

ข้าวอินทรีย์ไทย : ศักยภาพทางการตลาดที่น่าจับตา

ตลาดเกษตรอินทรีย์โลก

ตลาดเกษตรอินทรีย์ของโลกยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลการสำรวจของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements: IFOAM) และ FiBL (Research Institute of Organic Agriculture) พบว่า ในปี 2556 ประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุด คือ ออสเตรเลีย เท่ากับ 17.2 ล้านเฮกตาร์ (คิดเป็นร้อยละ 39.91 ของพื้นที่เกษตรอินทรีย์ทั่วโลก) โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ คือพื้นที่ปศุสัตว์เพื่อเลี้ยงโคและแกะ รองลงมา คือ อาร์เจนตินา และสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ภูมิภาคเอเชีย มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์เท่ากับ 3.4 ล้านเฮกตาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 จากปี 2555 เป็นผลมาจากความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในตลาดเอเชียเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากกระแสความตื่นตัวเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร และการรักษาสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดจีน ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในภูมิภาคเอเชียมีการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศในเอเชียที่มีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์มากที่สุด ได้แก่ จีน และเป็นอันดับ 4 ของโลก รองลงมา คือ อินเดีย คาซัคสถาน ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ตามลำดับ

ไทยมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ประมาณ 213,000 ไร่ คิดเป็นเป็นอันดับ 8 ของเอเชีย มีผลผลิต 80,000 ตัน มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 4,000 ล้านบาท โดยมีสินค้าหลัก คือ ข้าว รองลงมา คือ น้ำมันพืช ผลไม้เมืองร้อน และมะพร้าว ตลาดส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของไทย คือ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม การค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ในไทยยังมีขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบการซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

ตลาดข้าวอินทรีย์

ข้าวอินทรีย์ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด โดยผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคข้าวในสายพันธุ์ที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งข้าวเมล็ดสั้น ข้าวเมล็ดยาว ข้าวบาสมชาติ ข้าวเหนียว และข้าวหอมมะลิ เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้าวไม่ขัดสีหรือข้าวกล้อง และข้าวสีต่าง ๆ ที่ส่วนใหญ่เป็นข้าวพื้นเมือง เช่น ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวสีนิล ข้าวสังข์หยด ข้าวมันปู ข้าวกำลิมผิว ข้าวสินเหล็ก เป็นต้น ซึ่งตลาดของข้าวอินทรีย์จะอยู่ในกลุ่มของข้าวชนิดพิเศษสำหรับตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่ประกอบด้วย ข้าวอินทรีย์ และข้าวประจำท้องถิ่นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ตามภูมิศาสตร์ (Geographical Identification: GI) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของยุทธศาสตร์ของภาครัฐ ในการยกระดับคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าข้าว ตามยุทธศาสตร์ข้าวไทย ฉบับที่ 3 ปี 2558 - 2562 ที่ตั้งเป้าหมายให้ไทย และอาเซียนเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพ และมาตรฐานข้าว รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำจากข้าวของโลก โดยจะส่งเสริมตลาดสำหรับข้าวคุณภาพสูง (Premium) และสนับสนุนการตลาดและการผลิตสินค้าข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ (Niche Market) สร้างตราสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ พร้อมสร้างตลาดรองรับ เพื่อตอบสนองความตื่นตัวเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง การผลิตข้าวอินทรีย์ของไทย เริ่มต้นมาจากเกษตรอินทรีย์แบบพึ่งพาตนเองของเกษตรกร และได้มีการพัฒนาระบบเกษตรอินทรีย์ตามระบบสากล เพื่อให้สามารถจำหน่ายให้ผู้บริโภคทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยที่ตลาดหลักของข้าวอินทรีย์ไทยส่วนใหญ่อยู่ในแถบยุโรป และเป็นตลาดที่มีแนวโน้มว่าจะมีความต้องการข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 15 - 20 ต่อปี รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา ในขณะที่ตลาดในภูมิภาคเอเชียก็เป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน ฮองกง และสิงคโปร์

จากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศ ปี 2556 (ม.ค. - ต.ค.) ไทยมีการส่งออกข้าวอินทรีย์ประมาณ 7,400 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีการส่งออก 6,100 - 6,900 ตัน ซึ่งข้าวอินทรีย์ที่จะจัดจำหน่ายในต่างประเทศจะต้องผ่านการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex Alimentarius Commission) ที่กำหนดโดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) และองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ในขณะที่หน่วยงานของไทยที่ให้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ได้แก่

- (1) สถาบันพืชอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐผู้ออกใบรับรองการผลิตพืชอินทรีย์
- (2) สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานเอกชนผู้ออกใบรับรองเกษตรอินทรีย์ ที่ได้ยื่นขอขึ้นบัญชีรายชื่อประเทศที่ 3 ที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เท่าเทียมกันกับสหภาพยุโรป
- (3) หน่วยงานตรวจสอบรับรองของต่างประเทศ (Certified Body) ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและออกใบรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของหน่วยงานต่างประเทศ เช่น IFOAM USDA Organic และ ECO CERT เป็นต้น

ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ

1. เกษตรอินทรีย์ของไทย ควรพัฒนาเป็นนโยบายระดับชาติอย่างชัดเจน โดยในปัจจุบันได้มีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2556- 2559 โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และแผนพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ โดยกระทรวงพาณิชย์ เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งเกษตรกร และผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในเกษตรอินทรีย์ ทั้งเรื่องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และการจัด Zoning พื้นที่เกษตรอินทรีย์ เป็นต้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความรู้แก่เกษตรกร รวมถึงการบริหารจัดการห่วงโซ่การผลิตเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการขนส่งถึงผู้บริโภค และการส่งออก เพื่อให้มีการพัฒนาและบูรณาการแผนยุทธศาสตร์ด้านการผลิตและการตลาดไปในทิศทางเดียวกัน

2. ในการพัฒนาข้าวอินทรีย์ของไทยเพื่อให้ก้าวสู่ระดับโลก ยังจำเป็นที่จะต้องสร้างศักยภาพและมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถเทียบเคียงได้กับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ IFOAM หรือ CODEX ข้อกำหนดมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป และ USDA Organic เป็นต้น นอกจากนี้ การเข้าร่วมงาน Organic Expo ต่าง ๆ ยังมีความจำเป็น เช่น งาน BioFach เยอรมัน ซึ่งเป็นงานแฟร์สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุด งาน BioFach เชียงไฮ้ ที่จีนเป็นตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ในขณะที่ไทยมีการจัดงานแสดงสินค้า Thai Fex และ งาน Organic Expo โดยกระทรวงพาณิชย์ ที่ประกอบด้วยงานแสดงสินค้า และการสัมมนาวิชาการด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ หรือ Organic Symposium เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ และศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาด เพื่อนำมาปรับใช้และพัฒนา รวมถึงสร้างศักยภาพในเชิงพาณิชย์ให้กับเกษตรอินทรีย์ของไทย

สำนักการค้าสินค้า
ส่วนสินค้าเกษตร
กันยายน 2558