



สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

โดย

นางสาวกุลชา รัตน์นรา

รหัสนักศึกษา 05590585

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตร์บัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อสารนิพนธ์	การศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน
ผู้เขียน	นางสาวกุลชา รัตนนรา
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

อาหาร เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่เนื่องจากการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพมาใช้นั้น ส่งผลให้แนวคิดอาหารปลอดภัยจึงกำลังได้รับความนิยม สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย สัดส่วนทางการตลาด และ นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน จากการศึกษาพบว่า มูลค่าการจำหน่ายอาหารปลอดภัย ประเภท Green Food ตั้งแต่ ค.ศ.2006-2018 มีการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 2.47 เท่า โดยผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป มีสัดส่วนทางการตลาดสูงที่สุด ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 58 นับว่าอาหารปลอดภัยในประเทศจีน กำลังอยู่ในช่วงเติบโตของทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมอาหารปลอดภัยในประเทศจีน โดยสร้างมาตรฐานอาหารปลอดภัยของประเทศ ให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล และ มีการจัดงานแสดงอาหารปลอดภัยจากภาคเอกชน ส่วนการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัย และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีนนั้น พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้ 1,000-4,999 RMB ต่อเดือน มักเลือกซื้ออาหารปลอดภัยจากห้างร้านทั่วไป เพราะ สะดวก จากปัจจัยด้านสุขภาพและความปลอดภัย โดยคำนึงถึงความง่ายต่อการหาซื้อและบรรจุภัณฑ์ เป็นหลัก และมักเลือกจากเครื่องหมาย Green Food ที่กำกับ เพราะ พบเห็นบ่อย โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา ตรงกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงการศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทยและประเทศจีนใน ค.ศ.1990-ปัจจุบัน พบว่า ทั้งสองประเทศมีนโยบายเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ช่วงแรกเป็นการวางรากฐาน โดยเน้นการสนับสนุนมาตรฐานอาหารประเภทปลอดภัยจากสารพิษและอนามัย ต่อมาเน้นการวางรากฐานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้เท่าเทียมกับสากล ในปัจจุบัน มีการผลักดันนโยบายเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย โดยเฉพาะอาหารอินทรีย์ ให้เป็นการผลิตเพื่อส่งออก โดยมีการทำข้อตกลงร่วมกันกับองค์กรจากต่างประเทศ

คำสำคัญ: อาหารปลอดภัย, กลยุทธ์ทางการตลาด, พฤติกรรมผู้บริโภค, ประเทศจีน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศไทย” เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

งานวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปันสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงร่างวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และคอยชี้แนะ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดี ทำให้สารนิพนธ์นี้สำเร็จไปได้ด้วยดี และ ขอขอบคุณครอบครัว และ เพื่อน ๆ ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจ เป็นที่ปรึกษา และ ให้ความช่วยเหลือ ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และ ผู้ที่สนใจ ไม่มากนักน้อย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

กุลชา รัตนนรา

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 นโยบายและกลยุทธ์.....	6
2.3 อาหารปลอดภัย (Food Safety)	13
2.4 ข้อมูลทั่วไปของประเทศจีน	15
2.5 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของประเทศจีน	16
2.6 เอกสารและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีการศึกษาวิจัย	21
3.1 ขอบเขตการศึกษา	21
3.2 วิธีจัดกระทำข้อมูล	21
3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.4 แหล่งที่มาของข้อมูล	22
3.5 เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	23
4.1 การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย และ สัดส่วนทางการตลาด ของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน	23
4.2 การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัยและ กลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน	41

เรื่อง	หน้า
4.3 การศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทยและประเทศจีน	50
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	58
5.1 สรุปผลการศึกษา	58
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	60
5.3 ข้อเสนอแนะ	62
5.4 ข้อจำกัดการศึกษา	62
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	77
ประวัติผู้วิจัย	90
แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์	91

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer behavior)	5
ภาพที่ 2 เครื่องหมายรับรอง Euro Leaf	6
ภาพที่ 3 เครื่องหมายรับรอง USDA	7
ภาพที่ 4 เครื่องหมายรับรอง IFOAM	8
ภาพที่ 5 เครื่องหมายรับรอง Organic Thailand และ เครื่องหมาย GAP	9
ภาพที่ 6 เครื่องหมายรับรอง JAS	10
ภาพที่ 7 เครื่องหมายรับรอง COFCC หรือ 有机食	11
ภาพที่ 8 เครื่องหมายรับรองอาหารสีเขียวประเภท AA และ A	32
ภาพที่ 9 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองอาหารสีเขียวประเภท A กำกับ	33
ภาพที่ 10 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ COFCC	34
ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์ COFCC	34
ภาพที่ 12 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ (Pollution-free agricultural products)	35
ภาพที่ 13 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรอง Pollution-free agricultural products	35
ภาพที่ 14 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ OFDC	36
ภาพที่ 15 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์ OFDC	37
ภาพที่ 16 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์แห่งชาติจีน ประเภทอินทรีย์ อินทรีย์แปลง และ GAP	38
ภาพที่ 17 ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ	38
ภาพที่ 18 สัญลักษณ์งาน BIOFACH CHINA	39
ภาพที่ 19 สัญลักษณ์งาน CINHOE	40

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบมาตรฐานระบบผลิตเกษตรอินทรีย์ แบบที่1	12
ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบมาตรฐานระบบผลิตเกษตรอินทรีย์ แบบที่2	12
ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระดับผักและอาหารปลอดภัย	14
ตารางที่ 4 มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหาร Green food ในประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.2006-ค.ศ.2018	24
ตารางที่ 5 สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2008	27
ตารางที่ 6 สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2014	28
ตารางที่ 7 สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2018	29
ตารางที่ 8 ข้อแตกต่างระหว่าง อาหารสีเขียว ระดับ AA และ ระดับ A	32
ตารางที่ 9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
ตารางที่ 10 สาเหตุในการเลือกรับประทานอาหารปลอดภัยของชาวจีน	44
ตารางที่ 11 สัญลักษณ์ที่ชาวจีนมักมองหา ในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย	45
ตารางที่ 12 สาเหตุ ในการเลือกสัญลักษณ์อาหารปลอดภัยต่าง ๆ ของชาวจีน	46
ตารางที่ 13 ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ของชาวจีน	47
ตารางที่ 14 ช่องทางการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของชาวจีน	48
ตารางที่ 15 ความต้องการให้อาหารปลอดภัยในประเทศจีนพัฒนาเปลี่ยนแปลงในอนาคตของชาวจีน	49
ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบนโยบายด้านอาหารปลอดภัยของประเทศไทยและประเทศจีน	51

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน การใช้ชีวิตแบบรักสุขภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กำลังได้รับความนิยม โดยเฉพาะในทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา อีกทั้งกำลังเป็นที่สนใจในกลุ่มผู้บริโภคชาวเอเชีย รวมถึงในประเทศจีนด้วย จึงทำให้เกิดแนวทางการเลือกรับประทานอาหารประเภทปลอดสารพิษ หรืออาหารออร์แกนิก (Organic) เพื่อสุขภาพขึ้น ธุรกิจอาหารปลอดภัยในรูปแบบต่าง ๆ จึงเข้ามาเป็นหนึ่งในตัวเลือกของผู้บริโภคที่จะเลือกบริโภคอาหารได้อย่างมีนัยยะสำคัญ ถึงแม้ว่าอาหารออร์แกนิกจะมีราคาสูงกว่า เนื่องจากมีปัจจัยที่ต้องควบคุมกระบวนการผลิตมากกว่า ทำให้ต้นทุนสูงกว่า แต่ก็มีกลุ่มผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายเงินส่วนต่างนั้นเพื่อแลกกับประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนั้นก็ยังมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเกษตรกรซึ่งเป็นอาชีพหลักของประเทศไทย ทั้งด้านรายได้และด้านสุขภาพ

มนุษย์รู้จักการทำเกษตรกรรมเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์เพื่อการดำรงชีพ มาตั้งแต่สมัย 10,000 ปีก่อนคริสตกาล ต่อมาพัฒนาเป็นการผลิตเพื่อการค้า จนกระทั่งปี ค.ศ.1960 เกิดการปฏิวัติเขียว (Green Revolution) คือ การนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเกษตรเข้ามามีบทบาทในการทำเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มผลผลิต ทั้งการปรับปรุงพันธุ์ การใช้เครื่องจักร รวมถึงการใช้สารเคมี นำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านสุขภาพของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค แนวคิดเกษตรอินทรีย์เริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ.1924 โดย Rudolf Steiner เรียกว่าการเกษตรชีวพลวัต (biodynamic Agriculture) เป็นการทำเกษตรอินทรีย์โดยผลิตปุ๋ยและอาหารสัตว์เองทั้งหมด เพื่อรักษาระบบนิเวศน์ เน้นมุมมองทางจิตวิญญาณ มากกว่าเหตุผลเพื่อสุขภาพ เรียกว่า Organic1.0 ต่อมา ค.ศ.1970 เข้าสู่ยุค Organic2.0 คือ ช่วงที่คนทั่วไปเริ่มเข้าใจบริบทของอาหารปลอดสารพิษ ตระหนักถึงความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ตั้งแต่ในระดับชุมชน เริ่มมีมาตรฐานกำกับเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่ Organic3.0 คือ เกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับ กลายเป็นตัวเลือกหลักของผู้บริโภค ธุรกิจอาหารปลอดภัยมีความมั่นคง โดยมีแนวคิดต่อยอดจากบริบทเดิม โดยเน้นการทำเกษตรอย่างยั่งยืน เพื่อรักษาสุขภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้นวัตกรรมเข้ามามีส่วนร่วม

วิชัย โภชนกิจ (2562) กล่าวว่า กระแสออร์แกนิกไลฟ์สไตล์ เทรนด์การเลือกบริโภคสิ่งที่มีประโยชน์ ปราศจากสารเคมีและสารพิษตกค้าง ของคนยุคใหม่ในขณะนี้ ส่งผลให้มูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกปรับตัวสูงขึ้นถึง 104,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือราว 3.55 ล้านล้านบาท มีอัตราขยายตัวปีละประมาณ ร้อยละ 20 โดยตลาดเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ยุโรป จีน และ ออสเตรเลีย

แม้กระแสนิยมอาหารปลอดสารพิษในประเทศจีนจะมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนประชากร อีกทั้งยังมีขนาดเล็กกว่าในประเทศที่มีความตื่นตัวเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยมาก่อน เช่น ในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา แต่ประเทศจีนก็เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ เพราะเป็นประเทศที่มีประชากรมาก อีกทั้งกำลังตื่นตัวกับกระแสนิยมอาหารปลอดภัย ประเทศจีนมีการเจริญเติบโตของธุรกิจอาหารที่ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จาก ประเทศจีนคือตลาดส่งออกอาหารปลอดสารพิษขนาดใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชียของประเทศไทย ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึง ร้อยละ 6 อีกทั้งจีนยังเป็นประเทศผู้ผลิตอาหารออร์แกนิกที่ส่งออกมากเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก แต่กลับมีผลิตภัณฑ์อาหารออร์แกนิก จำนวนน้อยแต่กระแสนิยมอาหารปลอดภัยในจีนกำลังเป็นที่นิยมสูงขึ้นเรื่อย ๆ สืบเนื่องจากปัญหาการปนเปื้อนสารเมลามีนในนมผงเมื่อปี ค.ศ.2008 (<https://www.ditp.go.th>, 2555)

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษา “ตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน” โดยมุ่งศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน รวมถึงมาตรฐานการตรวจสอบอาหารปลอดภัยของประเทศจีน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการทำธุรกิจอาหารปลอดภัยไทย เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน แล้วนำมาเป็นแนวทางการพัฒนา กลุ่มธุรกิจอาหารปลอดภัยของประเทศไทย เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย สัดส่วนทางการตลาด และ นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัว ของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัย และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

1.2.3 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทย และ ประเทศจีน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่ายและสัดส่วนทางการตลาดของตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

1.3.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัว ของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัย และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

1.3.3 ทำให้ทราบถึงมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทยและประเทศจีน

1.3.3 ทำให้ทราบถึงแนวโน้มความสำเร็จของกลุ่มธุรกิจอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

1.3.4 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการทำธุรกิจส่งออกอาหารปลอดภัยไปยังประเทศจีน

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

อาหารอินทรีย์ (Organic Food) หมายถึง อาหารที่ผ่านการผลิตทางการเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี หรือวัตถุสังเคราะห์ใด ๆ ทั้งสิ้น รวมไปถึงเมล็ดพันธุ์ที่ไม่ตัดต่อทางพันธุกรรม กระบวนการผลิตไม่มีการใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช ก่อนการปลูกจะต้องเตรียมหน้าดินด้วยวิธีธรรมชาติ ทุกขั้นตอนการผลิตจะไร้สารปนเปื้อนที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมหรือมนุษย์ จะไม่ผ่านการฉายรังสี ไม่เพิ่มเติมสิ่งปรุงแต่งลงไปในอาหาร ถ้าเป็นอาหารที่มาจากการทำปศุสัตว์ก็ต้องไม่ใช้สารปฏิชีวนภาพ ไม่ใช้สารเร่งฮอร์โมนและต้องเลี้ยงสัตว์ด้วยอาหารที่มีสุขภาพดี (Medthai, 2557)

อาหารปลอดภัย (food safety) หมายถึง อาหารที่เข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดก็ตาม จะต้องไม่มีสิ่งที่เป็นอันตรายต่อการบริโภคที่เกิดจากส่วนประกอบตามธรรมชาติ หรือพิษภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ (ทศพร, 2560)

เกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture) หมายถึง "เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการผลิตที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของดิน ระบบนิเวศ ผู้คน เกษตรอินทรีย์พึ่งพาอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพและวงจรธรรมชาติ ที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ แทนที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีผลกระทบทางลบ เกษตรอินทรีย์ผสมผสานองค์ความรู้พื้นบ้าน นวัตกรรม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่เป็นระบบและคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน และสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง" (สมัชชาแห่ง IFOAM Organics International, 2005)

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎี วงจรผลิตภัณฑ์ (product Life cycle)

วิกิรานต์ มงคลจันทร์ (2555) ได้เขียนหนังสือเรื่อง “Marketing for Work งานตลาด จากการวางแผนสู่การปฏิบัติ” ได้อธิบายวงจรผลิตภัณฑ์ไว้ว่า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นการแบ่งช่วงเวลาของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 ช่วง ได้แก่ ช่วงแนะนำ (Introduction) ช่วงเติบโต (Growth) ช่วงอิมมัตัว (Maturity) และช่วงถดถอย (Decline) โดยอ้างอิงกับปัจจัยยอดขายและระยะเวลา

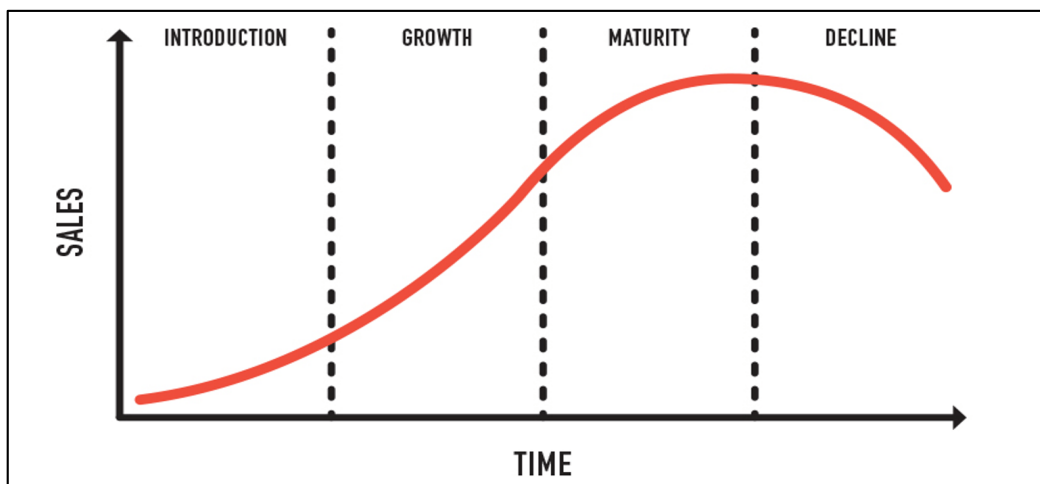
ช่วงแนะนำ (Introduction) เป็นช่วงแรกของการเข้าสู่ตลาด

ช่วงเติบโต (Growth) เป็นช่วงที่สอง หลังจากสื่อสารการตลาดในช่วงแรกไปแล้ว

ช่วงอิมมัตัว (Maturity) เป็นช่วงหลังจากกลุ่มผู้บริโภคได้ทดลองใช้และพอใจในสินค้า

ช่วงถดถอย (Decline) เป็นช่วงสุดท้ายในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

Paul Steffens เขียนบทวิจัยเรื่อง “THE PRODUCT LIFE CYCLE CONCEPT: BURIED OR RESURRECTED BY THE DIFFUSION LITERATURE?” (2002) ว่า แนวคิด Product Life Cycle (PLC) เป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีชื่อเสียงและเป็นเครื่องมือในการวางแผนการตลาด โดยใช้วงจรชีวิตเป็นต้นแบบ คือมีเวลาการอยู่อย่างจำกัด วิธีการกำหนดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ PLC ขึ้นกับแนวโน้มของผู้บริโภคเพื่อใช้ในการวิวัฒนาการผลิตภัณฑ์ โดยมีการตลาดทำให้เกิดโมเดล PLC แบบสี่ขั้นตอน ดังนี้ นวัตกรรม การลอกเลียนแบบ ทำซ้ำ แทนที่ (Innovation, Imitation, Repeat, Substitute)



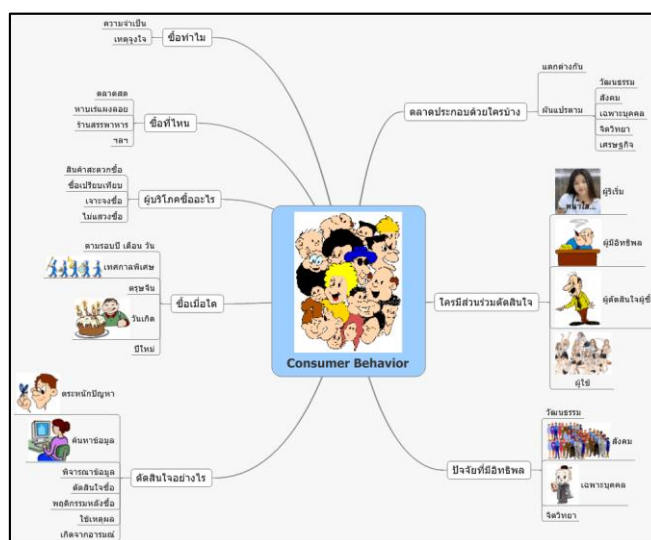
แผนภูมิที่ 1 ทฤษฎีวงจรผลิตภัณฑ์ (product Life cycle)

ที่มา: <https://treswest.me> (2019)

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer behavior)

ฉัตรยาพร เสมอใจ ได้เขียนหนังสือ เรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค” (2550) ได้อธิบายทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่าเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การประเมินผลใช้สินค้า หรือบริการของผู้บุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบัน และ อนาคต อันประกอบด้วย การรับรู้ (Perception) สร้างความรับรู้ให้กับผู้บริโภค นำไปสู่ความต้องการซื้อ โดยสร้างภาพพจน์ของสินค้า หรือ องค์กรให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค และ ทักษะคติ(Attitude) กล่าวคือ การสร้างทัศนคติที่ดี ย่อมนำไปสู่ภาพพจน์ที่ดี

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999) Marketing Management กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง “เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ” ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า



ภาพที่ 1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer behavior)

ที่มา: <http://poundtv5.blogspot.com> (2014)

2.1.3 ทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวในสารนิพนธ์เรื่อง “ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ” ว่า ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P’s) เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาด ที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Pricing) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง “เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ” ว่า ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนผสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียก ส่วนผสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4’Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

2.2 นโยบายและกลยุทธ์

2.2.1 นโยบายในระดับสากล

3) มาตรฐาน The European biological certificate (Euro Leaf)

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2559) จัดพิมพ์ “เอกสารคำแนะนำ ที่ 5/2559ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์” อธิบาย The European biological certificate (Euro Leaf) หรือ มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป ว่า การแสดงตรามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สหภาพยุโรปที่ถูกต้อง ต้องมีเลขรหัสหน่วยงาน ซึ่งระบุ ประเทศของหน่วยงานผู้ตรวจรับรองกำกับไว้พร้อมกับ ระบุประเทศแหล่งที่มาของสินค้าอินทรีย์นั้น ๆ บริเวณด้านล่างของตรามาตรฐานด้วย สหภาพยุโรปไม่อนุญาตให้ใช้คำว่า 100% Organic บนฉลากสินค้าด้วย ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อื่นที่สหภาพยุโรปยอมรับ ได้แก่ ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แคนาดา และระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา เฉพาะที่ผลิตในประเทศนั้น ๆ เท่านั้น



ภาพที่ 2 เครื่องหมายรับรอง Euro Leaf

ที่มา: <https://www.treehugger.com> (2010)

1) มาตรฐาน National Organic Program (NOP)

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) (2017) ได้เขียน “คู่มือทั่วไป การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กับ มกท.” อธิบาย National Organic Program (NOP) ว่า เป็นหน่วยงาน ภายใต้ การกำกับ ดูแลของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (United States Department of Agriculture – USDA) โดยระบบการตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์ ก่อตั้ง เมื่อ ค.ศ.2002 ต่อมา ค.ศ.2009 กระทรวงเกษตร สหรัฐอเมริกา และ CFIA แคนาดา ร่วมลงนามในข้อตกลง ยอมรับความเท่าเทียมกันของระบบเกษตรอินทรีย์ของอีกฝ่าย ส่งผลให้ ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ที่ผ่านการรับรอง จากแคนาดาสามารถ รับ การรับรองตามระบบ ของสหรัฐอเมริกาได้ โดยต้องผ่านการประเมินเพิ่มเติมเล็กน้อย

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2559) จัดพิมพ์ “เอกสาร คำแนะนำที่ 5/2559 ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์” อธิบาย National Organic Program (NOP) หรือ แผนงานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติว่า เป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแล ของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (United States Department of Agriculture – USDA) เริ่มใช้ตั้งแต่ ค.ศ.2002 ส่วนระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อื่น ที่ประเทศสหรัฐอเมริกายอมรับ ได้แก่ ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แคนาดา (จากผู้ผลิตทั่วโลก) และ ระบบมาตรฐานเกษตร อินทรีย์สหภาพยุโรป (เฉพาะที่ผลิตในสหภาพยุโรป) โดยการแสดงตรามาตรฐานฯ ที่ยอมรับต้อง แสดงคู่กับตรามาตรฐานของสหรัฐอเมริกาเสมอ



ภาพที่ 3 เครื่องหมายรับรอง USDA

ที่มา: <https://www.greenery.org> (2013)

2) มาตรฐาน International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต (2562) ได้เขียน “รายงาน Business Creation and Networking องค์กร IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements)” อธิบาย IFOAM ว่าเป็นองค์กรไม่แสวงผลกำไร หน่วยงานหลักในการเคลื่อนไหวด้านเกษตรอินทรีย์ของโลก มาตรฐาน IFOAM เพื่อรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM (IFOAM Accreditation Program) ใน ค.ศ. 1992 เพื่อรับรองหน่วยงานที่มีหน้าที่รับรองการเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก และ ค.ศ. 1997 ได้จัดตั้งองค์กรไม่แสวงกำไร International Organic Accreditation Service (IOAS) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการรับรองภายใต้กรอบ โครงการรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM มาตรฐาน IFOAM มีความสำคัญกับทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้ผลิต มีมาตรฐานที่ชัดเจนเป็นบรรทัดฐานเดียวกัน สร้างความ น่าเชื่อถือ และเพิ่มมูลค่า ให้กับผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และ ส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากมีประเทศ ต้องนำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ได้การรับรองมาตรฐาน สามารถตรวจสอบได้

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2559) จัดพิมพ์ “เอกสารคำแนะนำที่ 5/2559 ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์” อธิบาย International Federation of Organic Agriculture Movements หรือ สมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ ว่า มีการจัดตั้งโครงการรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM (IFOAM Accreditation Program) ภายใต้กรอบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM ซึ่งได้รับการยอมรับเป็น เกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขั้นต่ำในหลายประเทศทั่วโลก อีกทั้ง ยังมีการจัดตั้งหน่วยงาน International Organic Accreditation Service (IOAS) เพื่อรับรอง หน่วยงานผู้ตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก ภายใต้กรอบมาตรฐาน IFOAM ซึ่งหน่วยงานที่ได้รับการรับรอง จะมีคำว่า “IFOAM Accredited” เป็นตราสัญลักษณ์แสดงคู่กับตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานนั้น ๆ เช่น ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM ของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) จะมีตรา IFOAM Accredited อยู่ใต้สัญลักษณ์ของ มกท.



ภาพที่ 4 เครื่องหมายรับรอง IFOAM

ที่มา: <https://vectorlogoseek.com> (2018)

2.2.2 นโยบายระดับประเทศ

1) มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของกรมวิชาการเกษตร (Organic Thailand)

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (2560) ได้เขียน “ยุทธศาสตร์การพัฒนากเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564” อธิบาย Organic Thailand คือ หน่วยตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐ ที่มีอำนาจหน้าที่ ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมประมง กรมปศุสัตว์ และ กรมการข้าว โดยสำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เป็นหน่วยรับรองระบบงาน การแสดงเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 กำหนดให้ แสดงเครื่องหมายเกษตรที่ดีและเหมาะสม (GAP) รูปตัว Q บนฉลากสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรอง ตามมาตรฐาน อย่างไรก็ตาม ตามนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สนับสนุนให้ใช้เครื่องหมาย Organic Thailand สำหรับสินค้า เกษตรอินทรีย์ควบคู่ไปกับเครื่องหมายรับรองตาม พ.ร.บ.มาตรฐาน สินค้าเกษตร พ.ศ. 2551

แพรววี เคหะสุวรรณ (2556) ได้เขียน “มาตรฐานระบบผลิตสำหรับพืชอาหาร” อธิบาย Organic Thailand คือ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ขอการรับรองได้ง่ายที่สุด เนื่องจากเน้นการไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์อย่างเดียวนั้น ไม่มีข้อกำหนดที่ทำได้ยาก เช่น การห้ามใช้สารชีวภาพกำจัดศัตรูพืชบางชนิด หรือปุ๋ยชีวภาพบางชนิด เช่น น้ำชาไบยาสูบ หรือ Nicotine sulfate หรือ met aldehyde หรือcopper salt การปรับเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาตรฐานอินทรีย์คือ การไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ในกระบวนการผลิต และควรมีการตรวจสอบสารเคมีตกค้างทั้งในดิน น้ำ และผลผลิต โดยใช้ชุดทดสอบเฉพาะของกรมวิชาการเกษตร



ภาพที่ 5 เครื่องหมายรับรอง Organic Thailand และ เครื่องหมาย GAP

ที่มา: <https://www.bangkokpost.com> (2016)

2) มาตรฐาน Japanese Agricultural Standard Organic (JAS)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว (2560) ได้เขียนรายงานการตลาดจากโตเกียว ธันวาคม 2560 (Market Report From Tokyo December 2017) เรื่อง “ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศญี่ปุ่น” อธิบาย มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard Organic JAS mark) ไว้ว่า เป็นหน่วยงานของญี่ปุ่นที่ออกกฎระเบียบและมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ ตามมาตรฐาน JAS Law คือ MAFF (กระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมง) โดยกำหนดมาตรฐาน ดังนี้

- พืชผลเกษตรอินทรีย์ (The JAS for organic agricultural products)
- สินค้าพืชผลเกษตรอินทรีย์แปรรูป (The JAS for organic agricultural processed foods)
- สินค้าปศุสัตว์อินทรีย์ (The JAS for organic livestock products)
- อาหารสัตว์อินทรีย์ (The JAS for organic feeds)

โดยประเทศที่มาตรฐานการตรวจสอบเทียบเท่ากับ JAS ได้แก่ ไอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา อาร์เจนตินา ออสเตรเลีย แคนาดา สวิตเซอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ และรัฐสมาชิกสหภาพยุโรป

Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries Food Industry Bureau (農林水産省食料産業局) (2018) ได้เขียน บทความ “About inspection certification system of organic food (有機食品の検査認証制度について)” อธิบายมาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard Organic JAS mark) ไว้ว่า เครื่องหมาย JAS Organic เป็นภาพของดวงอาทิตย์ เมฆและพืช แสดงถึงอาหารที่ผลิตโดยพลังของธรรมชาติโดยไม่ต้องพึ่งพาสารเคมี เช่นสารเคมีทางการเกษตรและปุ๋ยเคมีและยึดติดกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอาหารแปรรูปอาหารสัตว์และผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ โดยหน่วยรับรองที่ลงทะเบียนแล้วตรวจสอบว่าอาหารอินทรีย์นั้น ต้องผลิตตามมาตรฐาน JAS เฉพาะบริษัท ที่ได้รับการรับรองเท่านั้นที่สามารถใช้เครื่องหมาย JAS Organic ได้ โดยมีกฎหมายห้ามการแสดงชื่อเช่น ออร์แกนิก บนผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และอาหารแปรรูปที่ไม่มีเครื่องหมาย JAS Organic หรือ ฉลากที่ทำให้เกิดการสับสนอื่น ๆ



ภาพที่ 6 เครื่องหมายรับรอง JAS

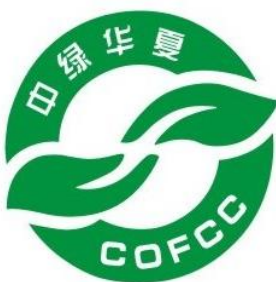
ที่มา: <https://www.organic-press.com> (2013)

2.2.3 นโยบายจากภาครัฐของจีน

1) China Organic Food Certification Center (COFCC)

สำนักมาตรฐานทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ (2555) ได้เขียนบทความ “ฉลากรับรองอาหารเกษตรอินทรีย์จีน (China Organic Food Certification)” โดย สุรศักดิ์ เรียงเครือ รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ เปิดเผยว่า China Organic Food Certification Center (COFCC) เป็นหน่วยงานที่ให้การรับรองว่าเป็นสินค้าที่ผลิตจากเกษตรอินทรีย์ ภายใต้กระทรวงเกษตรแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (Ministry of Agriculture of P.R. China) สินค้าอาหารประเภท ธัญพืช ผัก ผลไม้ ผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง ที่ต้องการผ่านการรับรองต้องมีกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับมาตรฐาน โดยผู้ประกอบการต้องยื่นเรื่องขอพร้อมเอกสารหลักฐาน และมีการชำระค่าบริการต่อ COFCC ซึ่ง COFCC จะจัดส่งผู้เชี่ยวชาญไปตรวจสอบกระบวนการทั้งการจัดทำวัตถุดิบ กระบวนการผลิตการเก็บรักษา การขนส่ง เป็นต้น และมีคณะกรรมการพิจารณา หากได้รับการเห็นชอบแล้วผู้ประกอบการ จึงจะสามารถแสดงเครื่องหมายได้

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว (2555) ได้เขียนบทความ “สินค้าออร์แกนิกในจีน” ได้อธิบาย China Organic Food Certification Center ไว้ว่า COFCC คือ เครื่องหมายรับรองว่าได้ผ่านการตรวจสอบสินค้าออร์แกนิกของประเทศจีนมาแล้ว โดยเมื่อสินค้าได้ผ่านการตรวจสอบแล้วจะมีการติดฉลากสีเขียวบนบรรจุภัณฑ์ เขียนว่า “Certified Organic” โดยการจำหน่ายอาหารออร์แกนิกในประเทศจีน ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนการนำเข้าของรัฐบาลจีน และจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของจีน คือ มีฉลากเครื่องหมายภาษาจีน เขียนว่า “有机食品” หรือ “YOU-JI” เท่านั้น ส่วนการนำเข้าสินค้าออร์แกนิก มาจำหน่ายยังประเทศจีนจะต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบมาตรฐาน จาก China Organic Food Development Center (OFDC) ซึ่งผ่านการรับรองจาก คณะกรรมการการถาวรเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (EU Standing Committee on Organic Farming - SCOF) ว่าเป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานของสหภาพยุโรป จึงสามารถนำเข้ามาวางขายภายในประเทศจีนได้ เพราะประเทศจีนไม่ยอมรับการตรวจคุณภาพจากประเทศอื่น



ภาพที่ 7 เครื่องหมายรับรอง COFCC หรือ 有机食

ที่มา: <http://www.ofcc.org.cn> (2012)

ตารางที่ 1: การเปรียบเทียบมาตรฐานระบบผลิตเกษตรอินทรีย์ แบบที่1

ข้อกำหนด	GAP	Organic Thailand	ACT-IFOAM	EU	NOP	JAS
มีการจัดการดิน/น้ำ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ห้ามใช้พันธุ์ที่ตัดต่อพันธุกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ห้ามใช้สารเคมีสังเคราะห์		✓	✓	✓	✓	✓
ห้ามปลูกด้วยวิธี ไฮโดรโปนิกส์			✓	✓	✓	✓
จำกัดปริมาณ copper salt			✓			✓
ห้ามใช้สาร nicotine sulfate				✓	✓	
ห้ามใช้สาร met aldehyde					✓	

ที่มา: <https://www.alro.go.th> (2556)

ตารางที่ 2: การเปรียบเทียบมาตรฐานระบบผลิตเกษตรอินทรีย์ แบบที่2

ข้อกำหนด	GAP	Organic Thailand	ACT-IFOAM	EU	NOP	JAS
น้ำขาบายาสูบ	ใช้ได้	ใช้ได้	ใช้ได้	ห้ามใช้	ใช้ได้	ใช้ได้
ระยะปรับเปลี่ยน (เดือน)	-	12	12	24	36	24
พืชคลุมดิน	-	ได้	ได้ /แยกชัดเจน	ได้ /แยกชัดเจน	ได้	ได้
ปุ๋ยอินทรีย์	-	ห้ามใช้ของเสียจากมนุษย์หรือสัตว์ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรม	ห้ามใช้มูลสัตว์จากโรงงานและห้ามใช้ขยะจากครัวเรือน	ห้ามใช้มูลสัตว์จากโรงงานและหมักปุ๋ยก่อนใช้	ไม่บังคับแต่ต้องหมักปุ๋ยทุกชนิดก่อนใช้	ไม่บังคับแต่ต้องหมักปุ๋ยทุกชนิดก่อนใช้

ที่มา: <https://www.alro.go.th> (2556)

2.3 อาหารปลอดภัย (Food Safety)

2.3.1 ความหมายของอาหารปลอดภัย

1) อาหารปลอดภัยโดยบริบททางสาธารณสุข

Australian Institute of Food Safety Foundation (2016) ให้คำจำกัดความอาหารปลอดภัย (Food Safety) หมายถึง การจัดการเตรียมและเก็บอาหารในวิธีที่ดีที่สุด เพื่อลดความเสี่ยงของบุคคลจากความเจ็บป่วยเพราะอาหาร หลักความปลอดภัยทางอาหาร ถูกกำหนดเพื่อป้องกันอาหารจากการปนเปื้อน และ ก่อให้เกิดโรคอาหารเป็นพิษ การป้องกันความเจ็บป่วยจากอาหาร เช่น การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อพื้นผิว อุปกรณ์ และ เครื่องใช้ที่เหมาะสม รวมถึงการรักษาสุขอนามัยส่วนตัว โดยเฉพาะ การล้างมือ การจัดเก็บการแช่เย็น และการให้ความร้อนอาหาร โดยใช้ อุณหภูมิ สภาพแวดล้อม และ อุปกรณ์ ที่ถูกต้อง การใช้การควบคุมศัตรูพืชที่มีประสิทธิภาพ และ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเป็นพิษอาหาร และ การแพ้อาหาร

มาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร หมายถึง สิ่งที่จะช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในกระบวนการผลิตและอาหารที่ปลอดภัยสำหรับการบริโภคคือการควบคุมระบบการผลิตอาหาร ให้มีความปลอดภัยตลอดทั้งห่วงโซ่อาหารตั้งแต่ การผลิตวัตถุดิบ การแปรรูปอาหาร การจัดส่ง และการเตรียมอาหาร และ การให้บริการสำหรับผู้บริโภค (ณฤทธิ ฤกษ์ม่วง, 2554) มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารในบริบททางสาธารณสุข เช่น Good Agriculture Practices (GAP), Good Manufacturing Practices (GMP), มาตรฐานระหว่างประเทศ ISO 0 และ Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP)

2) อาหารปลอดภัยในบริบทอาหารอินทรีย์

กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2555) ได้อธิบายหลักการเกษตรอินทรีย์ 4 ด้าน เพื่อเป็นแนวทางไปสู่ความ มั่นคง ปลอดภัยทางอาหาร อย่างยั่งยืน ดังนี้

มิติด้านสุขภาพ (Health) เกษตรอินทรีย์ควรส่งเสริม และสร้างความยั่งยืนให้กับสุขภาพ บทบาทของเกษตรอินทรีย์ มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่ดีของระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิต เกษตรอินทรีย์จึงมุ่งที่จะผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง และมีคุณค่าทาง โภชนาการ เพื่อสนับสนุนให้มนุษย์ได้มีสุขภาพที่ดีขึ้น เกษตรอินทรีย์จึงเลือกที่จะปฏิเสธการใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เวชภัณฑ์สัตว์ และสารปรุงแต่งอาหาร ที่อาจมีอันตรายต่อสุขภาพ

มิติด้านนิเวศวิทยา (Ecology) การผลิตการเกษตรจะต้องสอดคล้องกับ วิถีแห่งธรรมชาติ และช่วยทำให้มีระบบและวัฏจักรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เกษตรกรควรใช้ปัจจัยการผลิต และพลังงาน อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการใช้ซ้ำ การหมุนเวียน เพื่อที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

มิติด้านความเป็นธรรม (Fairness) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่นำมาใช้ในการผลิตและการบริโภคควรจะต้องดำเนินการอย่างเป็นธรรม ทั้งทางสังคมและทางนิเวศวิทยา รวมทั้งต้องมีการอนุรักษ์ ผลผลิตเกษตรอินทรีย์จะต้องโปร่งใส มีความเป็นธรรม รวมถึงการปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงอย่างเหมาะสม เช่น สภาพการเลี้ยงและการดูแลเอาใจใส่ความเป็นอยู่ของสัตว์

มิติด้านการดูแลเอาใจใส่ (Care) การบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ควรจะต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและรับผิดชอบ เพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้คน รวมถึงพิทักษ์ปกป้องสภาพแวดล้อมโดยรวมด้วย นำไปสู่การคัดเลือกเทคโนโลยี ที่จะนำมาใช้ในเกษตรอินทรีย์ เกษตรอินทรีย์จึงไม่ใช่พันธวิศกรรม หรือ เทคโนโลยีการตัดแปลงพันธุกรรม

2.3.2 ประเภทของอาหารปลอดภัย

แก้วตา ชัมอิน (2010) ได้อธิบายระดับของผักและอาหารปลอดภัยไว้ ดังนี้

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบระดับผักและอาหารปลอดภัย

ประเภท	คำนิยาม
ผักปลอดภัยจากสารพิษ	ผักในระบบการผลิตมีการใช้สารเคมีในการป้องกัน ปราบปรามศัตรูพืช รวมทั้งปุ๋ยเคมีเพื่อการเจริญเติบโต ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ มีสารพิษตกค้างไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ.2535
ผักอนามัย	ผัก ในระบบการผลิต มีการใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี ในการป้องกัน และปราบปรามศัตรูพืช ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ มีสารพิษตกค้างไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค แต่มีความสะอาด ผ่านกรรมวิธีทางปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว การขนส่ง และการบรรจุหีบห่อ ที่ได้คุณลักษณะตามมาตรฐาน
ผักไร้สารพิษ	ผัก ในระบบการผลิตไม่มีการใช้สารเคมี ทั้งสารเคมีเพื่อป้องกัน และปราบปรามศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีทุกชนิด แต่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์แทนทั้งหมด และผลผลิตที่เก็บเกี่ยวแล้ว ต้องไม่มีสารพิษ
อาหารอินทรีย์	อาหารที่ได้จากผลิตผล และ/หรือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ที่ผลิตจากระบบการเกษตรโดยใช้วัสดุธรรมชาติ และไม่ใช้พืชที่มีการตัดต่อสารพันธุกรรม รวมถึงการปฏิบัติที่ไม่เพิ่มมลพิษแก่ภาวะแวดล้อม

ที่มา: ผู้วิจัยดัดแปลงข้อมูลจาก <http://www.food4change.in.th> (2553)

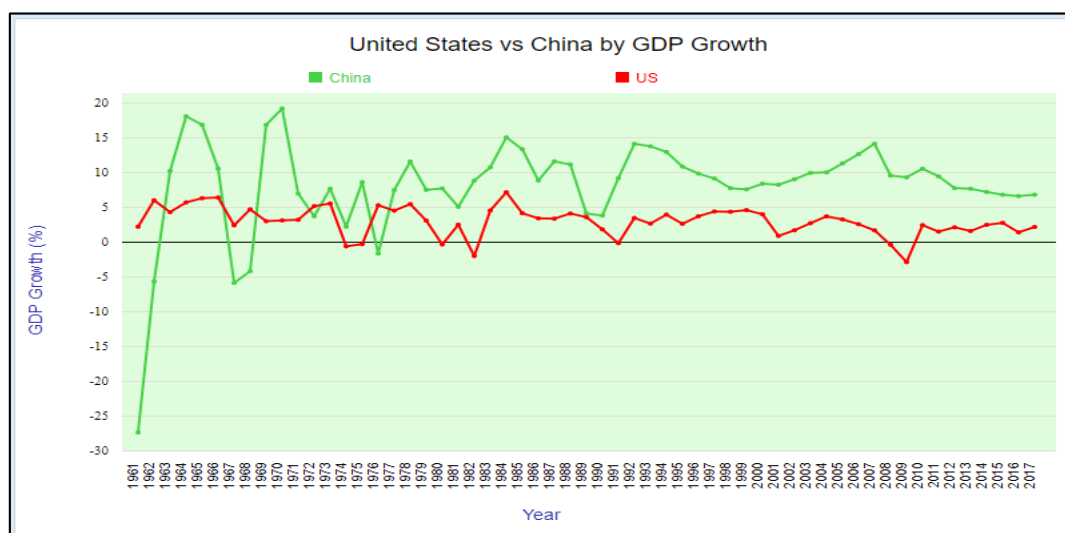
2.4 ข้อมูลทั่วไปของประเทศไทย

2.4.1 การเมืองการปกครอง

ระบบการเมืองการปกครองและระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความซับซ้อนและมีลักษณะพิเศษเฉพาะ โดยมีระบอบการเมืองแบบคอมมิวนิสต์ เรียกว่า ระบบประชาธิปไตยสังคมนิยมแบบจีน (Socialist Democracy with Chinese Characteristics) และมีระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมเศรษฐกิจการตลาด (Socialist Market Economy) โดยมีพรรคคอมมิวนิสต์จีน (Chinese Communist Party: CCP) เป็นสถาบันทางการเมืองที่มีอำนาจเด็ดขาดและสูงสุด 3 คณะรัฐบาล หรือที่เรียกว่า คณะมุขมนตรี (State Council) และองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง มีหน้าที่คอยปฏิบัติตามมติและนโยบายที่พรรคกำหนดสำหรับหลักการในการจัดตั้งองค์กรของพรรค ยึดตาม หลักประชาธิปไตยรวมศูนย์ (Democratic Centralism) ตามธรรมนูญพรรคและกำหนดให้มีการประชุม สมัชชาพรรคแห่งชาติ (National Party Congress) ซึ่งเป็นศูนย์รวมผู้นำของพรรคคอมมิวนิสต์จีนในทุกระดับทุก ๆ 5 ปี (อักษรศรี พานิชสาส์น, 2550)

2.4.2 เศรษฐกิจ

เดิมเศรษฐกิจจีน เป็นระบบเศรษฐกิจแบบวางแผนจากส่วนกลาง (Centrally Planned Economy) ต่อมา ค.ศ.1978 ในสมัยของเติ้งเสี่ยวผิง จีนได้ปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยทดลองใช้เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) บริเวณเขตการค้าของประเทศ และนำมาปรับปรุงเข้ากับส่วนอื่น ๆ ของประเทศ รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของจีนจึงเป็นการปฏิรูปแบบค่อยเป็นค่อยไป (gradualism) ด้วยการทยอยเปิดกว้างและปฏิรูปเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ โดยแนวทางของจีน จนทำให้เส้นทางพัฒนาเศรษฐกิจ ของจีนมีลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของจีนและมีระบบเศรษฐกิจที่มีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า Socialist Market Economy with Chinese Characteristics หรือ เศรษฐกิจกลไกตลาดแบบจีน (อักษรศรี พานิชสาส์น,2557,3)



แผนภูมิที่ 2 แผนภูมิค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมรวมของประเทศไทย และ สหรัฐอเมริกา

ที่มา: <https://www.neogaf.com> (2017)

2.5 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของประเทศจีน

สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศจีน ได้แก่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ รองเท้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าผืน อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศจีน ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และ เยอรมัน สินค้านำเข้าสำคัญของประเทศจีน ได้แก่ เครื่องจักรกล ปุ๋ย ชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ แผงวงจรรวม ัญชีพืช น้ำมันดิบ และ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ตลาดนำเข้าสำคัญของประเทศจีน ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน เยอรมัน (สำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย, 2015) ค.ศ.1949-ค.ศ.2019 ผลผลิตภาคการเกษตรของจีน มีการเติบโต 4.8 เท่า มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.6 ต่อปี ค.ศ.2018 มีปริมาณ 6.58 แสนล้านกิโลกรัม อีกทั้งรัฐบาลจีน ยังมีมาตรการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมเกษตร เช่น การทำปุ๋ยคอก การประมง และการปลูกป่า รวมถึงการจัดการที่ดินหมุนเวียนพื้นที่เพาะปลูก เพื่อขยายการทำเกษตรกรรมควบคู่กับการส่งเสริมการผลิตและบริการทางการเกษตรรูปแบบใหม่ (สำนักข่าวซินหัวไทย, 2019)

2.5.1 ภูมิประเทศ

จีนตั้งอยู่ในเอเชียตะวันออก บนฝั่งตะวันตกของมหาสมุทรแปซิฟิก มีพื้นที่ดินประมาณ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของโลก รองจากรัสเซียและแคนาดา โดยประเทศจีนมีอาณาเขตติดต่อกับ 15 ประเทศ ด้วยมีความยาวถึง 22,800 กม. ดังนี้ ทางตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้ ติดกับ เกาหลี ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ บรูไน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ทางตะวันออกไปทางใต้ ติดกับมหาสมุทรแปซิฟิก ประกอบด้วยด้วยทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้ โดยมีพื้นที่น้ำรวม 4.73 ล้านตารางกิโลเมตร มีเกาะ 5,400 เกาะ จึงทำให้ประเทศจีนมีอาณาเขตทางทะเลที่ใหญ่มาก มีเกาะ Diaoyu กับเกาะ Chiwei เป็นเกาะตะวันออกสุดของจีน พื้นที่ทางด้านตะวันตกของจีนเป็นแนวเทือกเขาสูงชันและที่ราบสูงทิเบต มีเทือกเขาที่สำคัญคือเทือกเขาหิมาลัย ซึ่งมีจุดสูงสุดคือยอดเขาเอเวอเรสต์ ทางด้านเหนือของที่ราบสูงเป็นที่ราบแอ่งกระทะขนาดใหญ่คือ แอ่งทาลิม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่แห้งแล้งมาก เป็นที่ตั้งของทะเลทรายอาทากามา ส่วนแม่น้ำสำคัญของประเทศจีน และมีต้นกำเนิดในประเทศจีนได้แก่ แม่น้ำเหลือง แม่น้ำแยงซี แม่น้ำโขง แม่น้ำสาละวิน

2.5.2 ภูมิอากาศ

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีลักษณะภูมิอากาศเป็นแบบมรสุมภาคพื้นทวีปที่มีหลากหลายรูปแบบ ลมเหนือจะมีอิทธิพลสูงในฤดูหนาว ในขณะที่ลมใต้ในฤดูร้อน มีผลถึง 4 ฤดู มีฤดูฝนปะปนกับฤดูร้อน ภูมิอากาศที่ซับซ้อน และหลากหลายของจีน มีผลให้สามารถแบ่งแถบอิงอุณหภูมิกับแถบอิงความชื้นของภาคพื้นของประเทศจีนได้ คือแบ่งแถบอิงอุณหภูมิจากภาคใต้ถึงภาคเหนือเป็นแถบเส้นศูนย์สูตร ร้อนชื้น กึ่งร้อนชื้น ออบอุ่น และแถบหนาวเย็น และ แบ่งแถบอิงความแห้ง-ชื้น จากตะวันออกเฉียงใต้ ถึงตะวันตกเฉียงเหนือเป็นแถบความชื้นสูง

2.6 เอกสารและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง

ไมตรี เสถะรักษ์ (2558) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารออร์แกนิก” มีวัตถุประสงค์เพื่อ นักการตลาดและนักวิจัยจะได้ประโยชน์จากผลลัพธ์ของการวิจัยนี้เพื่อเป็นประโยชน์กับตลาดอาหารอินทรีย์ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน วิเคราะห์โดยใช้วิธีสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคมากที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เนื่องจากมองว่า หากราคาสูง แต่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพก็จะตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจาก ความสดและความหลากหลายเป็นหลัก รองมาคือด้านราคา(Price) เพราะ อาหารออร์แกนิก มีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป ส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) พบว่ายังไม่หลากหลาย อาจเกิดจากตลาดที่เล็กเมื่อเทียบกับตลาดอาหารทั่วไป ซึ่งมีผลต่อความสะดวกในการเลือกซื้อ ส่วนการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุดเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างสูง และพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของผู้ผลิตยังเข้าไม่ถึงลูกค้า อีกทั้ง ผู้วิจัยยังสังเกตพบปัจจัยที่สำคัญ และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ มากที่สุด นอกจากส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านสุขภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาจากระดับของส่วนผสมที่มีผลต่อสุขภาพ เช่น ระดับน้ำตาลและระดับโซเดียมก่อน รองลงมา คือ การซื้อวัตถุดิบออร์แกนิกเพื่อปรุงเองเป็นหลัก ส่วนปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงมากที่สุดในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก คือความน่าเชื่อถือของแหล่งที่ผลิตสินค้าออร์แกนิก

มธุรพจน์ ศรีโพหนอง (2560) ได้เขียนบทความวิชาการเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกของชาวเยอรมันและโอกาสของผู้ประกอบไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรปและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเยอรมัน สามารถเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย ส่งออกอาหารออร์แกนิกไปยังประเทศเยอรมันมากขึ้น ผลการวิจัยพบว่าในประเทศเยอรมัน มีมูลค่าตลาดของอาหารออร์แกนิก สูงเป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา มีมูลค่า 8.4 พันล้านยูโร ใน ค.ศ2014 และคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารออร์แกนิกของชาวเยอรมัน คือ เพศหญิง ผู้สูงอายุและคนวัยทำงาน และผู้มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป จะนิยมบริโภคอาหารออร์แกนิก อีกทั้ง ชาวเยอรมัน จะคำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม และมีแนวโน้ม ที่จะซื้อเนื้อสัตว์จากผู้ประกอบการที่เลี้ยงดูสัตว์อย่างมีคุณธรรม และจริยธรรมแม้ราคาจะสูงกว่า โดยมาจากปัจจัยภายในและปัจจัยนอก ปัจจัยภายในคือ แรงจูงใจด้านสุขภาพ คุณค่าทางโภชนาการ และทัศนคติความเชื่อด้านความปลอดภัยของอาหารออร์แกนิก ปัจจัยภายนอก คือ ฤดูกาล ข้อมูล รายละเอียดของสินค้า และ บรรจุภัณฑ์

Raymond A. Jussaume Jr., Hisano Shūji และ Taniguchi Yoshimitsu (2001) ได้เขียนงานวิจัย เรื่อง “Food Safety in Modern Japan” มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าใจ การบริโภคอาหารในประเทศญี่ปุ่น เพื่อทำการตลาดกับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น โดยใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมร่วมสมัยของญี่ปุ่น (theories of contemporary Japanese social change) ผลการวิจัยพบว่าการคำนึงถึงความปลอดภัยไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่ในสังคมญี่ปุ่น ความปลอดภัยด้านอาหารได้กลายเป็นประเด็นทางการเมืองและวัฒนธรรมที่สำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลางและสูงที่สามารถจ่ายเงินมากกว่าเพื่อซื้ออาหารที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัยกว่า เช่น การใช้เทคโนโลยีชีวภาพในกระบวนการผลิตอาหาร ความปลอดภัยด้านอาหารมีความสำคัญกับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นอย่างมาก เห็นได้จากอัตราการเติบโตของการผลิตอาหารอินทรีย์ความสำเร็จของการผลิตอาหารออร์แกนิก ความสำเร็จนี้มีต่อชาวญี่ปุ่นตั้งแต่ ค.ศ.1997 เป็นต้นมา และ การใช้กลยุทธ์การตลาด "เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม" ของบริษัทอาหารหลายแห่ง เนื่องจากแนวคิดความปลอดภัยในประเทศญี่ปุ่นเป็นที่นิยม เป็นระยะเวลาช้านาน และไม่มีแนวโน้มจะลดลง แน่ใจว่าต้องเป็นที่สนใจของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายย่อยในประเทศซึ่งมีการเคลื่อนไหวโดยการพัฒนาเครือข่าย เป็นสหกรณ์ด้วยกัน เพื่อดำรงจุดยืนเรื่องความปลอดภัย รวมถึง อาหารไม่ดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Organisms GMOs) โดยความสำเร็จของการเคลื่อนไหวของระบบอาหารทางเลือกยั่งยืนนี้ ขึ้นอยู่กับทิศทางของนโยบายของรัฐบาลในอนาคตเพื่อส่งเสริมการเกษตรในประเทศ

C. Gan, C. Zhiyou, M.C. Tran, D. A. Cohen และ W. Xiangxiang (2014) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “Consumer attitudes toward the Purchase of Organic Products in China” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ทดสอบตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารอินทรีย์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยการทำแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างจาก เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่าเพศหญิงชาวจีนมีแนวโน้มซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์มากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 18-25 ปี ครอบครัวที่มีเด็กจะมีความสนใจสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 60 เคยซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ แต่เพียงร้อยละ 2.47 ที่ซื้ออย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยหลักที่ทำให้ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ได้แก่ จิตสำนึกด้านสุขภาพ และ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ส่วนปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกซื้อ เพราะข้อมูลไม่เพียงพอ และความสะดวกสบายในการซื้อ ส่วนปัจจัยที่สามารถชักจูงผู้ไม่เคยซื้อให้สนใจคือ การหาซื้อได้ง่าย ความหลากหลายและความเชื่อมั่นในการรับรองเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติทั่วไปของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ คือ ราคา ประโยชน์ต่อสุขภาพ ผลประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม ความสะดวกสบาย ฉลากความห่วงใยด้านสุขภาพ ข้อกังวลด้านจริยธรรม ความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ชีวิต

ความสนใจของผู้บริโภคในอาหารออร์แกนิก คือ จากความเชื่อมั่นว่าปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อมและสวัสดิภาพของสัตว์ ผู้บริโภคสินค้าอาหารอินทรีย์ในประเทศจีนยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ในความเห็นของผู้บริโภคชาวจีนอาหารออร์แกนิกเป็นแนวคิดใหม่และในบางกรณีแนวคิดอาหารออร์แกนิก ถูกใช้เพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและปกป้องสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ใช่เกษตรกรอินทรีย์ อีกทั้งยังพบว่า เพราะ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ราคาแพงกว่าสินค้าทั่วไป ครอบครัวที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 4001 RMB จึงจะมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

Zhou Xubao (周绪宝) และ Ouyang Xihui (欧阳喜辉) (2017) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาอาหารสีเขียวและผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในปักกิ่ง 北京市绿色食品和有机农产品发展研究” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาในปัจจุบันที่ชะลอ การพัฒนาอาหารสีเขียวและสินค้าเกษตรอินทรีย์ในปักกิ่ง ผลการวิจัยพบว่า การสร้างเมือง ของปักกิ่ง ในศตวรรษที่ 21 นั้นพยายามผลักดันอุตสาหกรรมเกษตรสมัยใหม่โดยการส่งเสริมแผนปฏิบัติการอาหารปลอดภัย โดยพัฒนาการผลิตที่ได้มาตรฐานทางการเกษตร และ จัดตั้งระบบตรวจสอบคุณภาพขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรในปักกิ่ง โดยเฉพาะ ค.ศ.2016 ผลการตรวจสอบของกระทรวงเกษตรในเมืองใหญ่และขนาดกลางทั่วประเทศระบุว่าสินค้าเกษตรของปักกิ่งมีคุณภาพและความปลอดภัยที่ดีกว่าถึง ร้อยละ97 และเป็นผู้นำในกลุ่มของเมืองขนาดใหญ่และขนาดกลาง 150 เมืองของจีน ปัจจุบันอาหารในเมืองปักกิ่งประเภท เนื้อสัตว์ ผัก ไข่ นม และปลา มีการผลิตสูงถึง ร้อยละ46.7 ส่วนผลผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์คิดเป็น ร้อยละ 6.6 และ ร้อยละ0.6 ของผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันตามลำดับ

Xuhui Wang, Frida Pacho, Jia Liu และ Redempta Kajungiro (2019) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “Factors Influencing Organic Food Purchase Intention in Developing Countries and the Moderating Role of Knowledge” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องเช่น นักการตลาด ผู้ค้า และผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้บรรลุกลยุทธ์การตลาด เพื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 331 คน จากประเทศแทนซาเนีย และ 350 คน จากประเทศเคนยา วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่าในประเทศกำลังพัฒนาก็มีความพยายามในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์สู่ท้องถิ่น การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (subjective norms หรือ SNs) ทศนคติส่วนบุคคล (Personal attitude) และจิตสำนึกด้านสุขภาพ เป็นปัจจัยหลักต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคของทั้งสองประเทศ และ พบว่าการให้ความรู้จะส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทศนคติส่วนบุคคล

จิตสำนึกด้านสุขภาพ กับความสนใจของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ แต่การให้ความรู้มีส่วนน้อยในการกำกับความรู้สึกความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control หรือ PBC) กับผู้บริโภคชาวเคนย่า และไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่าง PBC กับความตั้งใจซื้อ ของผู้บริโภคในแทนซาเนีย กล่าวคือ การเพิ่มความรู้เกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ในหมู่ผู้บริโภคมีผลต่อการสร้างความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์จากบรรทัดฐานทางสังคม หากสังคมให้ความสนใจอาหารอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่างก็มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับอาหารอินทรีย์เช่นกัน การให้ความรู้ผ่านช่องทาง social media จะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายกว่า ทำให้การคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิงมีแนวโน้มสูงขึ้น

บทที่ 3 วิธีการศึกษาวิจัย

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน โดยมุ่งศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาด และแนวโน้มของผู้บริโภคตั้งแต่ ค.ศ.1990-ค.ศ.2019 เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม

3.2 วิธีจัดกระทำข้อมูล

รวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน จากผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยในประเทศจีน โดยการสัมภาษณ์และการทำแบบสอบถาม รวมถึง รวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย หนังสือ วารสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ โดยอ้างอิงจากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีวงจรผลิตภัณฑ์ และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพื่อหาข้อสรุป

3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้ มาจัดเรียงตามหัวข้อที่กำหนดไว้ และจัดกระทำตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ

3.3.1 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย สัดส่วนทางการตลาด และ นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปี (Annual Report) ของหน่วยงาน China Green Food Development Center ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018 จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยอ้างอิงจากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ทฤษฎีวงจรผลิตภัณฑ์ และ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และนำเสนอในรูปแบบตาราง และ แผนภูมิประกอบการบรรยาย

3.3.2 ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัย และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ. 2563 จากผู้บริโภคอาหารปลอดภัยในประเทศจีน จำนวน 45 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้ เทคนิคสถิติเชิงพรรณนา โดยเน้นในแง่ปัจจัย และ พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอาหารปลอดภัย แจกแจงเป็นร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบแผนภูมิ ประกอบการบรรยาย

3.3.3 ศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทย และประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทยและประเทศจีน เกี่ยวกับนโยบายเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย ตั้งแต่ ค.ศ.1990-ค.ศ.2020 จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบเปรียบเทียบ (Case Study Comparison) และนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยาย

3.4 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคอาหารปลอดภัยชาวจีน เกี่ยวกับพฤติกรรม และ ปัจจัย การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยในประเทศจีน ในช่วง มกราคม พ.ศ.2563 จำนวน 45 คน ผ่านทางออนไลน์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัย และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ศึกษาข้อมูลจากรายงานประจำปีของหน่วยงาน China Green Food Development Center ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018 เพื่อให้ทราบถึง การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย และ ค.ศ.2006-ค.ศ.2018 เพื่อให้ทราบถึง สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

ศึกษาข้อมูลจาก เว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดภัยของทั้ง ประเทศไทยและประเทศจีน เพื่อให้ทราบถึง นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัย จากหน่วยงาน ของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยของประเทศไทยและประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.1990-ค.ศ.2020 เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบ นโยบายเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยของทั้งสองประเทศ

3.5 เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 เครื่องมือในการวิจัย

- 1) แบบสอบถาม
- 2) โปรแกรม Microsoft Excel

3.5.2 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)
- 2) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
- 3) การวิเคราะห์แบบเปรียบเทียบ (Case Study Comparison)

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย และ สัดส่วนทางการตลาด ของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

4.1.1 มูลค่าการจำหน่าย

อาหารปลอดภัยในประเทศจีน เฉพาะประเภท Green Food ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018 มีมูลค่าการจัดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 4,798.1 พันล้านRMB ซึ่งเพิ่มขึ้น 8.1 เท่า โดย ค.ศ.2014 มีมูลค่าสูงสุด คือ 548 พันล้านRMB ซึ่งสูงกว่า ค.ศ.2013 ร้อยละ51.2 ปีที่มีมูลค่า ลดลงจากปีก่อนหน้า ได้แก่ ค.ศ.2015 ค.ศ.2016 และ ค.ศ.2010 ลดลง ร้อยละ25.1 11.8 และ 10.7 ตามลำดับ แต่ถึงแม้ ค.ศ.2015 จะมีมูลค่าการจัดจำหน่ายที่ลดลงจากปีก่อนหน้าถึง ร้อยละ25.1 แต่ยังคงมีมูลค่าสูงกว่า ค.ศ.2013 ถึง 75.8 พันล้านRMB

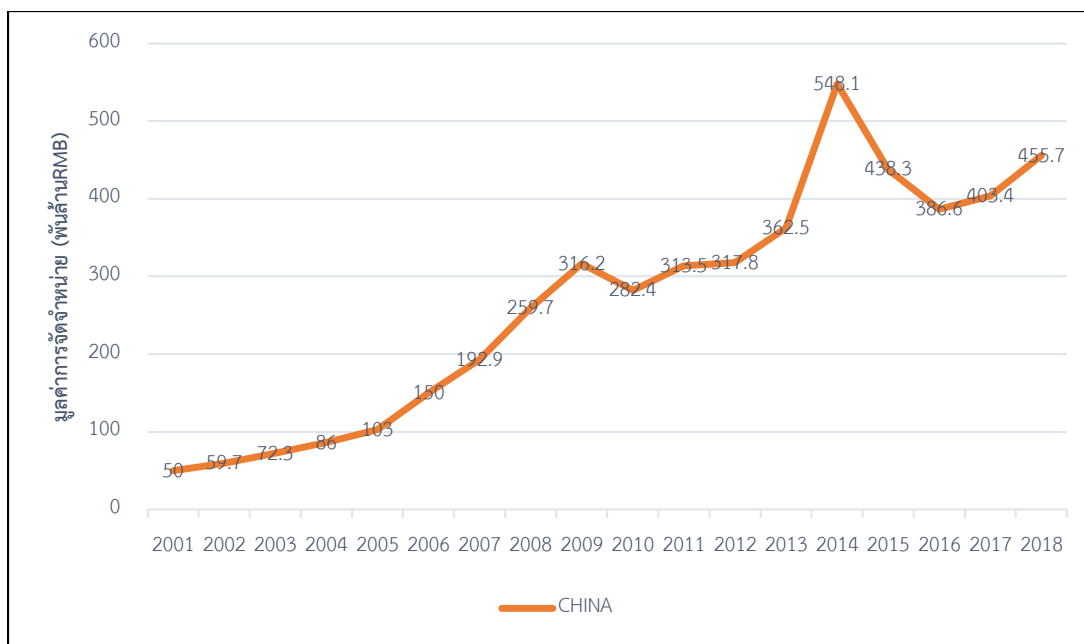
ค.ศ.2006 เป็นปีที่อาหารปลอดภัยในประเทศจีนขยายตัวสูงสุดเป็นอันดับที่ 2 โดย เติบโตสูงถึง ร้อยละ45.6 อาจเกิดจาก ค.ศ.2005 เกิดเหตุการณ์ไข้หวัดนกสายพันธุ์ H5N1 ระบาดครั้งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงในประเทศจีนด้วย ด้วยเหตุนี้จึงอาจเป็นแรงกระตุ้นในการตัดสินใจ เลือกซื้ออาหารปลอดภัยของชาวจีนในขณะนั้น มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหารปลอดภัยในประเทศจีนของ ค.ศ.2006 จึงเพิ่มสูงขึ้นมาก แม้ ค.ศ.2007 มูลค่าการจัดจำหน่ายจะลดลงแต่ยังคงสูงกว่า ค.ศ.2005 อาหารปลอดภัยในประเทศจีนยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่ง ค.ศ.2010 ที่มีมูลค่าการจัดจำหน่าย ลดต่ำลง ร้อยละ10.7 ซึ่งเป็นผลจาก ค.ศ.2009 เกิดวิกฤติเศรษฐกิจโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วย อาหารปลอดภัยซึ่งมีราคาสูงกว่าอาหารทั่วไป จึงมีมูลค่าการจัดจำหน่ายที่ลดลง

เนื่องจาก ปัญหาการปนเปื้อนสารพิษในอาหาร และ อาหารปลอม ที่แพร่หลายอย่างหนักใน ค.ศ.2012-ค.ศ.2015 เช่น สารเคมีสำหรับเปลี่ยนเนื้อหมูเป็นเนื้อวัว การปนเปื้อนสารโปรตีนซีรัม ซอร์เบต เพื่อไม่ให้เน่าเสีย และ สารโซเดียมไซคลาเมตเพื่อให้ความหวานในซาลาเปา รวมถึงในระดับอุตสาหกรรม เช่น ครัวปลาฉลามปลอม สำหรับปลอมผลิตจากพลาสติก หน่อไม้ดองผลิตจากไม้ตะเคียบ ซอสปรุงรสปลอมผลิตจากเส้นผม ข้าวปลอมผลิตจากมันฝรั่งผสมเมล็ดพลาสติก หนุ่ยปลอมผลิตจากเจลาติน ในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและสารโซเดียมโอเลต สำหรับผลิตสบู่ รวมถึง ไข่ปลอม โดยเปลือกไข่ผลิตจากแคลเซียมคาร์บอเนต พาราฟิน แวกซ์ และ น้ำ ไข่ขาวผลิตจากเจลาตินและแป้งผสมอะลูมิเนียม และไข่แดง จากการผสมโซเดียมเบนโซเอต สารส้ม โซเดียมอัลจิเนต แคลเซียมคลอไรด์และเจลาติน มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหารปลอดภัยที่มีเครื่องหมายรับรองใน ค.ศ.2014 จึงขยายตัวสูงที่สุด ร้อยละ51.2 แม้ ค.ศ.2015 มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหารปลอดภัยในประเทศจีนจะลดลงมากที่สุด ร้อยละ25.1 แต่ก็ยังคงมีมูลค่าการจัดจำหน่ายสูงถึง 438.3 พันล้านRMB และถึงแม้ ค.ศ.2006 มูลค่าการจัดจำหน่ายจะลดลงเพิ่มอีก ร้อยละ11.8 แต่ยังคงสูงกว่า ค.ศ.2013 และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4: มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหาร Green Food ในประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018

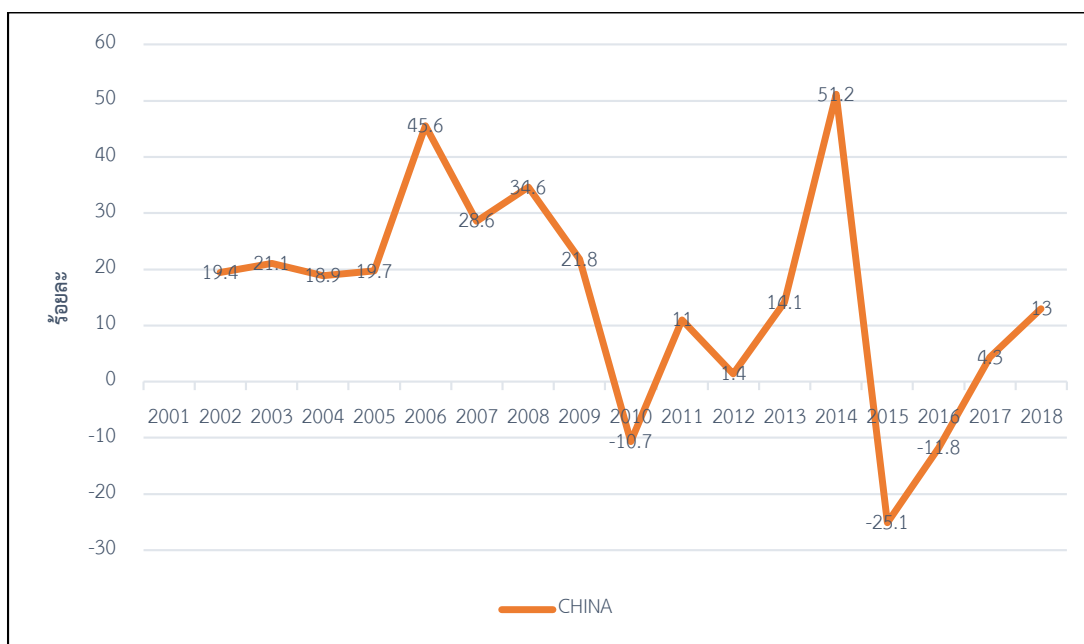
ปี	มูลค่าการจัดจำหน่าย ในประเทศจีน (พันล้าน RMB)	การเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
2001	50.0	
2002	59.7	19.4
2003	72.3	21.1
2004	86.0	18.9
2005	103.0	19.7
2006	150.0	45.6
2007	192.9	28.6
2008	259.7	34.6
2009	316.2	21.8
2010	282.4	-10.7
2011	313.5	11.0
2012	317.8	1.4
2013	362.5	14.1
2014	548.1	51.2
2015	438.3	-25.1
2016	386.6	-11.8
2017	403.4	4.3
2018	455.7	13.0

ที่มา: ข้อมูลจากรายงานประจำปี China Green Food Development Center ค.ศ. 2001-2019



แผนภูมิที่ 3 มูลค่าการจำหน่าย Green Food ในประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018

ที่มา: ผู้วิจัย (2563) ดัดแปลงข้อมูลจากรายงานประจำปี China Green Food Development Center



แผนภูมิที่ 4 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการจำหน่าย Green Food ของประเทศจีน ค.ศ.2001-ค.ศ.2018

ที่มา: ผู้วิจัย (2563) ดัดแปลงข้อมูลจากรายงานประจำปี China Green Food Development Center

4.1.2 สัดส่วนทางการตลาด

อาหารปลอดภัยในประเทศไทย ตั้งแต่ ค.ศ.2006-ค.ศ.2018 จากการจำแนกประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศไทย เป็น 5 ประเภท ดังนี้ ผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และสัตว์ปีก ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม และ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มีสัดส่วนทางการตลาดที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป มีมูลค่าทางการตลาดสูงที่สุดและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 58 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ มีสัดส่วนทางการตลาดน้อยที่สุด และ ลดลงมากที่สุด และ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มีสัดส่วนทางการตลาดคงตัวที่ ร้อยละ 6-8 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ มีสัดส่วนทางการตลาดที่ลดลง จากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป

ผลิตภัณฑ์เกษตรประกอบด้วย ข้าวสาลี ข้าวโพด ถั่วเหลือง พืชสำหรับผลิตน้ำมันพืช สำหรับผลิตน้ำตาล ธัญพืช ผักสด ผลไม้สด ผลไม้แห้ง เห็ดและผักป่า และ ผลิตภัณฑ์เกษตรอื่น ๆ และ ผลิตภัณฑ์แปรรูป ประกอบด้วย แป้งสาลี ข้าว ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวโพด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากธัญพืช ผักสดแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผัก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ เห็ดแปรรูปและผักป่าแปรรูป และ อาหารจากการเกษตรแปรรูปอื่น ๆ รวมถึง ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากข้าวโพด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเหลือง น้ำมันพืชสำหรับบริโภค และผลิตภัณฑ์จากน้ำมันพืชสำหรับบริโภค น้ำตาล ธัญพืชแปรรูป ผักแปรรูป ผลไม้แปรรูป และ อาหารจากการเกษตรแปรรูปอื่น ๆ

ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และสัตว์ปีก ประกอบด้วย เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อแกะ เนื้อสัตว์ปีก เนื้อสัตว์อื่น ๆ ไช้จากสัตว์ปีก รวมถึง เนื้อสัตว์แปรรูป นม ผลิตภัณฑ์จากนม ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ประกอบด้วย เนื้อสัตว์น้ำ และ เนื้อสัตว์น้ำแปรรูป

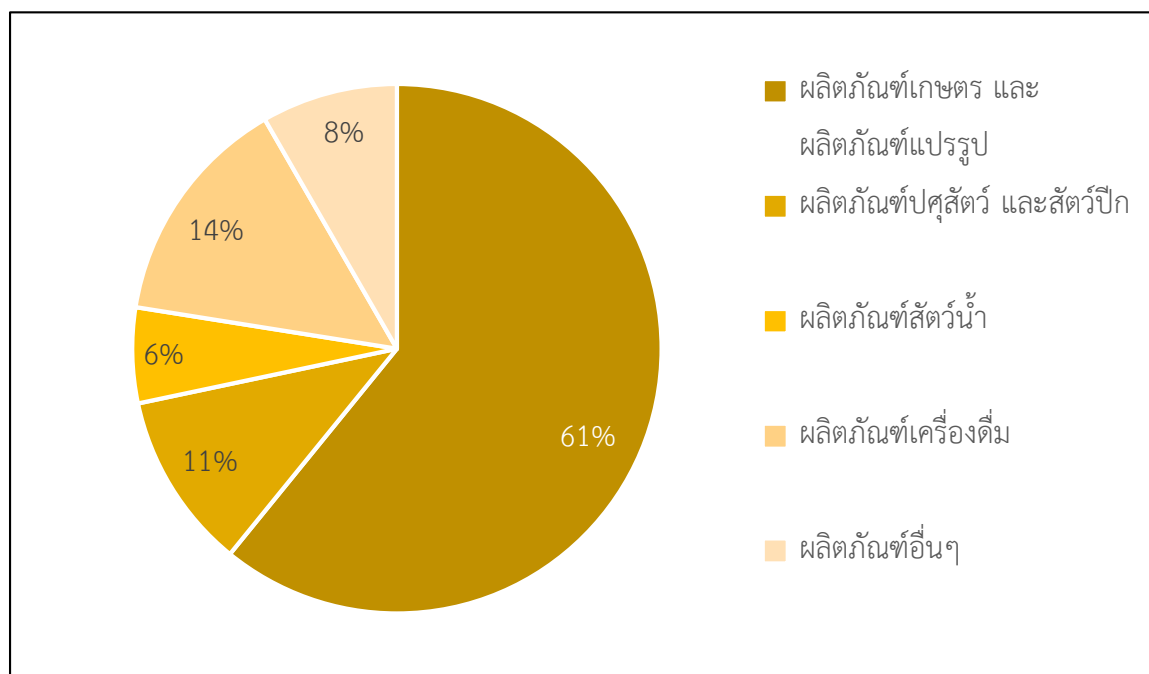
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ประกอบด้วย ใบชาแห้ง น้ำดื่มประเภทขวดหรือกระป๋อง เครื่องดื่มอัดลม น้ำผัก น้ำผลไม้และเครื่องดื่มจากผักหรือผลไม้ เครื่องดื่มสำหรับขง เครื่องดื่มแช่แข็ง และ ชาประเภทอื่นๆ

ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ประกอบด้วย อาหารสำเร็จรูป ขนมอบ ลูกกวาด ผลไม้กระป๋อง เกล็ด แป้ง เครื่องปรุงรส และ วัตถุดิบอาหาร

ตารางที่ 5: สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green Food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2008

ผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ (ชิ้น)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ผลิตภัณฑ์เกษตร และ ผลิตภัณฑ์แปรรูป	10,659	60.87
ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ และ สัตว์ปีก	1,894	10.82
ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	1,021	5.83
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	2,481	14.17
ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	1,457	8.32
รวม	17,512	100.0

ที่มา: ผู้วิจัย (2563) ดัดแปลงข้อมูลจากรายงานประจำปี China Green Food Development Center

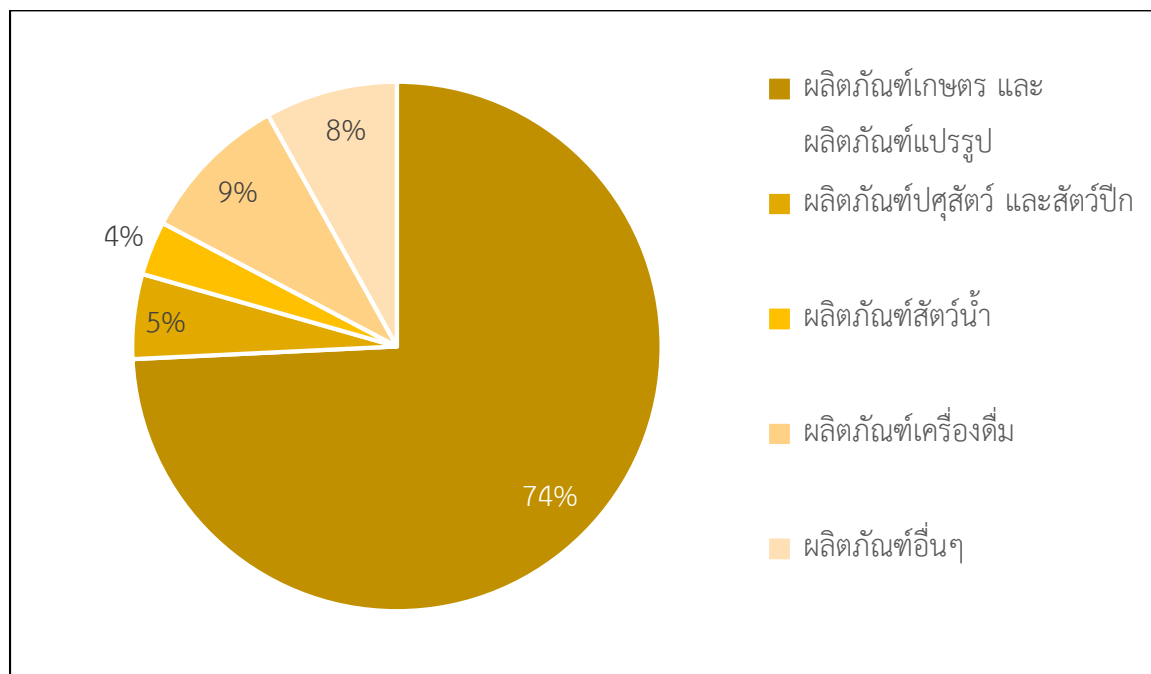


แผนภูมิที่ 5 สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2008

ตารางที่ 6: สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green Food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2014

ผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ (ชิ้น)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ผลิตภัณฑ์เกษตร และ ผลิตภัณฑ์แปรรูป	15,703	74.24
ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ และ สัตว์ปีก	1,095	5.18
ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	698	3.30
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	1,946	9.20
ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	1,711	8.09
รวม	21,153	100.0

ที่มา: ผู้วิจัย (2563) ดัดแปลงข้อมูลจากรายงานประจำปี China Green Food Development Center

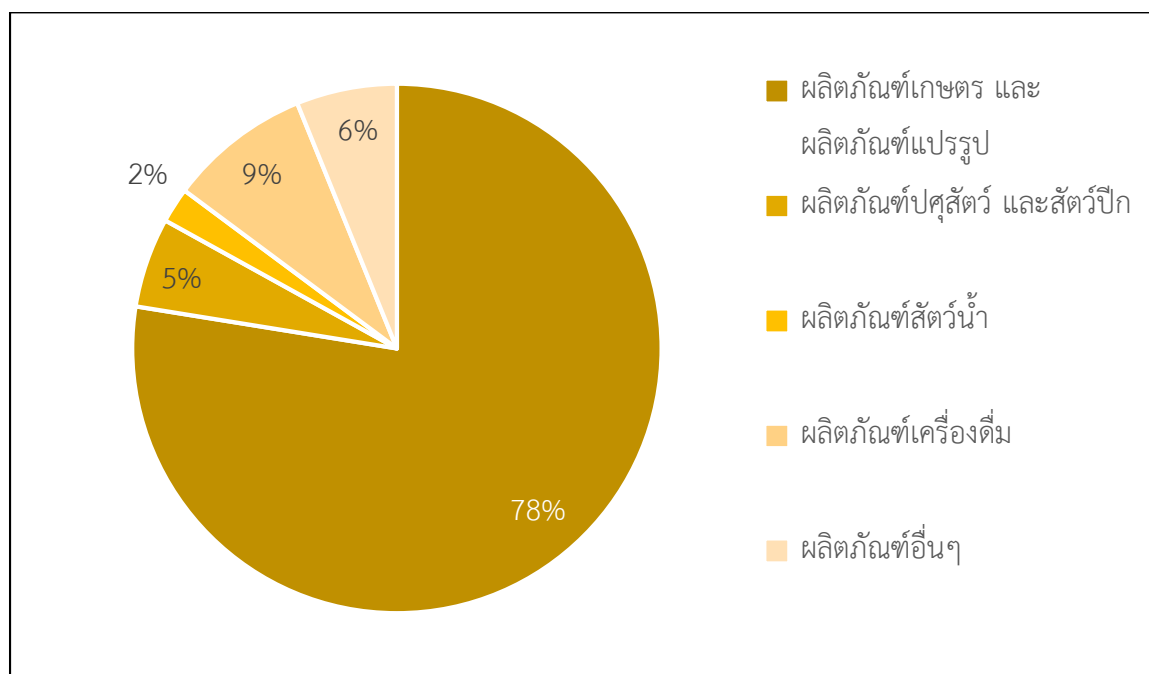


แผนภูมิที่ 6 สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2014

ตารางที่ 7: สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green Food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2018

ผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ (ชิ้น)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ผลิตภัณฑ์เกษตร และ ผลิตภัณฑ์แปรรูป	23,986	77.57
ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ และสัตว์ปีก	1,698	5.49
ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ	663	2.14
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	2,684	8.68
ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	1,901	6.15
รวม	30,932	100.0

ที่มา: ผู้วิจัย (2563) ดัดแปลงข้อมูลจากรายงานประจำปี China Green Food Development Center



แผนภูมิที่ 7 สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2018

4.1.2 นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

1) นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐ

รัฐบาลจีนได้ จัดตั้งองค์กรเพื่อตรวจสอบและรับรองอาหารปลอดภัยในประเทศจีนขึ้นหลายองค์กรโดยมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับอาหารปลอดภัยในประเทศจีนทุกประเภท ให้อยู่ภายในมาตรฐานการควบคุม

อาหารปลอดภัยในประเทศจีน เริ่มเป็นที่สนใจในประเทศจีน ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 โดยผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประเทศจีนชนิดแรก คือ ผลิตภัณฑ์ชาเขียว จาก เมืองหลินอาน มณฑลเจ้อเจียง ผ่านการรับรองอาหารอินทรีย์ จาก Dutch certification agency Skal (Dutch Skal) จากประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีมาตรฐานเดียวกับ The European biological certificate (Euro Leaf) ที่ร่วมมือกับ Nanjing Institute for Environmental Sciences (NIES) ซึ่ง ก่อตั้งขึ้น ค.ศ. 1978 เป็นสถาบันวิจัยทางวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ภายใต้ Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China ต่อมา ค.ศ. 1999 มีการก่อตั้ง องค์กรวิจัยและให้คำปรึกษาด้านเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะ แห่งแรกที่ได้รับการจดทะเบียนของประเทศจีน แต่ ไม่มีหน้าที่ในการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย คือ Nanjing Global Organic Food Research and Consulting Center (OFRC)

การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ไปยังประเทศจีน ต้องกระทำผ่าน สำนักงานตรวจสอบ และกักกันโรคสาธารณสุขรัฐประชาชนจีน General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อ ควบคุม ตรวจสอบขั้นต้น และ กักกันโรค การนำเข้า-ส่งออกพืชและสัตว์ การนำเข้า-ส่งออกอาหารปลอดภัย อีกทั้ง ยังมีหน้าที่ ตั้งมาตรฐาน และ รับรอง ผลิตภัณฑ์ โดยมีความแตกต่างจาก MoA คือ AQSIQ มุ่งเน้นการผลิต และ นำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ

จากมาตรการด้านการจัดการสำหรับการรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์ Administrative Measures for the Certification of Organic Products ซึ่ง มีผลบังคับใช้ 1 เมษายน ค.ศ. 2014 อธิบายไว้ว่า ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่นำเข้ามายังประเทศจีน ต้องยอมรับกฎหมาย และ ข้อบังคับ จากจีน และ ต้องยื่น ใบขอขึ้นทะเบียนสินค้าอินทรีย์ต่อ CNCA ผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์นำเข้าจากต่างประเทศทุกชนิด หาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาตรฐานที่ทางการจีนยอมรับว่ามีมาตรฐานเดียวกัน จะได้รับตราสัญลักษณ์ อินทรีย์แห่งชาติจีนโดยอัตโนมัติ แต่หากเคยผ่านการรับรองต่างชาติอื่น ๆ CNCA จะส่งผู้เชี่ยวชาญ ไปตรวจสอบยังแหล่งผลิต

ใบรับรองคุณภาพสินค้าอินทรีย์ที่ออกให้โดย CNCA มีอายุการใช้งาน 1 ปี หรือ นำเข้าในรูปแบบสินค้าทั่วไป และ แสดงสัญลักษณ์ที่ผ่านมาตรฐาน แต่ ห้ามระบุว่าเป็นอาหารอินทรีย์

เมื่อสินค้าได้รับตราสัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์แห่งชาติจีน (中国有机产品) แล้ว ผู้นำเข้าจะต้องยื่นสำเนาใบรับรองมาตรฐาน ใบอนุญาตการขายสินค้าอินทรีย์ และใบรับรองตราสัญลักษณ์ทุกครั้งต่อศุลกากร และ อาจสุ่มตรวจคุณภาพของสินค้าด้วย

- **Minister of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China (MoA)**

China Green Food Development Center (CGFDC)

ก่อตั้งขึ้นเมื่อ ปี 1992 มีหน้าที่ควบคุมคุณภาพ และ ให้การรับรองอาหารปลอดภัยประเภทอาหารสีเขียว ภายใต้ Law of Agro-Product Quality and Safety และ ควบคุมการออกเครื่องหมาย โดย Trademark Law of The People's Republic of China รวมถึง เป็นหน่วยงานผู้กำกับการจัดงานแสดงสินค้า China Green Food Expo ด้วย

นโยบายสำคัญเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยที่ออกโดย CGFDC คือ นโยบาย Green Food AA standard และ นโยบายสามผลิตภัณฑ์ หนึ่งมาตรฐาน (Three product one standard 三品一标)

นโยบายสามผลิตภัณฑ์ หนึ่งมาตรฐาน three product one standard

นโยบาย สามผลิตภัณฑ์ หนึ่งมาตรฐาน ก่อตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบการรับรองใบอนุญาตฉลากอาหารปลอดภัย ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานอาหารปลอดภัยภายใต้ การกำกับดูแลของ CGFDC ดังนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารสีเขียว (Green Food) ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (Organic food) ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ (Pollution-free agricultural products) ต่อมาจึงรวม ผลิตภัณฑ์เกษตรบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (geographical indications for agricultural products) เข้าไปด้วย อีกทั้ง สามผลิตภัณฑ์หนึ่งมาตรฐาน ยังมีหน้าที่ กำหนดคุณภาพสินค้าเกษตร ประเมินและการระบุคุณค่าทางโภชนาการ ประสานงานและให้คำแนะนำในการเพาะปลูก การระบุและส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร โดยผลิตภัณฑ์ทั้งสามประเภท จะใช้มาตรฐานในการตรวจสอบที่ต่างกัน และ แสดงสัญลักษณ์กำกับแตกต่างกัน

Green Food standard

ค.ศ.1992 CGFDC ได้แบ่งมาตรฐานอาหารสีเขียว ออกเป็น 2 ระดับ คือ A และ AA โดย ระดับAA มีคุณภาพเท่ากับ อาหารอินทรีย์ มีข้อแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 8: ข้อแตกต่างระหว่าง อาหารสีเขียว ระดับ AA และ ระดับ A

Green Food Grade AA	Green Food Grade A
ห้าม ใช้สารเคมีหรือยาฆ่าแมลง เป็นเวลาอย่างน้อยสองปีสำหรับพืชประจำปี และสามปีสำหรับไม้ยืนต้น	สามารถใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลง ในปริมาณที่จำกัด เพื่อปรับปรุงคุณภาพดิน และป้องกันศัตรูพืช
มีการตรวจสอบฟาร์มและโรงงานแปรรูปเป็นประจำทุกปี เพื่อต่ออายุการรับรอง	มีการตรวจสอบฟาร์มและโรงงานแปรรูปเป็นประจำทุก 3 ปี เพื่อต่ออายุการรับรอง
รับรองคุณภาพดิน และ การเพาะปลูก	รับรองผลิตภัณฑ์
ห้ามเป็น GMO	สามารถเป็น GMO

ที่มา:<http://www.sciencepublishinggroup.com> (2017)

สัญลักษณ์อาหารสีเขียวประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ดวงอาทิตย์ ต้นอ่อนและใบ ในวงกลม หมายถึง ชีวิตที่กลมกลืนกันภายใต้แสงอาทิตย์ บ่งบอกถึงผู้คนที่ปกป้องสิ่งแวดล้อม ผลิตและบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ โดย ต้องจัดวางร่วมกับ คำว่า GREEN FOOD และ 绿色食品 ซึ่งหมายถึงอาหารสีเขียว ทั้งในภาษาจีนและภาษาอังกฤษ การจำแนกอาหารสีเขียวประเภท A และ AA คืออาหารสีเขียวประเภท AA ใช้ตัวอักษรสีเขียว บนพื้นหลังสีขาว ส่วน ประเภท A ใช้ตัวอักษรสีขาว บนพื้นหลังสีเขียว



ภาพที่ 8 เครื่องหมายรับรองอาหารสีเขียวประเภท AA และ A

ที่มา: <http://m.sohu.com> (2018) และ <http://www.greenfood.agri.cn> (2011)



ภาพที่ 9 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองอาหารสีเขียวประเภท A กำกับ
ที่มา: <https://detail.tmall.com> (2019)

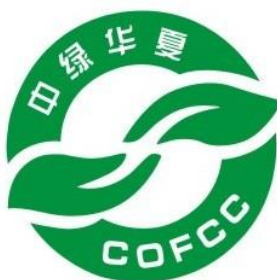
China Organic Food Certification Center (COFCC)

COFCC ก่อตั้งขึ้น ค.ศ.2002 เป็นการรับรองอาหารอินทรีย์ ประเภทแรกของจีน ที่ผ่านการจดทะเบียนรับรอง จาก China National Certification Administration (CNCA) หลังจกใช้มาตรฐาน Green Food ระดับ AA ในการรับรองอาหารมาตรฐานอินทรีย์ โดยมีหน้าที่ในการตรวจสอบและออกใบรับรองอาหารเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ผักอบรมสำหรับผู้ตรวจสอบผลิตภัณฑ์อินทรีย์ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสร้างวัฒนธรรมตลาดอาหารอินทรีย์ ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ จัดตั้งกงสุลให้รัฐบาลจีนสามารถจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์และนโยบายด้านเกษตรอินทรีย์

นอกจากนี้ COFCC ยังมีหน้าที่ จัดฝึกอบรมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมการค้าอาหารเกษตรอินทรีย์ และ สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ กับหน่วยงานระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกการค้าระหว่างประเทศของสินค้าเกษตรอินทรีย์ เห็นได้จาก การสร้างความสัมพันธ์ความร่วมมือที่ดีกับหน่วยงานรับรองสินค้าอินทรีย์ต่างประเทศ เช่น IFOAM BCS ในเยอรมนี JONA ในญี่ปุ่น Danish International Organic Food System Research Center ศูนย์วิจัยระบบอาหารอินทรีย์แห่งชาติเดนมาร์ก NASAA ในออสเตรเลีย และ BIOAUDIT ในชิลีเพื่อส่งเสริมการตลาดและการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศจีน

COFCC เป็นหน่วยงานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นผู้ตรวจสอบรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบตัดเทียมตามเกณฑ์มาตรฐานของสหภาพยุโรป จาก คณะกรรมาธิการการเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (EU Standing Committee on Organic Farming: SCOF)

สัญลักษณ์ COFCC มีองค์ประกอบ คือ ภาพของมือ และ ใบไม้ คือ เป็นภาพมือถือใบไม้สีเขียว หมายถึง ความปรารถนาของมนุษย์สำหรับธรรมชาติและชีวิตอื่น ๆ หรือเป็นภาพมือสองข้างประกบกัน หมายถึง มนุษย์และธรรมชาติที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพราะ แนวคิดอาหารอินทรีย์ คือ อาหารของมนุษย์ได้มาจากธรรมชาติ กิจกรรมของมนุษย์ควรเคารพธรรมชาติ



ภาพที่ 10 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ COFCC
ที่มา: <http://www.ofcc.org.cn> (2012)



ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์ COFCC
ที่มา: <https://detail.tmall.com> (2020)

Agricultural Product Quality and Safety Center

ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ (Pollution-free agricultural products)

เกษตรปลอดมลภาวะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งปลูกในสภาพแวดล้อม และ กระบวนการผลิต ที่มีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานเกษตรปลอดมลภาวะ คือ สามารถใช้สารกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมีได้ ในปริมาณที่กำหนด แต่ ไม่สามารถใช้สารกำจัดศัตรูพืชที่เป็นพิษ และมีสารตกค้างสูง ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ (Pollution-free agricultural products) เป็น มาตรฐานการรับรองทางการเกษตรที่ รับรองแหล่งเพาะปลูก และ รับรองผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ที่ผ่านการรับรอง เกษตรปลอดมลภาวะ ต้องแสดงสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ โดยมีขนาดของสัญลักษณ์ ตามที่กำหนดสำหรับประเภทบรรจุภัณฑ์ และ ขนาดบรรจุภัณฑ์

สัญลักษณ์ประกอบด้วย รวงข้าวสาเลี เครื่องหมายถูก และ คำว่า Pollution-free agricultural products ในภาษาจีน รวงข้าวสาเลี หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และ เครื่องหมายถูก สื่อถึง การผ่านการรับรอง



ภาพที่ 12 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ (Pollution-free agricultural products)

ที่มา: <http://www.cnca.gov.cn> (2012)



ภาพที่ 13 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรอง Pollution-free agricultural products

ที่มา: <https://detail.tmall.com> (2019)

- **หน่วยงาน China's Environmental Protection Agency (SEPA)**

มีความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับอาหารอินทรีย์ ที่สำคัญ คือ ค.ศ.1995 ได้ประกาศนโยบาย แนวทางการจัดการการรับรอง และ บรรทัดฐานทางเทคนิคเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์

Organic Food Development and Certification Center of China (OFDC)

ก่อตั้งขึ้น ค.ศ.1994 โดยมีหน้าที่บริหารจัดการใบรับรองอาหารอินทรีย์ของจีน โดยแรกเริ่ม มีการร่วมมือกับ สถาบันวิจัย GTZ ในโครงการ Sino-German และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เกิดเป็น งานวิจัย Development of Organic Agriculture in Poverty Areas in China และด้วยการสนับสนุน จาก ประเทศเยอรมัน ทำให้ ปี ค.ศ. 2002 OFDC กลายเป็น องค์กร ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ให้ความรู้ เผยแพร่ และ รับรองเกษตรอินทรีย์ องค์กรรับรองอาหารอินทรีย์แรกของประเทศจีน ที่ผ่านการรับรอง จาก International Federation of Organic Agricultural Movements (IFOAM) และ ผ่านมาตรฐาน the International Organization for Standardization (ISO-65) ส่งผลให้ OFDC เพิ่มสัญลักษณ์ IFOAM ด้านล่างสัญลักษณ์หลักขององค์กร ต่อมา ค.ศ. 2003 China National Certification Administration (CNCA) จึงได้เข้าควบคุม การรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของจีน ที่ออกโดย SEPA สุรศักดิ์ เรียงเครือ (2556) เปิดเผยว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองจาก OFDC เท่านั้น จึงจะสามารถ จำหน่ายภายในประเทศจีนได้ เพราะ จีนไม่ยอมรับการตรวจคุณภาพจากประเทศอื่น

สัญลักษณ์ OFDC มีองค์ประกอบ คือ วงกลม 2 วง ซ้อนกัน ด้านในสุดเป็นลวดลาย สื่อถึง พืช และ สัตว์ ที่ผ่านการรับรอง เมื่อผ่านการรับรองแล้ว สามารถแสดงสัญลักษณ์นี้บนบรรจุภัณฑ์ได้ โดย ห้ามเปลี่ยนแปลง รูปร่าง และ สี ของเครื่องหมาย รวมถึง จะสามารถแสดงสัญลักษณ์ IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements) ด้านล่างได้ เมื่อเป็นผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองจาก IFOAM ร่วมด้วยแล้วเท่านั้น



ภาพที่ 14 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ OFDC

ที่มา: <http://www.ofdc.org.cn> (2015)



ภาพที่ 15 ผลิตภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์ OFDC

ที่มา: <https://detail.tmall.com> (2019)

- Certification and Accreditation Administration of People's Republic of China (CNCA)

หน่วยงานรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในประเทศจีนทุกประเภท ต้องผ่านการรับรองจาก CNCA โดย CNCA มีมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ของตนเอง ดังนี้

สัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์แห่งชาติจีน

สัญลักษณ์มี 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (China organic product) และ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์แปลง (China organic conversion product) โดยทั้งสองประเภทจะแสดงด้วยสีที่ต่างกัน คือ สีเขียวบนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และสีน้ำตาล บนผลิตภัณฑ์อินทรีย์แปลง รวมถึงมีคำกำกับที่ต่างกัน

ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยผ่านการรับรอง ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์แปลงในปีแรก ห้ามแสดงสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ หลังจากนั้นสามารถแสดงสัญลักษณ์อินทรีย์ได้ก็ต่อเมื่อ มีสัดส่วนที่เป็นอินทรีย์มากกว่าร้อยละ 95 ในผลิตภัณฑ์แปรรูป การรับรองของ China organic Product ครอบคลุมประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้ พืชไร่ ปศุสัตว์ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ พืชป่า น้ำผึ้ง เชื้อรา (fungus) อาหารแปรรูป ปุ๋ยและยาฆ่าแมลง

สัญลักษณ์ ประกอบด้วย วงกลม หมายถึง โลก ตัวอักษร คำว่า organic และ conversion to organic ในภาษาจีน และ ภาษาอังกฤษ เมล็ดพันธ์ ด้านใน หมายถึง อาหารอินทรีย์ที่เติบโตจากเมล็ด และเติบโตขึ้นในประเทศจีน วงรอบเมล็ด คือ ถนนวงแหวนรอบเมล็ดตรงกลาง มาจากภาษาจีน 中 หมายถึง กลาง และ ประเทศจีน (中国) รวมถึง วงรอบเมล็ด คือ ตัว C และ O หมายถึง China Organic อีกด้วย พร้อมแสดงคู่กับ รหัสผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของตน 17 หลัก

รหัสผลิตภัณฑ์อินทรีย์ 17 หลัก สามารถนำไปตรวจสอบบนเว็บไซต์ www.cnca.gov.cn หรือแสดง QR CODE เพื่อให้ผู้บริโภคตรวจสอบผลิตภัณฑ์ได้ บนบรรจุภัณฑ์ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่สามารถระบุเครื่องหมาย Good Agricultural Practice GAP ต้องผ่านมาตรฐาน GAP ร่วมด้วย โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ผ่านมาตรฐานของ GLOBAL GAP และ ผ่านมาตรฐานจากหน่วยงานที่แต่งตั้งโดย CNCA



图 1 中国有机产品认证标志



图 2 中国有机转换产品认证标志



ภาพที่ 16 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์แห่งชาติจีน ประเภทอินทรีย์ อินทรีย์แปลง และ GAP
ที่มา: <http://www.cnca.gov.cn> (2012) และ <http://www.hslcs.org.cn> (2017)



ภาพที่ 17 ผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ

ที่มา: <https://world.tmall.com> (2019)

2) นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาคเอกชน

- งานจัดแสดงสินค้าอาหารปลอดภัย

BioFach China

BIOFACH ก่อตั้งขึ้นในประเทศเยอรมัน โดย Hagen Sunder Hubert Rottner และ Jürgen Ries ถือเป็น งานจัดแสดงอาหารอินทรีย์ และ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ครั้งแรก ในสหภาพยุโรป จัดแสดงครั้งแรกในปี ค.ศ.1990 มีผู้ร่วมจัดแสดง 197 ชุม และ เติบโตอย่างรวดเร็ว เห็นได้ชัด ค.ศ.1999 มีผู้เข้าร่วมจัดแสดง 1,276 ชุม และ มีผู้เข้าชม 15,384 คน ต่อมา ค.ศ.2001 ผู้ก่อตั้งจึงโอนย้าย BIOFACH ให้กับ NürnbergMesse ทำให้ BIOFACH เป็นที่ยอมรับ ถือเป็นงานแสดงสินค้าอาหารอินทรีย์ชั้นนำของโลก

BIOFACH ขยายการจัดแสดงอาหารปลอดภัยไปทั่วโลก ได้แก่ BIOFACH ประเทศเยอรมัน BIOFACH AMERICA BIOFACH JAPAN BIOFACH INDIA BIOFACH AMERICA LATINA ประเทศบราซิล BIOFACH SOUTH EAST ASIA ประเทศไทย และ BIOFACH CHINA โดย ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ร่วมจัดแสดงในงาน BIOFACH ในทุก ๆ ประเทศ ต้องผ่านมาตรฐานการตรวจสอบจาก IFOAM ว่าเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์

BIOFACH CHINA จัดแสดง ร่วมกับ Natural Expo China โดย บริษัท NürnbergMesse China Co., Ltd. และสนับสนุนโดย IFOAM Organic international ตั้งแต่ ค.ศ.2007 ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ โดย ค.ศ.2019 Chinese Academy of Inspection and Quarantine (CAIQ) ได้เข้ามามีส่วนร่วมใน Biofach China เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมอินทรีย์ในประเทศจีน สร้างรากฐานการบริการที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมการค้า เทคโนโลยี สถาบันการศึกษา และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ในการจัดแสดงครั้งที่มีผู้จัดแสดง 391 ชุม และเป็นจำนวน 93 ชุม จาก 22 ประเทศ มีผู้เข้าชม จำนวน 18,046 คน จาก 43 ประเทศ

จากการสำรวจโดย FiBL ระหว่าง BIOFACH 2019 อุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์ของโลก จีนมีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 8 ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 รองจากสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และฝรั่งเศส

BIOFACH CHINA

into organic

ภาพที่ 18 สัญลักษณ์งาน BIOFACH CHINA

ที่มา: <http://www.biofachchina.com> (2019)

China (Guangzhou) Nutrient and Healthy Food & Organic Product Exhibition (CINHOE)

CINHOE คือ งานแสดงสินค้าโภชนาการเพื่อสุขภาพ และ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ระดับประเทศ โดยจัดขึ้น ณ เมืองกวางโจว โดยบริษัท Guangzhou Yi Fan Exhibition Co., Ltd. เพื่อสร้างรากฐานทางธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพระดับสูง เช่น โภชนาการ และ อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารออร์แกนิก การนำเข้าอาหาร และ เครื่องดื่มคุณภาพสูง รวมถึงโปรไบโอติกและเอนไซม์ เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างประเทศ ในอุตสาหกรรมอาหาร

ในการจัดงาน ครั้งที่19 ใน ค.ศ.2019 มีผู้เข้าร่วมจัดแสดงสินค้า 1,203 ชุ้ม ประกอบด้วยกลุ่มที่มาจากต่างประเทศ 360 ชุ้ม จาก 41 ประเทศ และ มีผู้เข้าร่วมงาน 81,507 คน



ภาพที่ 19 สัญลักษณ์งาน CINHOE

ที่มา: <http://www.cincoe.com> (2019)

4.2 การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัยและกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

จากการเก็บข้อมูล จากผู้บริโภคอาหารปลอดภัยชาวจีน จำนวน 45 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ผ่านการทำแบบสอบถามบน เว็บไซต์ <https://www.wenjuan.com> พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้ 1,000-4,999 RMB ต่อเดือน สาเหตุหลักในการเลือกรับประทานอาหารปลอดภัยของชาวจีน ได้แก่ เพื่อสุขภาพ และ ความปลอดภัย โดยคิดเป็น ร้อยละ 87 จากทั้งหมด

สัญลักษณ์ที่ชาวจีนมักมองหา ในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ได้แก่ สัญลักษณ์อาหารสีเขียว คิดเป็นร้อยละ 60 ลำดับต่อมา ได้แก่ สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่ง ผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภท ไม่ใช่ อาหารปลอดภัย ประเภทเกษตรอินทรีย์ และมีข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพอาหารที่ต่ำกว่า ส่งผลให้ ผู้ประกอบการสามารถผ่านการดำเนินเรื่องขอรับรองได้ง่ายกว่า ปริมาณผลิตภัณฑ์จึงมีมากกว่า และ พบเห็นได้บ่อยกว่า โดยผู้บริโภค มีสาเหตุในการเลือกสัญลักษณ์นั้น ๆ คือ พบเห็นบ่อย คิดเป็นร้อยละ 55 โดยมี ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และเป็นประเภทผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ ลดหลั่นลงมาตามลำดับ การพบเห็นได้บ่อยเป็นปัจจัยหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์กำกับ ถึงแม้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองในระดับที่ต่ำกว่า แต่ผู้บริโภคก็ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์นั้น ๆ กำกับมากกว่า

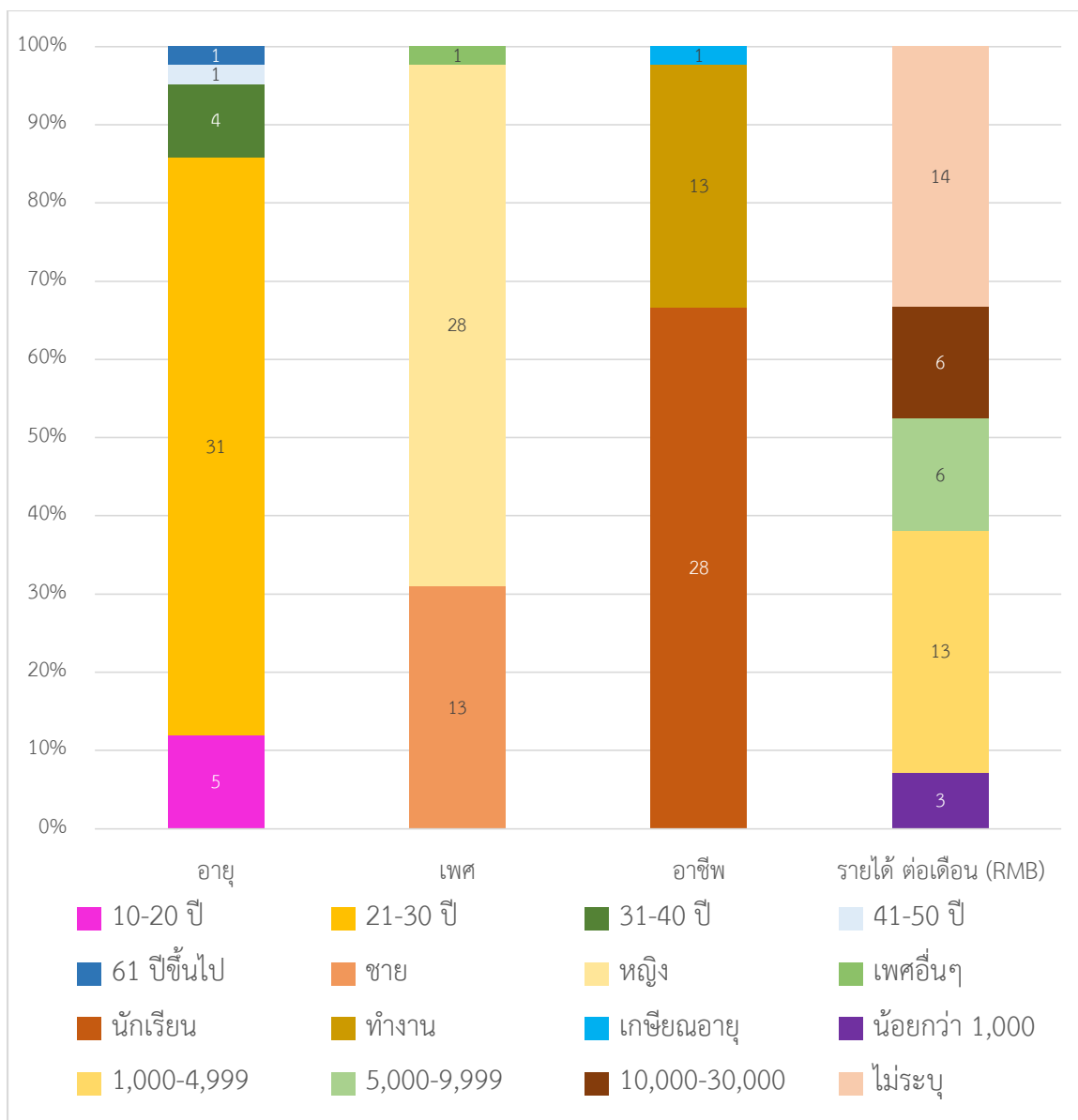
ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ของชาวจีน ได้แก่ ห้างร้านทั่วไป มีสัดส่วน ร้อยละ 39 ส่วนช่องทางที่ชาวจีนเลือกลำดับสอง คือ ช่องทางออนไลน์ และ ตลาดอาหารปลอดภัย โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ที่ ร้อยละ 26 และ 25 เป็นที่น่าสังเกต ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตลาดอาหารปลอดภัย มีส่วนแบ่งใกล้เคียงกับ ช่องทางออนไลน์ ซึ่งเข้าถึงได้ง่ายกว่า ส่วนช่องทางการซื้อกับเกษตรกรโดยตรงมีสัดส่วนน้อยที่สุด เพราะ เข้าถึงได้ยากที่สุด ส่วนสาเหตุอื่น ๆ คือ เพื่อสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึง เปลี่ยนแปลงตามความต้องการขณะนั้น

ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของชาวจีน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยลำดับแรก และ ลำดับสุดท้าย มีสัดส่วนต่างกันเพียง ร้อยละ 11 โดยปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ สุขภาพ และ ความปลอดภัย เป็นหลัก ส่วนปัจจัยหลัก คือ ความง่ายในการหาซื้อ บรรจุกฎภัณฑ์ และ กระแสนิยม โดย มีส่วนแบ่ง ร้อยละ 26 25 20 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ชาวจีนต้องการให้อาหารปลอดภัยในประเทศจีน พัฒนา เปลี่ยนแปลงในอนาคตมากที่สุด คือ ต้องการให้ อาหารปลอดภัยในประเทศจีนมีความหลากหลายมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 54 ปัจจัยรองลงมาคือ ราคาถูกลง และมีช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ตามลำดับ ส่วน ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ต้องการให้อาหารปลอดภัยดำเนินต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 9: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

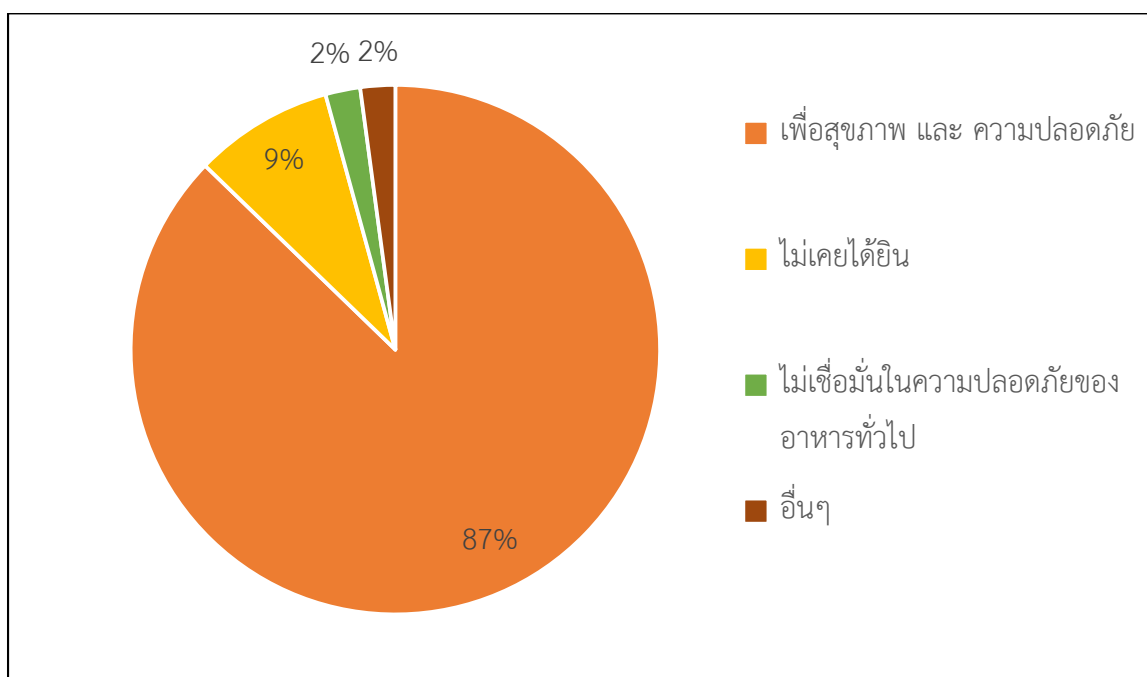
ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มอาชีพ		
ทำงาน	14	30.95
เกษียณ	1	2.38
นักเรียน	30	66.67
รวม	45	100.0
เพศ		
ชาย	14	30.95
หญิง	30	66.67
อื่น ๆ	1	2.38
รวม	45	100.0
รายได้ต่อเดือน (RMB)		
น้อยกว่า 1,000	3	7.14
1,000-4,999	14	30.95
5,000-9,999	7	14.29
10,000-30,000	6	14.29
ไม่ระบุ	15	33.33
รวม	45	100.0
ช่วงอายุ		
10-20	5	11.90
21-30	33	73.81
31-40	11	23.81
41-50	1	2.38
51-60	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	1	2.38
รวม	45	100.0



แผนภูมิที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม






ตารางที่ 10: สาเหตุในการเลือกรับประทานอาหารปลอดภัยของชาวจีน

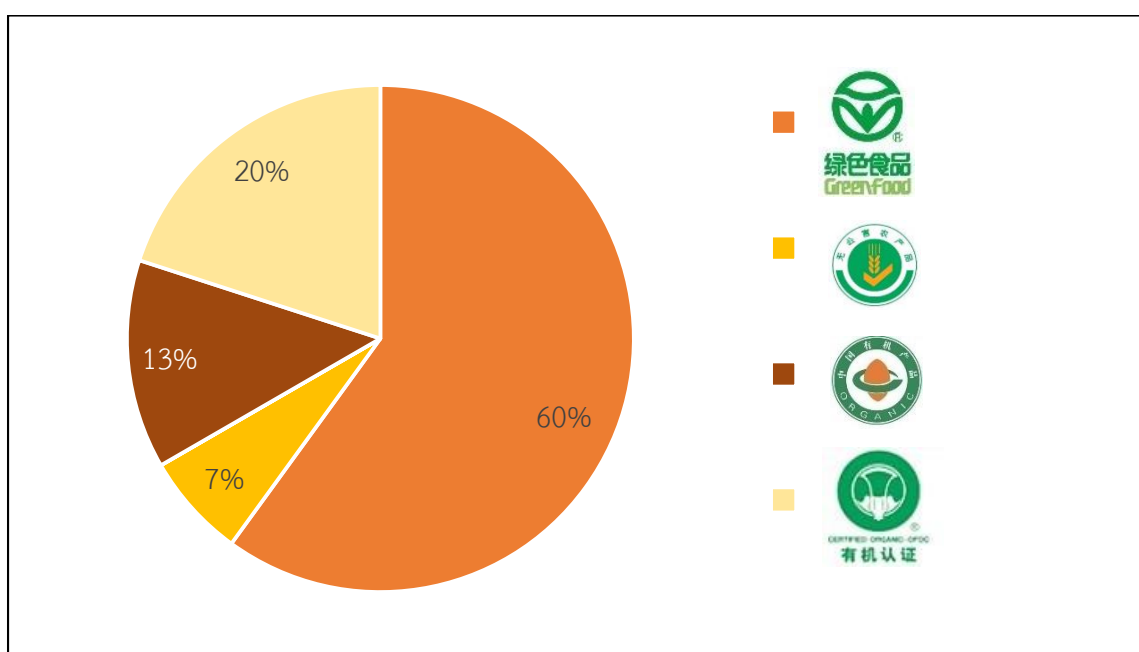
คำตอบ	จำนวน (คน)
เพื่อสุขภาพ และ ความปลอดภัย	41
ไม่เคยได้ยิน	4
ไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยของอาหารทั่วไป	1
อื่น ๆ	1



แผนภูมิที่ 9 สาเหตุในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของชาวจีน

ตารางที่ 11: สัญลักษณ์ที่ชาวจีนมักมองหา ในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย

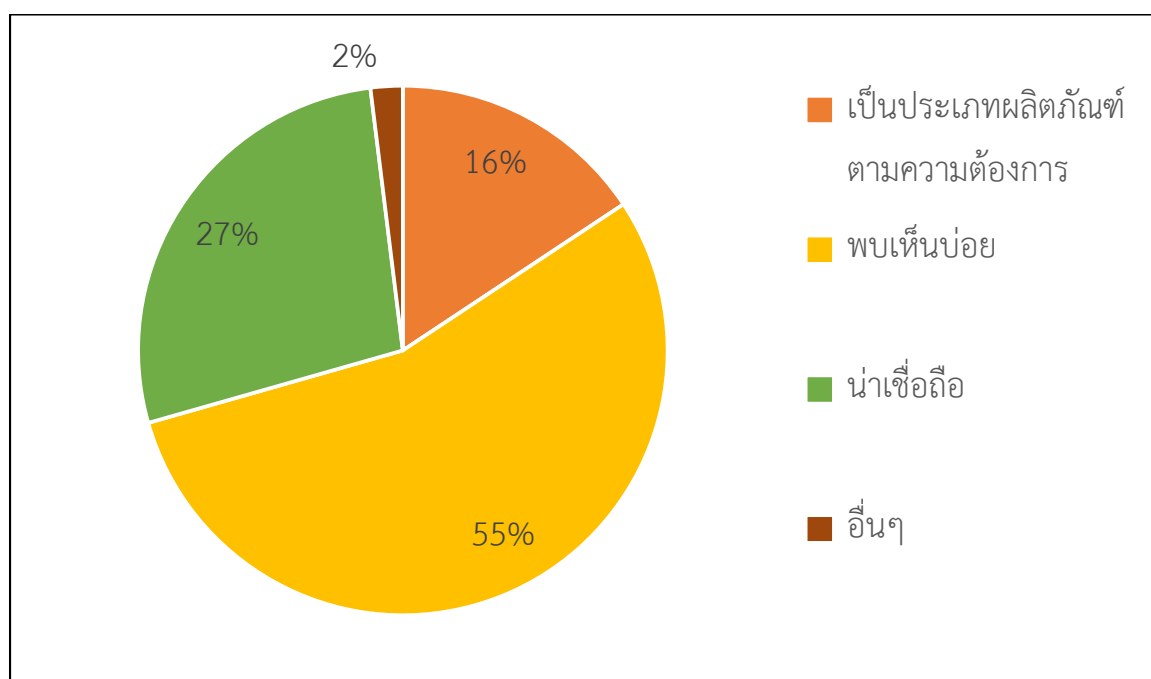
คำตอบ	จำนวน (คน)
เครื่องหมายรับรอง Green Food 	27
เครื่องหมายรับรอง OFDC 	3
เครื่องหมายรับรอง COFCC 	0
เครื่องหมายรับรอง ผลิตภัณ์อินทรีย์แห่งชาติจีน 	6
เครื่องหมายรับรอง Pollution-free agricultural products 	9



แผนภูมิที่ 10 สัญลักษณ์ที่ชาวจีนนิยมในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย

ตารางที่ 12: สาเหตุ ในการเลือกสัญลักษณ์อาหารปลอดภัยต่าง ๆ ของชาวจีน

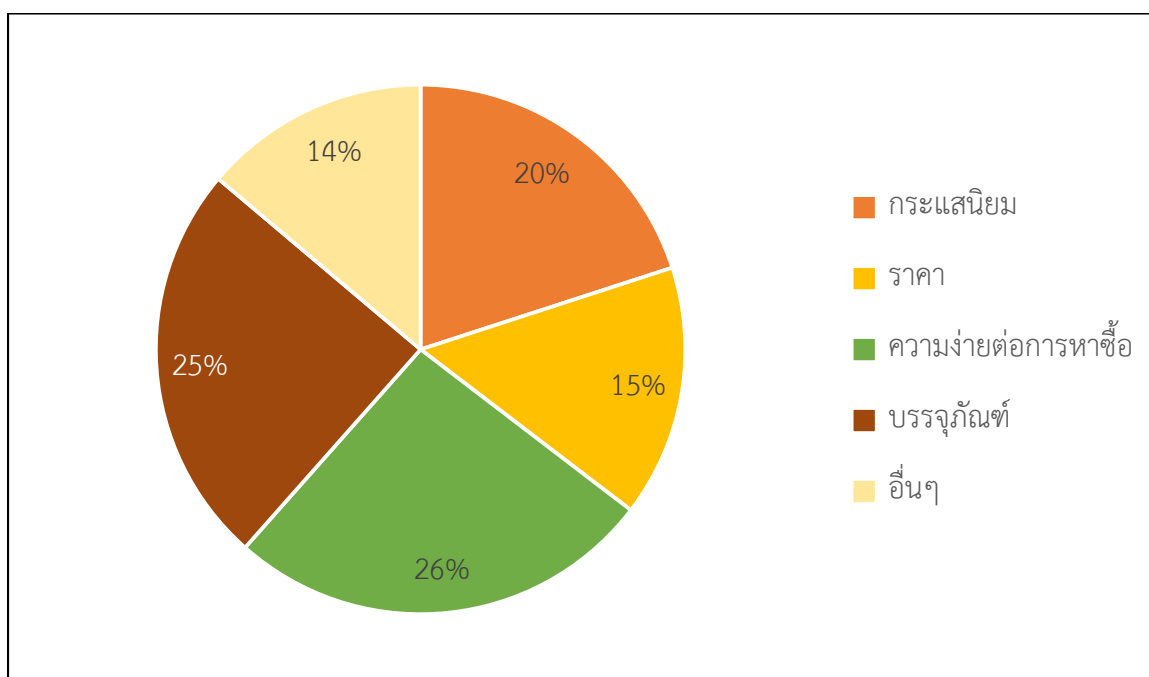
คำตอบ	จำนวน (คน)
เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ	8
พบเห็นบ่อย	28
น่าเชื่อถือ	14
อื่น ๆ	1



แผนภูมิที่ 11 เหตุผลในการเลือกสัญลักษณ์กำกับอาหารปลอดภัยของชาวจีน

ตารางที่ 13: ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ของชาวจีน

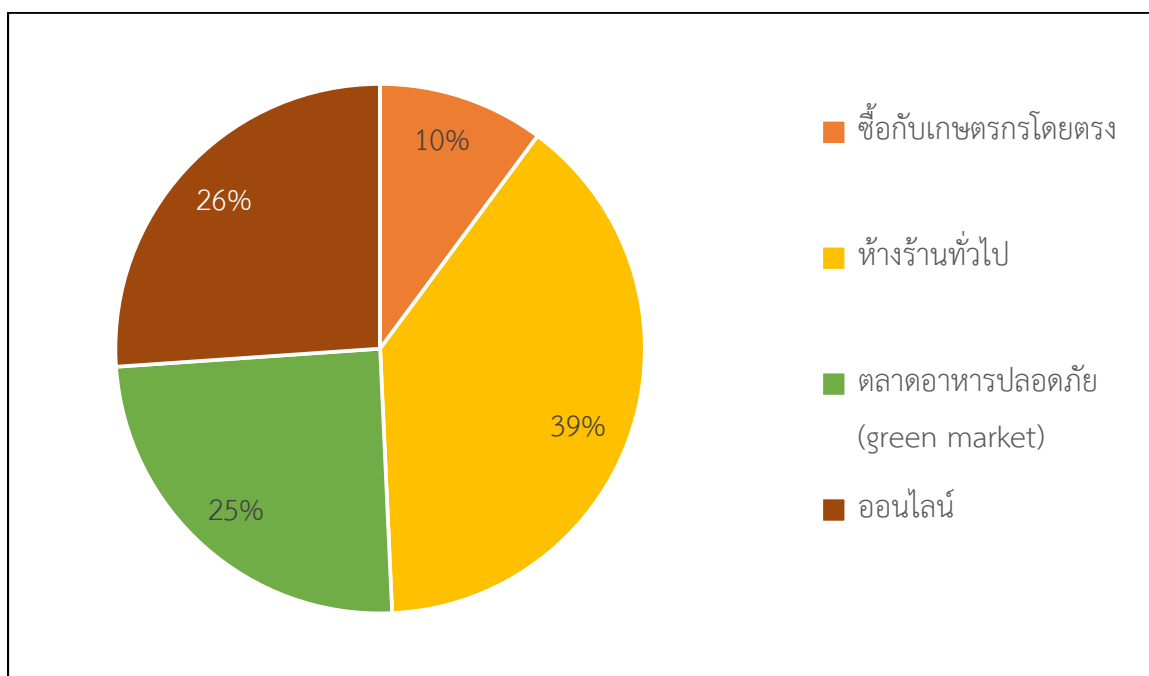
คำตอบ	จำนวน (คน)
กระแสนิยม	13
ราคา	10
ความง่ายต่อการหาซื้อ	17
บรรจุภัณฑ์	16
อื่น ๆ	9



แผนภูมิที่ 12 ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของชาวจีน

ตารางที่ 14: ช่องทางการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของชาวจีน

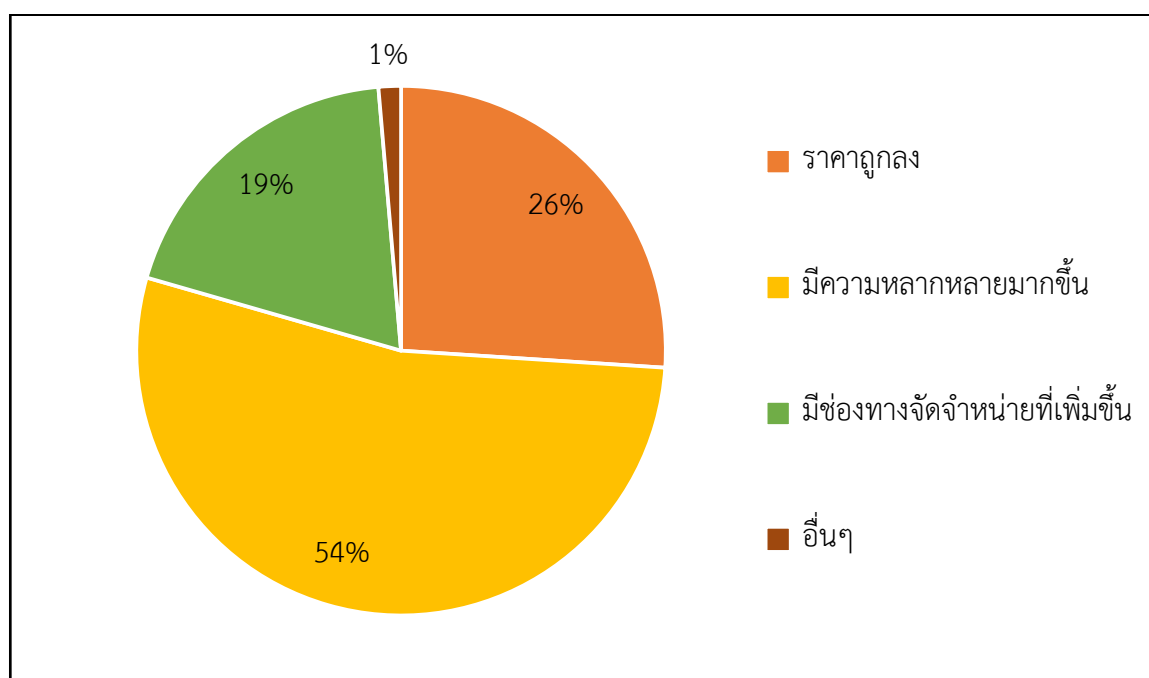
คำตอบ	จำนวน (คน)
ซื้อกับเกษตรกรโดยตรง	7
ห้างร้านทั่วไป	27
ตลาดอาหารปลอดภัย (Green market)	17
ออนไลน์	18
อื่น ๆ	0



แผนภูมิที่ 13 ช่องทางในการซื้ออาหารปลอดภัย ของชาวจีน

ตารางที่ 15: ความต้องการให้อาหารปลอดภัยในประเทศจีนพัฒนาเปลี่ยนแปลงในอนาคตของชาวจีน

คำตอบ	จำนวน (คน)
ราคาถูกลง	19
มีความหลากหลายมากขึ้น	39
มีช่องทางจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น	14
อื่น ๆ	1



แผนภูมิที่ 14 ความต้องการให้อาหารปลอดภัยในประเทศจีนพัฒนาเปลี่ยนแปลงในอนาคตของชาวจีน

4.3 การศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทยและประเทศจีน

จากการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางอาหารปลอดภัยของภาครัฐจากประเทศจีน และประเทศไทย พบว่า ทั้งสองประเทศมีมาตรการทางอาหารปลอดภัยใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ทศวรรษที่ 1990 มีมาตรการมุ่งเน้นเรื่อง ความปลอดภัยทางอาหาร ระดับ อาหารอนามัย อาหารสีเขียว คือ มีการใช้สารเคมีในระดับที่มีการปลอดภัย หรือ เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มุ่งเน้นการลดปริมาณสารเคมีในกระบวนการผลิต ซึ่งให้ความสำคัญกับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยในระดับ Good Agricultural Practice (GAP) ส่วนมาตรฐานอาหารปลอดภัยระดับอินทรีย์ ถูกผลักดันให้เกิดขึ้น และมีการรับรองจากรัฐบาลของทั้งสองประเทศ ในทศวรรษที่ 2000 ซึ่งทั้งสองประเทศมีการนำมาตราฐานอาหารปลอดภัยระดับโลก เช่น IFOAM เข้ามายกระดับมาตรฐานของประเทศให้น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ตั้งแต่ค.ศ.1970-ค.ศ.2015 ถือเป็นยุค Organic 2.0 ที่อาหารอินทรีย์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และทศวรรษที่ 2010 ถือเป็นทศวรรษที่ก้าวเข้าสู่ยุค Organic 3.0 มาตรฐานอาหารปลอดภัยมีความมั่นคงและเป็นที่ต้องการของตลาดโลก นโยบายทางอาหารปลอดภัย โดยเฉพาะอาหารอินทรีย์ของทั้งสองประเทศ จึงมุ่งเน้นไปที่การควบคุมมาตรฐานให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล เสนอนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาการค้าระหว่างประเทศ ให้ความรู้และสนับสนุนเกษตรกร รวมถึงการสนับสนุนการส่งออกอาหารปลอดภัยที่ได้รับมาตรฐานไปยังต่างประเทศ เพราะ อาหารอินทรีย์มีมูลค่าสูงกว่าอาหารทั่วไป

ข้อแตกต่างของนโยบายการพัฒนาอาหารปลอดภัยของประเทศจีน และ ประเทศไทย คือ เนื่องจากประเทศจีนเป็นประเทศขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่เกษตรกรรมมาก ทำให้จำเป็นต้องมีมาตรฐานทางการเกษตรจากหลายหน่วยงานของรัฐบาล ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีมาตรฐานการรับรองที่ต่างกัน อีกทั้ง เกษตรกรก็ขอการรับรองที่ต่างกัน อาจทำให้เกิดความสับสนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค แต่ก็ยังมีหน่วยงานรับรองของรัฐที่ควบคุมมาตรฐานการรับรองเหล่านั้น เช่น CNCA ทำให้มาตรฐานต่าง ๆ ยังคงมีความน่าเชื่อถือ ส่วนประเทศไทยที่เป็นประเทศขนาดเล็กกว่า นโยบายทางเกษตรปลอดภัยจึงมาจากหน่วยงานรัฐเดียว คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ อีกทั้งยังมีการทำข้อตกลงร่วมกันกับหน่วยงานอื่น ๆ ทำให้ไม่เกิดความสับสนต่อผู้บริโภค อีกทั้ง ประเทศไทยมีการรับรองมาตรฐานจากภาคเอกชนหลากหลายรูปแบบ มาตรฐานระดับเดียวกันจึงมีมาตรฐานการรับรองที่ต่างกัน

ตารางที่ 16: การเปรียบเทียบนโยบายด้านอาหารปลอดภัยของประเทศไทยและประเทศจีน

ปี	China	Thailand
1990-2000	<p>1990</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดแสดง China Green Food Fair ครั้งแรกที่เมืองปักกิ่ง โดย China Green Food Development Office ถือเป็นการเปิดตัว อาหารปลอดภัยประเภท Green Food ครั้งแรกในประเทศจีน <p>1992</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China (MoA) ก่อตั้ง China Green Food Development Center (CGFD) เพื่อกำกับดูแล และรับรอง มาตรฐานอาหารปลอดภัย ประเภท Green Food <p>1994</p> <ul style="list-style-type: none"> - China's Environmental Protection Agency (SEPA) ก่อตั้ง Organic Food Development and Certification Center of China (OFDC) เพื่อบริหารจัดการการรับรอง อาหารอินทรีย์ของจีน 	<p>1983</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ริเริ่มทำโครงการ พืชผักปลอดภัยจากสารพิษ ภายใต้ชื่อว่า พืชผักอนามัย <p>1991</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมวิชาการเกษตร ได้ประกาศ โครงการนำร่องการผลิต พืชผักผลไม้อนามัย รวมถึง รับรองเครื่องหมายอีกด้วย ซึ่งเป็น มาตรฐานการรับรองที่ยึดค่า Maximum Residue Limit (MRL) คือ สามารถใช้สารเคมีได้ในระดับที่ องค์การอนามัยโลก (WTO) และ องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ยอมรับ <p>1995</p> <ul style="list-style-type: none"> - ก่อตั้งองค์กรอิสระ มกท. ขึ้น เพื่อรับรองมาตรฐานอาหารอินทรีย์ไทย (ภาคเอกชน)

ปี	China	Thailand
1990-2000	<p>1995</p> <ul style="list-style-type: none"> - China's Environmental Protection Agency (SEPA) ประกาศ นโยบาย แนวทางการจัดการการรับรอง และ บรรทัดฐานทางเทคนิคเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ <p>1999</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nanjing Global Organic Food Research and Consulting Center (OFRC) ก่อตั้งขึ้น เป็นองค์กรวิจัยและให้คำปรึกษา ด้าน เกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะเป็นแห่งแรกที่ได้รับการจดทะเบียน โดย ประเทศจีน แต่ไม่มีหน้าที่ในการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย 	<p>1999</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เริ่มให้การ รับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด ผลไม้ สด และมอบใบรับรองคุณภาพ และ เครื่องหมายรับรอง คุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด ผลไม้สด
2001-2010	<p>2001</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agricultural Product Quality and Safety Center ภายใต้ MoA ก่อตั้ง Pollution-free Food Action Plan <p>2002</p> <ul style="list-style-type: none"> - MoA ได้ก่อตั้ง China Organic Food Certification Center (COFCC) เพื่อกำกับดูแลมาตรฐานอาหารปลอดภัย ประเภท อาหารอินทรีย์ 	<p>2001</p> <ul style="list-style-type: none"> - มกท. ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของ IFOAM ส่งผลให้มีการเพิ่มสัญลักษณ์ IFOAM ได้สัญลักษณ์ มกท. (ภาคเอกชน) - กรมวิชาการเกษตร ประกาศใช้มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ ของประเทศไทย (Organic Thailand)

ปี	China	Thailand
2001-2010	<p>2002</p> <ul style="list-style-type: none"> - OFDC ผ่านการรับรองจาก International Federation of Organic Agricultural Movements จึงเพิ่มสัญลักษณ์ IFOAM ไว้ได้สัญลักษณ์ OFDC <p>2003</p> <ul style="list-style-type: none"> - China National Certification Administration (CNCA) เข้าควบคุมการรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ที่ประกาศโดย SEPA - Pollution-free Food Action Plan ได้จัดตั้ง national pollution-free certification of agricultural products เพื่อรับรองอาหารปลอดภัยประเภท ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ <p>2004</p> <ul style="list-style-type: none"> - CNCA ภายใต้การควบคุมของ AQSIQ เข้าควบคุม การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด ของประเทศจีน ส่งผลให้ CGFDC ต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ CNCA 	<p>2003</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดทำยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร พ.ศ.2547 ตามมติคณะรัฐมนตรี (มีนาคม พ.ศ. 2546) กำหนดให้ พ.ศ.2547 เป็นปีแห่งความปลอดภัยด้านอาหาร - มาตรฐาน Q ถูกกำหนดในการใช้ โดยหน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 8 หน่วยงาน ทำบันทึกข้อตกลงร่วมมือ (MOU) ในการใช้รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ให้ใช้มาตรฐานอาหารปลอดภัยเดียวกันที่มีความเทียบเท่ากับมาตรฐานสังคม กล่าวคือ เทียบเท่ามาตรฐาน GAP GMP HACCP และ CoC <p>2005</p> <ul style="list-style-type: none"> - ยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร ปี 2548-2551 และพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 ภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ปี	China	Thailand
2001-2010	<p>2005</p> <ul style="list-style-type: none"> - CNCA ก่อตั้ง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์แห่งชาติจีน (China Organic) เพื่อรับรองอาหารปลอดภัยประเภทอาหารอินทรีย์ <p>2007</p> <ul style="list-style-type: none"> - CNCA ได้ประกาศ Implementation Rules for Good Agricultural Practice Certification ส่งผลให้ มีการเพิ่มตราสัญลักษณ์ ที่มีเครื่องหมาย GAP กำกับ ในผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองจาก GAP ร่วมด้วย <p>2008</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประเทศจีน ประกาศ กฎหมายความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety Law) เพื่อ นำมาใช้แทน กฎหมายสุขอนามัย (PRC Food Hygiene Law) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบสินค้าอาหาร เช่น การมีมาตรฐานการผลิตที่ดี (GMP) รวมถึงการนำระบบ HACCP มาใช้ 	<p>2008</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประกาศแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554 และ แผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 เพื่อ เสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม พัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน เสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์สู่ตลาดสากล พัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ และ บริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไทย - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรแห่งชาติ ได้ประกาศ ยุทธศาสตร์มาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร พ.ศ. 2553 – 2556 มีจุดประสงค์เพื่อ สนับสนุนผู้ผลิตเข้าสู่ระบบมาตรฐาน วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาดสินค้าคุณภาพสร้างระบบอาหารศึกษาเพื่อส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐาน

ปี	China	Thailand
2011-2020	<p>2011</p> <ul style="list-style-type: none"> - MoA ประกาศ แผนการกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารแห่งชาติ ฉบับที่12 โดยมีระยะเวลา 5 ปี (“十三五” 国家食品安全规划) มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างการกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหาร โดยมุ่งเน้นการผลิต การนำเข้า ส่งออกอาหารปลอดภัย รวมถึง ผลักดัน นโยบาย สามผลิตภัณฑ์หนึ่งมาตรฐาน เต็มโตจากร้อยละ30 เป็น ร้อยละ60 <p>2014</p> <ul style="list-style-type: none"> - CGFDC เข้าร่วมจัดแสดงในงาน BIOFACH ที่ประเทศเยอรมัน ภายในงาน มีการจัดงานสัมมนา China-Europe Organic Industry Development Summit Forum <p>2015</p> <p>CGFDC ปรับเปลี่ยนโครงสร้าง กฎระเบียบการให้เครื่องหมายรับรองระดับ Green Food</p>	<p>2012</p> <ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ ได้ประกาศ กรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย พ.ศ.2555-2559 มีจุดประสงค์เพื่อ สนับสนุนการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) และ ขยายจำนวนฟาร์มมาตรฐาน GAP รวมถึง ส่งเสริมการใช้ระบบประกันคุณภาพการผลิตระดับอุตสาหกรรม (เช่น GMP HACCP เป็นต้น) และ ส่งเสริมให้ผู้ผลิตเน้นภาพลักษณ์และจุดขายด้านคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้ามากกว่าจุดขายด้าน อีกรั้ง ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ปี	China	Thailand
2011-2020	<p>2017</p> <ul style="list-style-type: none"> - MoA ประกาศ แผนการกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารแห่งชาติ ฉบับที่13 โดยมีระยะเวลา 5 ปี (“十二五” 国家食品安全规划) โดยมีใจความว่า ความปลอดภัยทางอาหารของประเทศจีน อยู่ในช่วงที่ดี และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เน้นพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร ส่งเสริมนโยบาย 3 ผลิตภัณฑ์ 1 มาตรฐาน โดยนำ วิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี เข้ามามีส่วนร่วม ทั้งในการผลิต และการติดตามคุณภาพ รวมถึงควบคุมมาตรฐานการนำเข้า-ส่งออก ผลิตภัณฑ์อาหาร - สัมมนา China-Austria Organic Agriculture Symposium ถูกจัดขึ้นครั้งแรก ที่กรุงเวียนนา - COFCC ลงนามในข้อตกลงร่วมกันกับ IMOcert ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองเกษตรอินทรีย์ ของละตินอเมริกา และ แคริบเบียน 	<p>2017</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประกาศ ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ 2560-2564 เพื่อ ส่งเสริมให้เกิดการวิจัย การพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ สร้างความเข้มแข็งในการผลิต มีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์ ให้ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ผลิตและผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ และ ผลักดันการส่งออกอาหารอินทรีย์ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ10

ปี	China	Thailand
2011-2020	<p>2018</p> <ul style="list-style-type: none"> - MoA ประกาศ National Strategic Plan for Prospering Agriculture with Quality 2018-2022 โดยมีการทำความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในประเทศอื่น ๆ อีก 7 หน่วยงาน เพื่อยกระดับระบบพัฒนาคุณภาพการเกษตรให้ทั่วถึง ภายใน ค.ศ.2022 รวมถึง พัฒนาเกษตรกรรม และ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับสูงให้สมบูรณ์มากขึ้น ภายใน ค.ศ.2035 	<p>2017</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ประกาศ ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) และแผนพัฒนาเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564 เพื่อ ส่งเสริมการทำเกษตรกรรมยั่งยืนในทางปฏิบัติ พัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย พัฒนาองค์ความรู้ของเกษตรกรสู่เกษตรกรมืออาชีพ (Smart Farmer) โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยการสร้างตราสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ รวมถึง ส่งเสริมการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Go Green)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย สัดส่วนทางการตลาดและนโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐ และภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัยและกลุ่มผู้บริโภคลีนค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน และ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทย และ ประเทศจีน ผลจากการ ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคอาหารปลอดภัยชาวจีน สามารถนำมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์ นำเสนอผลการวิจัย และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่าย สัดส่วนทางการตลาดและนโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

จากข้อมูลที่สืบค้นพบ พบว่า การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการจำหน่ายอาหารปลอดภัยในประเทศจีนเฉพาะประเภท Green Food ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018 มีมูลค่าการจัดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีเพียง ค.ศ.2009 ค.ศ.2015 และ ค.ศ.2016 ที่มีมูลค่าลดลงจากปีก่อนหน้า และ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018 มีอัตราการเติบโตสูงถึง 8.1 เท่า สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประเภท Green Food ตั้งแต่ ค.ศ.2006-2018 พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนทางการตลาดสูงที่สุดในทุก ๆ ปี คือ ผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทปศุสัตว์ และสัตว์ปีก สัตว์น้ำ เครื่องดื่ม และ อื่น ๆ มีสัดส่วนทางการตลาดที่ลดต่ำลงตามการเติบโตของผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป และ นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน หน่วยงานรัฐบาลของประเทศจีน ประกาศนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยประเภทต่าง ๆ มากมาย รวมถึง การควบคุมสินค้านำเข้า โดยเฉพาะ อาหารอินทรีย์ที่ต้องผ่านการรับรองโดยหน่วยงานของประเทศจีนเท่านั้น จึงจะสามารถจำหน่ายในประเภทอาหารอินทรีย์ได้ แต่ก็มีความร่วมมือกับ หน่วยงานรับรองมาตรฐานสากล เพื่อให้มาตรฐานของจีนมีความน่าเชื่อถือ ส่วนภาคเอกชนแตกต่างกับประเทศไทย เพราะไทยมี องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) ที่ให้การรับรองอาหารปลอดภัยอยู่ด้วย แต่ประเทศจีน องค์กรเอกชนจะสนับสนุน โดยใช้รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ในการจัดแสดงธุรกิจอาหารปลอดภัย ในรูปแบบงานจัดแสดงสินค้าอาหารปลอดภัย

5.1.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัว ของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัยและกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน

จากการเก็บข้อมูล จากผู้บริโภคอาหารปลอดภัยชาวจีน จำนวน 45 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ผ่านการทำแบบสอบถามบน เว็บไซต์ <https://www.wenjuan.com> พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้ 1,000-4,999 RMB ต่อเดือน โดยมีสาเหตุหลักในการรับประทานอาหารปลอดภัยคือ เพื่อสุขภาพและความปลอดภัย สัญลักษณ์อาหารปลอดภัยของจีนนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ สัญลักษณ์ Green Food โดยให้เหตุผลว่า พบเห็นได้บ่อย ส่วนปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ต่างกันไม่เกิน ร้อยละ 10 คือ ความง่ายต่อการหาซื้อบรรจุภัณฑ์ กระแสนิยม ราคา และเหตุผลอื่น ๆ ตามลำดับ โดยผู้บริโภคนิยมเลือกวิธีการซื้อผ่านห้างร้านทั่วไปมากที่สุด เพราะ เข้าถึงได้ง่ายกว่า อีกทั้งผู้บริโภคยังหวังให้อาหารปลอดภัยมีความหลากหลายมากขึ้น และ ราคาถูกลง

5.1.3 เปรียบเทียบมาตรการด้านอาหารปลอดภัยจากภาครัฐของประเทศไทยและประเทศจีน

จากการสืบค้นข้อมูล พบว่า มาตรการเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยของประเทศไทยและประเทศจีน หากแบ่งออกเป็น 3 ทศวรรษ คือ ค.ศ.1990-ค.ศ.2000 ค.ศ.2001-ค.ศ.2010 และ ค.ศ.2011-ค.ศ.2020 จะพบว่า ทศวรรษแรก จะเป็นช่วงแห่งการปูพื้นฐาน โดยเริ่มมีการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย ในระดับ อาหารปลอดภัยจากสารพิษ ทศวรรษที่ 2 เริ่มมีการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย ระดับอาหารอินทรีย์ และวางรากฐานให้อาหารปลอดภัยระดับอินทรีย์ได้มาตรฐานระดับสากล และ ทศวรรษที่ 3 คือ การยกระดับอาหารปลอดภัย โดยเฉพาะอาหารอินทรีย์ สู่ตลาดโลก มีการทำข้อตกลงร่วมกับต่างประเทศ และ ผลักดันให้มีการผลิตเพื่อส่งออก เพราะอาหารอินทรีย์มีมูลค่าสูงกว่าอาหารทั่วไป สอดคล้องกับยุคของอาหารอินทรีย์ Organic 3.0 ซึ่งเริ่มต้นปี ค.ศ.2016 ที่ว่าอาหารอินทรีย์เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ต้องการของตลาด

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน พบว่า มูลค่าการจำหน่ายอาหารปลอดภัยในประเทศจีน เฉพาะประเภท Green Food ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018 มีการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นถึง 8.1 เท่า มีเพียง ค.ศ.2009 ค.ศ.2011 และ ค.ศ.2015 ที่มีมูลค่าการจัดจำหน่ายที่ลดลง และ สัดส่วนทางการตลาดมีรูปแบบใกล้เคียงกันตลอดระยะเวลาที่สืบค้น คือ ผลิตภัณฑ์เกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปมีสัดส่วนทางการตลาดสูงที่สุดตั้งแต่ ร้อยละ 58 ขึ้นไป และเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มลดลง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์และสัตว์ปีก และ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม สอดคล้องกับ ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ที่ว่าประกอบไปด้วย 4 ช่วง คือ ช่วงแนะนำ ช่วงเติบโต ช่วงอิมมัตู และ ช่วงถดถอย กล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์เกษตรและแปรรูป กำลังอยู่ในช่วงเติบโต ผลิตภัณฑ์ประเภทปศุสัตว์และสัตว์ปีก และ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม กำลังอยู่ในช่วงถดถอย โดยรวมแล้ว อาหารปลอดภัยในประเทศจีนกำลังอยู่ในช่วงเติบโต เพราะ ถึงแม้จะมีบางช่วงเวลาที่มีมูลค่าการจัดจำหน่ายที่ลดลง แต่ในภาพรวมก็ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นโยบายส่งเสริมตลาดอาหารปลอดภัยของภาครัฐและภาคเอกชน เกี่ยวกับตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน คือ หน่วยงานรัฐบาลของจีน มีการผลักดันมาตรฐานอาหารปลอดภัยในระดับต่าง ๆ ของชาติ ให้เป็นมาตรฐานระดับสากล ทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือ ส่วนภาคเอกชนมีการให้ความร่วมมือ ในรูปแบบของ การให้พื้นที่จัดแสดง ในงานจัดแสดงอาหารปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhou Xubao และ Ouyang Xihui (2017) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาอาหารสีเขียวและผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในปักกิ่ง” ที่ว่า ผลจากการตรวจสอบของกระทรวงเกษตร ในเมืองขนาดใหญ่และขนาดกลาง ทั่วประเทศจีน พบว่า ค.ศ.2016 สินค้าเกษตรของปักกิ่งมีคุณภาพ และความปลอดภัย สูงกว่าถึง ร้อยละ 97 เป็นผลจากการผลักดันนโยบายทางด้านเกษตรปลอดภัยของประเทศจีน

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความตื่นตัว ของผู้บริโภคชาวจีนต่ออาหารปลอดภัยและกลุ่มผู้บริโภคสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยในประเทศจีน พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้ 1,000-4,999 RMB ต่อเดือน สอดคล้องกับ C. Gan, C. Zhiyou, M.C. Tran, D. A. Cohen และ W. Xiangxiang (2014) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “Consumer attitudes toward the Purchase of Organic Products in China” พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ คือ เพศหญิง โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 18-25 ปี และมีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 4001 RMB และสอดคล้องกับ Raymond A. Jussaume Jr., Hisano Shūji และ Taniguchi Yoshimitsu (2001) ได้เขียนงานวิจัย เรื่อง “Food Safety in Modern Japan” ที่พบว่า กลุ่มผู้บริโภคอาหารปลอดภัย คือกลุ่มที่มีรายได้ระดับกลางและสูง ที่สามารถจ่ายเงินมากกว่าเพื่อซื้ออาหารที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัยกว่า

จากการเก็บข้อมูล พบว่าสาเหตุหลักในการรับประทานอาหารปลอดภัย คือ เพื่อสุขภาพ และความปลอดภัย สัญลักษณ์อาหารปลอดภัยของจีนนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ สัญลักษณ์ Green Food โดยให้เหตุผลว่า พบเห็นได้บ่อย ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย คือ ความง่ายต่อการหาซื้อ บรรจุภัณฑ์ กระแสนิยม ราคา และเหตุผลอื่น ๆ โดยผู้บริโภคเลือกวิธีการซื้อผ่านห้างร้านทั่วไปมากที่สุด เพราะสะดวก อีกทั้งยังหวังว่าผลิตภัณฑ์จะมีความหลากหลายมากขึ้น และ ราคาถูกลง สอดคล้องกับมรรฐพจน์ ศรีโพทอง (2560) ได้เขียนบทความวิชาการเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกของชาวเยอรมันและโอกาสของผู้ประกอบไทย” ว่า ผู้บริโภค มีแรงจูงใจในการซื้ออาหารปลอดภัยจากด้านสุขภาพ และ ความเชื่อด้านความปลอดภัย และมีปัจจัยภายนอก คือ บรรจุภัณฑ์ อีกทั้ง ชาวเยอรมัน จะคำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรมในกระบวนการผลิต และ สอดคล้องกับทฤษฎีส่วส่วนประสมทางการตลาด ที่ว่า ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ต้องประกอบด้วย 4P ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การกำหนดราคา และการส่งเสริมทางการตลาด โดยปรากฏ 3 ข้อ คือ ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และ การกำหนดราคา รวมถึง สอดคล้องกับ ไมตรี เสถะรักษ์ (2558) ได้เขียนงานวิจัยเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารออร์แกนิก” ที่ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ รองมาก็คือ ด้านราคา และผู้บริโภคมองว่าช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่หลากหลาย ซึ่งมีผลต่อความสะดวกในการเลือกซื้อ ส่วนการส่งเสริมทางการตลาด(Promotion) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด รวมถึง สอดคล้องกับ C. Gan, C. Zhiyou, M.C. Tran, D. A. Cohen และ W. Xiangxiang (2014) ที่ว่า ปัจจัยหลักในการ ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ได้แก่ จิตสำนึกด้านสุขภาพ ส่วนปัจจัยที่ทำให้ไม่เลือกซื้อ เพราะข้อมูลไม่เพียงพอ ไม่มีความสะดวกสบายในการซื้อ ราคา ประโยชน์ต่อสุขภาพ ผลประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนปัจจัยที่ผู้วิจัยไม่พบ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และ ปัจจัยด้านจริยธรรม

จากการสืบค้นข้อมูล พบว่า มาตรการเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยของประเทศไทยและประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.1990-2020 พบว่า เริ่มจากการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย ในระดับ อาหารปลอดภัยจากสารพิษ และ อาหารอนามัย ต่อมาจึงมีการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยระดับอาหารอินทรีย์ และวางรากฐานให้อาหารปลอดภัยระดับอินทรีย์ได้มาตรฐานระดับสากล และ ทศวรรษที่ 3 คือ การยกระดับอาหารปลอดภัยโดยเฉพาะอาหารอินทรีย์ สู่ตลาดโลก มีการทำข้อตกลงร่วมกับต่างประเทศ และ ผลักดันให้มีการผลิตเพื่อส่งออก สอดคล้องกับ ยุคของอาหารอินทรีย์ Organic 3.0 ซึ่งเริ่มต้น ค.ศ.2016 ที่ว่าอาหารอินทรีย์เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับ ฉัตยาพร เสมอใจ ได้เขียนหนังสือ เรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค” (2550) ว่า การรับรู้ของผู้บริโภคจากการสร้างภาพพจน์ให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคโดยผู้ผลิต และ การสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ย่อมนำไปสู่ภาพพจน์ที่ดีของผลิตภัณฑ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเรื่อง ตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศจีน พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยของประเทศจีนมีค่อนข้างน้อย จึงน่าจะเป็นประโยชน์ต่อภาคเอกชนไทยกลุ่มอาหารทั้งภาคเกษตรกรรม ประมงและปศุสัตว์ รวมถึง อาหารและเครื่องดื่มแปรรูป ที่สนใจในตลาดอาหารปลอดภัย และต้องการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยไปยังประเทศจีน รวมถึง รัฐบาลไทย ที่ต้องการขยายตลาดการส่งออกอาหารปลอดภัย โดยเฉพาะอาหารอินทรีย์

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

- 1) การทำแบบสอบถามแบบออนไลน์ให้คนจีนตอบนั้น ต้องผ่านเว็บไซต์ที่ประเทศจีนไม่ระงับการเข้าถึง ซึ่งสำหรับชาวต่างชาติจะเข้าถึงการใช้งานได้ยากกว่า
- 2) ควรสืบค้นข้อมูลโดยใช้ภาษาจีนโดยตรง เพราะเว็บไซต์ของหน่วยงานจากประเทศจีนส่วนใหญ่ไม่อัปเดตข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ หรือ ข้อมูลที่อัปเดตเป็นภาษาอังกฤษมีน้อยกว่า

5.4 ข้อจำกัดการศึกษา

- 1) เกิดโรคระบาด Covid-19 ในระหว่างการทำวิจัย ส่งผลให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามได้อย่างครบถ้วน จึงปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บข้อมูลเป็น การทำแบบสอบถามผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้ได้รับข้อมูลไม่ครบทุกกลุ่มอายุ เนื่องจากเข้าถึงได้ยากกว่า
- 2) ระยะเวลาที่จำกัด ส่งผลให้ไม่สามารถสืบค้นและเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วน

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์ภาษาไทย

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทศนา แคมมณี. (2540). **การวิจัยทางการศึกษา (Educational Research)**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงศ. (2538). **การตลาดสำหรับนักบริหาร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- วิกิรานต์ มงคลจันทร์. (2555). **Marketing for Work งานตลาด จากการวางแผนสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Marketing Indeed Book.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). **การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณี แสงรัตน์(บก.). (2559). **ฉลาดกิน ฉลาดใช้ เพื่อสุขภาพดี และปลอดภัย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์กอแก้ว.

เว็บไซต์ภาษาไทย

- กรมการค้าภายใน. (ม.ป.ป.). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติพ.ศ.2560-2564**. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://organic.dit.go.th/About-us.aspx?m=28>
- กรมวิชาการเกษตร. (2562). **แผนปฏิบัติการราชการของกรมวิชาการเกษตรระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564)**. เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/3aGVYFE>
- กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. (2547). **ตราสัญลักษณ์ของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์**. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://dmsc2.dmsc.moph.go.th/net/in/Data/News290647.htm>
- กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). **เอกสารคำแนะนำที่ 5/2559ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://esc.doe.go.th/wp-content/uploads/2018/12/ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์.pdf>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2552). **การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร ได้ผลเกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดพร้อมจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะที่ 2 เพื่อความต่อเนื่อง และให้การดำเนินงานด้านความปลอดภัยด้านอาหารมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น**. เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2IVviVx>

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2560). ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) และ แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔). เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.opsmoac.go.th/strategic-files-401191791792>
- กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2555). เกษตรอินทรีย์ พลิกฟื้น วิถีเกษตรกรไทย. เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.dip.go.th/files/Cluster/2.pdf>
- กลุ่มงานมาตรการ SPS/TBT กองบริหารสินค้าข้อตกลงและมาตรการการค้า. (2558). CGFDC จีน แก้ไขกฎระเบียบขั้นตอนการออกไปรับรองและเครื่องหมายสำหรับอาหาร “Green Food”. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://www.tisi.go.th/data/regulate/trading_partners/pdf_china/Green%20Food%20China.pdf
- แก้วตา ฉิมอิน. (2010). อินทรีย์ อนามัยปลอดภัย ไร้สาร ??? เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/39pNdPZ>
- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564. เข้าถึงเมื่อ 17 ตุลาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/38lufZn>
- คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ. (2555). กรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2VTpu6S>
- ชัยณรงค์ รัตนกริชากุล. (ม.ป.ป.). เกษตรยั่งยืนเพื่อลดการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมโลก. เข้าถึงเมื่อ 27 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/38nzDez>
- ซินหัวไทย. (2562). ทศวรรษการเกษตรจีน เดิบทหลายสมัย. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก xinhuathai.com/china/ทศวรรษ-การเกษตรจีน-เดิ_20190807
- ณฤทธิ์ ฤกษ์ม่วง. (2554). ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารและระบบการสอบกลับได้ (Food Safety Management and Traceability Systems). เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/38isbkY>
- ทศพร นามโสง. (2560). ความปลอดภัยอาหาร. เข้าถึงเมื่อ 1 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.slideshare.net/tnamhong/food-safety-73336407>
- นันทวัลย์ ศกุนตนาค และ อภิรดี ตันตราภรณ์. (2560). ออแกนิกยุค3.0 เกษตรอินทรีย์ไทยเงิน. เข้าถึงเมื่อ 27 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2uTjuji>

- นิติ นวรัตน์. (2557). **อาหารปลอม**. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/459919>
- _____. (2557). **อาหารปลอม(2)**. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/461151>
- พรรณนีย์ วิชชาชู. (2548). **กระแสผักปลอดภัยจากสารพิษ**. เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://organicthailand.tarad.com/webboard-en-1278-111565-กระแสผักปลอดภัยจากสารพิษ.html>
- แพรววี เคหะสุวรรณ. (2556). **มาตรฐานระบบผลิตสำหรับพืชอาหาร**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.alro.go.th/alro_th/download/00Standard.pdf
- โพสต์ทูเดย์. (2562): อ้างอิงจาก วิชัย โภชนกิจ. (2562). **เทรนด์บริโภคปลอดสารเคมีมาแรง ต้นตลาดสินค้าอินทรีย์ทั่วโลกมูลค่ากว่า 3.55 ล้านล้านบาท**. เข้าถึงเมื่อ 27 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/594112>
- ศันสนีย์ ลิ้มพงษ์. (2552). **การค้าอาหารไทย - จีน จับประเด็นมาตรการที่มีใช้อาการศุลกากร**. เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2Um4lum>
- สศต. เชียงไฮ. (2559). **รายงานเศรษฐกิจ: ‘อแกนิกโปรดักส์’ เทรนด์ใหม่มาแรง โอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการไทยในตลาดจีน**. เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/150633/150633.pdf
- สมศรีท้าว [นามแฝง]. (ม.ป.ป.). **ข้อมูลทั่วไปประเทศจีน**. เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.somsiritours.com/?ContentID=ContentID-100508090123929>
- สำนักมาตรฐานทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ. (2555). **ฉลากรับรองอาหารเกษตรอินทรีย์จีน (China Organic Food Certification)**. เข้าถึงเมื่อ 6 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/3czkZ79>
- สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.). (2017) **คู่มือทั่วไป การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กับ มกท.** เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2xdsFvV>
- สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.). (ม.ป.ป.). **รู้จัก มกท.** เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <https://actorganic-cert.or.th/th/about-act/>
- สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. (2560). **ORGANIC 3.0 เพื่อเกษตรกรรมและการบริโภคที่ยั่งยืน**. เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://actorganic-cert.or.th/th/สู่-organic-3-0-เพื่อเกษตรกรรมและ-2/>

- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2556). **จีนพบหูดลามปลอมระบาด-กลุ่ม
สิ่งแวดล้อมหนูน้องทางอนุรักษ์ฉลาม**. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก
http://web.acfs.go.th/read_news.php?id=10966&ntype=07
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **Q Mark**. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์
2563. เข้าถึงได้จาก <http://web.acfs.go.th/qmark.php>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **เกษตรฯเตรียมออกโลโก้ใหม่ ตีตรา
เกษตรอินทรีย์ไทย**. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2PUlkXt>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **การตรวจรับรองสถานที่จำหน่าย
สินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพภายใต้เครื่องหมาย Q (ประเภทโมเดิร์นเทรด: Modern
Trade)**. เข้าถึงเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2VYYlj0>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **ยุทธศาสตร์มาตรฐานความปลอดภัย
ด้านสินค้าเกษตรและอาหาร**. เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก
<http://web.acfs.go.th/foodsafety.php>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. (2560). **รายงานการตลาดจากโตเกียว
ธันวาคม 2560 (Market Report From Tokyo December 2017) เรื่อง ตลาดเกษตร
อินทรีย์ในประเทศญี่ปุ่น**. เข้าถึงเมื่อ 17 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2PPy5DF>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต. (2562): อ้างอิงจาก สุรศักดิ์ เรียงเครือ
(2555). **รายงาน Business Creation and Networking องค์กร IFOAM
(International Federation of Organic Agriculture Movements)**. เข้าถึงเมื่อ
30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/38rZ6U6>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว. (2555). **สินค้าออร์แกนิกจีน**. เข้าถึงเมื่อ 8
สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/66481/55000256.pdf
- สำนักมาตรฐานทางการค้ากรมการค้าต่างประเทศ. (2556). **ฉลากรับรองอาหารเกษตรอินทรีย์จีน
(China Organic Food Certification)**. เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก
https://www.tisi.go.th/data/regulate/trading_partners/pdf_china/China_Organic_Food.pdf
- สำนักมาตรฐานห้องปฏิบัติการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2562). **การ
รับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสดผลไม้สด**. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2563.
เข้าถึงได้จาก <http://blqs.dmsc.moph.go.th/assets/qsd/RequirementFruit2019.pdf>

- สำนักมาตรฐานห้องปฏิบัติการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (ม.ป.ป.). **ชวนผู้ประกอบการเข้าระบบการควบคุมสารพิษตกค้างในผักและผลไม้สด**. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2VW0qfu>
- สำนักมาตรฐานห้องปฏิบัติการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2562). **การรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด ผลไม้สด**. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://blqs.dmsc.moph.go.th/assets/qsd/RequirementFruit2019.pdf>
- อักษรศรี พานิชสาส์น. (2550). **เอกสารเรื่องโครงสร้างการบริหารปกครองของเงิน(Decentralization) และการกระจายอำนาจในด้านเศรษฐกิจ**. เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/3cwDtFA>
- _____. (2556). **เศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจเพื่อนบ้านอาเซียน**. เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2TBx0BK>
- ADMIN [นามแฝง]. (2009). **เงินฝ่ววิกฤติเศรษฐกิจโลก : เร่งกระตุ้นกำลังซื้อในประเทศ**. เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://positioningmag.com/46879>
- BESTERLIFE [นามแฝง]. (2018). **ส่วนแบ่งทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด**. เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://besterlife.com/ส่วนแบ่งทางการตลาด/>
- C.K. Ganguly. (ม.ป.ป.). **Session 9 Organic 3.0 and how IFOAM works it out globally**. เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://th.biofachsoutheastasia.com/file/Session%209%20Organic%203.pdf>
- KaPaoPea [นามแฝง]. (2559). **10 อาหารปลอม ๆ ที่เหมือนจนยากจะจับได้**. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://food.mthai.com/mafia-food/45334.html>
- Medthai [นามแฝง]. (2560). **15 ประโยชน์ของอาหารอแกนิก! (Oranic Food)**. เข้าถึงเมื่อ 1 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://medthai.com/อาหารอแกนิก/>
- MGR Online. (2547). **รู้จักประเทศจีนโดยสังเขป**. เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/china/detail/9470000077860>
- Modal [นามแฝง]. (2552). **กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)**. เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://marketingthai.blogspot.com/2009/02/marketingstrategy.html>

ฐานข้อมูลออนไลน์ภาษาไทย

- กัลยภรณ์ เชยโพธิ์. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมป้องกันการเกิดเมตาบอลิกซินโดรมของผู้ใหญ่วัยทำงาน อายุ 21-35 ปีในกรุงเทพมหานครโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.** วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เข้าถึงเมื่อ 4 กันยายน 2562. บทความย่อจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5614031010_6667_5621.pdf
- ไมตรี เสถียรักษ์. (2558). **ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจของผู้บริโภคอาหารออร์แกนิก.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2562. บทความย่อจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702030759_2870_1773.pdf
- สุธาสิณี พงษ์โสภา. (2548). **การทำนายพฤติกรรมการใช้บริการร้านสตาร์บัคส์ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.** โครงการงานทางจิตวิทยา ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย เข้าถึงเมื่อ 4 กันยายน 2562. บทความย่อจากคลังปัญญา จุฬาฯ เพื่อประเทศไทย เข้าถึงได้จาก http://cuir.car.chula.ac.th/dspace/bitstream/123456789/47613/1/sutasinee_po.pdf

บทความในวารสาร

- นันทิรา หงษ์ศรีสุวรรณ. (2557). วารสาร มจร.วิชาการ. **ความปลอดภัยจากสารเคมีตกค้างในผักปลอดสาร Safety of residual chemicals in non-toxic vegetables** 18(35):114-115. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2563. บทความย่อจากฐานข้อมูล Google Scholar เข้าถึงได้จาก <http://journal.hcu.ac.th/pdf/jn1835/บทที่%208.pdf>
- ปรีชา เปรมปรี และคณะ. (2548). วารสาร สถานการณ์สุขภาพประเทศไทย. **สถานการณ์ใช้หัวदनกในประเทศไทย.** 1(7):1. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2563. บทความย่อจากศูนย์ข้อมูล สสส. เข้าถึงได้จาก <http://resource.thaihealth.or.th/library/10953>
- มธุรพจน์ ศรีโพหนอง. (2560). วารสารธุรกิจปริทัศน์. **พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิกของชาวเยอรมันและโอกาสของผู้ประกอบไทย** 9(1):263-274. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 3 กันยายน 2562. บทความย่อจากฐานข้อมูล Google Scholar เข้าถึงได้จาก <https://www.tcithaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/121588/92713>

เว็บไซต์ภาษาต่างประเทศ

- Australian Institute of Food Safety Foundation. (2016). **What is Food Safety?**. Retrieved October 18 2019 from <https://www.foodsafety.com.au/resources/articles/what-is-food-safety>
- China Green Food Development Center. (2011). **Green Food Symbol**. Retrieved January 29 2020 from http://www.greenfood.agri.cn/ywlssp/agf/Polices/201108/t20110801_2089056.htm
- China Green Food Development Center. (n.d.). **About CGFDC**. Retrieved January 24 2020 from <http://www.greenfood.agri.cn/ywlssp/aboutcgfdc/>
- CINHOE China. (n.d.). **Company Culture**. Retrieved February 18 2020 from <http://www.cinhoe.com/en/AboutUs/>
- Eva Sternfeld. (2009). **Organic Food “Made in China”**. Retrieved January 29 2020 from <https://orgprints.org/15979/1/15979.pdf>
- Joshua E. Lagos et al. (2010). **Organics Report**. Retrieved January 22 2020 from <http://bit.ly/2TyOfnk>
- Ministry of Agriculture and Rural Affairs, PRC.. (n.d.). **Oration of the Minister of Agriculture**. Retrieved January 29 2020 from <http://english.agri.gov.cn/aboutmoa/message/>
- Nanjing Institute of Environmental Sciences (NIES). (n.d.). **Brief Introduction**. Retrieved February 16 2020 from http://www.nies.org/ywz/about_us/brief_introduction/
- Principles of Organic Agriculture. (2005). **DEFINITION OF ORGANIC AGRICULTURE**. Retrieved August 27 2019 from <https://www.ifoam.bio/en/organiclandmarks/definition-organic-agriculture> 農林水産省食料産業局 (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries Food Industry Bureau). (2018). **有機食品の検査認証制度について** (About inspection certification system of organic food). Retrieved October 17 2019 from http://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/attach/pdf/yuuki-87.pdf
- Qiao Yuhui. (n.d.). **Organic Farming Research - China**. Retrieved February 15 2020 from <http://bit.ly/2x1CKvy>
- Skal. (n.d.). **Dutch organic control authority**. Retrieved February 15 2020 from <https://www.skal.nl/en/about-us>

- 中华人民共和国农业农村部. (2004). **解读无公害农产品、绿色和有机食品**. Retrieved February 17 2020 from http://www.moa.gov.cn/ztl/zlaqxcz/200404/t20040426_198481.htm
- 中华人民共和国农业农村部. (2008). **“三品一标一名牌”共筑品牌路**. Retrieved February 29 2020 from <http://bit.ly/2lxPZ9X>
- 中华人民共和国农业农村部. (2017). **农业部关于推进“三品一标”持续健康发展的意见**. Retrieved February 17 2020 from http://www.moa.gov.cn/nybgb/2016/diliuqi/201712/t20171219_6102531.htm
- 中绿华夏有机食品认证中心. (2014). **中心成功组织中国展团参加第 25 届德国纽伦堡国际有机产品博览会**. Retrieved February 29 2020 from http://www.greenfood.agri.cn/zl/zhxxi/jwblh/201402/t20140219_3787870.htm
- 中绿华夏有机食品认证中心. (2017). **首届中奥有机农业研讨会在维也纳成功举办**. Retrieved February 29 2020 from http://www.greenfood.agri.cn/zl/gjhz/201702/t20170206_5468216.htm
- 中绿华夏有机食品认证中心. (2017). **统计年报**. Retrieved January 24 2020 from <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/>
- 刘淼. (2019). **七部门联合印发《国家质量兴农战略规划（2018—2022 年）》**. Retrieved March 15 2020 from http://www.gov.cn/xinwen/2019-02/28/content_5369186.htm
- 苍狼一笑 o. (2015). **绿色食品 AA 级与 A 级**. Retrieved February 16 2020 from <https://wenku.baidu.com/view/adb140befad6195f312ba6ec.html>
- 国家认监委. (2015). **中华人民共和国农业部、中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局令**. Retrieved February 17 2020 from http://www.cnca.gov.cn/bsdt/ywzl/flyzcyj/bmgz/201210/t20121024_36672.shtml
- 国务院. (2017). **国务院关于印发“十三五”国家食品安全规划和“十三五”国家药品安全规划的通知**. Retrieved March 19 2020 from http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-02/21/content_5169755.htm
- 国务院办公厅. (2012). **国务院办公厅关于印发国家食品安全监管体系“十二五”规划的通知**. Retrieved March 18 2020 from <http://bit.ly/2UumDiz>

届中国绿色食品博览会. (n.d.). **展览范围**. Retrieved March 18 2020 from <http://www.greenfoodexpo.com/index.php?c=article&a=type&tid=9>

超级管理员. (2017). **COFCC Signed the Cooperation Agreement with IMOcert**. Retrieved March 2 2020 from <http://bit.ly/2W4EpLk>

ฐานข้อมูลออนไลน์ภาษาต่างประเทศ

- C. Gan et al. (2014). **Consumer attitudes toward the Purchase of Organic Products in China**. [Online]. Faculty of Agribusiness & Commerce Working Paper Lincoln University Retrieved September 3 2019. Abstract from Google Scholar database from <https://pdfs.semanticscholar.org/15aa/6067059b64c199e522546a70538c668c2565.pdf>
- Hualiang Lu. (2007). **The Role of Guanxi in Buyer-Seller Relationships in China: A Survey of Vegetable Supply Chains in Jiangsu Province (International Chains and Network Series)** 43-44. [Online]. Retrieved February 16 2020. Abstract from Google Scholar database from <http://bit.ly/2PXYJdA>
- Raymond A. Jussaume Jr. et al. (2001) **Food Safety in Modern Japan** 12:1, 211-228, [Online]. Retrieved October 16 2019. Abstract from Google Scholar database from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09386491.2001.11826873>
- Ruifeng Liu et al. (2018) **Why Should We Protect the Interests of “Green Food” Certified Product Growers? Evidence from Kiwifruit Production in China** [Online]. Retrieved February 16 2020. Abstract from Google Scholar database from <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/12/4797/htm>
- Steffens, P. R. (2002). **The Product Life Cycle Concept: Buried or Resurrected by the Diffusion Literature?**. [Online]. Retrieved November 12 2018. Abstract from Google Scholar database from <https://eprints.qut.edu.au/6522/2/6522.pdf>
- 周绪宝 (Zhou Xubao) and 欧阳喜辉 (Ouyang Xihui). (2017). Agricultural product quality and safety (农产品质量与安全). **Consumer attitudes toward the Purchase of Organic Products in China (北京市绿色食品和有机农产品发展究)** 0 (2):19-20, 55. [Online]. Retrieved September 3 2019. Abstract from Google Scholar database from <http://www.cqvip.com/qk/86372x/2007b12/26149511.html>

บทความในวารสารภาษาต่างประเทศ

- John Paull. (2008). ELEMENTALS - Journal of Bio-Dynamics Tasmania. **Green Food in China**. [Online]. Retrieved January 24 2020 Abstract from Google Scholar database from <https://orgprints.org/14720/1/14720.pdf>
- Riccardo Berti. (2015). GeoProgress Journal. **Green Food in China**. [Online]. Retrieved February 29 2020 Abstract from Google Scholar database from <http://bit.ly/38HfDny>
- Wang et al. (2019). Sustainability journal. **Factors Influencing Organic Food Purchase Intention in Developing Countries and the Moderating Role of Knowledge** 11(1):1-18. [Online]. Retrieved September 3 2019. Abstract from Google Scholar database from <https://www.mdpi.com/20711050/11/1/209/htm>
- Gebisa Etea Bekele et al. (2017). American Journal of Theoretical and Applied Business. **Analysis of Organic and Green Food Production and Consumption Trends in China**. 3(4): 64-70. [Online]. Retrieved February 16 2020. Abstract from Google Scholar database from <http://www.sciencepublishinggroup.com/journal/paperinfo?journalid=328&paperid=10026243>

ที่มารูปภาพ

- ภาพที่1 **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer behavior)**. เข้าถึงเมื่อ 2 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- ภาพที่2 **เครื่องหมายรับรอง Euro Leaf**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.treehugger.com/green-food/eu-organic-shoppers-to-look-for-the-euroleaf.html>
- ภาพที่3 **เครื่องหมายรับรอง USDA**. เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.greenery.org/articles/greenlabel/>
- ภาพที่4 **เครื่องหมายรับรอง IFOAM**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://vectorlogoseek.com/ifoam-organics-international-vector-logo-svg/>
- ภาพที่5 **เครื่องหมายรับรอง Organic Thailand และ เครื่องหมาย GAP**. เข้าถึงเมื่อ 17 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://actorganic-cert.or.th/cropped-cropped-act-banner-jpg/>
- ภาพที่6 **เครื่องหมายรับรอง JAS**. เข้าถึงเมื่อ 17 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.organicpress.com/words/organic_animal_products/
- ภาพที่7 **เครื่องหมายรับรอง COFCC หรือ 有机食**. เข้าถึงเมื่อ 6 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.ofcc.org.cn/en/index.php?optionid=963>
- ภาพที่8 **สัญลักษณ์อาหารสีเขียวประเภท AA และ A**. เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก http://m.sohu.com/a/245531187_100013222 และ http://www.greenfood.agri.cn/ywllssp/agf/Polices/201108/t20110801_2089056.htm
- ภาพที่9 **ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์อาหารสีเขียวประเภท A กำกับ**. เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a230r.1.14.157.53b87cecEVoZ8H&id=609972201394&ns=1&abbucket=17>
- ภาพที่10 **สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ COFCC**. เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.ofcc.org.cn/en/index.php?optionid=963>
- ภาพที่11 **ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์ COFCC**. เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a230r.1.14.321.31ee108aZPFoE F&id=603522035383&ns=1&abbucket=17>

- ภาพที่ 12 **สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดมลภาวะ (Pollution-free agricultural products).**
เข้าถึงเมื่อ 29 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.cnca.gov.cn/ywzl/rz/spncp/zspj/201205/t20120516_2010.shtml
- ภาพที่ 13 **ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์ Pollution-free agricultural products.** เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2QfrToX>
- ภาพที่ 14 **สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ OFDC.** เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.ofdc.org.cn/article.asp?c_id=30
- ภาพที่ 15 **ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์ เกษตรอินทรีย์ OFDC.** เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2PZmxxP>
- ภาพที่ 16 **สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์แห่งชาติจีน ประเภทอินทรีย์ อินทรีย์แปลง และ GAP.** เข้าถึงเมื่อ 29 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.cnca.gov.cn/ywzl/rz/spncp/zspj/201205/t20120516_2010.shtml และ <http://www.hslcs.org.cn/index.php/en/ChinaGAP.html>
- ภาพที่ 17 **ผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์ เกษตรอินทรีย์แห่งชาติ.** เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2lxzzP6>
- ภาพที่ 18 **สัญลักษณ์งาน BIOFACH CHINA.** เข้าถึงเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.biofachchina.com/en/exhibitors/downloads>
- ภาพที่ 19 **สัญลักษณ์งาน CINHOE.** เข้าถึงเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.cincoe.com/en/>

ที่มาตาราง

- ตารางที่1 การเปรียบเทียบมาตรฐานระบบผลิตเกษตรอินทรีย์ แบบที่1. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.alro.go.th/alro_th/download/00-Standard.pdf
- ตารางที่2 การเปรียบเทียบมาตรฐานระบบผลิตเกษตรอินทรีย์ แบบที่2. _____
- ตารางที่3 เปรียบเทียบระดับผักและอาหารปลอดภัย. เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.food4change.in.th/2013-04-22-11-06-40-100119/2013-04-22-11-11-53/377-2010-10-26-05-02-30.html>
- ตารางที่4 มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหาร Green food ในประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120130_5915655.htm
- ตารางที่5 สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2008. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120130_5915654.htm
- ตารางที่6 สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2014. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201504/t20150417_5915738.htm
- ตารางที่7 สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัย (Green food) ในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2018. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201907/P020190710608589073151.xls>
- ตารางที่8 ข้อแตกต่างระหว่าง อาหารสีเขียว ระดับ AA และ ระดับ A เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2020. เข้าถึงได้จาก <http://www.sciencepublishinggroup.com/journal/paperinfo?journalid=328&paperId=10026243>

ที่มาแผนภูมิ

แผนภูมิที่1 ทฤษฎี วงจรผลิตภัณฑ์ (product Life cycle). เข้าถึงเมื่อ 11 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://bit.ly/2W6WPuY>

แผนภูมิที่2 แผนภูมิต่ำผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศจีน และ สหรัฐอเมริกา. เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.neogaf.com/threads/pwc-by-2050-canada-to-drop-out-of-top-20-economies-us-to-fall-to-3rd.1348681/>

แผนภูมิที่3 มูลค่าการจำหน่าย Green food ในประเทศจีน ตั้งแต่ ค.ศ.2001-ค.ศ.2018. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/>

แผนภูมิที่4 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการจำหน่าย Green Food ของประเทศจีน ค.ศ.2001-ค.ศ.2018. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/index.htm>

แผนภูมิที่5 สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2008. เข้าถึงเมื่อ 27 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120130_5915657.htm

แผนภูมิที่6 สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2014. เข้าถึงเมื่อ 27 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201504/t20150417_5915738.htm

แผนภูมิที่7 สัดส่วนทางการตลาดของอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ประจำปี ค.ศ.2018. เข้าถึงเมื่อ 24 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/index.htm>

ภาคผนวก

แบบสอบถามบนเว็บไซต์ <https://www.wenjuan.com/s/Fvayaijp/>

扫码答题

中国消费者对安全食品的行为问题调查问题调查

您好，我是泰国大学生，我正在进行一项关于中国消费者对安全食品的行为问题调查问题的调查，想邀请您用几分钟时间帮忙填写这份问卷。本问卷实行匿名制，所有数据只用于统计分析，请您放心填写。题目选项无对错之分，请您按自己的实际情况填写。感谢您的帮助！

1. 基本信息 *

年龄	平均月收入	职业	性别
请选择		请选择	请选择

+ 继续填写

购买安全食品的行为与营销因素影响消费者购买决定。

2. 为什么您会选择吃绿色食品？ *

出于健康和安全原因

没听过

我不相信普通食品的安全性

其他

3. 在购买绿色食品时，您总是在寻找这些标志中的哪个？ *



图片1



图片2



图片3



图片4



图片5

4. 您为什么选择那个标志？ *

这个产品合我的需要

我经常看到它

它可信

其他

5. 您选择购买绿色食品的主要因素是什么？ *

赶趋势

价格

容易购买

包装

其他

6. 您经常选择哪种方法购买绿色食品？ *

直接与农民购买

综合商店

绿色市场

网上购物

其他

7. 您希望中国的绿色食品有什么改善？ *

更便宜

更加多样化

还有其他分销渠道

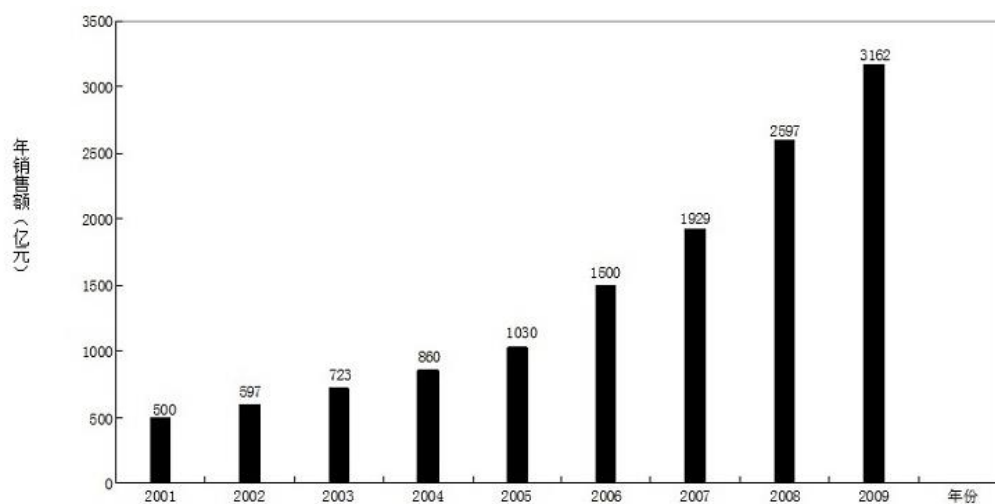
其他

[提交](#)

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหารปลอดภัยประเภท Green Food ของประเทศจีน ค.ศ.2001-ค.ศ.2018

指标	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2005年	2007年	2008年
当年认证企业 (个)	536	613	918	1150	1839	2064	2371	2191
当年认证产品 (个)	988	1239	1746	3142	5077	5676	6263	5651
认证企业总数 (个)	1217	1756	2047	2836	3695	4615	5740	6176
认证产品总数 (个)	2400	3046	4030	6496	9728	12868	15238	17512
实物总量 (万吨)	2000	2500	3260	4600	6300	7200	8300	9000
年销售额 (亿元)	500	597	723	860	1030	1500	1929	2597.2
年出口额 (亿美元)	4	8.4	10.8	12.5	16.2	19.6	21.4	23.2
监测面积 (万亩)	5800	6670	7710	8940	9800	15000	23000	2.5

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120130_5915655.htm



2001—2009 年每年绿色食品产品销售额

แผนภูมิ มูลค่าการจัดจำหน่ายอาหารปลอดภัยในประเทศจีน ค.ศ.2001-ค.ศ.2009

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120110_5915670.htm

ตาราง สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัยประเภท Green Food ของประเทศจีน ค.ศ.2006-ค.ศ.2008

2006—2008 年绿色食品产品结构

类别、级别	2006 年		2007 年		2008 年	
	产品数 (个)	比重 (%)	产品数 (个)	比重 (%)	产品数 (个)	比重 (%)
按产品级别						
初级产品	4762	37.0	5675	37.2	6486	37.0
初加工产品	4621	35.9	5738	37.7	6749	38.5
深加工产品	3485	27.1	3825	25.1	4277	24.5
合计	12868	100.0	15238	100.0	17512	100.0
按产品类别						
农林及加工产品	7555	58.7	9068	59.5	10659	61.1
畜禽类产品	1656	12.9	1741	11.4	1894	10.8
水产类产品	797	6.2	931	6.1	1021	5.8
饮品类产品	1953	15.2	2319	15.2	2481	14.2
其它产品	907	7.0	1179	7.7	1457	8.3
合计	12868	100.0	15238	100.0	17512	100.0

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120130_5915654.htm

ตาราง สัดส่วนทางการตลาดอาหารปลอดภัยประเภท Green Food ของประเทศจีน ค.ศ.2009

2009 年绿色食品产品结构		
(按产品类别)		
产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	9855	62.74
畜禽类产品	1630	10.38
水产类产品	736	4.69
饮品类产品	2086	13.28
其它产品	1400	8.91
合计	15707	100

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120118_5915689.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2010

2010 年绿色食品发展总体情况		
指 标	单 位	数 量
当年认证企业数	个	2526
当年认证产品数	个	6437
企业总数 ^①	个	6391
产品总数 ^②	个	16748
年销售额	亿元	2823.8
出口额	亿美元	23.1
产地环境监测面积	亿亩	2.4

2010 年绿色食品产品结构（按产品类别）		
产品类别	产品数（个）	比重（%）
农林及加工产品	10889	65.02%
畜禽类产品	1488	8.88%
水产类产品	787	4.70%
饮品类产品	2140	12.78%
其它产品	1444	8.62%
合计	16748	100.00%

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120110_5915718.htm

และ http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201201/t20120110_5915719.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2011

2011 年绿色食品发展总体情况		
指标	单位	数量
当年认证企业数	个	2683
当年认证产品数	个	6538
企业总数①	个	6622
产品总数②	个	16825
年销售额	亿元	3134.5
出口额	亿美元	23
产地环境监测面积	亿亩	2.4

2011 年绿色食品产品结构（按产品类别）		
产品类别	产品数（个）	比重（%） 比重（%）
农林及加工产品	11773	70.0
畜禽类产品	1225	7.3
水产类产品	660	3.9
饮品类产品	1711	10.2
其它产品	1456	8.6
合计	16825	100.0

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201304/t20130419_5915728.htm และ

http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201304/t20130419_5915727.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2012

2012 年绿色食品发展总体情况		
指标	单位	数量
当年认证企业数	个	2614
当年认证产品数	个	6196
企业总数①	个	6862
产品总数②	个	17125
年销售额	亿元	3178
出口额	亿美元	28.4
产地环境监测面积	亿亩	2.4

2012 年绿色食品产品结构（按产品类别）

产品类别	产品数（个）	比重（%）
农林及加工产品	12336	72.0
畜禽类产品	1150	6.7
水产类产品	608	3.6
饮品类产品	1602	9.4
其它产品	1429	8.3
合计	17125	100.0

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201305/t20130528_5915734.htm

และ http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201305/t20130528_5915735.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2013

2013 年绿色食品发展总体情况

指 标	单 位	数 量
当年获证企业数	个	3229
当年获证产品数	个	7696
企业总数 ^①	个	7696
产品总数 ^②	个	19076
年销售额	亿元	3625. 2
出口额	万美元	260386. 4
产地环境监测面积	万亩	25642. 7

2013 年绿色食品产品结构 (按产品类别)

产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	14097	73. 9
畜禽类产品	1170	6. 1
水产类产品	660	3. 5
饮品类产品	1656	8. 7
其他产品	1493	7. 8
合计	19076	100. 0

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201404/t20140417_5915737.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2014

绿色食品发展总体情况

指 标	单 位	数 量
当年获证企业数	个	3830
当年获证产品数	个	8826
企业总数 ^①	个	8700
产品总数 ^②	个	21153
国内年销售额	亿元	5480.5
出口额	亿美元	24.8
产地环境监测面积 ^③	亿亩	3.4

绿色食品产品结构 (按产品类别)

产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	15703	74.2
畜禽类产品	1095	5.2
水产类产品	698	3.3
饮品类产品	1946	9.2
其他产品	1711	8.1
合计	21153	100.0

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201504/t20150417_5915738.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2015

绿色食品发展总体情况

指 标	单 位	数 量
当年认证企业数	个	3562
当年认证产品数	个	8228
企业总数 ^①	个	9579
产品总数 ^②	个	23386
年销售额	亿元	4383.2
出口额	亿美元	22.8
产地环境监测面积	亿亩	2.6

绿色食品产品结构
(按产品类别)

产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	17626	75.4
畜禽类产品	1123	4.8
水产类产品	727	3.1
饮品类产品	2045	8.7
其它产品	1865	8.0
合计	23386	100.0

ที่มา: http://www.greenfood.agri.cn/ztlz/tjnb/lssp/201610/t20161012_5915739.htm

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2016

绿色食品发展总体情况

指 标	单 位	数 量
当年获证单位数	个	3949
当年获证产品数	个	8930
获证单位总数 ^①	个	10116
获证产品总数 ^②	个	24027
国内年销售额	亿元	3866
出口额	亿美元	25.11
产地环境监测面积	亿亩	1.99

绿色食品产品结构

(按产品类别)

产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	18227	75.9
畜禽类产品	1141	4.7
水产类产品	644	2.7
饮品类产品	2106	8.8
其它产品	1909	7.9
合计	24027	100.0

ที่มา: <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201810/P020181022521979003650.xls>

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2017

绿色食品发展总体情况

指 标	单 位	数 量
当年获证单位数	个	4422
当年获证产品数	个	10093
获证单位总数 ^①	个	10895
获证产品总数 ^②	个	25746
国内年销售额	亿元	4034
出口额	亿美元	25.45
产地环境监测面积	亿亩	1.52

绿色食品产品结构

(按产品类别)

产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	19629	76.3
畜禽类产品	1345	5.2
水产类产品	643	2.5
饮品类产品	2253	8.8
其它产品	1876	7.2
合计	25746	100.0

ที่มา: <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201810/U020181022520293897354.xls>

ตาราง มูลค่าการจัดจำหน่าย และสัดส่วนทางการตลาด อาหารปลอดภัยประเภท Green Food
ของประเทศไทย ค.ศ.2018

绿色食品发展总体情况

指 标	单 位	数 量
当年获证单位数	个	5969
当年获证产品数	个	13316
获证单位总数 ^①	个	13203
获证产品总数 ^②	个	30932
国内年销售额	亿元	4557
出口额	亿美元	32.1
产地环境监测面积	亿亩	1.57

绿色食品产品结构

(按产品类别)

产品类别	产品数 (个)	比重 (%)
农林及加工产品	23986	77.5%
畜禽类产品	1698	5.5%
水产类产品	663	2.1%
饮品类产品	2684	8.7%
其它产品	1901	6.1%
合计	30932	100.0%

ที่มา: <http://www.greenfood.agri.cn/ztl/tjnb/lssp/201907/P020190710608589073151.xls>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวกุลชา รัตน์นรา
วัน เดือน ปี เกิด	13 พฤศจิกายน 2540
สถานที่เกิด	สงขลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	77 ซอยราชเกษม2 หมู่ 6 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000
ประวัติการศึกษา	
2559-ปัจจุบัน	ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา ภาษาเลือกภาษาจีน
2553-2558	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพรหมานุสรณ์จังหวัดเพชรบุรี สายวิทย์-คณิต

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์
สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวกุลชา รัตนนรา
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเลือกภาษาจีน
ภาคนิพนธ์	การศึกษาตลาดอาหารปลอดภัยในประเทศไทย
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปันสุวรรณ
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้	77 ซอยราชเกษม 2 หมู่ 6 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000
หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้	0863651763

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่ง พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวกุลชา รัตนนรา)

วันที่ เดือน พ.ศ.

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.