

จับตาข้าวอินทรีย์ไทย สินค้าศักยภาพใหม่ โตรับเทรนด์โลก

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) โฆษกกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ตลาดข้าวอินทรีย์โลกกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในทวีปยุโรปและอเมริกา ซึ่งมีความต้องการข้าวที่ปลอดภัยจากสารเคมีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้าวอินทรีย์ไทยจึงมีโอกาสเจาะตลาดเหล่านี้ได้มากขึ้น หากได้รับการพัฒนาและส่งเสริมอย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ปัจจุบันเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) และ Research Institute of Organic Agriculture¹ รายงานว่า พื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองทั่วโลกมี 96.4 ล้านเฮกตาร์ (602.5 ล้านไร่) ประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุด คือ ออสเตรเลีย (53.0 ล้านเฮกตาร์ (331.3 ล้านไร่) คิดเป็น 55.0% ของพื้นที่เกษตรอินทรีย์ทั่วโลก) รองลงมา คือ อินเดีย และ อาร์เจนตินา ส่วนตลาดอาหารและเครื่องดื่มอินทรีย์โลกมีมูลค่า 140.73 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตลาดใหญ่ที่สุด ได้แก่ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และจีน มีมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มอินทรีย์ เท่ากับ 61.1, 47.0 และ 12.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ

สำหรับไทยมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ 241,497 เฮกตาร์ (1.51 ล้านไร่) อยู่อันดับที่ 33 ของโลก และเป็นอันดับที่ 3 ของเอเชีย สินค้าสำคัญ คือ ข้าว ผัก และผลไม้อินทรีย์ ตลาดส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของไทย คือ สหรัฐฯ จีน อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ และเนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ ภาพรวมการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยยังมีขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบการซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตเมืองเท่านั้น

เมื่อพิจารณาเฉพาะสินค้าข้าวอินทรีย์ ตลาดข้าวอินทรีย์โลกปี 2567² มีมูลค่า 7,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ³ (263,320 ล้านบาท) เติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดว่าปี 2577 จะมีมูลค่าสูงถึง 12,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (405,108 ล้านบาท) สำหรับไทยมีการส่งออกกลุ่มข้าวอินทรีย์ในปี 2567 ปริมาณรวม 22,378 ตัน มูลค่า 31.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (1,095 ล้านบาท)⁴ ขยายตัว 32.0% เมื่อเทียบกับปี 2566 แบ่งเป็นข้าวหอมมะลิอินทรีย์ (สัดส่วน 72.1%) ข้าวกล้องอินทรีย์ (23.1%) ข้าวขาวอินทรีย์ (3.3%) และปลายข้าวอินทรีย์ (1.5%) สำหรับตลาดส่งออกข้าวอินทรีย์สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐฯ (สัดส่วน 47.4%) อิตาลี (12.8%) สวิตเซอร์แลนด์ (6.1%) เนเธอร์แลนด์ (5.3%) และฝรั่งเศส (5.3%) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสินค้าคุณภาพสูงและมีมาตรฐานความยั่งยืน

ข้าวอินทรีย์ถือเป็นสินค้าเกษตรสำคัญของไทยซึ่งกำลังถูกพัฒนาและส่งเสริมทั้งด้านการผลิตและการค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ข้าวอินทรีย์ของไทยให้มีเรื่องราว (Brand Story) ชูเอกลักษณ์ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพ สร้างความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง และให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคข้าวไทยในวงกว้าง รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ของไทยให้กับผู้บริโภคทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยมีมาตรฐาน “Organic Thailand” ที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ รวมถึงหลายพื้นที่ปลูกยังได้รับการรับรองมาตรฐานสากล อาทิ IFOAM, USDA

¹ <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>

² <https://www.alliedmarketresearch.com/organic-rice-market-A323748>

³ 1 USD เท่ากับ 33.76 บาท ณ วันที่ 30 มกราคม 2568

⁴ ปี 2566 มูลค่าการส่งออกข้าวอินทรีย์ไทย 23.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (812 ล้านบาท)

Organic, EU Organic และ JAS Organic เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการสามารถส่งออกสินค้าไปยังตลาดสำคัญได้

นายพูนพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า เป็นโอกาสสำคัญของเกษตรกรและผู้ประกอบการข้าวไทยที่จะปรับเปลี่ยนมาผลิตข้าวอินทรีย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก เนื่องจากมีการแข่งขันน้อยเมื่อเทียบกับการส่งออกข้าวทั่วไป อีกทั้งตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมสินค้ารักโลก ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของนายพิชัย นริพทะพันธุ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งยังช่วยสร้างความหลากหลาย และขยายตลาดใหม่ให้กับสินค้าเกษตรของไทยอีกด้วย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

26 มีนาคม 2568