

## การเสวนา

เรื่อง “เกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย ก้าวอย่างไรไปให้ถึง”

โดย อธิบดีกรมการค้าภายใน (นายบุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร)

วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นผู้นำในระดับภูมิภาคด้านการผลิต การบริโภค การค้าสินค้า และการบริการเกษตรอินทรีย์ที่มีความยั่งยืน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

เป้าหมาย

พื้นที่และจำนวนเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น

สัดส่วนตลาดสินค้าอินทรีย์ในประเทศต่อตลาดส่งออกเพิ่มขึ้น

ยกระดับกลุ่มเกษตรกรวิถีพื้นบ้าน

ตัวชี้วัด

เพิ่มพื้นที่เป็น 6 แสนไร่  
เพิ่มจำนวนเกษตรกรเป็น 3 หมื่นราย

ตลาดในประเทศร้อยละ 40  
ตลาดส่งออกร้อยละ 60

เพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการวิจัย การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการผลิตสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการตลาดสินค้าและบริการ และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์

กลยุทธ์ 1 ส่งเสริมการวิจัย การสร้าง และเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์ 2 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร บุคลากรที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป

กลยุทธ์ 3 สร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์ 1 พัฒนาศักยภาพการผลิตเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์ 2 บริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการผลิตเกษตรอินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ 1 ผลักดันมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์และบริการที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์ 3 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์สู่ผู้บริโภค

กลยุทธ์ 1 ใช้รูปแบบยโซธรมโมเดล โดยภาคเอกชนเป็นหลัก ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ร่วมกับภาคเอกชน

กลยุทธ์ 2 สนับสนุนแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์

กลยุทธ์ 3 สร้างกลไกและเครือข่ายการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไปสู่การปฏิบัติ



ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ พ.ศ.2560-2564

Organic Market Strategy 2017-2021

Conceptual Framework

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

# ยุทธศาสตร์การพัฒนตลาดสินค้าอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์ ปี 2560 - 2564

วิสัยทัศน์ “ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิต การค้าและการบริโภคสินค้าอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน”

- พันธกิจ**
- ส่งเสริมการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องด้านเกษตรอินทรีย์ รวมถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นแก่ผู้เกี่ยวข้องในตลาดสินค้าอินทรีย์
  - พัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยให้เข้าสู่มาตรฐานและได้รับการรับรอง ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาด
  - ขยายตลาดสินค้าอินทรีย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าและบริการอินทรีย์ให้สูงขึ้น
  - สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย โดยพัฒนานวัตกรรมในเชิงพาณิชย์

<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1</b> การสร้างการรับรู้ของผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Awareness Raising)	<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2</b> ผลักดันมาตรฐานและระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ (Standardize)	<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> พัฒนาและขยายตลาดสินค้าและบริการอินทรีย์ (Market Expansion)	<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4</b> พัฒนา สร้างมูลค่าสินค้าและบริการอินทรีย์ (Value Creation)
สร้างการตระหนักรับรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และส่งเสริมเกษตรกรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับการผลิต	ผลักดันการผลิตตามมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และช่องทางการเข้าสู่ตลาด	เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศ	พัฒนาและสร้างมูลค่าให้สินค้าอินทรีย์ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี
สร้างการตระหนักรับรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค	ยกกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล โดยผลักดันผ่านกลุ่มที่ได้ผ่านการตรวจสอบรับรองระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) และ/หรือ ที่ได้รับเครื่องหมาย Organic Thailand	ผลักดันการส่งออก ขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยในต่างประเทศ	ศึกษาการเพิ่มมูลค่าสินค้าอินทรีย์ตลอดห่วงโซ่
ปลุกฝังสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้แก่เด็กและเยาวชนเพื่อให้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง	อำนวยความสะดวกในระบบการรับรองมาตรฐาน	ยกกระดับการจัดงานแสดงสินค้าอินทรีย์ของไทยสู่ระดับสากล	อำนวยความสะดวก และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการสร้างมูลค่าสินค้าอินทรีย์

# แผนงานโครงการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ กระทรวงพาณิชย์

ประเด็นยุทธศาสตร์ (พณ.)

ยุทธศาสตร์ที่ 1  
การสร้างการรับรู้ของผู้เกี่ยวข้อง  
ตลอดห่วงโซ่อุปทาน  
(Awareness Raising)

ยุทธศาสตร์ที่ 2  
ผลักดันมาตรฐานและระบบการรับรอง  
เกษตรอินทรีย์  
(Standardize)

ยุทธศาสตร์ที่ 3  
พัฒนาและขยายตลาดสินค้า  
และบริการอินทรีย์  
(Market Expansion)

ยุทธศาสตร์ที่ 4  
พัฒนา สร้างมูลค่าสินค้า  
และบริการอินทรีย์  
(Value Creation)

GOAL/  
Method

ขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์แบบประชารัฐ

- เกษตรกรตระหนักถึงประโยชน์ของการทำเกษตรอินทรีย์
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เกิดความเชื่อมั่นและกระตุ้นการบริโภค
- สร้างจิตสำนึกให้เยาวชนมีความเข้าใจเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง

- สินค้าอินทรีย์ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์สากลเพิ่มขึ้น
- ผลักดันกลุ่มที่ผ่านการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) หรือ Organic Thailand ให้ได้รับมาตรฐานสากลเพิ่มขึ้น

- เพิ่มช่องทางจำหน่าย/ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- สินค้าอินทรีย์เป็นที่ยอมรับในระดับสากล/มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้น
- ยกระดับการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าสู่สากล

- สินค้าที่มีศักยภาพสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม/มีมูลค่าเพิ่ม/ตรงความต้องการตลาด
- มีฐานข้อมูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าตลอดห่วงโซ่ที่ทันสมัย

แผนงานปี 2561

กิจกรรมดังนี้

- ประชาสัมพันธ์/CSR ส่งเสริมภาพลักษณ์
- แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์ระหว่างประเทศในกลุ่ม ASEAN
- ปลุกจิตสำนึกให้กับเยาวชนไทย ได้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่ถูกต้อง ๖ ครั้ง
- ปันรักธรรมชาติ Ride to Success “ปั่นเพื่อเปลี่ยน”

- สนับสนุนการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์สากลที่มีศักยภาพให้กับ
- Organic Village - แห่งใหม่ 4 แห่ง - แห่งเดิม 8 แห่ง
- Organic Valley - แห่งเดิม 1 แห่ง
- จัดอบรมแผนธุรกิจ/การยกระดับการผลิตและตรวจรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) 6 จว

- Organic Farm Outlet - แห่งใหม่ 4 แห่ง - แห่งเดิม 15 แห่ง
- จัดงาน Organic Expo - BIOFACH Southeast Asia และ NATURAL EXPO Southeast Asia
- Road show งาน OE/BE, NEA ในประเทศ
- จัดแสดง/จำหน่ายสินค้าอินทรีย์ระดับภูมิภาค 6 ครั้ง
- เชื่อมโยงตลาดหรือจัดตลาดนัดสีเขียว Green Market โดยจัดหุ้สถานที่จัดจำหน่ายอย่างน้อย 3 ครั้ง

- จัดประกวด The 1<sup>st</sup> Thailand Organic Innovation Award
- คัดเลือกสินค้าของจังหวัดที่มีศักยภาพ และสามารถต่อยอดเป็นสินค้าอินทรีย์ ปี 2561
- พัฒนารฐานข้อมูลอินทรีย์
- พัฒนาต่อยอดการนำไปปรับใช้ Thailand 's Innovative Organic Model (Organic 3.0)

แผนงานปี 2562

- ฝ่ายเลขานุการแผนบูรณาการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ปี 60-64 (ยุทธศาสตร์ที่ 3) ปลายทาง : ตลาดและ PR) เช่น
  - จัดตั้ง Federation of ASEAN Organic Association (สนค.)
  - THAI-FEX (สคร.)
  - สัมมนาเชิงปฏิบัติการผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

- ศึกษามาตรฐานอินทรีย์ในระดับสากลเพื่อส่งเสริมให้มีสินค้าและบริการอินทรีย์ที่หลากหลาย เช่น
  - เมฆอาหาร/ร้านอาหาร
  - โรงแรม/Spa/Farm Stay
  - Non-Food เช่น ผ้าฝ้าย/เครื่องสำอาง บรรจภัณฑ์

- พัฒนา Website/Application เพื่อขยายช่องทางการตลาด /ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและต่อยอดในเชิงพาณิชย์ให้กับ Organic Village/Valley/ Farm Outlet และผู้ประกอบการ
- Road Show งาน OE/BE, NEA ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย

- ศึกษาแนวโน้มตลาด/พฤติกรรมผู้บริโภคและ New Business Model เช่น Organic island /Hotel /Community/ Roof top garden/ Food Truck