



ORGANIC
& NATURAL
EXPO 2017



ORGANIC
SYMPOSIUM
2017

ปาฐกถาพิเศษ “ยุทธศาสตร์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ของไทย และแนวทางการขับเคลื่อน”

โดย นางพิมพ์พรรณ ชาญศิลป์

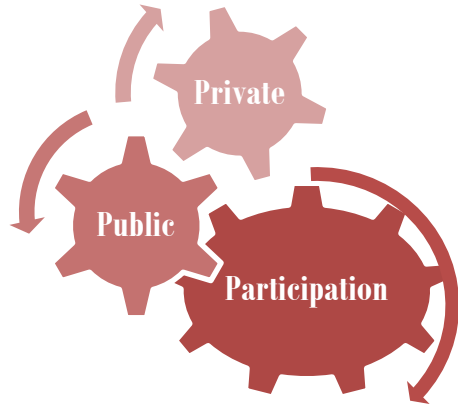
ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

28 กรกฎาคม 2560

องค์รวมของแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์

Government Policy :

PPP -Committee



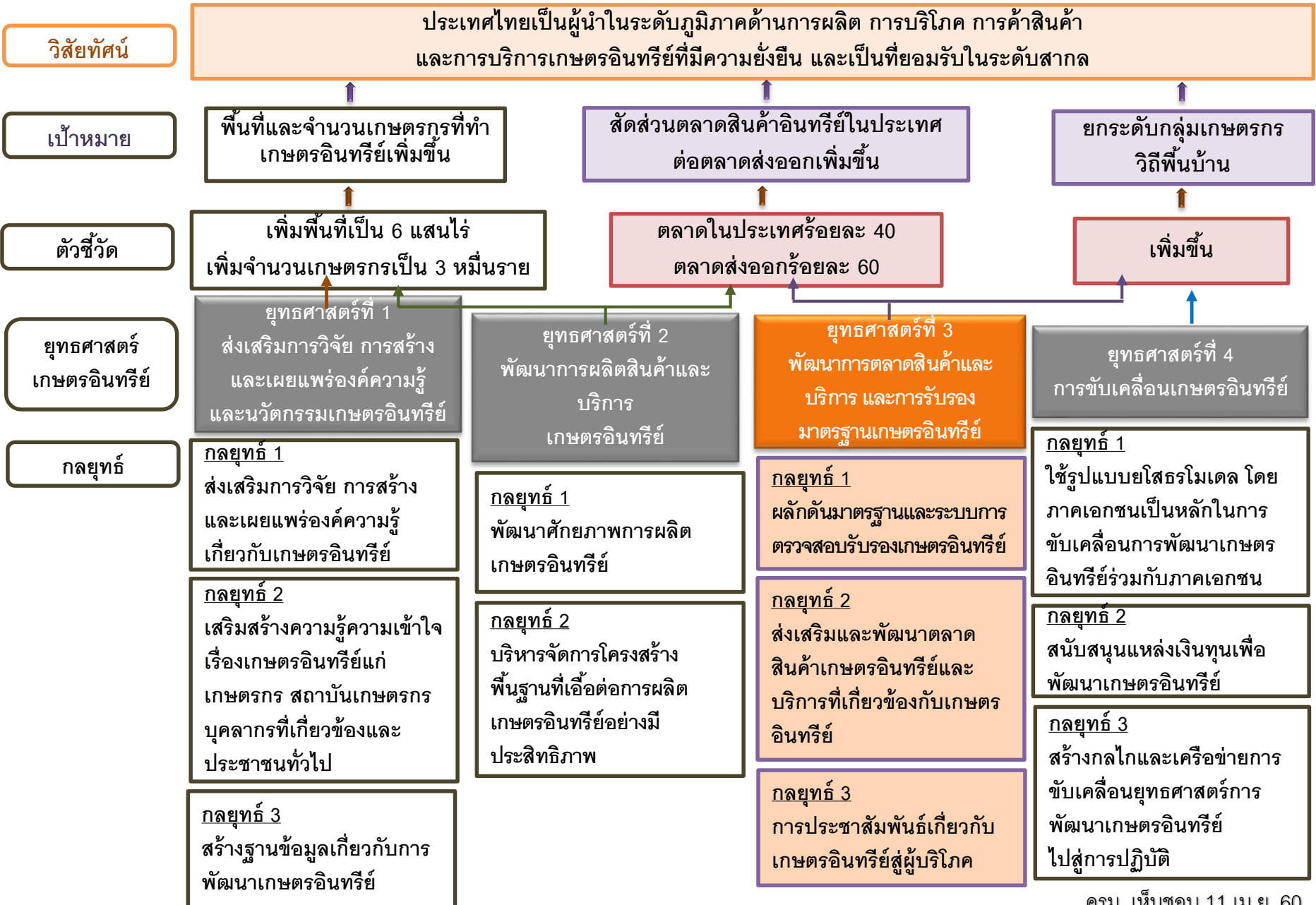
- Assure safety product
- Acknowledge Consumer
- Facilitate market access



Participation of Private –Public Sector



ยุทธศาสตร์การพัฒนากษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2564



ยุทธศาสตร์การพัฒนาศิลปินค้าอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์ ปี 2560 - 2564

วิสัยทัศน์ “ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิต การค้าและการบริโภคสินค้าอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน”

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

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างการรับรู้ของ ผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Awareness Raising)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ผลักดันมาตรฐานและระบบ การรับรองเกษตรอินทรีย์ (Standardize)	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและขยายตลาดสินค้า และบริการอินทรีย์ (Market Expansion)	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา สร้างมูลค่าสินค้าและ บริการอินทรีย์ (Value Creation)
สร้างการตระหนักรับรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และส่งเสริมเกษตรกรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับการผลิต	ผลักดันการผลิตตามมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และช่องทางการเข้าสู่ตลาด	เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศ	พัฒนาและสร้างมูลค่าให้สินค้าอินทรีย์ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี
สร้างการตระหนักรับรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค	ยกกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล โดยผลักดันผ่านกลุ่มที่ได้ผ่านการตรวจรับรองระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) และ/หรือ ที่ได้รับเครื่องหมาย Organic Thailand	ผลักดันการส่งออก ขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยในต่างประเทศ	ศึกษาการเพิ่มมูลค่าสินค้าอินทรีย์ตลอดห่วงโซ่
ปลุกฝังสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้แก่เด็กและเยาวชนเพื่อให้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง	อำนวยความสะดวกในระบบการรับรองมาตรฐาน	ยกกระดับการจัดงานแสดงสินค้าอินทรีย์ของไทยสู่ระดับสากล	อำนวยความสะดวก และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการสร้างมูลค่าสินค้าอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างการรับรู้ของผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Awareness Raising)



เป้าประสงค์

ผู้บริโภคมีความเข้าใจสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น

ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น

เกษตรกรสนใจทำเกษตรอินทรีย์มากขึ้น

สินค้าเกษตรอินทรีย์หลากหลายและมีคุณภาพ

สภาพดินและระบบนิเวศที่ดีขึ้น



กลยุทธ์



แนวทางการดำเนินงาน / กิจกรรม

1. สร้างการตระหนักรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการทำอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และส่งเสริมเกษตรกรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการปรับการผลิต

2. สร้างการตระหนักรู้คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

3. ปลูกฝังสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง

1. สัมมนาเชิงปฏิบัติการ และจัดอบรมเพื่อสร้างการรับรู้ และให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอินทรีย์อย่างถูกต้อง รวมถึงแนวทางการลดต้นทุนการผลิตผ่านการร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาครัฐ
2. การจัดทำระบบข้อมูล ห้องเรียน เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์และตลาดเกษตรอินทรีย์
3. จัดทำกรณีตัวอย่างของเกษตรกรหรือชุมชนเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นแบบอย่างแก่เกษตรกร และชุมชนอื่นๆ
4. จัดกิจกรรมกระตุ้นจิตสำนึกต่อการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. จัดกิจกรรมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผลิตเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล

1. ประชาสัมพันธ์สื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงความสำคัญของมาตรฐานอินทรีย์ว่าแตกต่างจากสินค้าปลอดภัยอย่างไร โดยให้เข้าใจความหมายของเกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย และไฮโดรโปนิกส์ ซึ่งมีความแตกต่างในแต่ละมาตรฐานให้ชัดเจน
2. จัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายคนอินทรีย์ เพื่อรณรงค์ความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนด้านเกษตรอินทรีย์
3. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการตระหนักรู้คุณค่าคุณประโยชน์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์
4. จัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้และส่งเสริมการบริโภคสินค้าอินทรีย์ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม สายการบิน เป็นต้น

1. จัดโครงการฝึกอบรมเยาวชนคนอินทรีย์ในสถานศึกษา เพื่อบ่มเพาะความรู้ความเข้าใจตลอดห่วงโซ่อุปทานอินทรีย์แก่เด็กและเยาวชน
2. จัดโครงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเครือข่ายเยาวชนคนอินทรีย์
3. ส่งเสริมให้มีการเพิ่มเติมหลักสูตรเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ในสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ผลักดันมาตรฐานและระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ (Standardize)



เป้าประสงค์

มีสินค้าอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานและถูกรับรองมากขึ้น

สินค้าอินทรีย์ไทยผ่านมาตรฐานระดับนานาชาติ

เกษตรกรและชุมชนมีความเข้มแข็ง ตามแนวพระราชดำรัส “ระเบิดจากข้างใน”



กลยุทธ์



แนวทางการดำเนินงาน / กิจกรรม

1. ผลักดันการผลิตตามมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และช่องทางการเข้าสู่ตลาด

2. ยกกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล โดยผลักดันผ่านกลุ่มที่ได้ผ่านการตรวจรับรองระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS: Participatory Guarantee System) หรือที่ได้รับเครื่องหมาย Organic Thailand

3. อำนวยความสะดวกในระบบการรับรองมาตรฐาน

1. การขยายผลกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์/กลุ่มเกษตรกรที่มีความตั้งใจ โดยเริ่มการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS : Participatory Guarantee System)
2. ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เรื่องมาตรฐานต่างๆของสินค้าเกษตรอินทรีย์
3. ผลักดันมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นที่ยอมรับ

1. ยกกระดับมาตรฐานการผลิตเข้าสู่การรับรองระดับสากล โดยการคัดเลือกเกษตรกรที่มีศักยภาพและให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและระเบียบวิธีปฏิบัติ
2. ผลักดันผู้ผ่านการตรวจรับรอง PGS หรือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อื่นๆ ของประเทศไทยให้มีการพัฒนาให้ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานสากล

1. ประสาน สนับสนุน พัฒนาบุคลากรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และการตรวจรับรองระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS)
2. สนับสนุนเงินทุนในการจัดรับรองมาตรฐานแก่เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้แปรรูปที่มีศักยภาพตามเงื่อนไขที่กำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและขยายตลาดสินค้าและบริการอินทรีย์ (Market Expansion)



เป้าประสงค์

สินค้าอินทรีย์มีช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายขึ้น

มูลค่าตลาดสินค้าอินทรีย์เพิ่มสูงขึ้น

สินค้าอินทรีย์ไทยเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ



กลยุทธ์



แนวทางการดำเนินงาน / กิจกรรม

1. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและขยายตลาดสินค้าอินทรีย์ในประเทศ

1. การจัดตั้งตลาดกลางเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อเป็นพื้นที่ในการจำหน่าย รวบรวมผลผลิตและกระจายสู่ภูมิภาคต่างๆ
2. การจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าเกษตรภายในประเทศ เพื่อเชื่อมโยงผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค
3. ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างร้านค้า/ชุมชนต้นแบบอินทรีย์ (Organic Village) โดยให้มีการเชื่อมโยงการค้าและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน
4. จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ จัดกิจกรรมทางการตลาด ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าในห้างโมเดิร์นเทรด ห้างสรรพสินค้า ออกงานร่วมกับหน่วยงานและเครือข่ายต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
5. จัดทำตลาดนัดสีเขียว (หรือชื่ออื่น) เพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่าง ๆ
6. จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าอินทรีย์ออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต
7. จัดกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการตลาดไปสู่ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยง ให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิตเข้ากับธุรกิจ
8. สนับสนุนให้ร้านอาหารอินทรีย์ หรือเมนูอาหารอินทรีย์มีจำนวนมากขึ้นและเป็นที่รู้จัก
9. สนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่และเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการรายเดิมให้มีโอกาสในตลาดมากขึ้น
10. ผลักดันให้มีการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์
11. ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า

2. ผลักดันการส่งออก ขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยในต่างประเทศ

1. จัดทำ Road Show จัดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business matching) สินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพ
2. ประชาสัมพันธ์สินค้าอินทรีย์ไทย โดยเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพ
3. ส่งเสริมร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย
4. นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน Organic ระดับ ASEAN และระดับโลก
5. อำนวยความสะดวกในการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ อาทิ ผลักดันให้มีพิธีศุลกากรสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์/อำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์

3. ยกกระดับการจัดงานแสดงสินค้าอินทรีย์ของไทยสู่ระดับโลก

1. ยกกระดับการจัดงาน Organic & Natural Expo ของไทยไปสู่ระดับภูมิภาค ASEAN และระดับโลก
2. สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการต่างชาติในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอินทรีย์ในไทย
3. เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้าของไทย
4. ช่วยสนับสนุนให้ต่างประเทศสนใจเข้ามาร่วมงานกับกระทรวงเพื่อให้ก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำใน ASEAN ด้านตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา สร้างมูลค่าสินค้าและบริการอินทรีย์ (Value Creation)



เป้าประสงค์

สินค้าอินทรีย์มีความหลากหลายมากขึ้น

ราคาสินค้าอินทรีย์มีความเหมาะสมและเป็นธรรม

สินค้าอินทรีย์ตรงความต้องการของผู้บริโภค



กลยุทธ์



แนวทางการดำเนินงาน / กิจกรรม

1. พัฒนาและสร้างมูลค่าให้สินค้าอินทรีย์ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

- ส่งเสริมให้มีการวิจัยเชิงพาณิชย์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ รวมถึงต่อยอดการวิจัยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง เช่น เครื่องดื่ม ยา เครื่องสำอาง เป็นต้น
- สนับสนุน ส่งเสริม อบรมผู้ประกอบการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่เกษตรอินทรีย์
- จัดประกวดสินค้าและผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่มีนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการและเป็นตัวอย่งให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ
- พัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ได้รับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้า
- สนับสนุนให้มีการจัดทำนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็น Food และ Non Food โดยเฉพาะ ภาชนะบรรจุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตต่างๆเพิ่มขึ้น

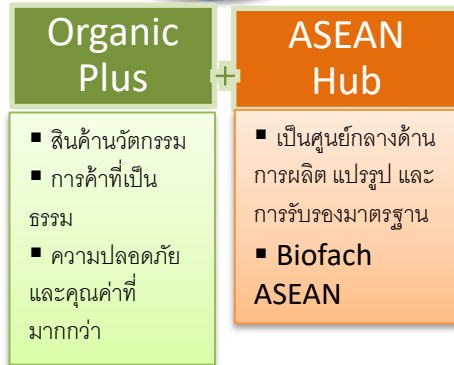
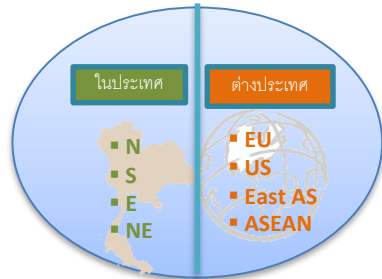
2. ศึกษาการเพิ่มมูลค่าสินค้าอินทรีย์ (Value Creation) ตลอดห่วงโซ่ (Supply Chain)

- จัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ การผลิต การแปรรูป การตลาดโดยจัดทำข้อมูลความต้องการสินค้าของตลาดเป้าหมายเพื่อสามารถสนับสนุนสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การตลาด ในแต่ละขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้ได้ข้อมูลราคาที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้บริโภค
- จัดทำต้นแบบ Supply Chain ที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น การเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกร ผู้แปรรูป โรงแรม ร้านอาหาร ผู้บริโภค หรือรูปแบบที่มีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. อำนวยความสะดวก และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการสร้างมูลค่าสินค้าอินทรีย์

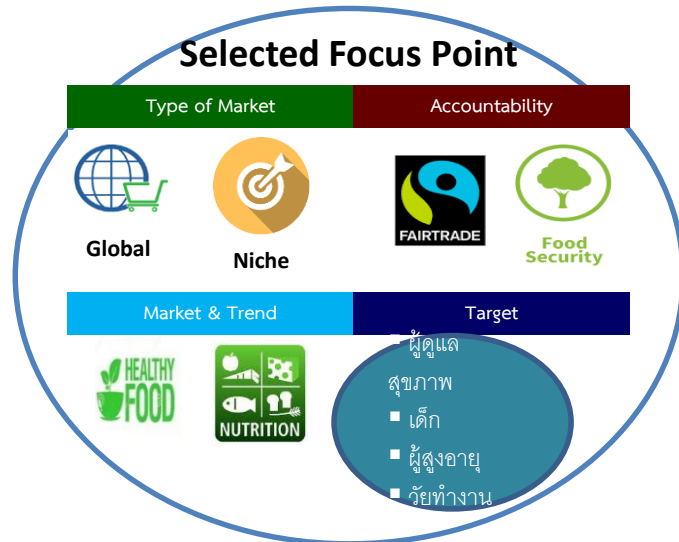
- จัดตั้งศูนย์บริการเผยแพร่ข้อมูล ประสานสานงานด้านเกษตรอินทรีย์แบบองค์รวมในจุดเดียว
- สนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ/ปลอดดอกเบี้ยแก่กลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิตผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาการผลิตและผลิตภัณฑ์

แผนการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์



แนวทางการดำเนินการ

<p>1. สร้างการตระหนักรู้ (Awareness Raising)</p> <ul style="list-style-type: none"> • สร้างฐานข้อมูลแบบครบวงจร • พัฒนาเว็บไซต์ 2 ภาษา • การส่งเสริมภาพลักษณ์ประชาสัมพันธ์ 	<p>2. พัฒนามาตรฐาน (Standardize)</p> <ul style="list-style-type: none"> • การจัดอบรมศึกษาดูงานเพื่อยกระดับมาตรฐานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค • พัฒนาหลักสูตรเกษตรอินทรีย์ในสาขาต่าง ๆ เช่น WWOOF
<p>3. พัฒนาตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Market Expansion)</p> <ul style="list-style-type: none"> • เปิดตลาดในทุกภูมิภาค • เชื่อมโยงตลาดอาเซียน (AEC) • เน้นการเข้าสู่ตลาดหลัก • ตลาดออนไลน์ • Organic Expo 	<p>4. พัฒนาสินค้า (Value Creation)</p> <ul style="list-style-type: none"> • สินค้าใหม่ เช่น มันสำปะหลังแปรรูป • สินค้าศักยภาพ เช่น ข้าว



MOC Strategies – Domestic & Oversea Projects

Domestic Market

- ⊗ CSR
- ⊗ Joint Trade Promotion : Dept. Store, Supermarket ,Organic Community Organic Farm Outlet, Hypermarket
- ⊗ Trade Show : Organic Festival, Green Market, Organic Farmer's Market

Overseas Market

- ⊗ International Organic Organization Network i.e. GIZ, OTA, OFA, etc.
- ⊗ International Trade Fair i.e. THAIFEX, ANUGA, BioFach, All Things Organic, etc.
- ⊗ Joint Trade Promotion i.e. supermarket, hypermarket
- ⊗ Organic Symposium ,Organic Seminar
- ⊗ Organic Trade Mission

Awareness Raising

Standardize

Value Creation

Market Expansion

Organic Products

Food

Rice, Vegetable, Fruits,
Tea, Coffee, Coconut

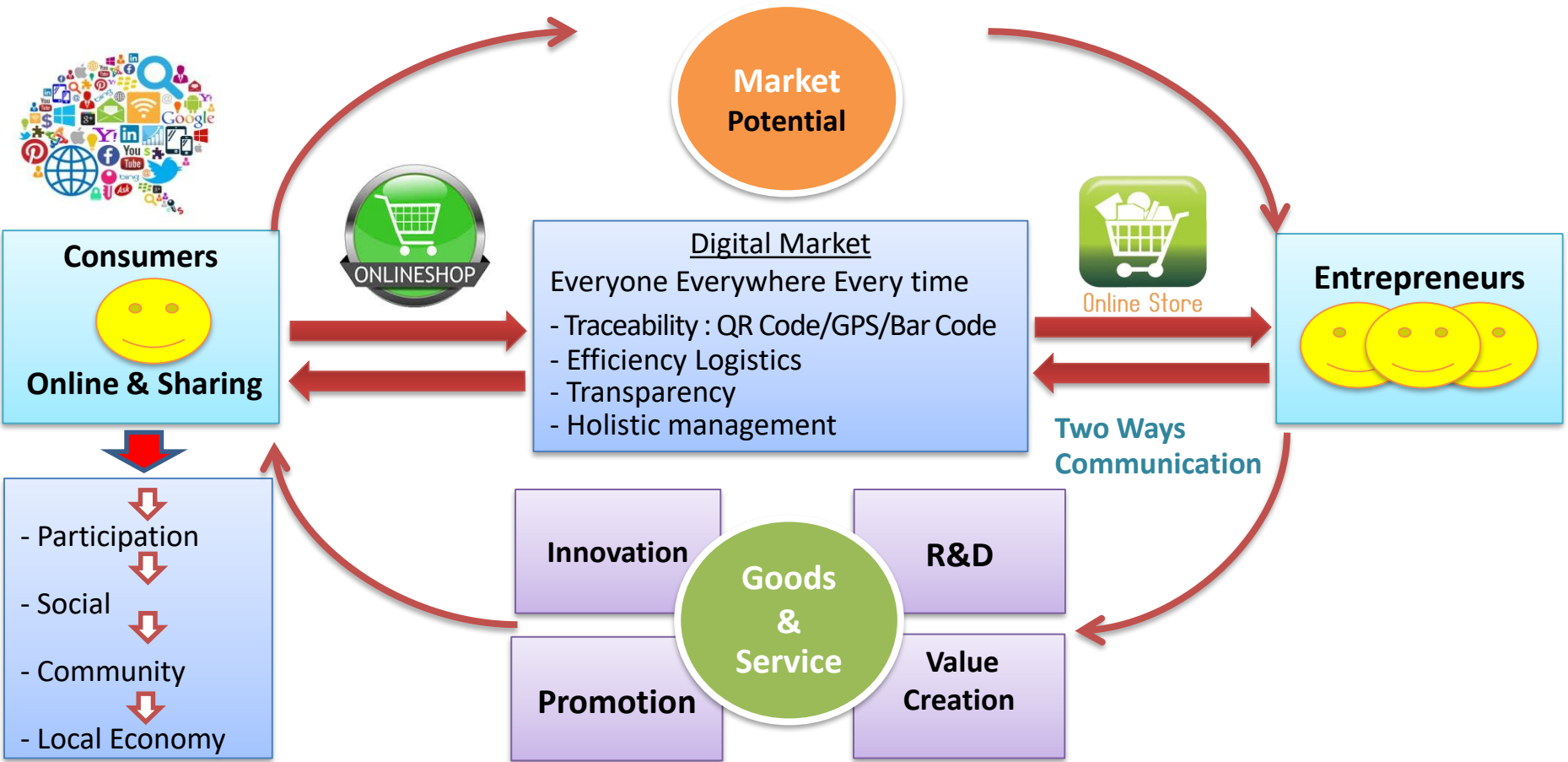
Non-Food

Cotton, Body Care ,
Spa Products, Stuff Doll

Services

Restaurant, Hotel,
Resort, Spa, Green Shop

Thailand's innovative Organic Model





ASEAN Opportunities

- CLMVT Forum
- Opportunities on organic farm (OOF)
- The Federation of Organic Agriculture in ASEAN
- SMALL ORDER OK (SOOK)
- Khong River Resources
- Organic & Natural Expo/ Symposium
- YEN-D
- New Economy Academy (NEA)

