

สนค. วิเคราะห์ การค้า Fair Trade โลกโตต่อเนื่องตามเทรนด์การพัฒนาที่ยั่งยืน

สนค. ศึกษารูปแบบการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) ที่หลายประเทศทั่วโลกมีการนำมาใช้ ซึ่งแม้ตลาดยังโตน้อยแต่จับตาโตต่อเนื่องตามเทรนด์การพัฒนาที่ยั่งยืน หวังเป็นช่องทางสร้างโอกาสใหม่ให้สินค้าเกษตรไทยมีมูลค่าสูงขึ้น ตลอดจนเป็นเครื่องมือสร้างความเป็นธรรมและโปร่งใสต่อการค้าสินค้าเกษตร

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้ศึกษาและติดตามสถานการณ์ มาตรการ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้า เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการไทยใช้ประโยชน์ในการสร้างโอกาสและปรับตัวต่อการค้า พบว่า ปัจจุบันหลายประเทศเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการเสริมสร้างระบบการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) ที่จะช่วยสร้างความโปร่งใสในกระบวนการการค้า ทำให้เกษตรกรและผู้ผลิตได้ผลตอบแทนที่เหมาะสม รวมถึงผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ตลอดจนตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืนใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) เป็นแนวคิดที่นิยามโดย The International Fair Trade Charter¹ หมายถึง ความร่วมมือทางการค้าที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเจรจา ความโปร่งใส และความเคารพซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเสมอภาคทางการค้าระหว่างประเทศ เน้นการเพิ่มมูลค่าทางการค้าให้แก่สินค้า การจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า และการส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกำหนดราคาขั้นต่ำที่เป็นธรรม การจัดสรรเงินพิเศษเพื่อพัฒนาชุมชน การสร้างความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร เป็นต้น

ข้อมูลจากองค์กรแฟร์เทรดสากล (Fairtrade International) เปิดเผยว่า ในปี ค.ศ. 2022 ประเทศที่มีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ Fairtrade มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ โกลด์คอสต์ เบงู โคลอมเบีย อินเดีย และเคนยา และสินค้าที่ได้รับการรับรอง Fairtrade ที่มีปริมาณการค้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กล้วย (730,176 ตัน) โกโก้ (232,847 ตัน) กาแฟ (231,188 ตัน) อ้อยน้ำตาล (169,042 ตัน) และผลไม้สด (102,698 ตัน)

โดยมูลค่าการค้าที่เกษตรกรหรือผู้ผลิตได้รับเพิ่มจากราคาขายสินค้าปกติ (Fairtrade Premium) คิดเป็นจำนวนเงิน 222.8 ล้านยูโร (หรือ 230.3 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นประมาณ 7,820.8 ล้านบาท)³ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 10.5% มีการเติบโต CAGR ประมาณ 4.4% ต่อปี โดยมาจากพื้นที่ (1) ลาตินอเมริกาและแคริบเบียน 62.3% (2) แอฟริกา (31.1%) และ (3) เอเชีย (6.6%) สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม (Fairtrade Premium) สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กาแฟ (สัดส่วน 42.9%, 95.6 ล้านยูโร) โกโก้ (23.7%, 52.8 ล้านยูโร) กล้วย (17.1%, 38.2 ล้านยูโร) อ้อยน้ำตาล (4.6%, 10.3 ล้านยูโร) ดอกไม้และพืชพันธุ์ (3.4%, 7.6 ล้านยูโร) และอื่น ๆ (8.3%, 18.3 ล้านยูโร) ตลาดที่มีมูลค่าการค้าปลีกสินค้าที่ได้รับการรับรอง Fairtrade สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหราชอาณาจักร เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา

¹ International Fair Trade Charter ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2561 โดย World Fair Trade Organisation และ Fairtrade International มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ขบวนการแฟร์เทรดนำเสนอมุมมองและวิสัยทัศน์ร่วมกันต่อสาธารณชนทั่วโลก ปัจจุบันยังคงมีอยู่และใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมทั่วโลก

³ อัตราซื้อถั่วเฉลี่ย 1 เหรียญสหรัฐ = 33.9545 บาท และ 1 ยูโร = 35.1024 บาท (ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2567)

สำหรับประเทศไทย ในปี ค.ศ. 2022 มีสินค้าที่ได้รับการรับรอง Fairtrade จาก FLOCERT⁴ จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ ข้าว (95.3%) ผลไม้สด (3.3%) และ สมุนไพร ชาสมุนไพร และเครื่องเทศ (1.4%) โดยสามารถสร้าง Fairtrade Premium เพิ่มได้กว่า 220,707 ยูโร (หรือ 228,168.4 เหรียญสหรัฐ⁵ คิดเป็นประมาณ 7.7 ล้านบาท) (ปริมาณสินค้า 7,270.0 ตัน หรือ 7,270,000 กิโลกรัม) จากข้าว (61.7%) และผลไม้สด (38.3%) ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการด้านการเกษตรที่ขึ้นทะเบียนจำนวน 35 ราย

ตัวอย่างประเทศที่นำแนวคิด Fair Trade มาใช้แล้ว ได้แก่

สหรัฐอเมริกา ออกข้อบังคับเรื่องความโปร่งใสในการทำสัญญาและการแข่งขันของผู้เลี้ยงสัตว์ปีก (Transparency in Poultry Grower Contracting and Tournaments) โดยกำหนดให้เปิดเผยข้อมูลผู้เลี้ยงและผู้ค้าสัตว์ปีกมีชีวิต รวมถึงระบบการชำระเงินและการปรับปรุงทุน (Poultry Grower Payment Systems and Capital Improvement Systems) (อยู่ระหว่างปรับปรุงหลังจากรับฟังข้อคิดเห็นเมื่อเดือนสิงหาคม 2567)

สหราชอาณาจักร ประกาศแผนส่งเสริมความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร ภายใต้กฎหมาย Agriculture Act 2020 โดยกำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจนในสัญญาระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ เช่น การยกเลิกระยะเวลาของสัญญา และการกำหนดราคาที่เป็นธรรม รวมถึงได้ออกข้อบังคับ Fair Dealing Obligations (Milk) Regulations 2024 (FDM24) ใช้ในสินค้านมแล้ว และอยู่ระหว่างดำเนินการออกข้อบังคับสำหรับสุกร และไข่

สหภาพยุโรป เมื่อต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ได้แก้ไขระเบียบองค์กรตลาดร่วมด้านสินค้าเกษตร (Common Market Organizations: CMOs) และร่างกฎระเบียบใหม่ที่ด้วยการบังคับใช้ข้ามพรมแดนเพื่อต่อต้านการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยให้มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรและจัดตั้งกลไกไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อ เพื่อลดความขัดแย้งและสร้างความเป็นธรรมในการเจรจา

ฝรั่งเศส ออกกฎหมาย EGAlim3 จะมีผลบังคับใช้เดือนเมษายน 2568 เพื่อสร้างสมดุลในความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรผู้ผลิต (Suppliers) กับผู้จัดจำหน่าย (Distributors) ในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะการคุ้มครองเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น กำหนดช่วงเวลาการเจรจาระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้จัดจำหน่ายทุกปี (1 ธันวาคม – 1 มีนาคม) หากไม่เป็นไปในช่วงเวลาดังกล่าว สามารถบอกเลิกสัญญาได้โดยถือว่าไม่ผิดสัญญา นอกจากนี้ กำหนดให้สถาบันการศึกษาและสุขภาพของรัฐ ต้องจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างน้อย 50% รวมถึงสินค้า Fair Trade

การส่งเสริมการค้า Fair Trade เป็นโอกาสทางการค้าที่สอดรับกับเทรนด์การค้าที่ยั่งยืน โดยข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการบริโภค Voice of the Consumer Survey 2024 จาก PricewaterhouseCoopers รายงานว่า ปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคเลือกสินค้า ดังนี้

- ผู้บริโภคยินดีจ่ายราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ย 9.7% สำหรับสินค้าที่ผลิตหรือจัดหาอย่างยั่งยืน
- ผู้บริโภค 20% เลือกสินค้าจากผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และ 17% เลือกสินค้าจากการมีส่วนร่วมของชุมชน
- ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายสินค้าที่ผลิตจากผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงด้านจริยธรรม เช่น สิทธิมนุษยชน เป็นต้น สูงกว่าราคาเฉลี่ยของสินค้าปกติที่ประมาณ 1-5%

⁴ FLOCERT (Fairtrade Labelling Organizations Certification) เป็นหน่วยงานตรวจสอบและรับรองมาตรฐานทางสังคม และเป็นองค์กรรับรองระดับสากลสำหรับแฟร์เทรด (Fairtrade Mark) ในขณะที่ Fairtrade International เป็นหน่วยงานกำหนดมาตรฐาน พัฒนามาตรฐานแฟร์เทรดที่ครอบคลุมเกษตรกร แรงงาน และผู้ผลิต และส่งเสริมการตลาดและการรณรงค์ให้ผู้บริโภคทั่วโลกเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าแฟร์เทรด

⁵ อัตราซื้อถั่วเฉลี่ย 1 เหรียญสหรัฐ = 33.9545 บาท และ 1 ยูโร = 35.1024 บาท (ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2567)

ผอ. สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า ปัจจุบันการค้า Fair Trade ยังเป็นการค้าเฉพาะกลุ่ม แต่มีความสอดคล้องกับกระแสโลกเรื่องความยั่งยืน จึงคาดว่าในอนาคตการค้า Fair Trade จะเติบโตเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยที่จะขายสินค้าเกษตรได้ในราคาสูงขึ้น ทั้งนี้ การผลักดันให้เกิดแนวทางสนับสนุนการค้า Fair Trade และสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการผลิต การค้า และการบริโภคสินค้าที่มาจากการค้าที่เป็นธรรมไม่เพียงช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่นำไปสู่ความเท่าเทียมในสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภาคเกษตรกรรม

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

13 มกราคม 2568