

การนำเข้าข้าวเหนียวไทยไปตุรกีและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ศุภนิดา ออนตะไคร้

กันยายน 2568

บทคัดย่อ

ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะข้าวเหนียว (Glutinous Rice) ที่มีลักษณะเฉพาะด้านรสชาติ ความนุ่ม และกลิ่นหอม ซึ่งเป็นจุดแข็งสำคัญของสินค้าไทยในตลาดโลก ขณะเดียวกัน ตลาดอาหารเอเชียได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในภูมิภาคยุโรปและตะวันออกกลาง โดยเฉพาะในประเทศตุรกี (Türkiye) ซึ่งตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์เชื่อมระหว่างยุโรปและเอเชีย ส่งผลให้ตุรกีมีบทบาทสำคัญทั้งด้านการค้าและการบริโภคอาหารนำเข้า การนำเข้าข้าวเหนียวไทยไปยังตลาดตุรกีจึงเป็นโอกาสที่น่าสนใจทั้งในด้านเศรษฐกิจและการค้า อย่างไรก็ตาม โอกาสนี้มีได้ปราศจากความท้าทาย ทั้งในด้านกฎหมาย นโยบายภาษีศุลกากร มาตรฐานสินค้า รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกข้าวเหนียวไทยไปตุรกีอย่างรอบด้าน โดยครอบคลุมทั้งภาพตลาด ศักยภาพการแข่งขัน กรอบกฎหมายและการค้า และกลยุทธ์เชิงธุรกิจที่เหมาะสม

Abstract

Thailand is recognized as one of the leading global exporters of rice, particularly glutinous rice, which is valued for its unique taste, softness, and aromatic qualities. These characteristics constitute a major competitive advantage for Thai rice in the international market. Concurrently, the Asian food sector has been attracting increasing attention in Europe and the Middle East, with Turkey (Türkiye) emerging as a key market due to its strategic location linking Europe and Asia. Consequently, Turkey plays a crucial role in both the trade of and demand for imported food products. The import of Thai glutinous rice into Turkey presents significant economic and commercial opportunities. However, these prospects are accompanied by challenges, including regulatory frameworks, customs duties, product standards, and evolving consumer preferences. Therefore, this study aims to provide a comprehensive analysis of the opportunities and challenges associated with exporting Thai glutinous rice to Turkey, encompassing market dynamics, competitive potential, trade and legal frameworks, and strategic business considerations.

สถานการณ์ตลาดข้าวเหนียวไทยในตุรกี

แนวโน้มความต้องการ

ตลาดผู้บริโภคในตุรกีมีแนวโน้มเปิดรับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารเอเชียเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเมืองใหญ่อย่าง อิสตันบูล (Istanbul) อังการา (Ankara) และอิซเมียร์ (Izmir) ที่มีร้านอาหารไทย ญี่ปุ่น เวียดนาม และเอเชียอื่น ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การบริโภคข้าวเหนียวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเมนูขนมหวาน เช่น “ข้าวเหนียวมะม่วง” เท่านั้น แต่ยังถูกนำไปใช้ในเมนูอาหารคาว เช่น ข้าวเหนียวในซูชิหรือข้าวปั้น เพื่อรองรับผู้บริโภคที่ชื่นชอบอาหารเอเชียมากขึ้น อีกทั้ง การขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวต่างชาติและแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซในตุรกี ยังทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวบรรจุถุงหรือแบบสำเร็จรูปจากประเทศไทยเริ่มเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ทั้งผ่านซูเปอร์มาร์เก็ตนานาชาติและแอปพลิเคชันออนไลน์ เช่น Trendyol และ Hepsiburada ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายที่สำคัญสำหรับอาหารนำเข้า

ศักยภาพแข่งขัน

ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบหลายประการ ได้แก่ ความหลากหลายของพันธุ์ข้าวเหนียวคุณภาพสูง ราคาต้นทุนที่แข่งขันได้ และประสบการณ์ในการผลิตและส่งออกข้าวไปทั่วโลก ข้อได้เปรียบเหล่านี้ช่วยให้ไทยสามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ตลาดตุรกีมีผู้ส่งออกจากหลายประเทศ รวมถึงประเทศคู่แข่งในภูมิภาค ซึ่งผู้ส่งออกไทยต้องพิจารณาจุดแข็งของตนอย่างรอบด้าน

กรอบกฎหมายและระเบียบการค้าของตุรกี

กฎหมายหลักด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลาดตุรกีถูกควบคุมด้วยกรอบกฎหมายและนโยบายการค้าที่ค่อนข้างชัดเจน ดังนี้

1. Foreign Trade Regulation Law No. 2976 (1984) — กฎหมายหลักว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศของตุรกี
2. Customs Law No. 4458 (2000) — กฎหมายศุลกากรว่าด้วยขั้นตอนและข้อกำหนดในการนำเข้า-ส่งออก
3. Law No. 4703 on the Preparation and Implementation of Technical Legislation on Products — ว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการควบคุมสินค้านำเข้า

ตุรกีเป็นสมาชิกของ World Trade Organization (WTO) และมีข้อตกลงสหภาพศุลกากรกับ European Union (EU) ภายใต้ “UKTS 1/95” (Association Council Decision No. 1/95) ซึ่งทำให้ตุรกียึดมาตรฐานเดียวกับ EU ในหลายด้าน เช่น มาตรการทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) และมาตรการสุขอนามัยพืชและสัตว์ (SPS)

ภาษีศุลกากรและมาตรการภาษี

สำหรับการนำเข้าสินค้าเกษตรรวมถึงข้าวเหนียว นโยบายภาษีของตุรกีมีลักษณะที่ค่อนข้างเข้มงวด โดยพบว่าเฉลี่ยภาษี MFN สำหรับสินค้าเกษตรอยู่ที่ประมาณ 72% และอาจสูงถึง 225% สำหรับบางประเภทสินค้า (วรรณพงษ์ ดุรงคเวโรจน์, 2559) นอกจากนี้ คร่าว ๆ จากรายงานของสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี 2024 อัตราภาษีสำหรับข้าว HS 1006.20 (Brown rice) ลดลงเป็น 10% (จาก 36% ในปี 2023) ภาษีศุลกากรของตุรกีส่วนใหญ่เป็นอัตรา Ad Valorem (คิดตามมูลค่าสินค้า) และยังมีค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ได้แก่ ค่าธรรมเนียม

การขนส่งหรือผ่านพิธีการ 3–4% ของภาษี และเงินค่าดำเนินการนอกเวลาทำการ (100 USD/ครั้ง) (วรรณพงษ์ คุรงคเวโรจน์, 2559)

มาตรการทางเทคนิคและมาตรฐานสินค้า

การเข้าร่วมสหภาพศุลกากรกับ EU ทำให้ตุรกีต้องปรับใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับ EU ด้วย เช่น สินค้าที่อยู่ภายใต้ข้อกำหนด EU จะต้องมีการทาบเทียบ CE และผ่านกระบวนการตรวจสอบรับรอง (Conformity Assessment) (วรรณพงษ์ คุรงคเวโรจน์, 2559) หน่วยงานหลักคือ Turkish Standards Institution (TSE) และ Directorate General of Product Safety and Inspection ภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจตุรกี

ข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี (Thailand-Turkey FTA)

ไทยและตุรกีได้ลงนาม “Joint Declaration on the Launch of Negotiations for the Turkey – Thailand Free Trade Agreement” เมื่อ 19 กรกฎาคม 2560 ที่กรุงอังการา ประเทศตุรกี โดยตั้งเป้าหมายการค้าระหว่างกันเป็นสองเท่า (2 000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) หลังจากมีผลบังคับใช้ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2564) ทั้งสองประเทศยังได้เจรจาจัดทำ FTA แล้วจำนวนหลายรอบ (7 ครั้ง ณ มี.ค.-เม.ย. 2564) ครอบคลุมประเด็นด้านการค้าสินค้า กฎถิ่นกำเนิดฯ (ROO) มาตรการเยียวยาทางการค้า (TR) SPS, TBT, ศุลกากรฯ และบริการ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2564)

การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของการส่งออกข้าวเหนียวไทยไปยังตุรกี

โอกาส สินค้าข้าวเหนียวไทยมีคุณภาพและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทนในตลาดตุรกี หาก FTA ไทย-ตุรกีมีผลบังคับใช้จริง จะช่วยลดภาษีศุลกากรและอุปสรรคทางการค้า ทำให้สินค้าข้าวเหนียวไทยสามารถแข่งขันในราคาที่ดีกว่า นอกจากนี้ช่องทางจำหน่ายออนไลน์และร้านอาหารไทยในตุรกีที่เพิ่มขึ้น ช่วยสร้างความต้องการสินค้าไทย และประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากมาตรฐานผลิตภัณฑ์สากล (ISO, HACCP) เพื่อเสริมความเชื่อมั่นในคุณภาพ โอกาสของการส่งออกข้าวเหนียวไทยไปยังตุรกีสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. คุณภาพและเอกลักษณ์ของข้าวเหนียวไทย ข้าวเหนียวไทย โดยเฉพาะพันธุ์ “ข้าวเหนียวเขี้ยวงู” และ “ข้าวเหนียวหอมมะลิ” มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติด้านความหอม เหนียวนุ่ม และคุณภาพการสีข้าวที่ดี ซึ่งไม่สามารถหาได้ง่ายในภูมิภาคยุโรปหรือตะวันออกกลาง คุณลักษณะเฉพาะดังกล่าวทำให้ข้าวเหนียวไทยมีความแตกต่างจากข้าวเหนียวที่ผลิตในประเทศอื่น เช่น ลาว เวียดนาม หรือจีน ที่แม้มีราคาถูกกว่าแต่ยังไม่สามารถเทียบเท่าคุณภาพของข้าวไทยได้

2. ความนิยมอาหารเอเชียและร้านอาหารไทยในตุรกี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ความนิยมของอาหารเอเชียในตุรกีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอาหารญี่ปุ่น เกาหลี และไทย ซึ่งมีจำนวนร้านอาหารไทยเพิ่มขึ้นทั้งในกรุงอังการาและนครอิสตันบูล การขยายตัวของร้านอาหารไทยเหล่านี้ส่งผลให้เกิด “demand chain” สำหรับวัตถุดิบจากประเทศไทย โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิและข้าวเหนียว ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในอาหารไทย เช่น ข้าวเหนียวมะม่วง และส้มตำไก่ย่าง

3. การเติบโตของช่องทางการค้าออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภคชาวตุรกีเริ่มหันมาซื้อสินค้าเกษตรและอาหารนำเข้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่และชาวต่างชาติที่พำนักในตุรกีแพลตฟอร์มอย่าง Trendyol และ Hepsiburada เปิดโอกาสให้ผู้ส่งออกไทยสามารถขายสินค้าได้โดยตรงถึงผู้บริโภค ซึ่งช่วยลดต้นทุนช่องทางจัดจำหน่ายและขยายตลาดข้าวเหนียวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. มาตรฐานคุณภาพสินค้าและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ประเทศไทยมีระบบการควบคุมคุณภาพข้าวที่เข้มงวด และได้รับการรับรองมาตรฐานสากล เช่น ISO 9001, HACCP, และ GMP ซึ่งเป็นหลักประกันสำคัญต่อผู้บริโภคในยุโรปและตะวันออกกลาง การมีมาตรฐานเหล่านี้จะช่วยเสริมความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคตุรกีในด้านความปลอดภัยของอาหาร และเพิ่มความน่าเชื่อถือในตลาดระหว่างประเทศ

อุปสรรค แม้จะมีศักยภาพสูง แต่การขยายตลาดข้าวเหนียวไทยในตุรกีก็เผชิญกับข้อจำกัดหลายด้านทั้งด้านต้นทุน อุปสรรค อัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าเกษตรยังอยู่ในระดับสูง หากไม่มีสิทธิพิเศษทางภาษี (เช่น ภายใต้ FTA) จะทำให้ราคาข้าวเหนียวไทยแพงเกินไป ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์สูงเนื่องจากระยะทางขนส่งไกล ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น ขั้นตอนศุลกากรและตรวจสอบมาตรฐานสินค้าในตุรกีอาจใช้เวลาาน และมีความซับซ้อน และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในตุรกีอาจกระทบต้นทุนและราคาขาย อุปสรรคของการส่งออกข้าวเหนียวไทยไปยังตุรกีสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ภาษีศุลกากรและอุปสรรคทางการค้า ในปัจจุบัน อัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์เกษตรของตุรกีอยู่ในระดับสูง เฉลี่ยประมาณ 30–45% (World Trade Organization, 2023) หากไม่มีสิทธิพิเศษภายใต้ FTA จะทำให้ราคาข้าวเหนียวไทยสูงกว่าสินค้าทดแทนจากประเทศในกลุ่มเอเชียอื่น เช่น ปากีสถาน หรืออินเดีย ซึ่งได้รับสิทธิพิเศษทางการค้ากับตุรกีมาก่อนแล้ว

2. ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์และระยะทางขนส่ง ประเทศไทยอยู่ห่างจากตุรกีกว่า 7,000 กิโลเมตร การขนส่งสินค้าทางเรือใช้เวลาประมาณ 25–30 วัน และมีต้นทุนสูงกว่าการส่งออกไปยังตลาดเอเชีย ทำให้ราคาสินค้าปลายทางสูงขึ้น นอกจากนี้ การขนส่งผ่านเส้นทางยุโรปตะวันออกยังมีความไม่แน่นอนจากปัจจัยภูมิรัฐศาสตร์ เช่น ความตึงเครียดระหว่างรัสเซีย-ยูเครน ซึ่งส่งผลต่อค่าใช้จ่ายขนส่งและระยะเวลาเดินทาง

3. ขั้นตอนศุลกากรและกฎระเบียบด้านมาตรฐานสินค้า ตุรกีมีระบบตรวจสอบมาตรฐานสินค้านำเข้าที่เข้มงวด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหาร ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากกระทรวงเกษตรและป่าไม้ของตุรกี (Ministry of Agriculture and Forestry) ซึ่งกระบวนการดังกล่าวใช้เวลาานและมีเอกสารจำนวนมาก ผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องมีเอกสารรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) และใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin: Form D) ครบถ้วน มิฉะนั้นจะถูกปฏิเสธการนำเข้า

4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและเศรษฐกิจภายในตุรกี เศรษฐกิจของตุรกีในช่วงปี 2022–2024 เผชิญความผันผวนจากอัตราเงินเฟ้อสูงเกิน 50% ต่อปี และค่าเงินลีราอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง (International Monetary Fund, 2024) ส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อลดลง ซึ่งอาจกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้านำเข้าระดับพรีเมียม เช่น ข้าวเหนียวไทย

5. การขาดเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในพื้นที่ ผู้ส่งออกไทยบางรายยังไม่มีตัวแทนจำหน่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจในตุรกี ทำให้ขาดช่องทางการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การพึ่งพาผู้นำเข้าเพียงรายเดียวเพิ่มความเสี่ยงด้านราคาและการจัดจำหน่าย การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจร่วมกับผู้ค้าปลีกท้องถิ่นจึงเป็นประเด็นสำคัญในการขยายตลาด

ข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี (Thailand-Turkey Free Trade Agreement: FTA)

ความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศตุรกีมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงหลังปี 2550 เป็นต้นมา ซึ่งทั้งสองประเทศต่างตระหนักถึงความสำคัญของการขยายการค้าและการลงทุนระหว่างกัน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคเอเชียและยุโรปอย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2560 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ของไทย นางอภิรดี ตันตราภรณ์ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจของตุรกี นาย Nihat Zeybekçi ได้ลงนามใน ปฏิญญาร่วมว่าด้วยการประกาศเริ่มการเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกี (Joint Declaration on the Launch of Negotiations for the Turkey-Thailand Free Trade Agreement) ณ กรุงอังการา สาธารณรัฐตุรกี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2564)

การลงนามดังกล่าวถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเจรจา FTA ระหว่างสองประเทศอย่างเป็นทางการ โดยทั้งสองฝ่ายได้ตั้งเป้าหมายให้การค้าระหว่างกันขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า หรือประมาณ 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายหลังจากที่ความตกลงมีผลบังคับใช้ ในโอกาสเดียวกันนั้น อธิบดีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นายบุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร ได้ทำหน้าที่หัวหน้าคณะผู้แทนไทยในการเจรจารอบแรก ร่วมกับอธิบดีกรมกิจการสหภาพยุโรป นาย Murat Yapici ซึ่งเป็นผู้แทนฝ่ายตุรกี โดยทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องให้เริ่มเจรจาเฉพาะด้านการค้าสินค้าก่อน และจะขยายผลการเจรจาครอบคลุมด้านบริการและการลงทุนในลำดับถัดไป

ต่อมาเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2561 คณะรัฐมนตรีไทยได้มีมติอนุมัติ ร่างกรอบการเจรจาความตกลงการค้าเสรีเพิ่มเติม ซึ่งครอบคลุมประเด็นการค้าบริการและการลงทุน เพื่อรองรับการเจรจาขยายขอบเขตความร่วมมือในอนาคต โดยใช้กรอบการเจรจาของความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) เป็นพื้นฐาน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2564)

จนถึงปี 2567 ทั้งสองประเทศได้จัดการประชุมเจรจาความตกลงการค้าเสรีไทย-ตุรกีมาแล้ว 7 รอบ ซึ่งครอบคลุมประเด็นหลัก เช่น การค้าสินค้า กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (ROO) มาตรการเยียวยาทางการค้า (TR) การค้าบริการ มาตรการสุขอนามัยพืชและสัตว์ (SPS) และมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) รวมถึงความร่วมมือด้านศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยทั้งสองฝ่ายต่างเห็นความสำคัญของการยกระดับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจให้ก้าวสู่ความเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ในระยะยาว

หากความตกลง FTA ฉบับนี้มีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการ จะช่วยลดภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าหลายประเภท รวมถึงสินค้าเกษตรและข้าวเหนียวจากประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกไทย และขยายส่วนแบ่งตลาดในตุรกีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ

1. ดำเนินการให้สินค้าได้รับ ใบรับรองคุณภาพ เช่น GMP/HACCP ใบรับรองสุขอนามัยพืช และวางเอกสารให้พร้อมก่อนส่งออก
2. สร้างแบรนด์ “ข้าวเหนียวไทย” ให้มีภาพลักษณ์พรีเมียม เน้นคุณภาพและความปลอดภัย พร้อมแสดงแหล่งผลิตชัดเจน

3. พัฒนาความร่วมมือกับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในตุรกี เพื่อเข้าใจตลาดและช่องทางจำหน่าย
4. วางแผนต้นทุนโลจิสติกส์และภาษีศุลกากรไว้อย่างล่วงหน้า พร้อมพิจารณาการใช้สิทธิพิเศษทางภาษีหากมีศึกษา FTA กับตุรกี
5. ติดตามการปรับเปลี่ยนกฎหมายภาษีหรือนโยบายการนำเข้าของตุรกีอย่างใกล้ชิด เช่น การปรับลดอัตราภาษีข้าวในปี 2024 (HS 1006.20)

สรุป

ตลาดข้าวเหนียวไทยในตุรกีมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคในเมืองใหญ่อย่างอิสตันบูล อังการา และอิซเมียร์ เปิดรับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารเอเชียมากขึ้น โดยเฉพาะร้านอาหารไทย ญี่ปุ่น และเวียดนาม ข้าวเหนียวไทยจึงไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงเมนูขนมหวาน เช่น ข้าวเหนียวมะม่วง แต่ยังถูกนำไปใช้ในเมนูอาหารคาว เช่น ข้าวเหนียวในซูชิหรือข้าวปั้น อีกทั้งการขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวต่างชาติและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Trendyol และ Hepsiburada ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวจากประเทศไทยเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันหลายด้าน ได้แก่ ความหลากหลายของพันธุ์ข้าวเหนียวคุณภาพสูง ราคาต้นทุนที่แข่งขันได้ และประสบการณ์ในการผลิตและส่งออกข้าวไปทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญการแข่งขันจากผู้ส่งออกในภูมิภาค เช่น ลาว เวียดนาม และจีน ซึ่งมีราคาสินค้าถูกกว่าแต่คุณภาพอาจต่ำกว่า

กรอบกฎหมายและระเบียบการค้าของตุรกีถือว่าชัดเจน โดยมีกฎหมายหลักคือ Foreign Trade Regulation Law No. ๒๙๗๖ (๑๙๘๔), Customs Law No. ๔๔๕๘ (๒๐๐๐) และ Law No. ๔๗๐๓ ว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการควบคุมสินค้านำเข้า ตุรกีเป็นสมาชิก WTO และมีข้อตกลงสหภาพศุลกากรกับ EU ทำให้ต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน EU เช่น มาตรการทางเทคนิคต่อการค้า (TBT) และมาตรการสุขอนามัยพืชและสัตว์ (SPS) อัตราภาษีสินค้านำเข้าเกษตรโดยเฉลี่ยสูงถึง ๗๒% และบางประเภทสูงสุด ๒๒๕% หากไม่มีสิทธิพิเศษภายใต้ FTA ข้าวเหนียวไทยมีโอกาสเติบโตในตลาดตุรกี เนื่องจากคุณภาพและเอกลักษณ์ของพันธุ์ข้าวเหนียวไทย เช่น ข้าวเหนียวเขี้ยวงู และข้าวเหนียวหอมมะลิ แตกต่างจากสินค้าทดแทนในตลาด ตอบโจทย์ความต้องการของร้านอาหารไทยและผู้บริโภคที่นิยมอาหารเอเชีย ช่องทางออนไลน์ยังช่วยให้ผู้ส่งออกไทยเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้ การรับรองมาตรฐานสากล เช่น ISO, HACCP และ GMP เพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกไทยยังเผชิญอุปสรรคหลายด้าน ได้แก่

1. ภาษีศุลกากรสูง หากไม่มีสิทธิพิเศษจาก FTA ราคาสินค้าสูงกว่าสินค้าทดแทนจากประเทศอื่น
2. ค่าใช้จ่ายโลจิสติกส์สูงและระยะทางขนส่งไกล ทำให้ต้นทุนเพิ่ม
3. ขั้นตอนศุลกากรและมาตรฐานสินค้าเข้มงวด ต้องผ่านการตรวจสอบจากกระทรวงเกษตรและป่าไม้ของตุรกี พร้อมเอกสารรับรองสุขอนามัยและใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและเศรษฐกิจตุรกี ส่งผลต่อต้นทุนและราคาขาย
5. ขาดเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในท้องถิ่น ทำให้ช่องทางการกระจายสินค้าไม่ครอบคลุมและเพิ่มความเสี่ยง

ความร่วมมือทางการค้าระหว่างไทยและตุรกีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การลงนาม Joint Declaration เมื่อ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๐ เพื่อเริ่มการเจรจา FTA และตั้งเป้าหมายการค้าสองเท่า (๒,๐๐๐

ล้านดอลลาร์สหรัฐ) การเจรจาครอบคลุมสินค้าการค้า กฎ ROO, TR, SPS, TBT และบริการ หาก FTA มีผลบังคับใช้ จะช่วยลดภาษีศุลกากรและเพิ่มความสามารถแข่งขันของผู้ส่งออกไทยในตลาดตุรกี เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาด ผู้ประกอบการไทยควรดำเนินกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่

1. รับรองคุณภาพสินค้าและเอกสารพร้อมส่งออก
2. สร้างแบรนด์ข้าวเหนียวไทยพรีเมียม เน้นคุณภาพและความปลอดภัย
3. พัฒนาความร่วมมือกับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายในตุรกี
4. วางแผนต้นทุนโลจิสติกส์และภาษีล่วงหน้า
5. ติดตามการปรับเปลี่ยนกฎหมายและนโยบายการนำเข้าอย่างใกล้ชิด

การนำเข้าข้าวเหนียวไทยไปยังประเทศตุรกีเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจที่น่าสนใจสำหรับประเทศไทยในยุคที่ตลาดอาหารโลกให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์เอเชียมากขึ้น ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ส่งออกไทยมีความเข้าใจในมิติทางเศรษฐกิจ กฎหมาย และกลยุทธ์การตลาดอย่างถ่องแท้ โดยเฉพาะความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับนโยบายภาษีศุลกากรของตุรกี และการใช้ประโยชน์จาก FTA ไทย-ตุรกี หากมีผลบังคับใช้ จะช่วยลดอุปสรรคและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของข้าวเหนียวไทย ดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพ และร่วมมือกับภาครัฐเพื่อส่งเสริมการเจาะตลาดตุรกีอย่างยั่งยืน

รายการอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2564). รายงานความคืบหน้าการเจรจาการค้าเสรีไทย-ตุรกี. กรุงเทพฯ:

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.

วรรณพงษ์, ดุรงค์เวโรจน์. (2559). การส่งออกข้าวไทยไปตุรกี: กรอบกฎหมายและมาตรการภาษี. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.

International Monetary Fund. (024). Turkey: Economic outlook. Washington, DC: IMF.

World Trade Organization. (2023). Trade policy review: Turkey. Geneva: WTO.