

## ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหราชอาณาจักร

### 1. ภาพรวมตลาด

Soil Association ซึ่งเป็นองค์กรเพื่อการกุศล (charity) ที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อส่งเสริมการเกษตรและอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นองค์กรรับรองมาตรฐานการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญในสหราชอาณาจักร ได้จัดทำรายงานเกี่ยวกับสถานะตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหราชอาณาจักรในปี 2553 สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

- สหราชอาณาจักรเป็นตลาดผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกใหญ่เป็นอันดับ 3 ของยุโรป รองจากเยอรมัน และฝรั่งเศส ตามลำดับ

- ยอดขายสินค้าออร์แกนิกในสหราชอาณาจักรมีมูลค่ารวม 1.84 พันล้านปอนด์ ในปี 2552 ลดลงในอัตราร้อยละ 12.9 จากปีก่อนหน้า โดยเป็นปีแรกที่ยอดขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหราชอาณาจักรเริ่มตกจากปัญหาการหดตัวทางเศรษฐกิจและการว่างงานที่สูงมาก ทำให้ผู้บริโภคต้องจำกัดรายจ่าย และลดการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีราคาแพงกว่าสินค้าธรรมดา นอกจากนี้ ร้านค้าปลีกรายใหญ่ลดพื้นที่จำหน่ายและลดจำนวนประเภทสินค้าออร์แกนิกที่ขายภายในร้านลง อย่างไรก็ตาม สินค้าบางรายการสามารถต้านทานแนวโน้มการชะลอตัวของตลาด ซึ่งในส่วนของสินค้าอาหาร คือ นมออร์แกนิก อาหารสำหรับทารก และ home cooking ingredients โดยเฉพาะอาหารสำหรับทารกที่มีอัตราการขยายตัวของยอดขายสูงถึงร้อยละ 20.8 เนื่องจากพ่อแม่ให้ความสำคัญกับอาหารที่ให้กับลูกและพร้อมที่จะจ่ายราคาแพงสำหรับอาหารที่มีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัย นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพออร์แกนิกก็มีอัตราการขยายตัวสูง

- ในปี 2553 ตลาดมีแนวโน้มกลับมากะเตื้องขึ้น โดยตัวเลขยอดขายล่าสุด ในรอบ 3 เดือนสิ้นสุด 31 ตุลาคม 2553 ลดลงร้อยละ 1 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ตรงกับคาดการณ์ที่ว่า การหดตัวของตลาดได้ผ่านจุดต่ำสุดไปแล้ว และ Soil Association คาดว่า ตลาดจะโตทั้งปีประมาณร้อยละ 2-5

- ประเภทสินค้าที่มียอดขายสูงสุดในปี 2552 คือ ผลิตภัณฑ์นม (มีส่วนร้อยละ 33 ของยอดขายสินค้าออร์แกนิกทั้งหมด) ตามด้วยผักและผลไม้สด (มีส่วนร้อยละ 26) home cooking ingredients (ร้อยละ 6) และเครื่องดื่ม (ร้อยละ 6)

### 2. พฤติกรรมการบริโภค

- ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าออร์แกนิกอย่างสม่ำเสมอ (มากกว่า 1 ครั้งใน 2 สัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 9 ของผู้บริโภคทั้งหมด แต่มียอดการซื้อสินค้าสูงถึงร้อยละ 56 ซึ่งหมายความว่า กว่าร้อยละ 50 ของยอดขายสินค้าออร์แกนิกทั้งหมด พึ่งพาผู้บริโภคกลุ่มนี้

- รองลงมา คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออร์แกนิก มากกว่า 1 ครั้งใน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 14 ของผู้บริโภคทั้งหมด และร้อยละ 21 ของยอดขาย

- ผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการอ่านฉลากสินค้าและเน้นซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี และเลือกซื้อสินค้าโดยให้ความสำคัญกับสินค้าที่ผลิตในประเทศ สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่มีส่วนประกอบที่เป็น GMO สินค้าที่ไม่เอาัดเอาเปรียบผู้ผลิตในประเทศด้อยพัฒนา (fair trade) มากกว่าผู้บริโภคสินค้าทั่วไปอย่างมาก

- ร้อยละ 64 ของผู้บริโภคซื้อสินค้าอาหารออร์แกนิกจากซูเปอร์มาร์เก็ต

### 3. ช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกแบ่งออกได้เป็น 2 ช่องทางหลัก คือ

3.1 **ห้างซูปเปอร์มาเก็ตหลัก (multiple retailers) ของสหราชอาณาจักร** ซึ่งวางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างแพร่หลาย คือ Tesco, Sainsbury's, Waitrose, Asda, Morrisons; The Co-operative มียอดขายสินค้าอแกนิกรวมกันในปี 2552 1.35 พันล้านปอนด์ พร้อมส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 73.7

- **Tesco** เป็นห้างซูปเปอร์มาเก็ตที่ขายสินค้าอแกนิกใหญ่เป็นอันดับ 1 ในสหราชอาณาจักร มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 27.5 มีสินค้าอแกนิกมากกว่า 800 รายการ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ของสินค้าอแกนิกที่ขายในห้างใช้แบรนด์ของตัวเอง (own-label) โดยประมาณร้อยละ 31.8 ของยอดขายสินค้าอแกนิกทั้งหมด เป็นผักและผลไม้สด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์นม (ประมาณร้อยละ 28.7) และเนื้อสัตว์ (ประมาณร้อยละ 10.9) ตามลำดับ Tesco คาดการณ์ว่าในปี 2553 ยอดขายสินค้าอแกนิกของห้างฯ จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1

- **Sainsbury's** เป็นห้างซูปเปอร์มาเก็ตที่ขายสินค้าอแกนิกใหญ่เป็นอันดับสอง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 23.6 ซึ่งสินค้าอแกนิกที่ทำยอดขายได้ดีที่สุดของห้างฯ คือ อาหารสำหรับทารก นม และเครื่องดื่มชา/กาแฟ

- **Waitrose** มีสินค้าอแกนิกขายมากที่สุดถึงกว่า 2,600 รายการ และเป็นห้างที่กลุ่มลูกค้าอแกนิกเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอแกนิกอย่างสม่ำเสมอ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20.9 ทั้งนี้ ประมาณร้อยละ 23 ของยอดขายสินค้าอแกนิกใช้แบรนด์ของตัวเอง โดยแบรนด์คุณภาพระดับบนสุด คือ แบรนด์ Duchy Originals ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ Waitrose ซื้อ exclusive rights จากเจ้าฟ้าชายชาร์ลส์ผู้ก่อตั้งแบรนด์ดังกล่าว (โดยเจ้าฟ้าชายชาร์ลส์ได้ใช้พื้นที่ของ Duchy Home Farm ใน Cornwall เป็นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ -organic farm ทั้งนี้ ภายหลังที่ Waitrose ซื้อแบรนด์ Duchy Originals ไป Duchy Home Farm ก็ยังผลิตสินค้าอแกนิกให้กับ Waitrose) โดยสินค้าอแกนิกที่ทำยอดขายได้ดีที่สุดของห้าง คือ grocery เบียร์/สุรา ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว/น้ำหอม Waitrose คาดการณ์ว่าในปี 2553 ยอดขายสินค้าอแกนิกของห้างฯ จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3-5

- **Asda** มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 9.2 โดยสินค้าอแกนิกที่ทำยอดขายได้ดีที่สุดของห้างฯ คือ อาหารสำหรับทารก และนม

### 3.2 **ช่องทางการจำหน่ายที่ไม่ใช่ซูปเปอร์มาเก็ตหลัก (non-multiple Retailers)**

- **Box schemes / home delivery/ mail order** : ประกอบด้วยผู้ผลิตรายย่อยที่มีลูกค้าประจำประมาณ 100 ราย ไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีลูกค้าเป็นหมื่นรายต่อสัปดาห์ โดยมียอดขายรวม 154.2 ล้านปอนด์ พร้อมส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8.4

- **Farm Shop** ซึ่งมีจำนวนกว่า 1,000 แห่งในสหราชอาณาจักร ขายสินค้าอาหารอแกนิกที่ผลิตภายในฟาร์ม โดยมียอดขายรวม 32.67 ล้านปอนด์ พร้อมส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.8

- **Farmers' Market** ซึ่งมีจำนวนกว่า 500 แห่งในสหราชอาณาจักร โดยมียอดขายรวม 18.96 ล้านปอนด์ พร้อมส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.0 โดยเป็นช่องทางการจำหน่ายที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

- **Catering/restaurants** : มียอดขายรวม 16.47 ล้านปอนด์ พร้อมส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 0.9

- **Other independent retailers** : มียอดขายรวม 261.1 ล้านปอนด์ พร้อมส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 14.2 ได้แก่ ห้างซูปเปอร์มาเก็ตที่จำหน่ายสินค้าอแกนิกเป็นการเฉพาะ เช่น Whole Food Market ซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกอาหารธรรมชาติและอาหารอแกนิก (natural and organic foods) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีบริษัทแม่ตั้งอยู่ที่สหรัฐอเมริกา Whole Foods Market เข้าสู่ตลาดสหราชอาณาจักรเมื่อปี ค.ศ. 2004 โดยการเข้าซื้อกิจการของ Fresh & Wild ซึ่งเป็นร้านขายสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร

อาณาจักรในช่วงเวลานั้น ปัจจุบัน Whole Foods Market มีสาขาทั้งสิ้น 5 สาขา ตั้งอยู่ในกรุงลอนดอน และ Planet Organic ซึ่งปัจจุบันมีสาขาจำนวน 4 สาขาในกรุงลอนดอน

#### 4. ประเภทสินค้าออร์แกนิกที่เป็นที่นิยมในตลาดสหราชอาณาจักร

ปัจจุบันมีสินค้าออร์แกนิกที่เป็นที่นิยมในตลาดสหราชอาณาจักรมี ดังนี้

##### 4.1 สินค้าอาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิก

- ผลิตภัณฑ์นม มียอดขายสูงถึง 447.7 ล้านปอนด์ ในปี 2552 ลดลงร้อยละ 5.5 จากปีก่อนหน้า และมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 33 ของมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิกโดยรวม โดยนมออร์แกนิกซึ่งมียอดขายสูงสุดในสินค้ากลุ่มนี้ มีอัตราการขยายตัวของยอดขายเพิ่มสูงขึ้น

- ผักและผลไม้สด มียอดขาย 352.8 ล้านปอนด์ ลดลงร้อยละ 14.8 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 26 ของมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิกโดยรวม

- อาหารสำหรับเด็ก (baby food) มียอดขายในประเทศรวมกว่า 100 ล้านปอนด์ และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นแม้ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ โดยอัตราการขยายตัวของยอดขายเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 20.8 ในปี 2552 โดยผู้ประกอบการรายสำคัญในตลาดส่วนนี้ คือ Heinz; Cow&Gate; Hipp; Organix; Ella's Kitchen และ Plum Baby โดย product innovation เป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มยอดขาย

- เครื่องดื่ม มียอดขายรวมทั้งหมด 81.4 ล้านปอนด์ โดยเครื่องดื่มร้อนประเภทชาและกาแฟมียอดขาย 54.3 ล้านปอนด์ และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มียอดขาย 27.1 ล้านปอนด์ โดยมีอัตราการขยายตัวลดลง

- อาหารและเครื่องดื่มเย็น (chilled food / drink) เช่น pizza; ready meals มียอดขายประมาณ 54.3 ล้านปอนด์ โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 21.4

- ขนมปัง ขนมอบอื่นๆ มียอดขายในประเทศรวมประมาณ 40.7 ล้านปอนด์ โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 39.8

##### 4.2 สินค้าที่ไม่ใช่อาหาร

- สิ่งทอออร์แกนิก (organic textiles) ยอดขายสิ่งทอออร์แกนิกอยู่ที่ประมาณ 100 ล้านปอนด์ โดยยอดขายได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทั้งนี้ ผ้าฝ้ายออร์แกนิกคิดเป็นร้อยละ 90 ของยอดขายสิ่งทอออร์แกนิกโดยรวมในสหราชอาณาจักร และสหราชอาณาจักรมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 10 ของตลาดผ้าฝ้ายออร์แกนิกโลก แบรินด์ต่างๆที่ใช้ผ้าฝ้ายออร์แกนิก ได้แก่ Timberland; Nike; Marks & Spencer; Gap และ New Look แต่ไม่ได้มีขึ้นวางขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกต่างหากภายในร้าน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80 ของสิ่งทอออร์แกนิกที่ขายในสหราชอาณาจักร ส่วนที่เหลือของสิ่งทอออร์แกนิก ได้แก่ เสื้อผ้า ผ้าคลุมเตียง (bed linen) และผ้าอ้อม (nappies) มีการแยกวางขายและโฆษณาชัดเจนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ส่วนผู้ประกอบการรายย่อยลงมา ได้แก่ People Tree ; Howies; Green Baby; Greenfibres และ Seasalt เป็นต้น

- ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมียอดขายในส่วน of ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง (certify) 36 ล้านปอนด์ในปี 2552 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองโดย Soil Association มียอดขาย 16.8 ล้านปอนด์ โดยแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุด คือ Neals Yard Remedies อนึ่ง ปัญหาในปัจจุบันของสินค้าในกลุ่มนี้ คือ ไม่มีกฎระเบียบทางการของสหภาพยุโรปควบคุมโดยตรงในส่วน of added-value labelling และ advertising claims ส่งผลให้มีการหลอกลวงโดยระบุว่าใช้ส่วนผสมออร์แกนิกแต่จริงๆแล้วไม่ใช่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น



organic pre-packaged food ผลิตในสหภาพยุโรป จากเดิมที่เป็นแบบสมัครใจ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2010 เป็นต้นไป ทั้งนี้ สำหรับ non pre-packaged organic products ที่ผลิตในสหภาพยุโรป หรือนำเข้าจากประเทศที่ 3 การใช้ EU-logo ให้เป็นไปตามความสมัครใจ นอกจากนี้ แต่ละประเทศสมาชิกสามารถใช้ national และ private logos เพิ่มเติมได้



EU-logo

6.1.5 กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระบบควบคุม (control system) ที่แต่ละประเทศสมาชิกจะต้องจัดตั้งขึ้นมา เพื่อให้การดำเนินการตามกฎระเบียบ Regulation (EC) No 834/2007 ซึ่งเป็นกฎระเบียบกลางเป็นไปอย่างสอดคล้องกัน โดยระบบควบคุมจะต้องสามารถบ่งบอก traceability ของสินค้าแต่ละตัวในทุกขั้นตอนการผลิต การจัดจำหน่าย ทั้งนี้ เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้บริโภคว่า สินค้าออกแอกนิกได้รับการผลิตตามข้อกำหนดในกฎระเบียบของสหภาพยุโรป

6.1.6 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อแอกนิกนำเข้าจากประเทศที่สามจะกระทำได้อีกต่อเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการผลิตและควบคุมภายใต้เงื่อนไขเดียวกันหรือเทียบเท่ากับของสหภาพยุโรป **โดย Commission Regulation (EC) No 1235/2008 ลงวันที่ 8 ธันวาคม 2008 ระบุรายละเอียดของ rules ในการปฏิบัติตาม Regulation (EC) No 834/2007 ในส่วนที่เกี่ยวกับการนำเข้าผลิตภัณฑ์อแอกนิกจากประเทศที่สาม** สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

- ให้คงอาร์เจนตินา ออสเตรเลีย คอสตาริกา อินเดีย อิสราเอล และนิวซีแลนด์ ไว้ในบัญชี List of Recognised Third Countries ที่มีระบบการผลิตและมาตรการควบคุมการผลิตผลิตภัณฑ์อแอกนิกที่เทียบเท่ากับของสหภาพยุโรป และเพิ่มอีก 3 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น ตูนิเซีย และสวิตเซอร์แลนด์ รวมเป็น 9 ประเทศ

- การนำเข้าจากประเทศที่สามอื่นที่ยังไม่มี bilateral recognition และจึงยังไม่มีรายชื่ออยู่ในบัญชี Recognised Third Countries นั้น จะต้องมีการ certification of inspection ออกโดยหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับโดยคณะกรรมการการยุโรปให้เป็น control bodies and control authorities ในประเทศนั้น ซึ่งการจะเป็น control bodies and control authorities ของประเทศนั้นๆ ได้ หน่วยงานนั้นจะต้องยื่น application ขอรับการประเมินจากคณะกรรมการการยุโรปว่าสามารถดำเนินการตามเงื่อนไขใน Article 32 ของ Regulation (EC) No 834/2007 ได้ ซึ่งหากผ่านการประเมินว่าได้มาตรฐานเทียบเท่ากับของสหภาพยุโรปหรือใช้มาตรฐานของสหภาพยุโรป หน่วยงานนั้นๆก็จะมีรายชื่อปรากฏใน List of Recognized Control Bodies and Control Authorities for the purpose of compliance และจะถูก supervise โดยคณะกรรมการการยุโรปและประเทศสมาชิกโดยตรง

6.1.7 Commission Regulation (EC) No. 889/2008 ลงวันที่ 5 กันยายน 2008 ระบุรายละเอียดของ rules ในการปฏิบัติตาม Regulation (EC) No 834/2007 ในส่วนที่เกี่ยวกับการผลิต และการปิดฉลากผลิตภัณฑ์อแอกนิก รายละเอียดสามารถดูได้จาก website <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:250:0001:0084:EN:PDF>

6.2 นอกจากนี้ กฎหมาย/กฎระเบียบอื่นๆทั้งหมดที่ใช้กับ non-organic food ก็ใช้กับ organic food ด้วย

6.3 ในกรณีของสหราชอาณาจักร หน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ Defra (Department for Environment, Food and Rural Affairs) ซึ่งได้ตั้ง Advisory Committee on Organic Standards

(ACOS) ประกอบด้วยตัวแทนจากภาครัฐ ธุรกิจ และผู้บริโภค ขึ้นมาเป็นหน่วยงานสนับสนุน โดย ACOS ทำหน้าที่หลักๆ คือ ให้คำปรึกษาแก่รัฐบาลเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าออร์แกนิก ให้ความเห็นชอบหน่วยงานรับรอง และทำการวิจัย (R&D) ทั้งนี้ ปัจจุบัน หน่วยงานรับรองที่เป็น Approved UK Certification Bodies มีทั้งหมด 9 หน่วยงาน ประกอบด้วย

- Soil Association Certification Ltd.
- Biodynamic Agricultural Association
- Organic Farmers & Growers Ltd.
- Organic Food Federation
- Scottish Organic Producers Association
- Irish Organic Farmers & Growers Association
- Organic Trust Limited
- Quality Welsh Food Certification Ltd.
- Ascisco Ltd.

รายละเอียดสามารถดูได้จาก website ของ Defra ที่

<http://www.defra.gov.uk/foodfarm/growing/organic/standards/certbodies/approved.htm>

- แต่ละหน่วยงานรับรองจะมีตราสัญลักษณ์มาตรฐานของตนเอง สำหรับตราสัญลักษณ์มาตรฐานของ Soil Association (Soil Association Organic Standard) ถือเป็น certification mark ที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุดของสหราชอาณาจักร โดยให้การรับรองสินค้าออร์แกนิกร้อยละ 70 ของสินค้าออร์แกนิกในตลาดสหราชอาณาจักร

- นอกจากนี้ Soil Association ยังมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลและโน้มน้าวผู้บริโภคให้หันมาบริโภคสินค้าออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้น website ของ Soil Association จะให้ข้อมูลที่น่าสนใจ

#### ตราสัญลักษณ์มาตรฐานของ Soil Association



#### 6.4 ระบบการนำเข้าสินค้าออร์แกนิกจากประเทศที่ 3 ที่ไม่ใช่ EU-Recognised Third Countriesมายังสหราชอาณาจักร

ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกจากนอกสหภาพยุโรป Council Regulation 834/2007 แยกประเภทผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกออกเป็น 3 ประเภท ขึ้นกับว่าเป็นการนำเข้าจากประเทศที่ 3 ในกลุ่มใด อย่างไรก็ตาม จนวนกว่าระบบใหม่นี้จะ fully implemented การนำเข้าผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกมีประเภทที่ 4 คือ ต้องขออนุญาตจาก Defra ดังนี้

(1) กรณีที่ผลิตภัณฑ์นำเข้ามาจากผู้ผลิตที่ได้รับการควบคุมโดย Control body ในประเทศที่ 3 ที่ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการยุโรป ตาม Article 33 (2) Council Regulation 834/2007

(2) กรณีที่ผลิตภัณฑ์นำเข้ามาจากผู้ผลิตที่ได้รับการควบคุมโดย Control body ในประเทศที่ 3 ที่มีชื่อปรากฏในบัญชีรายชื่อ List of Third Countries Control Bodies ที่ได้รับการยอมรับจาก คณะกรรมการยุโรปว่าใช้มาตรฐานที่เทียบเท่ากับของสหภาพยุโรป ตาม Article 33(3) Council Regulation 834/2007

(3) กรณีที่ผลิตภัณฑ์นำเข้ามาจากผู้ผลิตที่ได้รับการควบคุมโดย Control body ในประเทศที่ 3 ที่มีชื่อปรากฏในบัญชีรายชื่อ List of Third Countries Control Bodies ที่ใช้มาตรฐานอแกนิกของ สหภาพยุโรป ตาม Article 32 Council Regulation 834/2007

(4) กรณีการนำเข้าได้รับอนุญาตจาก Defra (ในส่วนของสหราชอาณาจักร) ตาม Article 19 of Regulation 1235/2008

เงื่อนไขการนำเข้ามีรายละเอียดที่แตกต่างกันขึ้นกับว่าเป็นการนำเข้าจากประเทศที่ 3 ในกลุ่มใด ดังนี้

#### **6.4.1 Products imported from other third countries where the control body has been recognised as applying equivalent standard :**

- Article 33(3) Council Regulation 834/2007 กำหนดให้คณะกรรมการยุโรปรวบรวม รายชื่อ individual control bodies ที่ดำเนินการในแต่ละประเทศที่ 3 ที่คณะกรรมการยุโรปยอมรับ (recognize) ว่ามีการใช้มาตรฐานการผลิตและการควบคุมที่เทียบเท่า (equivalent) กับมาตรฐานอัญ

- การนำเข้าผลิตภัณฑ์อแกนิกจากผู้ส่งออกที่ได้รับใบอนุญาต (license) จาก control body ไม่ต้องขออนุญาตจาก Defra แต่ผู้นำเข้าต้องจดทะเบียนกับหนึ่งใน UK Organic Certifying Authorities ที่ได้รับการ approve จาก Defra และต้องมีใบ Certificate of Inspection ออกโดยหนึ่งใน Approved Inspection bodies ในประเทศที่ 3 ตาม Annex IV ของ Commission Regulation 1235/2008 สำหรับ แต่ละ consignment ที่เข้าสหภาพยุโรป

#### **6.4.2 Products imported from other third countries where the control body has been recognised as applying EU organic standards**

- Article 32 Council Regulation 834/2007 กำหนดให้คณะกรรมการยุโรปยอมรับ individual control bodies ในประเทศที่ 3 ว่ามีการใช้มาตรฐานการผลิตและการควบคุมของอัญ

- การนำเข้าผลิตภัณฑ์อแกนิกจากผู้ผลิตที่ได้รับใบอนุญาต (license) จาก compliant control body ไม่ต้องขออนุญาตจาก Defra แต่ผู้นำเข้าต้องจดทะเบียนกับหนึ่งใน UK Organic Certifying Authorities ที่ได้รับการ approve จาก Defra และต้องมี documentary evidence ตาม แบบฟอร์มใน Annex II ของ Commission Regulation 1235/2008

6.4.3 อนึ่ง เนื่องจากการจัดทำบัญชี รายชื่อ Control Bodies ตาม Articles 32 และ 33(3) ของ Council Regulation 834/2007 ใช้เวลา ดังนั้น ระบบเดิมที่ให้ประเทศสมาชิกออกใบอนุญาตการนำเข้าผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกจากประเทศที่สามจะยังคงใช้ต่อไปในช่วงนี้

รายละเอียดสามารถดูได้จาก website ของ Defra ที่ <http://www.defra.gov.uk/foodfarm/growing/organic/imports/index.htm#1>

## 7. ข้อมูลและความเห็นเพิ่มเติม

7.1 เป็นที่คาดหวังว่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหราชอาณาจักรจะกลับมาขยายตัว จากกระแสที่ประชาชนผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับด้านสุขภาพอนามัย และหันมาบริโภคสินค้าอาหารที่มีความสะอาดปลอดภัย รวมทั้งเกี่ยวกับด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

7.2 นอกจากสินค้าอาหารออร์แกนิกแล้ว สินค้าเสื้อผ้าออร์แกนิก และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเพื่อความงาม ก็ได้รับความนิยมสนใจมากขึ้น ซึ่งนับว่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีช่องทางที่จะขยายไปสู่ประเภทสินค้าใหม่ๆ ได้เพิ่มขึ้นอีกมาก

7.3 สำหรับปัญหาอุปสรรคที่อาจมีผลกระทบต่อการขยายการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์มายังตลาดแห่งนี้ ได้แก่ การที่สหภาพยุโรปกำหนดระเบียบหลักเกณฑ์มาตรฐานการผลิตสินค้าประเภทนี้ไว้สูง และมีรายละเอียดค่อนข้างมาก รวมทั้งเงื่อนไขการนำเข้าจากประเทศที่ 3 ดังนั้น ผู้ผลิตและส่งออกของไทย ควรศึกษาข้อมูลและติดตามความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

7.4 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural & Organic Products Europe ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปีที่กรุงลอนดอน จะช่วยเปิดโอกาสให้ได้พบกับผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าธรรมชาติและออร์แกนิกในสหราชอาณาจักร รายละเอียดเกี่ยวกับงาน Natural & Organic Products Europe ดูได้ที่ website <http://www.naturalproducts.co.uk/>