

Go Organic Community

สัมภาษณ์พิเศษ

คุณเมาลี โซคล้ำเลิศ

กระทรวงพาณิชย์ กับงานเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพผู้บริโภค

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์
 เลขรับที่ ๒๐๐๓
 วันที่ ๗ ก.ย. ๕๗
 เวลา.....น.

พราน พันธ์โอ๊ต
 ๒๐๐๓
 เพื่อไปตีพิมพ์

(นางสาวสายใจ กิมกณอม)
 ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการพาณิชย์

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์เป็นลำดับที่ 8 ของเอเชีย และเป็นผู้นำในการทำตลาดเกษตรอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภค ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ นับเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดได้จัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ระดับชาติ หรือ Organic & Natural Expo 2014 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในช่วงปลายเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา นับเป็นงานประจำปีที่ยิ่งใหญ่ระดับชาติที่รวมสินค้าบริการจากผู้ประกอบการอินทรีย์ที่ได้มาตรฐาน และนับเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้บริโภคจะได้ติดตามความก้าวหน้าของสินค้าบริการอินทรีย์ใหม่ ๆ

เพื่อสุขภาพเล่มออนไลน์ ได้มีโอกาสพิเศษสัมภาษณ์ คุณเมาลี โซคล้ำเลิศ ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งดูแลงานด้านเกษตรอินทรีย์ เพื่อติดตามทิศทางและก้าว่างของการขับเคลื่อนงานเกษตรอินทรีย์ของไทยในอนาคต พร้อมกับนำภาพบรรยากาศงาน Organic & Natural Expo 2014 ที่ศูนย์ประชุมสิริกิติ์ และงาน Organic Day ซึ่งเล่มออนไลน์ จัดร่วมกับ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์และสุขภาพแก่ข้าราชการและบุคลากรของกระทรวงฯ ในวันที่ 6 สิงหาคม 2557 ที่ผ่านมา

ทิศทางของงานด้านเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์

เราอยากให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า Organic หรือสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่พอเห็นฉลากว่าเป็นแพ็ค ก็เข้าใจว่าเป็น Organic หรือเขียนว่าปลอดภัยก็เข้าใจว่าเป็น Organic หรือเห็นคำว่าไรสารพิษ ก็เข้าใจว่า Organic คือผู้บริโภคยังไม่เข้าใจประเภทของสินค้าเหล่านี้ กระทรวงพาณิชย์อยากให้ผู้บริโภคได้ทำความเข้าใจความแตกต่างของสินค้าเหล่านี้ ก่อนที่เขาจะไปเลือกซื้อ ว่าสินค้านั้นมีความแตกต่าง มีวิธีการปลูกที่แตกต่างอย่างไร เขาจะได้รับรู้ชัดซึ่งกับคุณค่าของอาหารหรือสินค้าที่มีอยู่ว่ากว่าจะผลิตออกมาได้นั้นเขาต้องใส่แรงงาน ใส่ความใส่ใจ ตั้งใจไปขนาดไหน ป้องกันการทำให้เราสุขภาพเสียได้อย่างไรบ้าง เราก็อยากสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจเรื่องนี้ ก่อนที่จะมาถึงคำว่า Organic เราแฉงเวลควรเข้าใจว่ามันแตกต่าง มีที่มาที่ต่างกันอย่างไร แล้วเมื่อเข้าใจแล้วจะมาบอกว่าแพงก็เป็นดุลพินิจการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคน แต่อย่างน้อยเราก็ได้ทำให้เขาได้รับทราบว่ามีโทษของการบริโภคอาหารปน

13/09/57 นพ.ศ. ๕๕
 -๒๕๕๗๒๖๖๖
 ๒๕๕๗๒๖๖๖ ๙.๐๓๖๖ รวชชช
 * ลี/กมล/พทช. / ๑๙
 Nov ๑๐ ๐๓๑๕
 ๘/๑๐/๕๗

เมื่อมีพื้นฐานแรง เพราะปัจจุบันนี้อัตราการตายของคนทั่วโลกก็มาจากโรคมะเร็ง ที่มาจากสารเคมี เพราะเราบริโภคสิ่งที่ปนเปื้อนอยู่ทุกวัน

หากสรุปย่อ ๆ ในเรื่องคุณค่าของการบริโภคอาหารอินทรีย์ มี 4 ข้อที่สำคัญ คือ

- 1 ช่วยผู้ปลูกให้ไม่มีสารเคมีเข้าในร่างกาย
- 2 ผู้บริโภคก็ปลอดภัย ไม่มีสารเคมีเข้าในร่างกาย
- 3 เรื่องการค้าระหว่างประเทศเราไม่ต้องนำเข้าปุ๋ย สารเคมี ยาฆ่าแมลง เพราะเราผลิตเองไม่ได้
- 4 ทำให้สิ่งแวดล้อมเราดีขึ้น

สถานการณ์ตลาดสินค้าอินทรีย์ไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไรบ้าง

จากที่เราเข้ามาจับงานเมื่อหลายเดือนที่ผ่านมาเริ่มมีความรู้สึก ว่าเราขาดตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค อาหาร Organic เข้าถึงยาก ร้านค้าปลีกมีน้อยมาก เราจะทำอย่างไรให้เกิดตัวเชื่อมมากขึ้นให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้มากขึ้น เป็นหน้าที่ของกระทรวงฯ ก็จะคุยกับพาณิชย์จังหวัดว่า เราจะทำอย่างไรให้พัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการ หรืออย่างน้อยเป็นตัวกลางรวบรวมสินค้าในที่ต่าง ๆ มา เพราะเรารู้ว่าคนปลูก Organic ปลูกไม่ได้มาก และมีความหลากหลายของแปลงน้อย ถ้ามีผู้ประกอบการท้องถิ่น ไปรวบรวมมาแล้วมาให้ผู้ค้าปลีก หรือไม่ก็ทำร้านค้าในท้องถิ่น เราต้องทำตรงนี้ขึ้นมา เพื่อให้เกษตรกรเขามีทางออกเห็นว่ามีรายได้ราคาดีนะ ก็น่าจะช่วยให้มีคุณสมบัติจะปลูก Organic มากขึ้น

งาน Organic & Natural EXPO.2014 มีผลตอบรับอย่างไรบ้างจากผู้ผลิตผู้บริโภค

ที่ว่ามันประสบความสำเร็จในด้านการสร้างแรงกระตุ้น ความตระหนักให้ผู้บริโภคมากขึ้นและผู้บริโภคเข้ามามีส่วนมากขึ้น แต่ก็มีข้อสังเกตว่าผู้บริโภคไม่ได้สนใจเลยว่ามาตรฐานหรือไม่ พอเข้าไปในงานก็ซื้อ ๆ เพราะเข้าใจว่าทุกอย่างเป็นอินทรีย์หมด เพราะเชื่อว่าเราก็คัดให้มาแล้ว อย่างน้อยเป็นระดับ Natural รวมทั้งก็มีภาวะเจรจาทางธุรกิจระหว่างผู้ค้าในระดับหนึ่ง ทำให้เขารู้ว่าถ้าคุณจะหาผู้ผลิตอินทรีย์ ไม่ว่าจะในประเทศต่างประเทศ ในย่านเอเชีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ต้องมางานนี้

เรื่องมาตรฐานอินทรีย์ ที่ผู้บริโภคยังสับสน มีหลายตรารับรองทางกระทรวงคิดว่าจะแก้ไขอย่างไร

ก็ต้องให้ข้อมูล ให้ความรู้ โดยธรรมชาติของคนไทยไม่ค่อยชอบศึกษาค้นคว้ามากเท่าไร เราชอบบอกกันปากต่อปาก เราก็พยายามสื่อตอนเ็นกระทรวงก็ทำคลิปความยาว 1 นาที เริ่มจากคุณค่าความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ไม่มีอินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ภายนอกเหมือนกันแต่มันมีหลังชีวิตต่างกัน เป็นต้น ต่อมาก็เป็นคลิปที่เราเชิญผู้บริโภคที่เคยป่วยมารายหนึ่งเคยป่วยมะเร็งเม็ดเลือด หลังรับคิวโมมาแล้วมาทานผลิตภัณฑ์เขาก็บอกว่ามันช่วยให้เขาแข็งแรงขึ้น ส่วนอีกรายเป็นผู้บริโภคที่มีลูกเป็นภูมิแพ้ พอเปลี่ยนมาทานอาหารอินทรีย์แล้วหายอย่างเกษตรกรเอง เขาก็มีตัวอย่างเกษตรกรที่กลับมาสู่ธรรมชาติมีสุขภาพที่ดีขึ้น มีหน้าเราก็จะพยายามพูดเรื่องนี้ ให้ความเข้าใจสอดคล้องกับความรู้ไปที่ละนิด

ยุทธศาสตร์หลักเรื่องเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์

1 เรื่องทำความเข้าใจผู้บริโภค เรื่องนี้สำคัญมากหยุดเลิกไม่ได้

2 เรื่องข้อมูล ปัจจุบันเราขาดไม่ค่อยมีข้อมูลเท่าไร เพราะยังไม่มีกรเก็บรวบรวมข้อมูลกลาง เราจะพยายามรวบรวมเพื่อให้เอามาใช้งานวางแผนตลาดได้มากขึ้น

3 การทำตลาด เป็นภารกิจหลักของเราทั้งในประเทศและต่างประเทศ เราทำต่อเนื่องมาตลอด ทั้งในภูมิภาค ในกรุงเทพ และในต่างประเทศ

4 ความหลากหลายของสินค้า Organic เราตั้งวิสัยทัศน์ว่าเราจะเป็นศูนย์กลางการค้าและการบริโภคอินทรีย์ของอาเซียนในปี 2020 คนจะคิดถึง Organic ต้องมาที่บ้านเรา ความหลากหลายคือทั้งเรื่องอาหาร ไม่ใช่อาหาร บริการ ร้านอาหาร SPA เสื้อผ้าอย่างเสื้อผ้าที่เด็ก ๆ ที่เป็นภูมิแพ้ ก็อาจจะใช้ผ้า Organic ของศูนย์ศิลปาชีพ

5 การสนับสนุนเชิงนโยบาย ซึ่งในตอนนี้ยังไม่ได้เริ่มทำ แต่คิดว่าในอนาคตควรทำ เช่นการสนับสนุนด้านภาษี หรือตั้งกองทุนสนับสนุนเกษตรกรรายใหม่ ๆ หรือผู้ประกอบการด้านนี้ แต่ทั้งนี้ต้องให้ข้อ 1-4 ประสบความสำเร็จด้วย

ทำนอยากให้เลมอนฟาร์ม ทำเรื่องอะไรต่อไป

ทำให้คนเข้าถึงได้มากที่สุด เพราะตอนนี้ก็มีเลมอนฟาร์มที่มีชื่อเสียงว่าถ้าจะทานอาหารบริสุทธิ์ต้องมาร้านนี้ หรืออาจจะเพิ่มสาขา เพิ่มการขายตรง เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงมากขึ้น