

APO Study Mission to a Nonmember Country on Innovations in Food Products

ระหว่างวันที่ 26 มิถุนายน 2553 ถึง 2 กรกฎาคม 2553

ณ กรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

โครดา วัลภา สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

เจริญขวัญ โชติวัฒนะพันธุ์ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท โชติวัฒน่อุตสาหกรรมการผลิต จำกัด

การพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมอาหารสามารถอยู่รอดและเติบโตท่ามกลางภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารหมายถึงความร่วมมือถึง การคิดค้น พัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครเคยมีผู้ใดทำมาก่อน หรือพัฒนา ดัดแปลง หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจาก ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาสูตรอาหารใหม่ๆ เพื่อทำให้เกิดกลิ่นรส เนื้อสัมผัส รูปร่างและ คุณลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม การเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ผสมผสาน กันทั้งประโยชน์ด้านคุณภาพทางโภชนาการ ความปลอดภัย และราคา ทั้งนี้เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การขยายตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตอาหารโดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศที่กำลังพัฒนา รวมทั้งประเทศไทยจึงควรเห็นความสำคัญของการลงทุนด้านนวัตกรรม เพื่อให้สามารถคงอยู่ได้ใน สถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง โครงการนี้จึงได้จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้เรียนรู้ แนวคิด และวิธีการ พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารจากประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีความก้าวหน้าในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร และเพื่อให้ทราบแนวโน้มล่าสุดของนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า การส่งเสริมการตลาด และการตลาดสำหรับ นวัตกรรมอาหาร ทั้งนี้เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

การบรรยายเรื่อง Minimizing duties and penalties in the U.S. customs clearance process

โดย Mr. Robert B. Silverman, Esq. Silverman & Klestadt LLP, USA

การผลิตสินค้าอาหารเพื่อนำเข้าประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องและ ชัดเจน ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ฉลากสินค้า เงื่อนไขและรูปแบบการขยาย กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า ภาษีการนำเข้า สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร และถิ่นกำเนิดสินค้า เป็นต้น การนำเข้าสินค้าอาหารมีรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. ผู้ผลิตขายสินค้าให้กับผู้นำเข้าในประเทศสหรัฐอเมริกาในลักษณะขายขาด
2. ผู้ผลิตขายสินค้าผ่านตัวแทนนำเข้าในประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยระบบคอมมิชชั่น
3. ขายสินค้าให้กับหรือผ่านบริษัทลูกในสหรัฐอเมริกา
4. การนำเข้าสินค้าเองโดยไม่ผ่านตัวแทนหรือหน่วยงานในสหรัฐอเมริกา การนำเข้าสินค้าลักษณะนี้จะต้องมี การเสียภาษี

ภาษีศุลกากรจัดเป็นต้นทุนหลักของการทำธุรกิจส่งออกสินค้าไปประเทศสหรัฐอเมริกา สินค้านำเข้าสหรัฐจะถูก จัดจำแนกตาม Harmonized Tariff Schedule of the United State (HTSUS) ซึ่งมีการระบุพิกัดภาษีที่ต้องจ่าย หรืออาจ ปลอดภาษีในบางกรณี เช่น GSP, NAFTA, CAFTA, DR-CARTA, AGOA, IFT หรือสินค้าที่กำหนดให้ปลอดภาษีบาง ประเภท เช่น สหราชอาณาจักรเป็นสินค้าปลอดภาษี แต่ถ้าสหราชอาณาจักรและปรุรงรต้องเสียภาษี ดังนั้น การส่งออกสินค้า อาหารไปสหรัฐอเมริกาจึงต้องใช้เทคนิค เพื่อปรับลดพิกัดภาษีให้น้อยที่สุด เพื่อให้สินค้ามีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

มากที่สุด และทำให้ราคาของสินค้าแข่งขันได้ในตลาด รวมทั้งต้องมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ลดปัญหาการนำเข้า ตั้งแต่การกักกันสินค้า จนถึงการถูกลงโทษทางอาญา ทั้งจำคุก ปรับ หรือทั้งจำและปรับ ซึ่งจะมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจในอนาคต ตัวอย่างกรณีการละเมิดกฎหมายสำหรับสินค้าอาหารที่นำเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาที่ผ่านมา ได้แก่

-แหล่งกำเนิดสินค้าที่ระบุไว้บนฉลากไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น น้ำมันมะกอกที่ผลิตในประเทศตุรกี แต่บรรจุที่อิตาลี และไประบุประเทศอิตาลีเป็นแหล่งกำเนิดสินค้า ในกรณีนี้จะได้รับบทลงโทษตามประมวลกฎหมายอาญา

-ปลาถูกแปรรูปที่ผลิตจากประเทศเวียดนาม จงใจปลอมแปลงฉลากชื่อปลาเป็น sole and grouper เพื่อหลอกลวงภาษีผู้มัตลาด สำหรับบทลงโทษตามกฎหมายครั้งนี้ โทษสูงสุดของข้อหาแรกนำเข้าปลาโดยจงใจปลอมชื่อสินค้าบนฉลาก คือ จำคุก 2 ปีและปรับ 250,000 เหรียญฯ หรือ 2 เท่าของเงินที่ได้รับจากการทำความผิด และสำหรับข้อหาที่สองการขายสินค้าที่ปลอมแปลงฉลาก โทษสูงสุดจำคุก 3 ปี และปรับ 250,000 เหรียญฯ หรือ 2 เท่าของเงินที่ได้รับจากการทำความผิด

การบรรยายเรื่อง Opportunities and challenges in exporting processed food products to the USA.

โดย Ms. Lindsey Watson, Director of quality assurance

ประเทศสหรัฐอเมริกามีหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกฎระเบียบด้านอาหารและความปลอดภัยอาหาร ได้แก่

1. United States Food and Drug Administration (U.S. FDA) เป็นหน่วยงานระดับประเทศ อยู่ภายใต้ Department of Health and Human Service (DHHS) ทำหน้าที่ควบคุมผลิตภัณฑ์อาหารทั้งหมด เช่น เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง ชีวภัณฑ์ ยาสูบ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยยกเว้น เนื้อและสัตว์ปีก U.S. FDA มีบทบาททั้งเป็นปรกาการด่านหน้าในการตัดสินว่าผลิตภัณฑ์อาหาร มีความปลอดภัยในการจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาได้หรือไม่ ด้วยการออกใบอนุญาตการจำหน่ายสินค้าอาหารในตลาดสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้มีหน้าที่กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและบังคับใช้กฎหมาย

2. The U.S. Department of Agriculture (USDA): FSIS ทำหน้าที่ควบคุมผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และสัตว์ปีก โดยออกใบรับรองระดับประเทศ แต่ไม่ออกให้เป็นรายบุคคล/ บริษัท

3. USDA: APHIS ควบคุมการนำเข้าผักและผลไม้สด บนเว็บไซต์ของ USDA จะมีรายชื่อของประเทศที่ได้รับการอนุญาตให้นำเข้าผักและผลไม้ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ ผู้นำเข้า (importer) จะต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าจาก USDA เป็นรายผลิตภัณฑ์ USDA จะทำงานร่วมกับ U.S. FDA ในการควบคุมปริมาณยาฆ่าแมลงตกค้าง การทำหน้าที่ของ USDA และ U.S. FDA มีความซ้ำซ้อนกันในบางผลิตภัณฑ์ เช่น กรณีปลูกและบรรจุผลไม้สดเพื่อการส่งออก จะต้องเกี่ยวข้องกับทั้ง FDA และ USDA ขณะที่ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้กระป๋องจากผลไม้จะเกี่ยวข้องกับ FDA เพียงหน่วยงานเดียว

4. USDA: Agricultural marketing service: national organic program (NOP) ทำหน้าที่พัฒนา ดำเนินการ และจัดการทำมาตรฐานการผลิต การขนส่งและฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

5. Department of Justice (DOJ): TTB ทำหน้าที่ควบคุมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์ ไวน์ สปิริต จิน โดยจะออกใบอนุญาตผู้นำเข้า รับรองฉลากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และเก็บภาษีจากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

6. Department of Homeland Security (CBP) ทำหน้าที่รับผิดชอบต่อการบังคับใช้กฎหมายนำเข้าและส่งออกสินค้า ณ ด่านศุลกากรของราชการ 317 ด่าน

กฎหมายใหม่ของสหรัฐอเมริกาด้านความปลอดภัยอาหารในปี 2010

เนื่องจากเหตุการณ์ต่างๆ ได้แก่ การปนเปื้อนของเมลามีน การปนเปื้อน heparin การปนเปื้อนของเชื้อ Salmonella ใน แคนตาลูปและพริกจากเม็กซิโกเมื่อปี 2008 เนยถั่วในปี 2008-2009 และถั่วพีสตาชิโอในปี 2009 U.S. FDA จึงได้ ปรับปรุงกฎระเบียบและข้อบังคับใหม่ด้านความปลอดภัยอาหาร สำหรับสินค้านำเข้าโดยได้มีการทำแผนการคุ้มครองอาหาร (Food Protection Plan) ประกอบด้วย

1. การจัดทำ Predictive Risk-based Evaluation for Dynamic Import Compliance Targeting (PREDICT) เป็นระบบการคัดกรองความเสี่ยง หรือจัดระดับความเสี่ยงของอาหารที่จะนำเข้ามาประเทศแทนระบบ OASIS ที่ใช้ในปัจจุบัน (ใช้เจ้าหน้าที่ U.S. FDA ตรวจสอบสินค้าเมื่อถึงท่าเรือ) ระบบ PREDICT เป็นระบบฐานข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต (Web-based assessment) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ U.S. FDA ได้ใช้ในการตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงของสินค้าจาก ประวัติการละเมิดกฎหมายของผลิตภัณฑ์ ผู้นำเข้า ผู้ผลิต ผู้รับสินค้า และแหล่งกำเนิดสินค้า (country of origin) ผลการ ตรวจสอบจากห้องปฏิบัติการและการตรวจสอบสถานที่ผลิตอาหาร และเหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงของโลกที่อาจมี ผลกระทบต่อคุณภาพของอาหารบางชนิดก่อนสินค้าจะขนส่งมาถึงประเทศสหรัฐอเมริกา

2. การทำแผน Beyond our boarder โดย U.S. FDA การตั้งสำนักงานถาวรในประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิด สินค้า เพื่อให้เกิดการประสานงานและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่ควบคุมดูแลความปลอดภัยสินค้าและโรงงานผลิต อาหารของประเทศคู่ค้า รวมทั้งสามารถให้คำปรึกษาด้านการออกกฎระเบียบและด้านเทคนิคกับหน่วยงานที่ทำหน้าที่ ควบคุมความปลอดภัยอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบของสหรัฐอเมริกา U.S.FDA จึงมีโอกาสได้เรียนรู้ผู้ส่งออก และผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกจากต่างประเทศ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมความปลอดภัยของสินค้านำเข้า มาจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี U.S. FDA ได้เปิดสาขาในต่างประเทศแห่งแรกที่ประเทศจีน 3 แห่ง ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และกวางโจว ปี 2008 มีผู้เชี่ยวชาญของ U.S. FDA จากสหรัฐ 8 คนและชาวจีน 5 คนทำงานร่วมกัน ปี 2009 ได้ตั้งสาขาเพิ่มที่อินเดีย คือ เดลีและมุมไบ มีผู้เชี่ยวชาญเทคนิคด้านการทูตทำงานร่วมกับรัฐบาลอินเดีย ปัจจุบัน มีสำนักงานถาวรในต่างประเทศ 6 ประเทศ คือ จีน อินเดีย เม็กซิโก คอสตาริกา ชิลี และ จอร์แดน นอกจากนี้ U.S. FDA ได้ทำความตกลงกับรัฐบาลของประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าอีก 30 ประเทศ (ไม่รวมประเทศไทย) ในด้านการเชื่อมโยงการ แลกเปลี่ยนข้อมูลและรายงานเชิงลึกที่ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชน

การบรรยายเรื่อง U.S. FDA: Key Regulations Affecting Exports to the USA

โดย Ms. Lindsey Watson, Director of quality assurance

หลังจากเหตุการณ์ก่อการร้ายในสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2545 ส่งผลให้รัฐบาลสหรัฐอเมริกา เร่งจัดทำระบบ ป้องกันประเทศในทุกด้าน รวมถึงการจัดทำร่างกฎหมาย Bioterrorism Preparedness Act of 2001 ที่มีการระบุถึงการ จัดทำ และการแก้ไขกฎระเบียบ เพื่อป้องกันการก่อการร้ายด้วยการแพร่เชื้อโรคลงในอาหารที่บริโภคในประเทศ โดยบังคับ ให้ผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายสินค้าในสหรัฐอเมริกาต้องทำการลงทะเบียนสถานที่ผลิต แปรรูป บรรจุหีบห่อและ จัดเก็บสินค้าอาหารและเครื่องดื่มทั้งผู้ผลิตในและต่างประเทศ ยกเว้นฟาร์มของเกษตรกร (ในกรณีที่ไม่ได้แปรรูปเอง) ร้านค้าปลีกและผู้ขนส่ง กับ U.S. FDA โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ปัจจุบันมีผู้ลงทะเบียนกับ U.S. FDA เป็นจำนวน 420,000 บริษัท ซึ่งครึ่งหนึ่งอยู่นอกประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยมีจำนวน 3,056 บริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับจีน ฝรั่งเศส

ฮ่องกง อินเดีย ญี่ปุ่น และเวียดนามที่มีจำนวนบริษัทที่ลงทะเบียน 20,783, 13,227, 3,487, 5,130, 23,301 และ 5,551 ตามลำดับ

การกักกันสินค้า

เหตุผลที่ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารถูกกักกัน (Detention) ในสหรัฐอเมริกา คือ ผลิตจากวัตถุดิบที่ไม่ถูกต้อง หรือมีส่วนประกอบของอาหารที่ไม่ได้รับการรับรองให้ใช้หรือห้ามใช้ ซึ่งเกิดจากการปฏิบัติตามต้นแบบฉลากที่ไม่ถูกต้อง หรือพยายามหลีกเลี่ยงกฎเกณฑ์บางประการ ตัวอย่างสินค้าอาหารที่นำเข้ามาจากเอเชียที่ถูกกักกัน เนื่องจากฉลากไม่ถูกต้องที่ผ่านมา ได้แก่ ผงคัสตาร์ด บิสกิต เครื่องดื่มให้พลังงาน ขนมขบเคี้ยวรสแอนโชวี ลูกอมรสมะขาม และเครื่องดื่มแฟนต้า นอกจากนี้เรื่องของฉลากแล้ว สินค้าอาหารโดนกักกันเรื่องการผลิตข้อกำหนดสำหรับอาหารที่เป็นกรดต่ำบรรจุในภาชนะบรรจุปิดสนิท (Low-acid & Canned Foods, LACF) ซึ่ง U.S. FDA จึงได้ออกระเบียบบังคับให้ผู้ที่ทำกรบรรจุหรือแปรรูปอาหารที่มีความเป็นกรดต่ำหรือปรับสภาพกรดที่ต้องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศสหรัฐอเมริกาต้องลงทะเบียน Food Canning Establishment (FCE) ไม่ว่าจะผลิตอาหารที่บรรจุในกระป๋อง ขวดแก้ว หรือบรรจุภัณฑ์ที่ทำลายเชื้อในภาชนะบรรจุปิดสนิทและเก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง แต่ไม่รวมถึงผู้ส่งออก สำนักงานและโกดังเก็บสินค้า เมื่อทำการลงทะเบียนแล้วผู้ประกอบการจะได้ FCE number ซึ่งเป็นเลขรหัส 5 ตำแหน่ง สำหรับแต่ละโรงงาน ซึ่งจะใช้ประกอบการยื่นเอกสารการนำเข้าสินค้าประเภท LACF หลังจากจดทะเบียนแล้วจะมีการส่งเอกสารเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการประเมินว่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเข้าเป็น LACF หรือไม่ เช่น ระบุค่า pH, Aw, กระบวนการหมักและการอัดแก๊ส อุณหภูมิและระยะเวลาการฆ่าเชื้อ เมื่อตรวจสอบเอกสารแล้วพบว่าผลิตภัณฑ์เป็น LACF จึงจะออกเลข SID (Registration, Scheduled Process Filings (SIDs)) เป็นรายผลิตภัณฑ์และขนาดบรรจุทั้งกระป๋องและถุง pouch สินค้านำเข้าประเภท LACF ที่ U.S. FDA ไม่มี FCE และ SID หรือมีเฉพาะ FCE เพียงอย่างเดียวจะถูกกักกันโดยอัตโนมัติ (automatic detentions) และอาจถูกปฏิเสธการนำเข้าทันที ตัวอย่างอาหารที่ถูกกักกัน ได้แก่ ข้าวโพดฝักอ่อนกระป๋อง เครื่องแกง ซอสพริก ซอสถั่วเหลือง ผักดอง

ผลิตภัณฑ์อาหารบางชนิดเมื่อส่งมาถึงสหรัฐอเมริกาจะถูกกักกันโดยอัตโนมัติ ไม่ต้องมีการตรวจสอบตัวสินค้าก่อนแต่อย่างใด โดยพิจารณาจากประวัติของสินค้า ประวัติผู้ผลิตหรือข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่าสินค้านั้น อาจจะไม่ผ่านกฎข้อบังคับของ U.S. FDA เมื่อใดที่สินค้าถูกกักกันอัตโนมัติ จะไม่สามารถนำเข้าได้จนกว่าผู้นำเข้าจะทำการพิสูจน์ว่าสินค้าเป็นไปตามกฎข้อบังคับของ U.S. FDA บ่อยครั้งที่สินค้าจากประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่งเป็นสินค้าที่ต้องถูกกักกันโดยอัตโนมัติ เพราะการฝ่าฝืนกฎข้อบังคับของ U.S. FDA ได้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในประเทศหรือภูมิภาคนั้น อย่างไรก็ตาม มาตราการกักกันอัตโนมัติจะเกิดขึ้นไม่บ่อย ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นเมื่อหมดวิธีที่จะป้องกันการฝ่าฝืนแล้ว

การบรรยายเรื่อง Overview of the U.S. Organic Food Market and Regulatory Requirements

โดย Ms. Lindsey Watson, Director of quality assurance

อาหารอินทรีย์ (Organic foods) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยเกษตรกรที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่สร้างใหม่ได้ (renewable) และมีการอนุรักษ์ดินและน้ำเพื่อปรับปรุงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมสำหรับรุ่นลูกหลานในอนาคต การทำเกษตรอินทรีย์ต้องไม่มีการใช้ยาฆ่าแมลงหรือปุ๋ยที่ทำจากวัตถุพิษทางเคมีหรือกากของเสียจากโรงงาน ไม่มีการตัดต่อทางพันธุกรรมและการฉายรังสี สำหรับเนื้อสัตว์ ไก่ ไข่ และผลิตภัณฑ์จากนมที่เป็นอินทรีย์จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสัตว์ที่ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะ หรือฮอร์โมนการเลี้ยงเท่านั้น สหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับอาหารและ

เครื่องดื่มอินทรีย์ในโลก มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้น มีปริมาณผู้บริโภค 16 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2006 เพิ่มขึ้นเป็น 18 เปอร์เซ็นต์ในปี 2007 โดยชาวอเมริกันที่ใส่ใจต่อสุขภาพจะซื้ออาหารอินทรีย์ด้วยสาเหตุต่างๆ กัน 73% ของครอบครัวชาวอเมริกันจะซื้ออาหารอินทรีย์จากประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อสุขภาพในระยะยาว ซึ่งเชื่อว่าสามารถหลีกเลี่ยงการได้รับยาฆ่าแมลงหรือสารเคมีอื่น สารปฏิชีวนะ ฮอโมนเร่งโต การตัดต่อพันธุกรรม หรือเนื่องจากรสชาติดี ความเชื่อด้านคุณค่าทางโภชนาการที่มีมากกว่าอาหารที่ผลิตโดยใช้สารเคมี และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการเกษตรแบบยั่งยืน

หน่วยงานที่ออกใบรับรองด้านอาหารอินทรีย์ในสหรัฐอเมริกา ได้แก่ USDA โดยในปี 2002 ได้มีการตั้งมาตรฐานแห่งชาติสำหรับอาหาร “organic” ซึ่งผลิตนอกประเทศสหรัฐอเมริกา มาตรฐานนี้เป็นส่วนหนึ่งของ National Organic Program (NOP) มาตรฐาน NOP กำหนดวิธีการ วิถีปฏิบัติ และองค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตและจัดการกับพืช สัตว์ และผลิตผลแปรรูปจากวัตถุดิบทางการเกษตร โดยผู้ผลิตไม่สามารถระบุคำว่า “organic” บนฉลาก หากผลิตภัณฑ์ไม่ได้ดำเนินการภายใต้มาตรฐาน NOP การละเมิดจะต้องโดนค่าปรับ 10,000 US\$ ใบรับรอง “organic” สำหรับผู้ผลิต (manufacturer) กับผู้ดำเนินการกับผลผลิต (handler) จะแยกออกจากกัน ผู้ผลิตหรือผู้เพาะปลูก หมายถึง เกษตรกรที่ผลิตวัตถุดิบ ขณะที่ผู้ดำเนินการกับผลผลิตจะเป็นผู้แปรรูปและดำเนินการแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ USDA ให้การรับรองกับผู้ถือใบรับรอง (certifier) สำหรับการตรวจฟาร์มหรือสถานที่ผลิต ที่ซึ่งอาหารได้ทำการเพาะปลูกหรือแปรรูป เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เพาะปลูก/ ผู้ดำเนินการกับผลผลิตได้ปฏิบัติตามมาตรฐาน NOP กรณีของฟาร์มจะต้องมีการตรวจสอบประวัติการใช้สารต่างๆ กับพื้นที่ดินก่อนขอใบรับรอง 3 ปี และผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ผู้เพาะปลูกจะต้องจัดทำ “organic plan” โดยอธิบายวิธีการปฏิบัติและสารต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตและตรวจติดตามผลการปฏิบัติ และต้องระบุวิธีการปฏิบัติเพื่อป้องกันการปนเปื้อนระหว่างผลิตภัณฑ์ที่เป็นอินทรีย์และไม่อินทรีย์และการสัมผัสกันระหว่างผลิตภัณฑ์กับสารต้องห้าม เมื่อผู้เพาะปลูก/ ผู้ดำเนินการกับผลผลิตได้รับการรับรองจะได้รับการบันทึกในการตรวจสอบของ USDA เป็นเวลา 5 ปี และเมื่อได้รับการรับรองจะสามารถระบุคำว่า “organic” บนฉลากได้ตามระดับของความเป็นอินทรีย์ “level of organicness” ได้แก่

“100 Percent Organic” หมายถึง ส่วนประกอบทั้งหมดที่เป็นอินทรีย์

“Organic” หมายถึง ส่วนประกอบในอาหารอย่างน้อย 95% เป็นอินทรีย์

“Made with Organic Ingredients” หมายถึง ส่วนประกอบในอาหารอย่างน้อย 70% เป็นอินทรีย์

การบรรยายเรื่อง A discussion of current food trends in the U.S. market, restaurant networks, and key cultural entry points

โดย Clark Wolf, President of Clark Wolf Company, USA

“Specialty food” คือ อาหารที่มีความพิเศษเฉพาะตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีเกรดสูง (premium grade) คุณภาพดีเยี่ยมและมีรูปลักษณ์เป็นเลิศว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเดียวกัน มีความพิเศษตรงกรรมวิธีการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์หายาก มีเฉพาะบางแห่งของโลกเท่านั้น เช่น เกลือจากเทือกเขาหิมาลัย ทำจากวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพสูงมาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกและเป็นเอกลักษณ์ มีวิธีการใช้งานเฉพาะ มีจำนวนน้อย อาหารที่ผลิตเฉพาะกลุ่ม คือ อาหารที่ผ่านกระบวนการหรือมีพัฒนาอย่างจำเพาะเจาะจงต่อผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น ผู้เป็นโรค ผู้ที่ได้รับบาดเจ็บ หรือกลุ่มผู้ควบคุมน้ำหนัก เช่น gluten-free diet, protein-restricted diet, low-amino acid diet, very low-energy diet

ตัวอย่างของ Specialty food เช่น น้ำส้มสายชู balsamic vinegar ของประเทศอิตาลี ที่ใช้องุ่นพันธุ์ Trebbiano และ Spergola เป็นวัตถุดิบจากการหมักเป็นเวลาหลายชั่วโมงจนเกิดการระเหยของน้ำ ทำให้ได้น้ำส้มสายชูเข้มข้น

การหมักเป็นระยะเวลาสั้น จึงเป็น Specialty food ที่มีราคาสูงมาก บางครั้งสินค้าธรรมชาติของบางประเทศ อาจเป็นสินค้าที่ไม่มีในอีกพื้นที่ จึงนับเป็นสิ่งแปลกใหม่และเป็น Specialty food ได้เช่นกัน นับเป็นโอกาสสำหรับผู้ผลิตอาหารขนาดเล็กสามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจด้านอาหาร การทำธุรกิจด้าน Specialty food ควรใช้ทฤษฎี “pull through” มุ่งเน้นการสร้างความต้องการให้กับลูกค้า โดยอาศัยจุดขาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราว ที่มา ตำนาน วัฒนธรรม รสชาติ มากกว่าการใช้ “push theory” ซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูงในการสร้างความต้องการของสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะการโฆษณา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ การเปิดตัวสินค้าที่ร้านค้า specialty food หรือร้านอาหารที่นำเสนออาหารแปลกใหม่และงานแสดงสินค้าอาหาร

การบรรยายเรื่อง Concept, marketing strategies, and benefits of making an organic or Kosher product โดย Steve Sichel, Director of development, STAR-K, USA

อาหารโคเชอร์ (Kosher) เป็นอาหารที่สำหรับผู้ที่นับถือศาสนายูดาห์ (Jews) คำว่าโคเชอร์มีรากศัพท์จากภาษาฮีบรู แปลว่า เหมาะสม (fit) หรือ (proper) ปัจจุบันความต้องการอาหารโคเชอร์เพิ่มสูงขึ้น โดยพิจารณาจากแนวโน้มการขอการรับรองว่าเป็นอาหารโคเชอร์เพิ่มสูงขึ้นติดอันดับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มใหม่ที่มีความต้องการสูงสุดในปี 2008 และในปีเดียวกันมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการรับรองโคเชอร์ถึง 5,389 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ในตลาดที่ได้รับการรับรองและจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ 112,500 ผลิตภัณฑ์ มีมูลค่ารวม 12 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ตลาดของอาหารโคเชอร์ยังคงเติบโตต่อไป เนื่องจากผู้บริโภคต้องการแสวงหาอาหารที่ทำให้สุขภาพดีขึ้นหรือเชื่อว่าส่งผลดีต่อสุขภาพ อาหารโคเชอร์สามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1.อาหารที่ยอมรับกันว่าเป็นโคเชอร์เสมอ ได้แก่

- i. ผักผลไม้สดที่ไม่ผ่านกระบวนการใดๆ และต้องไม่มีหนอนหรือแมลง
- ii. เนื้อสัตว์และส่วนประกอบของสัตว์ที่นำมาใช้ในการทำอาหารจะต้องมาจากสัตว์ที่เป็นโคเชอร์ ซึ่งถูกฆ่าและชำแหละตามขั้นตอนที่เรียกว่า “shechita” คือ การที่สัตว์ต้องไม่ถูกฆ่าด้วยความทรมาน ดังนั้นผู้ที่ทำการฆ่าจะต้องได้รับการฝึกอบรมและมีคุณสมบัติการฆ่าสัตว์ที่เป็นโคเชอร์ เนื้อสัตว์ที่เป็นโคเชอร์ ได้แก่ วัว กวาง แกะ แพะ ไก่ ไก่วง ห่าน เป็ด และปลาที่มีครีบและเกล็ด เช่น ทูน่า คราฟ และเฮอริง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเนื้อสัตว์จะเป็นโคเชอร์แต่หากใช้เครื่องหรืออุปกรณ์ที่ปนเปื้อนกับอาหารที่ไม่เป็นโคเชอร์มาใช้ในผลิตอาหารโคเชอร์จะทำให้อาหารนั้นไม่เป็นโคเชอร์อีกต่อไป สำหรับเนื้อสัตว์ต้องไม่เสิร์ฟพร้อมกับเนื้อพร้อมกัน
- iii. ผลิตภัณฑ์จากนมหรือวัตถุดิบที่มีนมหรือผลิตภัณฑ์จากนม แต่ต้องไม่ปรุงรวมกับเนื้อสัตว์
- iv. Pareve หมายถึง เป็นกลาง (neutral) อาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์และนมเป็นส่วนประกอบ เช่น น้ำตาล เกลือ และเครื่องปรุง บริษัททั่วไปจึงขอการรับรองว่าเป็น pareve

2.อาหารที่ไม่เป็นโคเชอร์ ได้แก่ อาหารที่ในพระคัมภีร์ได้กำหนดให้เป็นสิ่งต้องห้ามในการนำมาเป็นอาหารสำหรับชาวยิว เช่น หอย กุ้ง ปู ปลาที่ไม่มีครีบและเกล็ด หมู และกระต่าย

3.อาหารที่เป็นกลาง (Kosher supervised) อาหารกลุ่มนี้อาจจะเป็นโคเชอร์ได้เมื่อผลิตภายใต้การควบคุมของแรบไบ (Rabbi) ซึ่งนักบวชชาวยิว หรือหน่วยงานที่ออกใบรับรองแก่อาหารโคเชอร์ เพื่อให้แน่ใจว่าทั้งส่วนผสมและขั้นตอนการแปรรูปเป็นไปตามข้อกำหนดของอาหารโคเชอร์

นอกจากแหล่งของวัตถุดิบอาหารแล้ว อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบอาหารยังเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดว่าอาหารเป็นโคเชอร์หรือไม่ โดยอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการเตรียมอาหารโคเชอร์จะต้องแยกออกจากเครื่องครัวและอุปกรณ์ที่เคยสัมผัสกับอาหารทั่วไปและต้องล้างทำความสะอาดและทำให้แห้งแยกกับเครื่องครัว ในอดีตการพิจารณาการให้เครื่องหมายโคเชอร์เป็นหน้าที่ของแรบไบ ปัจจุบันมีบริษัทที่เป็นตัวแทนได้รับการแต่งตั้งและอนุญาตโดยแรบไบ (Orthodox rabbinic authority) เข้ามาทำหน้าที่ให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และออกหนังสือรับรองโคเชอร์ (Kosher auditor)

การศึกษาดูงาน

Summer Fancy Food Show 2010

จัดขึ้นที่ Jacob K. Javits Center นิวยอร์ก เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐอเมริกา ในปีนี้มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า 40,000 รายจาก 80 ประเทศทั่วโลก สินค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา บางส่วนมาจากแถบเอเชียแปซิฟิก สำหรับประเทศไทยมีผู้ประกอบการจัดแสดงสินค้าจำนวน 23 บริษัท โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการส่งออก สินค้าที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ ผักผลไม้เซตร้อนบรรจุกระป๋อง เช่น สับปะรด มะม่วง ลำไย ลิ้นจี่ ฯลฯ ผลไม้อบแห้ง ซอสปรุงรส น้ำจิ้ม ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว เช่น น้ำข้าวกลั่นงอก พุดดิ้งจากข้าว แครกเกอร์ข้าว ไบเบียง ฯลฯ เครื่องแกงบรรจุขวดและถุง ปลากระป๋อง สินค้าที่น่าสนใจของประเทศไทย ได้แก่ แครกเกอร์จากข้าวที่ทำจากข้าวหอมมะลิของบริษัท Wide Faith Foods ผลิตภัณฑ์มีปริมาณไขมันต่ำ ปราศจากโคเลสเตอรอล กลูเตน และโซเดียมทรานส์ โดยใช้กระบวนการอบแทนการทอด บริษัทได้พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีความกรอบและเนื้อสัมผัสไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทอด

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิต / ผู้นำเข้า / ผู้จัดจำหน่าย นำมาจัดแสดงในงานมากที่สุด ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานโดยเฉพาะ USDA และ IFOAM เช่น ผลไม้อบแห้ง ผลิตภัณฑ์อาหารเส้น อาหารเด็กอ่อน สารให้ความหวาน น้ำผึ้ง อาหารพร้อมบริโภคแช่เยือกแข็ง อาหารพร้อมบริโภคในถุง pouch ข้าว ถั่ว เครื่องเทศ ผลไม้กระป๋อง ซ็อคโกแลต น้ำตาล ชา ซอสถั่วเหลือง เนื้อสัตว์ เนยแข็ง ฯลฯ
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทซ็อคโกแลต ซึ่งมีแหล่งที่มาจากประเทศต่างๆ เช่น เอกวาดอร์ เบลเยียม เยอรมนี สวิสเซอร์แลนด์ ฯลฯ
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ชา ทั้งในรูปแบบของชาผง ชาชง หรือเครื่องดื่มชาพร้อมบริโภค
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ไวน์และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
5. กลุ่มลูกอมและลูกกวาด บางบริษัทมีการใช้สารให้ความหวานชนิดต่างๆ แทนการใช้น้ำตาล

อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์อาหารที่นำมาจัดแสดงไม่ได้มุ่งเน้นในด้านสุขภาพของผู้บริโภคมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของจำนวนสินค้าที่นำมาจัดแสดงทั้งหมด โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในกลุ่ม functional foods ที่มาจัดแสดงเล็กน้อย เช่น อาหารที่ทำจากวัตถุดิบที่เป็นแหล่งสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น ทับทิม บลูเบอร์รี่ เมล็ดองุ่น และ เซอร์รี่ เป็นต้น อาหารที่มีจุดขายในเรื่อง Gluten free, GMO free, Cholesterol free, Sugar free และ No Trans Fat ส่วนใหญ่เป็นอาหารที่แสดงเอกลักษณ์ของวัตถุดิบที่มีในบางประเทศ เช่น น้ำมันมะกอกของอิตาลี ข้าวบาสมาดิของอินเดีย ซ็อคโกแลตในหลายประเทศ เช่น เอกวาดอร์ เบลเยียม เยอรมนี สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น อาหารธรรมชาติที่ผสมผสานส่วนประกอบ

ต่างๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น กลี้อผสมกับเห็ดทรัฟเฟิลหรือเห็ด porcini น้ำผึ้งผสมกับผลไม้หรือเครื่องเทศ น้ำดื่มผสมสมุนไพร เพื่อตีบกระหายและสร้างความสดชื่น เป็นต้น รูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังเน้นความสะดวกสบายในการบริโภค รสชาติดี หรือมีรูปลักษณ์ ตลอดจนภาชนะบรรจุที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยหลายผลิตภัณฑ์จึงไม่ได้มุ่งเน้นในด้านสุขภาพของผู้บริโภค เช่น มีปริมาณไขมันสูง น้ำตาลสูง หรือโซเดียมสูง แนวโน้มของภาชนะบรรจุจะเป็นในทิศทางารพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แปลกตา สวยงาม สามารถนำไปเป็นของฝาก ของโชว์ หรือสามารถให้เห็นสินค้าด้านในชัดเจน มีข้อความอธิบายถึงความเป็นมาของสินค้า หรือคุณสมบัติโดดเด่นที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค

Dean & DeLuca

ร้านค้าปลีกในเมือง Soho, New York ที่จำหน่ายสินค้ากลุ่ม high-end เน้นของที่มีคุณภาพสูง มีความพิเศษและมีลักษณะเฉพาะตัว จับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังการซื้อสูง สินค้าอาหารที่จำหน่ายภายในร้าน มีตั้งแต่ ผักผลไม้สด เนื้อสัตว์ อาหารทะเล และส่วนประกอบอื่นๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหาร เครื่องดื่มหลากหลายชนิด เช่น น้ำผลไม้ ส่วนใหญ่เป็นน้ำส้ม และ “superfruit” เช่น อาไซเบอร์รี่ โกจิ เบอร์รี่ ทับทิม ผลไม้รวม และ ผลิตภัณฑ์จากนม ชา กาแฟ ช็อคโกแลต น้ำจิ้มและซอสชนิดต่างๆ น้ำส้มสายชู ผักผลไม้ดอง ขนมขบเคี้ยว เช่น คุกกี้ แครกเกอร์ น้ำมันพืช เครื่องเทศ ฯลฯ

ข้อสังเกตที่พบ คือ ไม่มีผลิตภัณฑ์อาหารจากประเทศไทยที่จำหน่ายในร้านค้านี้ แต่พบสินค้าจากประเทศอินโดนีเซีย ได้แก่ โกโก้และช็อคโกแลต สิ่งที่น่าสังเกตคือ ผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุในขวดแก้วและกระป๋องโลหะตกแต่งฉลากและภาชนะบรรจุให้มีลักษณะดูเป็นธรรมชาติ สีไม่ฉูดฉาด ขณะที่บรรจุในถุงพลาสติกเป็นส่วนน้อย ทำให้ภาพรวมของผลิตภัณฑ์บนชั้นวางดูเป็นสินค้าเกรดสูง



Trader Joe's

ร้านค้าปลีกที่เก่าแก่ที่ก่อตั้งในปีค.ศ. 1950 ภาพรวมเมื่อเปรียบเทียบกับ Dean & DeLuca พบว่า พื้นที่ของร้านมีขนาดใหญ่กว่า สินค้ามีราคาถูกกว่า และมีความหลากหลายมากกว่า รวมทั้งมีจำนวนลูกค้ามากกว่าอย่างเห็นได้ชัด ร้านค้าแห่งนี้พบว่า มีผลิตภัณฑ์อาหารที่มีแหล่งที่ผลิตจากประเทศไทยหลายชนิด ทั้งภายใต้แบรนด์ของตัวเอง และใช้แบรนด์ Trader Joe's



Whole Foods Market Tribeca

ร้านค้าปลีกที่วางตำแหน่งทางการตลาดการผู้นำด้านอาหารที่เน้นความเป็นธรรมชาติ ผ่านกระบวนการแปรรูปน้อย ไม่ใส่สารเติมแต่งสังเคราะห์ต่างๆ และอาหารอินทรีย์ มีจำนวนสาขาในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร จำนวน 270 สาขา สินค้าในร้านประกอบด้วย ผักผลไม้สด เมล็ดพืช และแป้งที่ใช้ในการประกอบอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหลากหลายชนิด สินค้าอินทรีย์ที่ได้รับการรับรอง (ส่วนใหญ่โดย USDA) ราคาสินค้าของร้านเมื่อเปรียบเทียบกับ Dean & DeLuca และ Trader Joe's พบว่าจะอยู่กึ่งกลางระหว่างทั้งสองร้านดังกล่าว สำหรับสินค้าอาหารจากประเทศไทย พบว่า มีหลายชนิด ได้แก่ ข้าวกล้องและข้าวอินทรีย์ ซึ่งมีราคาสูงกว่าข้าวทั่วไปถึง 4 เท่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องแกง น้ำจิ้มแบบไทย และปลากระป๋อง



ร้าน Whole Foods Market Tribeca

China Town

ชุมชนชาวจีนที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา มีร้านขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากกลุ่มประเทศในแถบเอเชีย ทั้งอาหารสด อาหารแห้ง ผัก ผลไม้ เครื่องมือเครื่องใช้ และเสื้อผ้า สำหรับสินค้าอาหารพบว่า ส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศจีน เวียดนาม รวมทั้งประเทศไทย สินค้าที่นำเข้าจากประเทศไทย ได้แก่ ปลากระป๋อง กะทิกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เส้นหมี่แห้ง เครื่องแกงสำเร็จรูปบรรจุในภาชนะปิดสนิท น้ำจิ้มไก่ น้ำมะพร้าวกระป๋อง มีทั้งสินค้าที่ใช้ แบรินด์ของตัวเอง และผลิตให้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา

Rutgers Food Innovation Center

เริ่มต้นดำเนินงานตั้งแต่ปี 2001 เป็นศูนย์ที่ให้บริการด้านธุรกิจและเทคโนโลยีการผลิตอาหารในรัฐนิวเจอร์ซีย์และพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ การเป็นที่เลี้ยงด้านธุรกิจและด้านเทคนิค การวางแผนด้านธุรกิจและองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด เทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ และการขาย ระบบการประกันคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์ การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส การตรวจสอบและการจำหน่ายสินค้าเชิงพาณิชย์ การผลิตสินค้าเพื่อออกจำหน่าย ในศูนย์มีสถานที่ผลิตที่ผ่านการรับรองจาก USDA และ U.S. FDA ให้เช่าเป็นรายวัน การจัดสัมมนาและฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ เช่น GMP, HACCP, สุขลักษณะส่วนบุคคล จุลชีววิทยาของการเจ็บป่วยเนื่องจากอาหารเป็นพิษ สุขาภิบาลอาหาร การควบคุมการแพ้อาหารและการปนเปื้อนข้าม การป้องกันการก่อการร้ายทางชีวภาพ การทวนสอบย้อนกลับและการจัดทำเอกสาร

ลูกค้าเป้าหมายของศูนย์ ได้แก่

1. เกษตรกรและกลุ่มสหกรณ์ ที่ต้องการสร้างธุรกิจใหม่ด้านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบทางการเกษตร และ/หรือต้องการสร้างตลาดใหม่สำหรับสินค้าที่มีอยู่แล้ว
2. บริษัทผลิตอาหารที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ มีข้อจำกัดทั้งด้านการเงิน เทคโนโลยี กฎระเบียบ การพัฒนาตลาดและโครงสร้างพื้นฐาน
3. บริษัทผลิตอาหารที่ก่อตั้งมานานแล้ว แสวงหาผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ เทคโนโลยีใหม่ๆ ปรับปรุงความสามารถในการประกันคุณภาพ หาดตลาดใหม่ หรือ ขยายหรือปรับปรุงกระบวนการผลิต

การให้บริการของศูนย์จะเป็นการดำเนินงานร่วมกันระหว่างทีมงานของศูนย์ที่มีประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมอาหารและการทำธุรกิจด้านอาหาร กับอาจารย์จากมหาวิทยาลัย Rutgers รวมทั้งหน่วยงานภายนอก จากการดำเนินงานพบว่า 87% ของบริษัทที่ออกจากศูนย์บ่มเพาะยังคงอยู่ในธุรกิจต่อไปและยังคงอยู่ในชุมชนของตัวเอง ทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก คือ

1. สายการผลิตเครื่องต้มและอาหารร้อน เช่น เครื่องต้ม ซุป ซอส สตูว์ แยม เจลลี่ ผักผลไม้ย่างและอบ โดยจะสามารถบรรจุได้ทั้งขวด ถ้วยและถาดแบบอัตโนมัติ
2. สายการผลิตเบเกอรี่และอาหารแห้ง เช่น พาย ขนมปัง คุกกี้ และขนมหวาน
3. สายการผลิตผักผลไม้ตัดแต่งพร้อมบริโภค โดยจะประกอบด้วยการทำปฏิบัติการหลังการเก็บเกี่ยว ทำความสะอาด ปอกเปลือก ลดขนาด ลดปริมาณจุลินทรีย์ และบรรจุ
4. ห้องเย็นและห้องแช่เยือกแข็ง



ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

ได้เรียนรู้ถึงขั้นตอนและกระบวนการในการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีเทคนิคหลายอย่าง ที่สามารถช่วยลดต้นทุนของสินค้า ทำให้เกิดความได้เปรียบและลดปัญหาในการตีกลับหรือกักกันสินค้า นอกจากนี้ทำให้ทราบถึงแนวโน้มและทิศทางของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งช่วยพัฒนาแนวคิดและกระตุ้นทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรของประเทศไทยและตรงตามความต้องการของตลาด นอกจากนี้การเข้าร่วมกิจกรรมกับเพื่อนจากประเทศต่างๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถช่วยสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านต่างๆ ร่วมกันต่อไปในอนาคต