

สรุปประเด็นสำคัญการประชุมสัมมนา
“Thailand Rice Convention 2019”
วันอังคารที่ 28 พฤษภาคม 2562

ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์

◆ หัวข้อที่ 1 แนวโน้มการค้าข้าวโลก

- โดย 1. Mr. Jeremy Zwinger ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท The Rice Trader จำกัด
2. Mr. Satish Thampy กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอแลม (ประเทศไทย) จำกัด
3. Mr. Saminder Bedi หัวหน้าฝ่ายธุรกิจ – ข้าว (ประเทศไทย) Phoenix Group ประเทศไทย

ผู้ดำเนินรายการ : นางสาวกอบสุข เอี่ยมสุรีย์ นายกกิตติมศักดิ์ สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย

1. Mr. Jeremy Zwinger

ปัจจุบันการค้าโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ อาทิ การเมือง บริบททางสังคม และสภาพภูมิอากาศ ทำให้คาดการณ์ทิศทางการค้าได้ยากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่าสินค้าข้าวและอาหารจะมีราคาตกต่ำเป็นเวลา 4-5 ปี เนื่องจากอุปทานสูงในขณะที่การขยายตัวของอุปสงค์ค่อนข้างต่ำ

จากการศึกษาสถิติย้อนหลังตั้งแต่ปี 2520 ถึงปัจจุบัน พบว่าสต็อกข้าวโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกับสต็อกข้าวของจีน โดยสต็อกข้าวจีนมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของสต็อกข้าวโลก ทำให้การเปลี่ยนแปลงของสต็อกข้าวจีนส่งผลกระทบต่อตลาดการค้าข้าวโลก นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบข้าวโลกกับธัญพืชทดแทนอื่นๆ เช่น ข้าวโพด ข้าวสาลี และถั่วเหลือง พบว่าสต็อกข้าวสาลีมีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าวโพด ข้าว และถั่วเหลือง ตามลำดับ

คาดการณ์ว่าปี 2562 การส่งออกข้าวของประเทศไทย อินเดีย เวียดนาม และสหรัฐอเมริกา โดยรวมจะลดลงร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับปีก่อน อันเป็นผลมาจากการที่จีนลดการนำเข้า ในขณะที่ปริมาณการส่งออกข้าวของปากีสถานจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 16 เนื่องจากมีการค้ากับจีน สำหรับสถานการณ์ด้านราคาข้าวโลก ณ วันที่ 24 พฤษภาคม 2562 ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย และข้าวขาว 5% ของเวียดนาม ปากีสถาน และอินเดีย มีแนวโน้มราคาต่ำลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนและ 5 ปีที่ผ่านมา

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จีนมีความต้องการบริโภคข้าวภายในประเทศสูงขึ้นและมีการสำรองข้าวในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2557/2558 มีสัดส่วนการสำรองข้าวร้อยละ 54 ของปริมาณการบริโภคภายในประเทศ และในปี 2561/2562 เพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของปริมาณการบริโภคภายในประเทศ ปริมาณการสำรองข้าวที่มากทำให้คาดการณ์ว่าในปี 2562 จีนจะกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับที่ 3 ของโลก ในขณะที่การนำเข้าข้าวของจีนในปี 2562 (เดือนมกราคม-เมษายน) ลดลงมากเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับตลาดข้าวอื่นๆ อาทิ ฟิลิปปินส์ มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2559-2561 โดยนำเข้าจากไทยและเวียดนามมากที่สุด ส่วนของตลาดแอฟริกา ยังคงมีการบริโภคข้าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2550 แต่ผลผลิตข้าวภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค และมีแนวโน้มจะสำรองข้าวในสต็อกได้ลดลง จึงมีแนวโน้มที่จะนำเข้าข้าวจากต่างประเทศมากขึ้น

2. Mr. Satish Thampy

แนวโน้มการค้าข้าวโลก คือจะทำอย่างไรที่จะตอบโจทย์ New Lifestyle จะยกระดับข้าวทั้งระบบได้ ทั้งนี้สำหรับสถานการณ์การค้าข้าวของไทยในปัจจุบันที่อยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงที่ว่าประเทศไทยไม่มีสต็อกข้าวเก่าแล้วทำให้สถานการณ์การค้าข้าวไทยย่อมมีความแตกต่างจากช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาที่ไทยมีสต็อกข้าวเก่าปริมาณมาก ประกอบกับจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้นำเข้าข้าวรายสำคัญของโลกมีปริมาณสต็อกข้าวสูงขึ้นเรื่อยๆ การนำเข้าข้าวของจีนมีโอกาที่จะลดลงอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งผู้บริโภคในทวีปแอฟริกาที่มีจำนวนมากและมีรายได้ไม่สูงนักมีความนิยมบริโภคข้าวเก่าเป็นหลัก ปัจจัยเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อตลาดข้าวของไทยอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ดี เห็นว่าประเทศไทยยังมีโอกาสในการขยายตลาดข้าวพรีเมียมที่เน้นเรื่องคุณภาพ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิของไทยที่มีการส่งออกไปยังมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก ซึ่งถึงแม้จะมีราคาสูงกว่าข้าวทั่วไปประมาณ 5-10% เมื่อเทียบกับข้าวของประเทศคู่แข่ง แต่ก็พบว่าลูกค้าจากประเทศต่างๆ ยินดีที่จะซื้อข้าวที่มีคุณภาพแม้จะมีราคาสูงก็ตาม เช่น ไนจีเรียที่รายได้ประชากรสูงขึ้น แม้ภายในประเทศจะผลิตได้มากขึ้นแต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค แสดงให้เห็นว่าข้าวหอมมะลิของไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกในตลาดโลก แต่สิ่งหนึ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ คือ การรักษาความเป็นข้าวคุณภาพ (Premium Rice) ของไทยให้เป็นที่น่าเชื่อถือ มีคุณภาพมาตรฐานและได้รับความนิยมนั้น จำเป็นที่อุตสาหกรรมข้าวไทยจะต้องดำเนินการในเรื่องที่เกี่ยวข้องอีกมาก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาคุณภาพการผลิต การพัฒนาระบบเกษตรแบบยั่งยืน และเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทิศทางของการเกษตรโลกในอนาคต

3. Mr. Saminder Bedi

ภาพรวมตลาดข้าวโลก ปีการผลิต 2561/2562 และ 2562/2563

1. การผลิตตั้งแต่ปี 2553 ผลผลิตข้าวโลกในภาพรวมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1 โดยแบ่งตามภูมิภาคได้ดังนี้
 - 1.1 เอเชียใต้ – คาดว่าในปีหน้าผลผลิตข้าวในภูมิภาคนี้จะลดลง
 - 1.2 เอเชียตะวันออก – คาดว่าในปีการผลิตปี 2562/2563 จีนจะมีผลผลิตลดลงประมาณ 2.5 ล้านตัน เนื่องจากนโยบายรัฐบาลในการลดพื้นที่เพาะปลูก การลดการอุดหนุนราคาข้าว และปริมาณการกักเก็บน้ำที่น้อยลง
 - 1.3 เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ – คาดว่าในปีการผลิต 2562/2563 ทุกประเทศผู้ปลูกข้าวจะมีผลผลิตลดลงร้อยละ 1 – 2 สำหรับฟิลิปปินส์คาดว่าผลผลิตจะไม่เพียงพอเนื่องจากปรากฏการณ์เอลนีโญ

1.4 แอฟริกาเขตตอนใต้ทะเลทรายซาฮารา – คาดว่าผลผลิตข้าวจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและอยู่ในระดับคงที่ไปจนถึงปีการผลิตหน้า โดยเฉพาะผลผลิตจากไนจีเรีย

1.5 ภูมิภาคอื่นๆ – คาดว่าผลผลิตข้าวของบราซิลจะลดลงอย่างต่อเนื่องในระยะยาว เนื่องจากเกษตรกรหันไปปลูกพืชชนิดอื่นที่ขายได้ราคาดีกว่าทดแทน และคาดว่าอียิปต์จะมีผลผลิตข้าวลดลงเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่จำกัดพื้นที่เพาะปลูก

2. การบริโภค มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยร้อยละ 1 ตั้งแต่ปี 2553 แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าปริมาณผลผลิต โดยความต้องการบริโภคส่วนใหญ่มาจากอินเดียและจีน ในขณะที่การบริโภคในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้มีแนวโน้มลดลงเนื่องจากผู้บริโภคมีรูปแบบการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้น

3. สต็อกข้าวสิ้นปี เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 6 ตั้งแต่ปีการผลิต 2553/2554 โดยสต็อกข้าวของจีนคิดเป็นร้อยละ 68 ของสต็อกข้าวโลก และสต็อกของจีนและอินเดียจะยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเนื่องจากนโยบายอุดหนุนของรัฐบาล ในขณะที่ไทยไม่มีข้าวในสต็อกของรัฐแล้ว แต่คาดว่าสต็อกข้าวของภาคเอกชนไทยจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย นอกจากนี้ คาดว่าสต็อกข้าวของฟิลิปปินส์จะเพิ่มขึ้นหลังจากรัฐบาลบังคับใช้นโยบายเปิดเสรีค้าข้าวในปี 2562

4. การนำเข้า คาดว่าในปีการผลิต 2562/2563 อินโดนีเซียและบังกลาเทศจะนำเข้าข้าวลดลงอย่างมาก ซึ่งในปีนี้จะนำเข้าลดลง 0.5 – 4 ล้านตัน ในขณะที่การนำเข้าข้าวจากแอฟริกาจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง สำหรับการนำเข้าโดยฟิลิปปินส์จะเพิ่มสูงขึ้นถึง 2.8 ล้านตัน

5. การส่งออก คาดว่าในปีนี้ไทยจะส่งออกข้าวลดลงอยู่ที่ประมาณ 10 ล้านตัน เช่นเดียวกับบราซิลที่ส่งออกข้าวลดลง ในขณะที่ในปีการผลิต 2562/2563 คาดว่าจีน อินเดีย และสหรัฐอเมริกา จะมีสัดส่วนการส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยเฉพาะจีนที่คาดว่าจะกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวรายสำคัญเนื่องจากมีปริมาณข้าวในสต็อกสูงมาก

6. ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกข้าวไทย ได้แก่ ภาวะภัยแล้ง ประกอบกับรัฐบาลไทยไม่มีข้าวในสต็อกของรัฐแล้ว ทำให้ประเทศผู้ซื้อที่นิยมข้าวเก่าอย่างเช่น แอฟริกา หันไปซื้อจากจีนแทน และการแข็งค่าของเงินบาทส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลง โดยเฉพาะในตลาดข้าวขาว แต่ราคาข้าวหนึ่งไทยยังคงแข่งขันกับอินเดียได้

◆ หัวข้อที่ 2 ทิศทางตลาดข้าว... โอกาสของประเทศไทย

โดย 1. Mr. Timothy Schultz รองประธาน บริษัท Lundberg Family Farms จำกัด สหรัฐอเมริกา

2. Mr. Juan Parias Soto ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ บริษัท Herba Ricemills จำกัด สเปน

3. Mr. Murray Ratuski ประธาน บริษัท Floating Lead Fine Foods จำกัด แคนาดา

4. นายวัลลภ พิชญ์พงศา สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย

5. นายวันนิวัต กิติเรียงลาภ สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย

1. Mr. Timothy Schultz

การนำเข้าข้าวของสหรัฐฯ ในช่วง 11 ปีที่ผ่านมา ไทยครองส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯ เป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 60 มาโดยตลอด รองมาได้แก่ อินเดีย ร้อยละ 15-20 และบราซิล ร้อยละ 3 และประเทศอื่นๆ เช่น เวียดนาม ปากีสถาน จีน อาร์เจนตินา อุรุกวัย เม็กซิโก สเปน อียิปต์ และออสเตรเลีย เป็นต้น ทั้งนี้ การนำเข้าข้าวจากไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 16 ต่อปี สูงกว่าอัตราการเติบโตของการนำเข้าข้าวโดยรวมของสหรัฐฯ ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 12 ต่อปี

แนวโน้มการบริโภคข้าวในสหรัฐฯ แบ่งตามประเภทสินค้าได้ ดังนี้

- ข้าวบรรจุถุง โดยรวมมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 4 และร้อยละ 1 สำหรับข้าวออร์แกนิก
- ข้าวปรุงรส โดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และร้อยละ 17 สำหรับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก
- ข้าวพอง/ข้าวอบกรอบ โดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 และร้อยละ 28 สำหรับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

จากสถิติดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการบริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวในตลาดสหรัฐฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิกซึ่งมีการเติบโตอย่างชัดเจน โดยมีปัจจัยหลัก ได้แก่ การบริโภคข้าวหอม (เช่น ข้าวหอมมะลิ และข้าวบาสมати) เพิ่มขึ้น กระแสรักสุขภาพ การบริโภคอาหารปลอดกลูเตน อาหารออร์แกนิก และอาหารใหม่ (Novelty food) ที่แตกต่างจากอาหารที่มีวางจำหน่ายในตลาดทั่วไป

ทั้งนี้ เห็นว่าโอกาสของประเทศไทยสำหรับข้าวบรรจุถุงอยู่ที่การหาช่องทางการตลาดที่สามารถกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึงและมั่นคง เช่น ห้าง COSTCO หรือช่องทางออนไลน์ เช่น Amazon อย่างไรก็ดี ช่องทางดังกล่าวอาจจะไม่สามารถกำหนดราคาสูงมากได้ หากต้องการเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ดังนั้น เห็นว่าอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับประเทศไทย คือ การทำตลาดและประชาสัมพันธ์ข้าวหอมสำหรับตลาดพรีเมียม และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากข้าวที่ตอบโจทย์กระแสการบริโภคอาหารที่มีความสะดวก ดีต่อสุขภาพ ได้มาตรฐานออร์แกนิก และอาหารที่มีความแปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งเป็นกระแสนิยมที่กำลังมาแรงในตลาดสหรัฐฯ

2. Mr. Juan Parias Soto

ตลาดข้าวในสหภาพยุโรปแต่ละประเทศจะมีลักษณะเฉพาะตัวและรสนิยมการบริโภคที่แตกต่างกันไป ข้าวที่มีจำหน่ายในตลาดยุโรปจึงมีหลากหลายสายพันธุ์ ตัวอย่างเช่น ประเทศทางใต้ (สเปน อิตาลี) นิยมข้าวญี่ปุ่น Japonica ส่วนทางประเทศทางเหนือ (เบลเยียม เนเธอร์แลนด์) นิยมข้าวเมล็ดยาว เป็นต้น

สำหรับแนวโน้มการบริโภคข้าวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การบริโภคเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ คนยุโรปส่วนใหญ่แพ้กลูเตน จึงต้องการแหล่งคาร์โบไฮเดรตที่ปราศจากกลูเตน ทำให้มีความนิยมบริโภคข้าวซึ่งปลอดกลูเตนเพิ่มมากขึ้น หรือการเคลื่อนย้ายของบุคคลจากต่างชาติเข้ามาอาศัยในสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้แนวโน้มการบริโภคจะสูงขึ้น แต่ผลผลิตข้าวจากยุโรปในปีที่ผ่านมาลดต่ำลงถึงอัตราร้อยละ 15 เนื่องจากลดพื้นที่การเพาะปลูก ส่งผลต้องนำเข้าข้าวจากตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ แนวโน้มผู้บริโภคปัจจุบันที่ให้ความสนใจอาหารที่ใส่ใจต่อสุขภาพ อาหารออร์แกนิก อาหารที่สะดวกสบายต่อการใช้ชีวิตเพิ่มมากขึ้น เช่น ขนมทานเล่นออร์แกนิก ข้าวพร้อมรับประทาน เป็นต้น ซึ่งเห็นว่า ข้าวหอมมะลิไทยมีศักยภาพที่จะส่งออกไปยังตลาดยุโรป เนื่องจากเป็นข้าวที่มีคุณภาพและมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งรัฐบาลไทยและผู้ส่งออกอาจจะต้องทำการส่งเสริมข้าวหอมมะลิไทยให้ผู้บริโภคในตลาดยุโรปที่ยังไม่รู้จัก ข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มมากขึ้น หรืออาจจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับกระแสมความนิยมในปัจจุบัน เช่น ข้าวหอมมะลิออร์แกนิก เป็นต้น ซึ่งคาดว่าจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์อีกมาก

อย่างไรก็ดี ผู้ที่ต้องการส่งออกข้าวไปยังสหภาพยุโรป จะต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ คือ มาตรฐานข้าวของสหภาพยุโรป (ปริมาณสารโลหะหนักและสารเคมีกำจัดศัตรูพืช) และภาชนะนำเข้าข้าว

3. Mr. Murray Ratuski

ทิศทางตลาดข้าวของแคนาดา ผู้ประกอบการมุ่งเน้นผลิตข้าวคุณภาพดีเพื่อสุขภาพ ให้ความสำคัญตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ที่ดี มีคุณสมบัติและคุณค่าทางโภชนาการสูง และปัจจุบันเกิดกระแสความนิยมโปรตีนจากพืช (plant-based protein) เพื่อตอบสนองกลุ่มคนรักสุขภาพให้มีทางเลือกในการบริโภคข้าวคุณภาพ สายพันธุ์ใหม่ๆ ที่ดีต่อสุขภาพ โดยความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ ความคาดหวังและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในด้านคุณภาพข้าว การปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าซึ่งแคนาดาใช้มาตรฐาน EU ได้แก่ ข้อกำหนดปริมาณโลหะหนัก มาตรฐานปริมาณสารเคมีทางการเกษตรตกค้าง กฎระเบียบและมาตรการทางการค้าต่างๆ ทั้งนี้ แนวทางการขับเคลื่อนตลาดข้าวของแคนาดาในอนาคต คือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเพาะปลูกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี สำหรับโอกาสของไทยในการส่งข้าวไปยังตลาดแคนาดา ควรให้ความสำคัญกับข้าวที่ดีต่อสุขภาพ (Healthy Rice) อาหารที่เป็นโภชนาบำบัด (Food for Medicine) โดยต้องคำนึงถึงคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ

4. นายวัลลภ พิชญ์พงศา

ทิศทางการตลาดข้าวโลกมุ่งเน้นไปที่ข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้องงอกที่มีกาบา ซึ่งแม้ว่าราคาข้าวอินทรีย์ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับข้าวปกติ แต่จะไม่ค่อยผันผวนเนื่องจากการจัดการที่ค่อนข้างเป็นระบบ ก่อให้เกิดความนิยมที่มากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันส่วนแบ่งตลาดสำหรับข้าวอินทรีย์ค่อนข้างน้อยเพียงร้อยละ 1 ของปริมาณการบริโภคข้าวทั่วโลก ถือว่ายังมีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์อีกมากเมื่อพิจารณาความต้องการข้าวทางเลือกที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ในทุกภูมิภาคทั่วโลก อีกทั้งกระบวนการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกร ผู้บริโภค และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ แต่ละประเทศมีข้อกำหนดมาตรฐานข้าวอินทรีย์ที่แตกต่างกันออกไป ผู้ส่งออกจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจมาตรฐานข้าวอินทรีย์ของแต่ละประเทศอย่างถี่ถ้วน

การเติบโตสำหรับตลาดข้าวอินทรีย์และข้าวที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น ข้าว กข43 เหมาะสำหรับผู้ที่เป็โรคเบาหวาน ข้าวที่มีโปรตีนต่ำ (Low Protein Rice) เหมาะกับผู้ป่วยโรคไต คือ การสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าและประโยชน์ของข้าวที่มีคุณลักษณะพิเศษให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงความจริงใจของภาครัฐในการสนับสนุนการปลูกข้าวอินทรีย์ ดังนั้น ความท้าทายที่มีต่อข้าวส่งออกไทยอาจเป็นโอกาส หากไทยสามารถผลิตข้าวและผลิตภัณฑ์ รวมถึงนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้

5. นายวันนิวัต กิติเรียงลาภ

คาดการณ์ว่าการส่งออกของไทยในปี 2562 จะลดลงมาอยู่ที่ 10 ล้านตัน โดยปัจจัยหลักอาจเกิดจาก

1. การไม่มีสต็อกข้าวในมือรัฐบาล โดย รัฐบาลไทยระบายสต็อกข้าวกว่า 18 ล้านตัน ได้ทั้งหมดภายใน 4 ปี ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวไม่มีสต็อกข้าวคงเหลือ ในขณะที่ทั่วโลกมีสต็อกข้าวกว่า 172 ล้านตัน โดยอยู่ในจีนซึ่งเป็นผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกถึง 117 ล้านตัน การไม่มีสต็อกอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อเสถียรภาพราคาอันเนื่องมาจากผลผลิตมีไม่เพียงพอ

2. รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการเพาะปลูกพืชชนิดอื่น เนื่องจากภาวะภัยแล้งทำให้ปริมาณน้ำในพื้นที่เพาะปลูกข้าวทั่วประเทศไม่เพียงพอ ขณะที่ข้าวเป็นพืชที่ต้องการน้ำมาก หากน้ำไม่เพียงพอย่อมส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผลผลิต รัฐบาลจึงแนะนำให้ปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นที่ไม่ต้องใช้น้ำมาก ทำให้พื้นที่การเพาะปลูกข้าวลดลง ผลผลิตที่ลดลงย่อมส่งผลต่อการส่งออกข้าวโดยรวมด้วย

3. ปัญหาค่าเงินบาทแข็งค่า ส่งผลต่อการส่งออกเนื่องจากทำให้ราคาข้าวไทยสูงเมื่อเทียบกับข้าวประเทศอื่น ผู้ซื้อข้าวหลักของไทยจะอยู่ในทวีปแอฟริกา (เบนิน) เอเชีย (ฟิลิปปินส์มีแนวโน้มการนำเข้าสูงขึ้น ในขณะที่จีนซึ่งเป็นผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลกมีการนำเข้าลดลงกว่าร้อยละ 50) และสหรัฐอเมริกา

ความท้าทายและอุปสรรคในการส่งออกข้าวไทย คือ

1. ประเทศผู้นำเข้าบางรายกำหนดปริมาณโลหะหนักตกค้างต่ำกว่ามาตรฐาน CODEX ถือเป็นประเด็นท้าทายสำหรับประเทศผู้ส่งออกข้าวรายสำคัญในภูมิภาคเอเชีย ไม่ว่าจะเป็นอินเดียหรือเวียดนาม

2. การส่งเสริมข้าวคุณลักษณะพิเศษมีคุณค่าทางโภชนาการ ได้แก่ ข้าว กข43 ที่มีการแตกตัวเป็นน้ำตาลน้อย มีค่าดัชนีน้ำตาลค่อนข้างต่ำ ถือเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ต้องระมัดระวังเรื่องน้ำตาล อย่างไรก็ตาม ข้าวเหล่านี้ยังมีการเพาะปลูกค่อนข้างน้อย ราคาสูง หากรัฐบาลให้การส่งเสริมการเพาะปลูกและการจำหน่ายข้าว กข43 มากขึ้น สร้างความตระหนักรู้ให้เกิดแก่ผู้บริโภคและเกษตรกรมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เกิดความต้องการเพิ่มขึ้น พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตที่มากขึ้นจะทำให้ราคาลดลง

◆ หัวข้อที่ 3 การเสวนา “การเจาะตลาดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทยในตลาดโลก”

- | | | |
|-----|------------------------------|--|
| โดย | 1. รศ.ดร. สิริ ชัยเสรี | รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| | 2. รศ.ดร. พรรณวิภา กฤษฎาพงษ์ | ประธานกรรมการบริหาร บริษัท สเปเชียลตี้ อินโนเวชั่น จำกัด |
| | 3. นายสมควร ศรีวิฑิตกุล | กรรมการผู้จัดการบริษัท ไดมอนด์ เฟรช โกลบอล (ประเทศไทย) จำกัด |

1. รศ.ดร. สิริ ชัยเสรี

ในมุมมองมหาวิทยาลัยภาครัฐของไทยได้สะท้อนความต้องการและความสนใจผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหารของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคในปัจจุบัน พบว่าข้าวและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวจำนวนมากที่ได้รับความนิยมในตลาดโลก รวมถึงมีศักยภาพสูงในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากข้าวสี ข้าวออร์แกนิก ข้าวกล้อง ข้าวที่มีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ ข้าวผสมธัญพืชชนิดต่างๆ โปรตีนจากข้าวและพืช อาหารเสริมจากข้าว ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกาบา เครื่องดื่มและอาหารสำเร็จรูปที่ทำจากข้าว เป็นต้น

ทั้งนี้ ปัญหาสำคัญในการผลักดันผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเข้าสู่ตลาด คือการศึกษาของนักวิจัยไม่ตรงกับความต้องการของตลาด และผู้ผลิต/ผู้ประกอบการขาดการรับรู้ข่าวสารและเข้าถึงแหล่งทุนวิจัย มหาวิทยาลัยจึงได้ปรับบทบาทเป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านการขอทุนวิจัย เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ได้รับทุนวิจัยและนำไปต่อยอดผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด

2. รศ.ดร. พรรณวิภา กฤษฎาพงษ์

สินค้านวัตกรรมเกษตรแปรรูปของไทยเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงถึง 17,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตกว่าร้อยละ 1.7 ต่อปี ซึ่งหากพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดจะพบว่า มีผลิตภัณฑ์จากข้าวเพียงร้อยละ 1.9 เท่านั้น แสดงให้เห็นว่าตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวยังสามารถขยายได้อีกมาก โดยเฉพาะสินค้านวัตกรรมชั้นปลาย เช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสุขภาพ และเครื่องสำอาง เป็นต้น

ปัจจุบันตลาดสินค้านวัตกรรมข้าวมีความหลากหลาย รองรับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ที่ให้ความใส่ใจต่อสุขภาพ ตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงวัย และตอบโจทย์ความเร่งรีบของสังคมเมือง โดยข้าวถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยสูงจึงเป็นวัตถุดิบที่เหมาะสมสำหรับตลาดเฉพาะ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน สินค้าตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เช่น Rice Protein สกัดโปรตีนจากข้าว แล้วนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น อาหารเด็ก ขนม เครื่องดื่ม อาหารเสริม เหมาะสำหรับผู้ที่แพ้โปรตีนจากสัตว์หรือไม่บริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งการพัฒนาวิจัยผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าจากข้าวได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมข้าว นั้น ต้องเน้นเรื่องสุขภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งต้องสร้างความแตกต่างและโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อมุ่งเจาะตลาดใหม่ที่ยังมีโอกาสดิบได้

3. นายสมควร ศรีวิฑิตกุล

ตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปยังมีโอกาสเติบโตสูง ผู้ประกอบการควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการแปรรูปข้าวให้มากขึ้น เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยการแปรรูปนั้นควรจะต้องสร้างความแตกต่างเพื่อให้ลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ได้ยาก จะได้ไม่เกิดปัญหาการตัดราคาในภายหลัง นอกจากนี้ มีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณค่า คุณประโยชน์ของสินค้า

สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ ผลิตภัณฑ์น้ำนมข้าว ถือเป็นทางเลือกด้านสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค และเป็นทางเลือกของเกษตรกรในการนำผลิตผลทางการเกษตร คือ ข้าว มาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม โดยมีจุดเริ่มต้นจากผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่องน้ำนมข้าวยากู ประกอบกับเห็นว่าผลิตภัณฑ์น้ำนมข้าวมีคุณประโยชน์หลายด้าน อาทิ มีสารแอนติออกซิแดนท์ ช่วยกระตุ้นภูมิคุ้มกัน ย่อยง่ายกว่านมวัวหรือนมจากถั่วเหลือง เป็นต้น

กรมการค้าต่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์
28 พฤษภาคม 2562