermarket เป็นหนึ่งใน 5 ร้านค้าที่เป็นตลาดพรีเมียม ซึ่งเป็น Gourmet Grocer 5 ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง อีกทั้ง Cold Storage ที่ให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ระดับกลางถึงระดับบน



2) NTUC FairPrice Finest เป็นร้านค้าปลีกไฮเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ที่มีการจัดพื้นที่สำหรับสินค้าออร์แกนิกโดยเฉพาะ และได้มีการรวบรวมสินค้าออร์แกนิกหลากหลายประเภทให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ





3) **Supernature** เป็นผู้นำเข้าสินค้าโดยตรงจากสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร นิวซีแลนด์ ฮอองกง อิตาลี และไทย สำหรับสินค้าที่มีหลายหลาก เช่น อาหารสด อาหารออร์แกนิก อาหารจากธรรมชาติ อาหารเสริม ยาที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในครัวเรือน อีกทั้งยังมีการให้บริการร้านค้าปลีกออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ <http://www.supernature.com.sg> และบริการส่งสินค้าถึงที่บ้านโดยไม่คิดค่าบริการหากมีการซื้อสินค้ามากกว่า 70 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป



4) **Four Seasons** จัดจำหน่ายสินค้าประเภทสินค้าแปรรูปเหมือนกับร้านขายสินค้าออร์แกนิกส่วนใหญ่ และมีสินค้าประเภทอาหารสำหรับทารก โดยส่วนที่เป็นจุดเด่นของ Four Seasons คือ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สดใหม่ สมุนไพรสด ผักและผลไม้สด อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด อีกทั้งยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ <http://www.fourseasonsorganic.sg/>



5) Sheng Siong Supermarket เป็นร้านค้าที่มีการคัดเลือกสินค้าออร์แกนิกมาจัดจำหน่าย



6) Brown Rice Paradise จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีโปรตีนกลูเตน (Gluten-free Products) ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีส่วนผสมของข้าวสาลี (Wheat-free Products) และผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีส่วนผสมของนม (Dairy-free Products) เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาลและโซเดียมต่ำ ขนมหเพื่อสุขภาพ คุกกี้ เครื่องดื่ม อาหารออร์แกนิกสำหรับทารก ผลิตภัณฑ์สำหรับทารก และอื่นๆ

7) The Organic Grocer เป็นร้านค้าที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่สดใหม่ อาหารแห้ง นม เนื้อสัตว์และอาหารทะเลนำเข้า และเครื่องใช้ในครัวเรือน โดยจุดเด่นของร้านนี้ คือ การจำหน่ายกล่องผักสดที่มีผักหลากหลายชนิดบรรจุอยู่ภายใน มีทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ด้วยคุณภาพสินค้าที่ดีและราคาสมเหตุสมผล อีกทั้งยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ <http://www.theorganicgrocer.com>

8) Isetan เป็นร้านซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีการให้บริการแก่กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ตั้งแต่ระดับกลางถึงระดับสูง โดยได้มีการนำสินค้าออร์แกนิกบางส่วนมาจำหน่ายภายในร้าน

ตัวอย่างสินค้าออร์แกนิกที่จำหน่ายภายในร้าน





ตาราง 3 ตารางแสดงร้านค้าที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก

<p>1. NTUC FairPrice Finest</p> 	<p>2. SuperNature</p> 	<p>3. Four seasons organic market</p> 
<p>4. Brown Rice Paradise</p> 	<p>5. Nature's Glory</p> 	<p>6. Organicveda Main Store</p> 
<p>7. Himalayan Premium Foods</p> <p><b>HIMALAYAN PREMIUM FOODS</b> Organically Grown</p>	<p>8. SG Organic</p> 	<p>9. Vita Kids</p> 
<p>10. Eat Organic</p> 	<p>11. Real Food</p> 	<p>12. The Organic Grocer</p> 
<p>13. Yes Nature Retail</p> 	<p>14. Zenxin</p> 	<p>15. Cold Storage</p> 
<p>16. Bud Of Joy</p> 		



## 8. แนวโน้มตลาดสินค้าออร์แกนิกในสิงคโปร์



ตลาดสิงคโปร์มีแนวโน้มความต้องการสินค้าออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้น จากกระแสที่ผู้บริโภคในสิงคโปร์ตื่นตัวในเรื่องของการใส่ใจดูแลสุขภาพและเลือกรับประทานหรือเลือกใช้สินค้าที่ดีต่อสุขภาพมากที่สุด อีกทั้งความสนใจที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอาหารเพื่อการเลือกซื้ออาหารรับประทาน

เนื่องจากผู้บริโภคในสิงคโปร์ส่วนใหญ่มักมีรายได้สูง จึงทำให้มีกำลังซื้อสูงพอที่จะสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่คุณภาพดี สดและสะอาดปลอดภัยต่อร่างกาย ได้รับประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่างับราคา จึงส่งผลให้สินค้าออร์แกนิกต่างๆ เริ่มเป็นที่สนใจและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้บริโภคนิยมที่จะเลือกซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต เพราะความสามารถจัดหาสินค้าหลากหลายประเภทมาจำหน่าย มีความสะดวกสบาย และสามารถซื้อสินค้าอื่นๆ ได้ในเวลาเดียวกัน

Euromonitor International ได้สำรวจจากสมาคมการค้าต่างๆ สำนักพิมพ์ที่เกี่ยวกับการค้าบริษัททำการวิจัย การสัมภาษณ์นักธุรกิจ เพื่อคาดการณ์การขยายตัวของสินค้าออร์แกนิก ปี 2560 - 2563 ปรากฏว่า มูลค่าการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกยังมีแนวโน้มขยายตัวโดยตลอด โดยในปี 2560 จะมีมูลค่ารวม 24,224.40 พันเหรียญสิงคโปร์ ขยายตัวในอัตราร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับปี 2559 และในปี 2563 จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 26,995.50 พันเหรียญสิงคโปร์ คิดเป็นการขยายตัวในอัตราร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่มีมูลค่า 25,939.40 พันเหรียญสิงคโปร์ ทั้งนี้ สินค้าที่ขยายตัวมากเป็นอันดับ 1 คือ สินค้าประเภทข้าว พาสต้า และก๋วยเตี๋ยว อันดับ 2 คือ อาหารทารก และอันดับ 3 คือ ธัญพืชที่เป็นอาหารเช้า รายละเอียดตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 คาดการณ์มูลค่าการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก

ปี 2560 - 2563

ประเภทสินค้า	ยอดขายสินค้าอาหารออร์แกนิก (มูลค่า : 1,000 เหรียญสิงคโปร์)			
	2560	2561	2562	2563
Total : Organic Packaged Food	12,112.2	12,509.7	12,969.7	13,497.8
1. Organic Rice, Pasta and Noodles	9,602.8	9,972.1	10,404.8	10,906.5
2. Organic Baby Food	1,077.9	1,089.0	1,098.3	1,106.0
3. Organic Breakfast Cereals	736.1	738.3	739.8	740.5
4. Organic Confectionery	319.7	334.7	351.1	369.0
5. Organic Oils and Fats	206.4	204.7	202.9	200.8
6. Organic Frozen, Seafood, Fruit and Vegetables	169.3	171.0	172.8	174.9

ที่มา : Euromonitor International

## 9. โอกาสและอุปสรรคของสินค้าออร์แกนิกในตลาดสิงคโปร์

เมื่อศึกษาถึงโอกาสและอุปสรรคของสินค้าออร์แกนิกในตลาดสิงคโปร์ สรุปได้ดังนี้

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
1. ประชากรมีรายได้และการศึกษาสูง รับรู้ถึงประโยชน์ของการบริโภคสินค้าออร์แกนิก	1. ค่าใช้จ่ายในการนำเข้าสินค้าไปจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตมีต้นทุนที่สูง เช่น ค่าธรรมเนียม เป็นต้น
2. ความพึงพอใจและการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้น ความต้องการมากขึ้น และมีคู่แข่งมากขึ้น ทำให้สินค้ามีราคาต่ำลง	2. สิงคโปร์เป็นตลาดเล็ก ดังนั้น การส่งสินค้า จะส่งในปริมาณที่น้อย ทำให้ราคาสูง
3. มีการกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขึ้น เช่น ร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีส่วนของสินค้าออร์แกนิกโดยเฉพาะ และร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าออร์แกนิกโดยเฉพาะ เป็นต้น	3. ยกเว้นซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ 2 แห่ง ที่เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าออร์แกนิกโดยเฉพาะ มีการแยกส่วนการจัดจำหน่ายสูง จึงเป็นสิ่งท้าทายสำหรับผู้ส่งออก โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา
4. ประชากรชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศสิงคโปร์ มีความคุ้นเคยกับอาหารออร์แกนิก	4. ต้นทุนในการส่งเสริมการขายและค่าโฆษณาที่สูง สำหรับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด

## 10. แนวทางการเตรียมสินค้าออร์แกนิกเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์

### 10.1 บรรจุภัณฑ์และการออกแบบ (Packaging and Design)

อาหารออร์แกนิกในสิงคโปร์ยังคงเป็นสินค้าระดับพรีเมียมแทนที่จะเป็นไปตามมาตรฐานหรือตามเศรษฐกิจ ซึ่งมีราคาขายปลีกที่สูงมากกว่าสินค้าทั่วไป เนื่องจากการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นตัวบ่งชี้ถึงความโดดเด่นในการวางตำแหน่งสินค้า และการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และการออกแบบจะช่วยให้เกิดการสร้างแรงดึงดูดในกลุ่มผู้บริโภคในประเทศเพื่อให้เกิดการรับรู้อีกด้วย

### 10.2 การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication)

การทำตลาดและการออกแบบสินค้าออร์แกนิกเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสร้างความสนใจในสินค้าเป็นพิเศษและเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าออร์แกนิกจากสินค้าในตลาดทั่วไป อีกทั้งต้องเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้าออร์แกนิก ซึ่งความโปร่งใสและความชัดเจนของผลประโยชน์ในตัวสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะชนะใจผู้บริโภคได้

### 10.3 การให้ความรู้แก่ผู้บริโภค (Consumer Education)

เพื่อความพยายามที่จะเพิ่มหรือขยายฐานผู้บริโภคให้ได้รับผลประโยชน์จากการบริโภคผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก โดยเน้นในเรื่องของคุณภาพสินค้าเป็นพิเศษตามความเข้มงวดของมาตรฐานสินค้าออร์แกนิกของ USDA ซึ่งไม่อนุญาตให้ใช้พันธุวิศวกรรมหรือ GMOs ในขั้นตอนการผลิต

## 11. โอกาสทางการค้าสินค้าออร์แกนิกไทยในตลาดสิงคโปร์

11.1 สินค้าออร์แกนิกของไทยก็มีความโดดเด่นในด้านมาตรฐานการผลิต คุณภาพ และความหลากหลายของสินค้า ทั้งยังมีความพร้อมทางศักยภาพด้านพื้นที่ในการเพาะปลูก แหล่งวัตถุดิบ การแปรรูปและตลาด ทำให้สามารถผลิต แปรรูป จำหน่ายและบริโภคได้อีกด้วย

11.2 ผู้ส่งออกต้องรักษามาตรฐานและราคาไม่ให้เปลี่ยนแปลงบ่อยมากนัก เพื่อรักษาสถานะตลาดสิงคโปร์ไว้ เพราะสิงคโปร์เองได้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกจากหลายแหล่ง

11.3 โอกาสในการขยายตลาดสินค้าออร์แกนิกไทยยังสดใสตามความต้องการที่สูงขึ้น ดังนั้น เกษตรกรและผู้ผลิตสินค้าออร์แกนิกไทยสามารถสร้างโอกาสทางการค้าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า ออร์แกนิกไทยได้โดยการผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าออร์แกนิกที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในสิงคโปร์ โดยผู้ผลิตไทยควรใช้ปัจจัยสำคัญที่ชาวสิงคโปร์ใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น และหันมาบริโภคอาหารออร์แกนิก ดังนั้น การส่งเสริมการส่งออกอาหารออร์แกนิกไทย เช่น ข้าว ผัก-ผลไม้ จึงสามารถขยายตลาดในสิงคโปร์ได้เป็นอย่างดี

11.4 ผู้บริโภคสิงคโปร์มีกำลังในการซื้อสูงและส่วนใหญ่นิยมบริโภคผลไม้เพื่อสุขภาพ และมีผู้บริโภคบางส่วนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเป็นอย่างมาก โดยจะนิยมรับประทานผลไม้ออร์แกนิก รวมถึงข้าวออร์แกนิกที่เป็นของไทย ซึ่งเกษตรกรไทยก็สามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาดด้วยการส่งออกผลไม้ออร์แกนิก และข้าวออร์แกนิกของไทยสู่ตลาดสิงคโปร์ได้อีกมากเช่นเดียวกัน

11.5 การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐสิงคโปร์ (Health Promotion Board : HPB) อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ชาวสิงคโปร์มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีพร้อมมีสุขภาพแข็งแรง โดยมีการอนุญาตให้นำโลโก้ Healthier Choice มาติดที่บรรจุภัณฑ์สินค้า ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวสิงคโปร์เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งจะทำให้มีความต้องการเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตไทยสามารถส่งออกสู่ตลาดสิงคโปร์ได้เพิ่มขึ้น



11.6 สิงคโปร์มีชาวต่างชาติพำนักอาศัยอยู่จำนวนมาก ซึ่งนับเป็นกลุ่มสำคัญที่นิยมรับประทานอาหารออร์แกนิก ดังนั้น ผู้ผลิตไทยควรศึกษาและรับรู้เรื่องสินค้าออร์แกนิกที่ชาวต่างชาตินิยม และผลิตส่งออกสู่ตลาดสิงคโปร์ เช่น พาสต้าประเภทต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น





## 12. ข้อคิดเห็น

12.1 ตลาดสินค้าออร์แกนิกในสิงคโปร์กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องและความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันนี้ ได้ขยายตัวมาเป็นร้านอาหารออร์แกนิกอีกด้วย โดยร้านอาหารได้มีการใช้ผักและผลไม้ออร์แกนิกมาใช้ในการปรุงอาหาร

12.2 สิงคโปร์ยังผลิตอาหารออร์แกนิกไม่พอบริโภคภายในประเทศ ดังนั้นความต้องการนำเข้าอาหารออร์แกนิกยังต้องขยายตัวต่อเนื่อง จำเป็นต้องนำเข้าสินค้าออร์แกนิกจากต่างประเทศต่อไป

12.3 ไทยจะต้องควบคุมการผลิตสินค้าออร์แกนิกให้เข้ม เพื่อให้ได้ตามมาตรฐานที่ AVA กำหนด และสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้นำเข้าสิงคโปร์และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากไทย

12.4 การจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกในร้านค้าปลีกทั่วไปนั้น ร้านค้าปลีกบางส่วนยังได้มีการจัดช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกออนไลน์และบริการส่งสินค้า เพื่อปรับรูปแบบการบริการให้ตรงตามพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่ชอบความสะดวกสบาย จึงเลือกที่จะทำการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

## 13. สรุป

ปัจจุบันสินค้าออร์แกนิกกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคในสิงคโปร์ เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพร่างกายมากขึ้น จึงเลือกบริโภคแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายที่สำคัญแนวคิดนี้ได้มีการแพร่ขยายออกไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่จนเกิดเป็นเทรนด์รักสุขภาพ

รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิกเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคในสิงคโปร์ และผู้บริโภคชาวสิงคโปร์และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในสิงคโปร์ให้ความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารออร์แกนิกมากขึ้นอีกด้วย

การบริโภคสินค้าออร์แกนิกยังคงมีอยู่อย่างจำกัด เพราะยังคงเป็นตลาดขนาดเล็กเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค (Niche Market) และสินค้าออร์แกนิกมีราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากบรรจุกฎหมายที่มีการออกแบบมาเป็นอย่างดีและคุณภาพของสินค้าที่ดีเยี่ยม เพราะฉะนั้น สินค้าออร์แกนิกจึงได้มีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ที่ระดับพรีเมียม

สิงคโปร์ได้มีการเพาะปลูกผักและผลไม้ออร์แกนิกเพื่อจำหน่ายในประเทศ แต่เนื่องจากพื้นที่ที่มีอยู่จำกัด จึงไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการได้ จึงทำให้ต้องมีการนำเข้าสินค้าออร์แกนิกจากต่างประเทศเข้ามา โดยมีร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ตหลายรายในสิงคโปร์เป็นผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกเข้ามาจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งได้มีการจัดพื้นที่เพื่อจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกโดยเฉพาะ รวมถึงร้านค้าเดี่ยว (Single Store) และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Special Store) ที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกโดยตรง ซึ่งนอกจากนี้ ยังมีร้านอาหารบางร้านได้นำผักและผลไม้ที่เป็นออร์แกนิกมาใช้ในการปรุงอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

-----

รายชื่อผู้นำเข้าสินค้าออร์แกนิกในสิงคโปร์

<p><b>1. Sonamera Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 18 Tampines Industrial Crescent #03-12  Space@Tampines, Singapore 528605  <b>Tel:</b> (+65) 6273 8782  <b>Fax:</b> (+65) 6273 3120  <b>Email:</b> sales@sonamera.com.sg  <b>Website:</b> <a href="http://www.sonamera.com.sg">www.sonamera.com.sg</a></p>	<p><b>2. Kaiser Foods (S) Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 103 Kallang Ave #07-02/03 AIS Ind. Bldg.  Singapore 339504  <b>Tel:</b> (+65) 6841 4747  <b>Fax:</b> (+65) 6841 7997  <b>Website:</b> <a href="http://www.kaiserfoods.com.sg">http://www.kaiserfoods.com.sg</a></p>
<p><b>3. NTUC Fairprice Co-operative Limited</b>  <b>Address:</b> No.1 Joo Koon Circle, Level 13-01  Singapore 629117  <b>Tel:</b> (+65) 6888 1888  <b>Fax:</b> (+65) 6397 4001</p>	<p><b>4. Hen Tick Foods Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 25 Chin Bee Poad, Singapore 619831  <b>Tel:</b> (+65) 6268 1715  <b>Fax:</b> (+65) 6268 5259  <b>Email:</b> sales@hentick.com.sg  <b>Website:</b> <a href="http://www.hentick.com.sg">www.hentick.com.sg</a></p>
<p><b>5. Origins Healthcare Pte Ltd.</b>  <b>Address:</b> 55 Ubi Ave 1 #08-07 Singapore 408935  <b>Tel:</b> (+65) 6745 2402  <b>Fax:</b> (+65) 6745 2243  <b>Email:</b> info@originshealth.com.sg</p>	<p><b>6. H&amp;T Marketing</b>  <b>Address:</b> 2 Soon Wing Road, #07-10, Singapore  347893  <b>Tel:</b> (+65) 6425 6900  <b>Email:</b> esales@htmarketing.info  <b>Website:</b> <a href="http://www.htmarketing.info">www.htmarketing.info</a></p>
<p><b>7. Karstel Marketing Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 10 JLN Kilang Timor #05-04 Singapore  159306  <b>Tel:</b> (+65) 6271 9166  <b>Email:</b> karstel@singnet.com.sg  <b>Website:</b> <a href="http://www.karstel.com">http://www.karstel.com</a></p>	<p><b>8. Gan teck Kar Investments Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 159 Sin Ming Road #02-03 Amtech Building  Singapore 575625  <b>Tel:</b> (+65) 6556 0711  <b>Fax:</b> (+65) 6457 5929  <b>Website:</b> <a href="http://www.gtk.com.sg">http://www.gtk.com.sg</a></p>
<p><b>9. Unitednature (Far East) Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 362 Upper Paya Lebar #05-09 Da Jin  Factory Building Singapore 534963  <b>Tel:</b> (+65) 6858 2322  <b>Fax:</b> (+65) 6858 2344  <b>Website:</b> <a href="http://www.unitednature.com.sg">www.unitednature.com.sg</a></p>	<p><b>10. Health Domain Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 25 Genting Road#04-01 Singapore 349482  <b>Tel:</b> (+65) 6312 6666  <b>Fax:</b> (+65) 6872 5606  <b>Email:</b> general@healthdomain.com.sg  <b>Website:</b> <a href="http://www.healthdomain.com.sg">www.healthdomain.com.sg</a></p>

<p><b>11. Unifood International (S) Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> Blk 5 Ang Mo Kio Industrial Park 2A #02-11  Singapore 567760  <b>Tel:</b> (+65) 6841 3855  <b>Fax:</b> (+65) 6747 4202  <b>Email:</b> sales@unifood.com.sg  <b>Website:</b> www.unisoy.com.sg</p>	<p><b>12. Gourment Internatinal Consultants Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 81 Ubi Avenue 4, #05-16 UB.ond Singapore  408830  <b>Tel:</b> (+65) 6444 4201  <b>Fax:</b> (+65) 6444 2343</p>
<p><b>13. Ban Choon Marketing Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 30 Quality Road Singapore 616803  <b>Tel:</b> (+65) 6777 7333  <b>Fax:</b> (+65) 6777 1400  <b>Email:</b> enquiries@banchoon.com.sg</p>	<p><b>14. Nature's Glory Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 315 Outram Rd #01-09 Tan Boon Liat  Bldg, Singapore 169074  <b>Tel:</b> (+65) 6227 1318  <b>Fax:</b> (+65) 6227 0868  <b>Email:</b> abound@natures-glory.com  <b>Website:</b> www.natures-glory.com</p>
<p><b>15. Fresh N Natural Foods Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 14 Chin Bee Road, Singapore 619824  <b>Tel:</b> (+65) 6547 4222  <b>Email:</b> enquiry@freshnnatural.com.sg  <b>Website:</b> https://freshnnatural.wordpress.com/</p>	<p><b>16. Angliss Singapore Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 232 Pandan Loop, Singapore 128420  <b>Tel:</b> (+65) 6778 8787 (Main)  <b>Fax:</b> (+65) 6778 3966 (Direct)  <b>Website:</b> http://www.angliss.com.sg</p>
<p><b>17. Freshmart Singapore Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 204 Pandan Loop, Singapore 128394  <b>Tel:</b> (+65) 6779 7111  <b>Fax:</b> (+65) 6779 6237  <b>Email:</b> corporate@fmart.com.sg  <b>Website:</b> http://www.fmart.com.sg</p>	<p><b>18. Clouet Trading Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 21 Tagore lane, Singapore 787479  <b>Tel:</b> (+65) 6454 5457  <b>Fax:</b> (+65) 6454 5457  <b>Email:</b> enquiry@ayambrand.com.sg  <b>Website:</b> http://www.ayambrand.com.sg/</p>
<p><b>19. Classic Fine Foods (S) Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 7A, Chin Bee Drive, Level 2 Singapore  619858  <b>Tel:</b> (+65) 6501 5555  <b>Fax:</b> (+65) 6501 5556  <b><a href="http://www.classicfinefoods.com">http://www.classicfinefoods.com</a></b></p>	<p><b>20. Our Choice Pte Ltd</b>  <b>Address:</b> 18 Boon Lay Way #08-110 Trade Hub 21,  Singapore 609966  <b>Tel:</b> (+65) 6686 4438  <b>Website:</b> http://ourchoice.asia/</p>



<p><b>21. Starhealth Pte Ltd</b> <b>Address:</b> Blk 51 Ayer Rajah Crescent #04-15, Singapore 139948 <b>Tel:</b> (+65) 6262 6060 <b>Email:</b> sales@starhealth.com.sg <b>Website:</b> <a href="http://starhealth.com.sg">http://starhealth.com.sg</a></p>	<p><b>22. Damon &amp; Diorne Pte Ltd</b> <b>Address:</b> 220 Taqore Lane #04-03 Liberty Warehouse, Singapore 787600 <b>Tel:</b> (+65) 9689 6066 or 0 <b>Fax:</b> (+65) 6853 3198 <b>Website:</b> <a href="http://www.healthytimes.sg">www.healthytimes.sg</a></p>
<p><b>23. Purveyance Asia Pacific Pte Ltd</b> <b>Address:</b> 5 AMK Ind 2A #07-18 Singapore 567760 <b>Tel:</b> (+65) 6542 5525 <b>Fax:</b> (+65) 6542 8625 <b>Email:</b> general@purvey-int.com <b>Website:</b> <a href="http://www.iluvorganic.com">www.iluvorganic.com</a></p>	

### บรรณานุกรม

- Agri-Food & Veterinary Authority : [www.ava.gov.sg](http://www.ava.gov.sg)
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ : [www.ditp.go.th/](http://www.ditp.go.th/)
- Organic Food Certification จาก Best Organic Food : <http://www.bestorganicfood.sg/>
- Organic Packaged Food in Singapore จาก Euromonitor International : [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Organic Beverage in Singapore จาก Euromonitor International : [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- Organic Food and Organic Food in Singapore จาก <http://www.organicfood.sg/>
- Organic Foods จาก Gain Report : <https://gain.fas.usda.gov/>

### เครดิตรูปภาพ

- รูปภาพสินค้าจากเว็บไซต์ <http://theorganicgrocer.com.sg>
- รูปภาพอื่น ๆ จากเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com)