



## ส่งออกข้าวไทยปี 2563 ทрудต่อเนื่อง... มุ่งพัฒนาข้าวขาวพื้่นนุ่ม เพื่อเป็น Fighting Product

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3094

วันที่ 1 เมษายน 2563

### ▶ ประเด็นสำคัญ

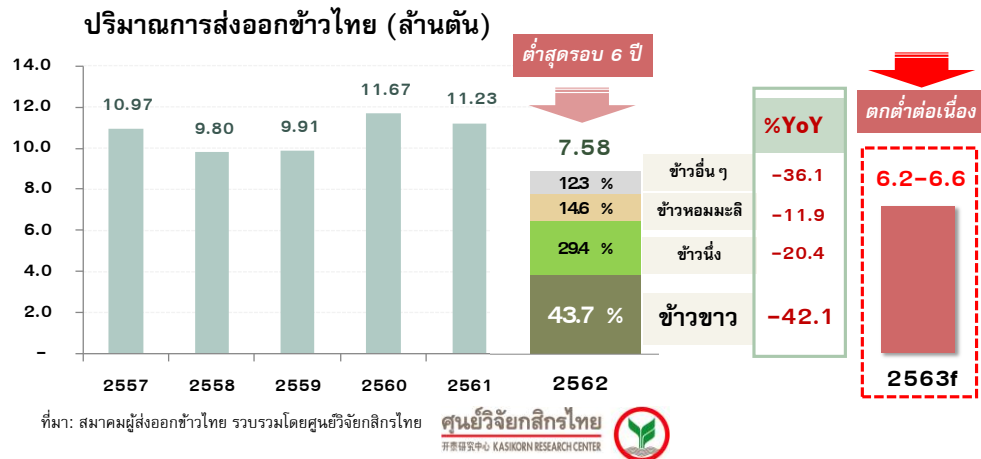
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การส่งออกข้าวไทยในปี 2563 อาจยังต้องเผชิญปัจจัยลบที่รุมเร้ารอบด้านปัจจัยเดิมที่ยังมีอยู่ให้เห็นต่อเนื่องจากปีก่อน ทั้งในเรื่องของการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรง ปัญหาเศรษฐกิจโลก ค่าเงินบาท ภาวะภัยแล้ง จีนที่เปลี่ยนสถานะจากผู้นำเข้าเป็นผู้ส่งออก และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 น่าจะทำให้การส่งออกข้าวไทยในปี 2563 ลดลงมาอยู่ที่ราว 6.2-6.6 ล้านตัน หรือลดลงร้อยละ 12.9-18.1 (YoY) นับเป็นตัวเลขต่ำที่สุดในรอบ 7 ปี
- ตลาดข้าวขาวของไทย (ข้าวพื้่นแข็ง) เป็นตลาดที่มีปัญหาหนักที่สุด ท่ามกลางตลาดที่เปลี่ยนไป ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลง ซึ่งหากไทยยังคงเน้นการผลิตข้าวขาวพื้่นแข็งเช่นนี้ต่อไป ก็อาจทำให้อาณาเขตการส่งออกข้าวไทยต้องย่อแค้ ดังนั้น ไทยจึงต้องหาทางออกด้วยการใช้ข้าวขาวพื้่นนุ่ม ชูขึ้นมาเป็น Fighting Product เพื่อเข้ามาทำตลาดใหม่ๆ ในระดับกลางที่ผู้บริโภคมักมีกำลังซื้อ เป็นการตอบโต้ภัยพุดติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเน้นคุณภาพข้าวที่ดีขึ้นกว่าข้าวพื้่นแข็ง และยังเป็นการยกระดับข้าวไทยไปสู่ตลาดข้าวคุณภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ที่ยั่งยืนแก่ทั้งชาวนาและผู้ส่งออก
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า หากไทยสามารถส่งเสริมการปลูกข้าวขาวพื้่นนุ่มในปี 2563 ได้ที่ราว 0.8 ล้านไร่ ด้วยการมีนโยบายของภาครัฐสนับสนุนแก่ชาวนาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จนทำให้มีการเติบโตทั้งในด้านพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิต ซึ่งจะทำให้ไทยสามารถมีผลผลิตข้าวขาวพื้่นนุ่มเพื่อส่งออกที่ราว 7 ล้านตันได้ในปี 2570 หรืออีกราว 7 ปีข้างหน้า และเป็นระดับที่ทำให้ไทยสามารถทวงส่วนแบ่งตลาดของข้าวขาวและข้าวหอมมะลิที่หายไปร้อยละ 5.2 คืนกลับมาได้ โดยจะทำให้ไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดข้าวในโลกได้มากกว่าร้อยละ 24.5 เนื่องจากปริมาณส่งออกข้าวขาวพื้่นนุ่มที่เพิ่มขึ้นจะสามารถชดเชยปริมาณส่งออกข้าวขาวและข้าวหอมมะลิที่ลดลงได้

คงต้องยอมรับว่า การส่งออกข้าวไทยในปี 2562 ตกต่ำมากที่สุดในรอบ 6 ปี จากปัจจัยรุมเร้ารอบด้านทั้งปัญหาเศรษฐกิจโลก เงินบาทที่แข็งค่า การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก รวมถึงภาวะภัยแล้งในประเทศ ทำให้ปริมาณการส่งออกข้าวไทยลดลงมาอยู่ที่ 7.58 ล้านตัน หรือลดลงร้อยละ 32.5 (YoY) และเมื่อมองต่อมาในปี 2563 เพียงแค่ในช่วง 2 เดือนแรกของปี ก็ส่งสัญญาณน่าเป็นห่วงด้วยตัวเลขการส่งออกข้าวไทยที่อยู่เพียง 0.95 ล้านตัน หรือลดลงถึงร้อยละ 42.2 (YoY) โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สถานการณ์การส่งออกข้าวไทยใน

บริการทุกระดับประทับใจ

ปี 2563 อาจยังต้องเผชิญปัจจัยลบที่รุมเร้ารอบด้านปัจจัยเดิมที่ยังมีอยู่ให้เห็นต่อเนื่องจากปีก่อน ทั้งในเรื่องของการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรง ปัญหาเศรษฐกิจโลก ค่าเงินบาท ภาวะภัยแล้ง จีนที่เปลี่ยนสถานะจากผู้นำเข้าเป็นผู้ส่งออก และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 น่าจะทำให้การส่งออกข้าวไทยในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ทรงตัวในระดับต่ำเฉลี่ยราว 0.46-0.47 ล้านตันต่อเดือน และอาจปรับตัวลดลงได้อีกในช่วงไตรมาสที่ 2 จากภาวะภัยแล้งที่รุนแรง แต่อาจพลิกกลับมาดีขึ้นได้ในช่วงครึ่งหลังของปีโดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 4 เนื่องจากผลผลิตข้าวนาปีออกสู่ตลาดจำนวนมาก ความ

ต้องการในตลาดโลกที่มีรองรับในช่วงเทศกาลสิ้นปี รวมถึงสถานการณ์โควิด-19 ในช่วงครึ่งปีหลังที่น่าจะดีขึ้นกว่าช่วงครึ่งปีแรก



ท้ายที่สุดแล้วคาดว่า การส่งออกข้าวไทยในปี 2563 อาจลดลงมาอยู่ที่ราว 6.2-6.6 ล้านตัน หรือลดลงร้อยละ 12.9-18.1 (YoY) นับเป็นตัวเลขตกต่ำต่อเนื่องจากปีก่อนและถือว่าต่ำที่สุดในรอบ 7 ปี (เป้าหมายของภาครัฐอยู่ที่ 7.5 ล้านตัน)

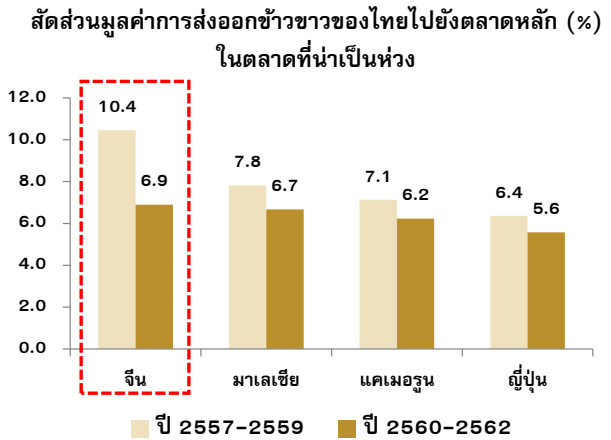
ดังนั้น ในปี 2563 ไทยคงทำได้เพียงประคองสถานการณ์การส่งออกข้าว ด้วยการเร่งเจรจาซื้อขายข้าวแบบ G to G ตลอดจนจนแนวทางของภาครัฐในการบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพจากความเสี่ยงที่จะเกิดภัยแล้งรุนแรงและลากยาว รวมถึงการสร้างแบรนด์ดัง ด้วยการใช้ข้าวไทยเป็นตัวชูโรงควบคู่กับการโปรโมทอาหารไทย อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้ผู้บริโภครู้จักและเชื่อมั่นข้าวไทยมากขึ้น นอกจากนี้ หากมองในแง่ของภาพรวมการผลิตสินค้าเกษตรไทยในปีนี้อาจต้องเผชิญความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีจำนวนผู้ป่วยในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมาตรการ Lock Down ถูกยกระดับให้เข้มข้นขึ้น

### ปัญหาตลาดข้าวขาวไทย...ราคาสู้คู่แข่งไม่ได้ & ราคาไม่สอดคล้องกับคุณภาพ ส่วนแบ่งตลาดลดลงในภาวะที่ตลาดผู้บริโภคกำลังเปลี่ยน

หากพิจารณาการส่งออกข้าวไทยรายประเภท จะพบว่า ในปี 2562 ข้าวขาวเป็นข้าวที่มีสัดส่วนการส่งออกมากที่สุดของไทยถึงร้อยละ 43.7 และเป็นข้าวที่หดตัวมากที่สุดถึงร้อยละ 42.1 (YoY)<sup>1</sup> รวมถึงตลาดข้าวขาวยังเป็นตลาดข้าวใหญ่ที่มีการแข่งขันสูงในตลาดโลก จับกลุ่มผู้บริโภคในตลาดล่าง/ตลาดมวลชน (Mass Market) ทำให้ข้าวขาวมีความอ่อนไหวต่อราคาสูงกว่าข้าวประเภทอื่น ดังนั้น ตลาดข้าวขาวของไทยซึ่งเป็นข้าว

<sup>1</sup> ตลาดส่งออกข้าวขาวไทยค่อนข้างผันผวน โดยในปี 2559-2561 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ -4.2, 3.5 และ 18.3 ตามลำดับ

พื้แข็ง<sup>2</sup> จึงเป็นตลาดที่มีปัญหามากที่สุด เพราะมักจะได้รับผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคาที่ยืดหยุ่นแรงในตลาดโลก โดยเฉพาะตลาดส่งออกข้าวขาวหลักของไทยอย่างจีน ที่จะทำให้เห็นว่าไทยส่งออกไปจีนลดลงตามลำดับ เนื่องจากจีนหันไปนำเข้าข้าวขาวราคาถูกจากคู่แข่งหลักอย่างเวียดนาม (ราคาข้าวขาวเวียดนามราคาถูกกว่าไทยราว 30-80 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน) และลดการนำเข้าจากไทย (ในปี 2554 และปี 2561 จีนนำเข้าข้าวจากเวียดนามเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 29.7 เป็นร้อยละ 47.9 ขณะที่นำเข้าจากไทยลดลงจากร้อยละ 56.3 เป็นร้อยละ 40.4 ตามลำดับ) สะท้อนถึงคู่แข่งสำคัญอย่างเวียดนามมีบทบาทในตลาดจีนมากขึ้น



นอกจากตลาดส่งออกข้าวขาวจีนที่ไทยถูกเวียดนามแย่งไป สถานการณ์เช่นนี้ยังเกิดขึ้นคล้ายกันอีกในตลาดส่งออกข้าวขาวสำคัญของไทยอย่างมาเลเซีย ญี่ปุ่น และแคเมอรูน ที่มีคู่แข่งสำคัญอย่างเวียดนาม อินเดีย และเมียนมา ที่ได้เข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดแล้ว ดังนั้น จากปัญหาข้าวขาวพื้แข็งของไทยที่นอกจากจะเป็นเรื่องของราคาที่ยืดหยุ่นไม่ได้แล้ว ยังเป็นเรื่องของราคาที่ไม่สอดคล้องกับคุณภาพ เนื่องมาจากต้นทุนการผลิตที่สูงทำให้ข้าวคุณภาพต่ำของไทยต้องขายในราคาที่แพงกว่าคู่แข่ง อีกทั้งยังเป็นเรื่องของตลาดที่เปลี่ยนไปจากพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลให้ไทยต้องสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับคู่แข่งมากขึ้น<sup>3</sup> ซึ่งหากไทยยังไม่ปรับตัวเรื่องการพัฒนาสายพันธุ์ให้หลากหลายและลดต้นทุนการผลิต โดยยังคงเน้นการผลิตข้าวขาวพื้แข็งเพื่อส่งออกในสัดส่วนที่สูงเช่นนี้ต่อไป (ร้อยละ 43.7) ก็อาจทำให้อาณาเขตการส่งออกข้าวขาวพื้แข็งไทยต้องย่ำแย่ และจะเป็นตัวฉุดรั้งให้ภาพการส่งออกข้าวไทยอยู่ในสถานการณ์นำเป็นหัวงต่อไปอีก

เร่งพัฒนาข้าวขาวพื้แข็ง ชูเป็น Fighting Product เพื่อชิงฐานลูกค้า และส่วนแบ่งตลาดคืนจากคู่แข่ง ใจหทัยยากที่เป็นไปได้...ความหวังช่วยประคองการส่งออกข้าวไทย

จากปัญหาตลาดข้าวขาวพื้แข็งที่มีมาอย่างยาวนาน สำหรับตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคในตลาดล่างที่นิยมบริโภคข้าวคุณภาพต่ำราคาถูก แต่ปัจจุบันสถานการณ์ตลาดข้าวของโลกกำลังเปลี่ยนไปสู่การบริโภคข้าวที่มีโภชนาการหรือข้าวที่มีคุณภาพดีขึ้นในราคาที่ไม่น่าแพงนักอย่างข้าวพื้แข็ง<sup>4</sup> ซึ่งเป็นข้าวเกรดรองลงมาจากข้าวพื้แข็งเกรดพรีเมียมอย่างข้าวหอมมะลิที่มีราคาแพง โดยก่อนหน้านี้ตลาดข้าวขาวไทยได้ถูกคู่แข่งแย่งส่วนแบ่ง

<sup>2</sup> ข้าวพื้แข็ง คือ ข้าวที่มีปริมาณอมิโลส (Apparent Amylose Content) ในระดับปานกลาง-สูง อยู่ในช่วงปริมาณอมิโลสระหว่าง 20-35% ทำให้ข้าวสุกมีลักษณะแข็งว่น เช่น ข้าวเสาไห้ ข้าวขาวตาแห้ง ข้าวเจ้าเขย เป็นต้น ทั้งนี้ เกณฑ์การแบ่งข้าวตามคุณภาพข้าวสุกจะพิจารณาจากปริมาณอมิโลสในข้าว ซึ่งมีผลต่อคุณภาพข้าวสุก ทำให้ข้าวมีความเหนียวนุ่มหรือแข็งว่นที่แตกต่างกันในแต่ละสายพันธุ์ (กรมการข้าว)

<sup>3</sup> อย่างไรก็ตาม การส่งออกข้าวขาวของไทยยังมีบางตลาดที่พอจะคงไปได้ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มแอฟริกาที่นิยมบริโภคข้าวขาวเก่าคือ แองโกลา เบนิน โมซัมบิก

<sup>4</sup> ข้าวพื้แข็ง คือ ข้าวที่มีปริมาณอมิโลสในระดับต่ำที่ 10-19% ทำให้ข้าวสุกมีลักษณะนุ่มเหนียว โดยไทยมีพันธุ์ข้าวพื้แข็ง คือ ข้าวหอมมะลิ 105 (ข้าวตลาดบน มีกลิ่นหอม) นอกจากนี้ ยังมีพันธุ์ข้าวพื้แข็งที่รับรองแล้วให้เลือกปลูก เช่น กข 21, ปทุมธานี 1, กข 43, กข 47, กข 53, กข 71, กข 77, พิษณุโลก 80 เป็นต้น ทั้งนี้ การผลิตข้าวพื้แข็งในประเทศไทย ยังมีการปลูกในพื้นที่ไม่มากนัก และปลูกอย่างกระจัดกระจาย (กรมการข้าว)

ตลาดไป ด้วยการให้ข้าวขาวพื้นแข็งราคาถูกดีตลาดเข้าไปก่อน และในปัจจุบันคู่แข่งได้เริ่มใช้ข้าวขาวพื้นนุ่มดีตลาดต่อเนื่องเพื่อมาครองส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอีก

ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดคืนมา ไทยจึงต้องมุ่งสู่การพัฒนาข้าวขาวพื้นนุ่ม<sup>5</sup> เพื่อการส่งออก โดยชูขึ้นมาเป็น Fighting Product เพื่อเข้ามาทำตลาดใหม่ๆ ในระดับกลางที่ผู้บริโภคมักมีกำลังซื้อ จึงเป็นการตอบโจทย์ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ด้วยการหันไปเน้นคุณภาพของข้าวที่ดีขึ้นกว่าข้าวพื้นแข็ง คือ มีรสชาติดี อร่อยนุ่ม ในราคาที่ไม่แพง ซึ่งก็เป็นราคาที่ถูกว่าข้าวตลาดบนอย่างข้าวหอมมะลิด้วย<sup>6</sup> อันจะเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น และยังเป็นการยกระดับข้าวไทยไปสู่ตลาดข้าวคุณภาพมากขึ้น (ไม่เน้นเชิงปริมาณ) ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาพันธุ์ข้าวที่หลากหลายตามมา อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ที่ยั่งยืนแก่ทั้งชาวนาและผู้ส่งออกข้าวไทย

วัตถุประสงค์ในการชูข้าวขาวพื้นนุ่มขึ้นมาเป็น Fighting Product เพื่อสู้วิถีชีวิต โดยต้องการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่หายไป ทั้งในตลาดข้าวขาวที่นำเป็นหัวอย่างมากและในตลาดข้าวหอมมะลิที่เริ่มเห็นภาพของส่วนแบ่งตลาดที่ทยอยลดลงบ้างแล้ว โดยจะมุ่งเป้าตลาดส่งออกไปยังตลาดที่หันมานิยมบริโภคข้าวขาวพื้นนุ่มมากขึ้น เช่น จีน ฮองกง มาเลเซีย ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ อิรัก เป็นต้น ซึ่งการเร่งพัฒนาและส่งออกข้าวพื้นนุ่ม จะก่อให้เกิดผลดีต่อตลาดส่งออกข้าวขาวและข้าวหอมมะลิไทย คือ

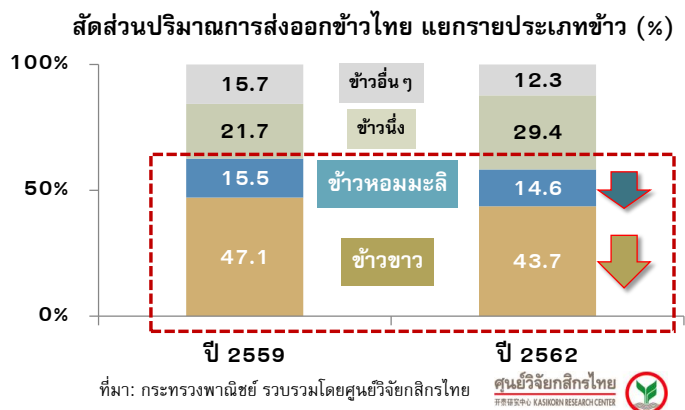
- ช่วยผลักดันส่วนแบ่งการตลาดข้าวขาวพื้นนุ่มให้เพิ่มขึ้น เพื่อทดแทนส่วนแบ่งการตลาดข้าวขาวพื้นแข็งที่หายไป ซึ่งจะเป็นการยกระดับคุณภาพและราคาข้าวขาวของไทยไปสู่ตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพจากเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นตลาดข้าวขาวพื้นแข็ง (ตลาดล่าง)
- สามารถชดเชยส่วนแบ่งการตลาดข้าวหอมมะลิของไทยที่หายไปได้ เนื่องจากข้าวขาวพื้นนุ่มเป็นข้าวพื้นนุ่มเช่นเดียวกับข้าวหอมมะลิ มีความเหนียวนุ่ม (ไม่มีกลิ่น) แต่มีราคาถูกกว่า จึงตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อรองลงมาได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถแข่งกับข้าวหอมเวียดนามได้ เพราะมีราคาถูกกว่า

**อีก 7 ปีข้างหน้า...ไทยจะสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดที่หายไปราวร้อยละ 5 คืนมาได้ หากมีการพัฒนาข้าวพื้นนุ่มอย่างจริงจัง ด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ**

แม้ในปัจจุบันตลาดโลกจะมีความนิยมบริโภคข้าวขาวพื้นนุ่มมากขึ้น แต่ไทยยังมีการผลิตในสัดส่วนที่น้อย ทำให้ไทยยิ่งเสียเปรียบคู่แข่งสำคัญอย่างเวียดนามและกัมพูชาที่มีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวขาวพื้นนุ่มอย่าง

<sup>5</sup> ล่าสุดในวันที่ 21 ก.พ.2562 ไทยได้พัฒนาและรับรองพันธุ์ข้าวขาวสายพันธุ์ใหม่ที่มีความนุ่มและให้ผลผลิตมากกว่าข้าวขาวสายพันธุ์อื่น คือ พันธุ์ข้าวขาว กข 79 เป็นข้าวไม่ไวต่อแสง ที่มีโมลิสต์ค่า 16.82% คุณภาพข้าวสุกนุ่ม ไม่หอม อายุการเก็บเกี่ยว 118 วัน ให้ผลผลิตสูงเฉลี่ย 809 กิโลกรัมต่อไร่ และสามารถให้ผลผลิตสูงสุดที่ 1,182 กิโลกรัมต่อไร่ เสถียรภาพผลผลิตดี ใช้น้ำน้อย ค่อนข้างต้านทานต่อโรคและเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาลและโรคไหม้ แต่อ่อนต่อโรคขอบใบแห้ง และเพลี้ยกระโดดหลังขาวเหมาะสมสำหรับปลูกในพื้นที่ข้าวเขตชลประทานในภาคเหนือและภาคกลาง (กรมการข้าว)

<sup>6</sup> การแบ่งส่วนตลาดข้าวไทย (Market Segmentation) ตามประเภทข้าว คือ ตลาดล่าง-ข้าวขาวพื้นแข็ง ตลาดกลาง-ข้าวขาวพื้นนุ่ม และตลาดบน-ข้าวหอมมะลิ (พื้นนุ่ม)



ต่อเนื่อง<sup>7</sup> ประกอบกับต้นทุนการผลิตของคู่แข่งที่อยู่ในระดับต่ำกว่าไทย ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาข้าวขาวพื้นนุ่มของไทยโดยเฉพาะกับเวียดนาม (ภายใต้ผลผลิตต่อไร่ที่ใกล้เคียงกัน) พบว่า แม้ไทยจะมีราคาข้าวขาวพื้นนุ่มที่สูงกว่าเวียดนามเล็กน้อย แต่ด้วยจุดแข็งของไทยในด้านคุณภาพข้าวที่ดี การส่งมอบข้าวที่ตรงเวลาของผู้ส่งออก และภาพลักษณ์ที่ดีของข้าวไทย ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น ก็น่าจะช่วยให้ข้าวขาวพื้นนุ่มของไทยสามารถแข่งขันกับข้าวขาวพื้นนุ่มและข้าวหอมของเวียดนามได้

ไทย	ข้าวขาว 5%	ข้าวขาวพื้นนุ่ม	ข้าวหอมมะลิ
	418	478-568	1,212
เวียดนาม	ข้าวขาว 5%	ข้าวขาวพื้นนุ่ม	ข้าวหอม
	340	450-500	700

ที่มา: FAO รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (ก.พ.2563) ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย KASIKORN RESEARCH CENTER

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันการผลิตข้าวขาวพื้นนุ่มของไทยยังอยู่ในช่วงที่ภาครัฐส่งเสริมให้ปลูกมากขึ้นและอยู่ในช่วงทดลองตลาด ซึ่งคงต้องใช้เวลาในการทยอยให้ชาวนาเพิ่มพื้นที่ปลูกข้าวขาวพื้นนุ่มมากขึ้นพร้อมกับการพัฒนาพันธุ์ข้าวที่มีความเสถียรมากขึ้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย ประเมินว่า หากไทยสามารถส่งเสริมการปลูกข้าวขาวพื้นนุ่มในปี 2563 ที่ราว 0.8 ล้านไร่ (โดยเฉพาะในเขตชลประทานภาคเหนือและภาคกลาง) ด้วยการมีนโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุนแก่ชาวนาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งในด้านเงินสนับสนุนปัจจัยการผลิต เงินจูงใจในการปรับเปลี่ยนมาปลูกข้าวขาวพื้นนุ่มแทนการปลูกข้าวขาวพื้นแข็ง การจัดโซนนิ่ง ก็จะทำให้ชาวนาหันมาปลูกข้าวขาวพื้นนุ่มมากขึ้นจนทำให้มีการเติบโตทั้งในด้านพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิต ขณะที่พื้นที่การปลูกและผลผลิตข้าวขาวพื้นแข็งก็จะลดลงตามลำดับเช่นกัน ซึ่งจะทำให้ไทยสามารถมีผลผลิตข้าวขาวพื้นนุ่มเพื่อส่งออกที่ราว 7 ล้านตันได้ในปี 2570 หรืออีกราว 7 ปีข้างหน้า และเป็นระดับที่ทำให้ไทยสามารถทวงส่วนแบ่งตลาดของข้าวขาวและข้าวหอมมะลิที่หายไปร้อยละ 5.2 คืนกลับมาได้<sup>8</sup> โดยจะทำให้ไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดข้าวในโลกได้มากกว่าร้อยละ 24.5 เนื่องจากปริมาณส่งออกข้าวขาวพื้นนุ่มที่เพิ่มขึ้นจะสามารถชดเชยปริมาณส่งออกข้าวขาวและข้าวหอมมะลิที่ลดลงได้

**สรุป** การชูข้าวขาวพื้นนุ่มมาเป็น Fighting Product น่าจะเป็นทางออกที่ดีในการปรับตัวให้เข้ากับตลาดใหม่ๆ ที่ผู้บริโภคหันมาบริโภคข้าวคุณภาพดี ราคาไม่แพง แม้ว่าจะต้องใช้เวลาอีกถึง 7 ปี ในการสร้างปริมาณการส่งออกข้าวขาวพื้นนุ่มในจำนวนที่เพียงพอต่อการลดลงของปริมาณข้าวขาวและข้าวหอมมะลิ จนสามารถทวงคืนส่วนแบ่งตลาดข้าวขาวและข้าวหอมมะลิไทยที่หายไปร้อยละ 5.2 กลับคืนมาได้ในปี 2570 และน่าจะช่วยให้ไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดข้าวในโลกได้มากกว่าร้อยละ 24.5 นับว่าข้าวขาวพื้นนุ่มน่าจะเป็นทางรอดที่ดีในการช่วยประคองภาพการส่งออกข้าวไทยในระยะข้างหน้า และเป็นทางออกที่ดีกว่าที่ไทยจะยังคงอยู่กับปัญหาข้าวขาวพื้นแข็งต่อไป

<sup>7</sup> สายพันธุ์ข้าวขาวพื้นนุ่มของเวียดนาม เช่น พันธุ์ 5414 5455 และข้าวนางฮวา (Nang Hua) ซึ่งเป็นการผสมระหว่างข้าวขาวและข้าวหอม ขณะที่กรมพัฒนาสายพันธุ์ข้าวขาวพื้นนุ่มร่วมกับจีน

<sup>8</sup> ภายใต้สมมติฐานที่ในปี 2559 ให้เป็นปีเริ่มต้นในการคำนวณการส่งออกข้าวไทยในภาวะปกติ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในโลกอยู่ที่ร้อยละ 24.5 โดยในปี 2559 และ 2562 ไทยมีสัดส่วนการส่งออกข้าวขาวและข้าวหอมมะลิในตลาดโลกร้อยละ 15.4 และ 10.2 ตามลำดับ หมายความว่า ในช่วงปี 2559-2562 ส่วนแบ่งตลาดข้าวขาวและข้าวหอมมะลิไทยหายไปร้อยละ 5.2 รวมถึงกำหนดให้พื้นที่ปลูกข้าวขาวพื้นนุ่มเพิ่มขึ้นในจำนวนไร่เท่ากับพื้นที่ปลูกข้าวขาวพื้นแข็งที่ลดลงในแต่ละปี ซึ่งจะได้อผลผลิตข้าวขาวพื้นนุ่มที่สามารถชดเชยผลผลิตข้าวขาวพื้นแข็งที่ลดลงได้ในแต่ละปี เพื่อนำผลผลิตที่ได้ไปใช้ในการส่งออกเพื่อทดแทนส่วนแบ่งตลาดข้าวขาวและข้าวหอมมะลิที่หายไป

ทั้งนี้ ความสำเร็จของข้าวขาวพื้นนิ่ม คงต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งชาวนา โรงสี ผู้ส่งออก และที่สำคัญที่สุดคือ ภาครัฐ ในการเป็นกำลังหลักเพื่อผลักดันนโยบายในรูปแบบต่างๆ เพื่อจูงใจให้ชาวนาหันมาปลูกข้าวขาวพื้นนิ่มมากขึ้น ทั้งด้านแหล่งเงินทุน การบริหารจัดการแหล่งน้ำ/ดิน การจัดโซนนิ่ง การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต และที่สำคัญคือ ควรเน้นไปที่การผลิตเชิงคุณภาพด้วยการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวให้มีความหลากหลาย รวมถึงภาครัฐอาจต้องเข้ามาช่วยผู้ส่งออกในด้านการตลาด นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ก็นับเป็นเรื่องที่ต้องตระหนักและเตรียมความพร้อม อันจะช่วยให้การส่งออกข้าวไทยสามารถยืนหยัดอยู่ในเวทีการค้าโลกได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี คงต้องยอมรับว่า ในแง่เชิงนโยบายภาครัฐคงจะเป็นความท้าทายอย่างมาก ที่ในด้านหนึ่ง ภาครัฐก็ต้องการให้เกษตรกรจำนวนมาก ขายผลผลิตได้ในราคาดี ในขณะที่อีกด้านหนึ่ง ไทยเองก็ต้องการจะแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง ในภาวะที่ไทยมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าคู่แข่งทั้งสิ้น จึงคงต้องฝากความหวังไว้กับระดับของนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนข้าวขาวพื้นนิ่มของไทยต่อไป

#### Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯอาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็น หรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น