




ภาพรวมตลาดข้าวในอาเซียน

อาเซียนถือเป็นเมืองหลวงสินค้าข้าวแห่งหนึ่งของโลก โดยประชากรในอาเซียนรับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก และข้าวถือเป็นพืชที่มีการเพาะปลูกมากที่สุดในอาเซียนมีผลผลิตรวมกว่า ๑๒๐ ล้านตันข้าวสาร ใช้บริโภคภายในภูมิภาคประมาณ ๑๐๕ ล้านตันข้าวสารและมีผลผลิตส่วนเกินประมาณ ๑๕ ล้านตันข้าวสาร โดยมีการค้าข้าวภายในอาเซียนประมาณ ๔ - ๕ ล้านตัน สำหรับผลผลิตส่วนที่เหลือมีการส่งออกไปจำหน่ายนอกภูมิภาค ปัจจุบันสถานการณ์ตลาดข้าวในอาเซียนมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนหลายประเทศมีศักยภาพในการผลิตข้าวเพื่อบริโภคภายในประเทศ และส่งออกในอันดับต้นๆ ของโลก ในขณะที่หลายประเทศสามารถปลูกข้าวได้ปริมาณมาก แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ ทำให้จำเป็นต้องนำเข้าข้าวเพิ่มเติม โดยสามารถแบ่งกลุ่มจากประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวในอาเซียนออกได้เป็น ๓ กลุ่ม ดังนี้

<ul style="list-style-type: none"> • ไทย • เวียดนาม • เมียนมา • กัมพูชา • สปป.ลาว <p>ผลิตข้าวได้มาก และส่งออก</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • สิงคโปร์ • บรูไน <p>ผลิตได้น้อย ต้องนำเข้า</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • ฟิลิปปินส์ • อินโดนีเซีย • มาเลเซีย <p>ผลผลิตไม่เพียงพอ ต่อความต้องการบริโภค</p> 
---	--	---

สำหรับตลาดข้าวไทยในภูมิภาคอาเซียน สามารถแบ่งประเทศต่างๆ ออกเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายและประเทศคู่แข่งสำคัญได้ ดังนี้

	<table border="0"> <tr> <td>กลุ่มประเทศลูกค้าเป้าหมาย</td> <td>กลุ่มประเทศคู่แข่ง</td> </tr> <tr> <td>- สิงคโปร์</td> <td>- เวียดนาม</td> </tr> <tr> <td>- มาเลเซีย</td> <td>- กัมพูชา</td> </tr> <tr> <td>- อินโดนีเซีย</td> <td>- ลาว</td> </tr> <tr> <td>- ฟิลิปปินส์</td> <td>- เมียนมา</td> </tr> </table>	กลุ่มประเทศลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มประเทศคู่แข่ง	- สิงคโปร์	- เวียดนาม	- มาเลเซีย	- กัมพูชา	- อินโดนีเซีย	- ลาว	- ฟิลิปปินส์	- เมียนมา
กลุ่มประเทศลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มประเทศคู่แข่ง										
- สิงคโปร์	- เวียดนาม										
- มาเลเซีย	- กัมพูชา										
- อินโดนีเซีย	- ลาว										
- ฟิลิปปินส์	- เมียนมา										

๑. ภาพรวมสถานการณ์

๑.๑ ภาพรวมสถานการณ์ผลผลิตอาเซียน

หน่วย: ล้านตันข้าวสาร

	๒๕๖๐/๖๑	๒๕๖๑/๖๒	๒๕๖๒/๖๓	๒๕๖๓/๖๔	▲ % ๖๒/๖๓ ๖๓/๖๔
ผลผลิต	๑๒๐.๐๔	๑๑๖.๐๖	๑๑๓.๖๐	๑๑๕.๘๐	๑.๙๔
สต็อก	๑๓.๔๓	๑๔.๗๔	๑๔.๒๑	๑๔.๗๑	๓.๕๒

ที่มา: กระทรวงเกษตรของสหรัฐฯ (USDA) ณ วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔

• ในช่วงปี ๒๕๖๐/๖๑ – ๒๕๖๒/๖๓ อาเซียนมีผลผลิตข้าวเฉลี่ยปีละ ๑๑๖.๕๗ ล้านตันข้าวสาร สำหรับการปีการผลิต ๒๕๖๓/๖๔ คาดว่าอาเซียนจะมีผลผลิตข้าวรวม ๑๑๕.๘๐ ล้านตันข้าวสาร เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีการผลิตก่อนที่มีปริมาณผลผลิต ๑๑๓.๖๐ ล้านตันข้าวสาร หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑.๙๔ สำหรับปริมาณสต็อกข้าว คาดว่าจะมีปริมาณรวม ๑๔.๗๑ ล้านตันข้าวสาร เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีปริมาณ ๑๔.๒๑ ล้านตันข้าวสาร หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๕๒

๑.๒ สถานการณ์การผลิตภายในประเทศ ความต้องการนำเข้าและการส่งออกแต่ละประเทศ (ข้อมูลจาก สคต. ต่างๆ)

(๑) สถานการณ์การผลิต สรุปได้ดังนี้

• **อินโดนีเซีย** ข้อมูลจาก Statistics Indonesia ระบุว่าในปี ๒๕๖๒ มีพื้นที่เก็บเกี่ยวข้าว ๑๐.๖๖ ล้านเฮกตาร์ มีผลผลิตข้าวเปลือกแห้ง ๕๔.๕๙ ล้านตัน (ส่วนใหญ่ผลผลิตมาจากเกาะชวา) คิดเป็นปริมาณข้าวสาร ๓๑.๒๙ ล้านตัน สำหรับการบริโภคภายในประเทศมีความต้องการ ๒.๕ ล้านตันต่อเดือน

• **ฟิลิปปินส์** ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ (PSA) คาดการณ์ว่าในช่วงไตรมาสแรกของ ๒๕๖๔ (เดือนมกราคม – มีนาคม ๒๕๖๔) ฟิลิปปินส์จะมีปริมาณผลผลิตข้าวเปลือก ๔.๕๗ ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗.๒ จากไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๓ ที่มีปริมาณผลผลิตข้าวเปลือก ๔.๒๖ ล้านตัน และคาดการณ์ว่าผลผลิตต่อเฮกตาร์จะเพิ่มขึ้นเป็น ๓.๙๘ ตันต่อเฮกตาร์ จาก ๓.๘๘ ตันต่อเฮกตาร์ ในขณะที่ USDA คาดการณ์ว่า ในปี ๒๕๖๓/๖๔ จะมีพื้นที่เพาะปลูกข้าว ๔.๖๕๐ ล้านเฮกเตอร์ ผลผลิตข้าวประมาณ ๑๒.๔๐ ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี ๒๕๖๒/๖๓ ที่มีปริมาณผลผลิต ๑๑.๙๓ ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๙๔

• **เมียนมา** ในปี ๒๕๖๓/๒๕๖๔ เมียนมาวางแผนคาดการณ์ผลผลิตการปลูกข้าวนาปรัง (ข้าวที่ปลูกนอกฤดูการทำนาปกติ) ประมาณ ๖.๑ ล้านเฮกตาร์ (MHa) โดย ณ สิ้นเดือนมกราคม ๒๕๖๔ เมียนมาเก็บเกี่ยวได้ ๑ ล้านเฮกตาร์ (MHa) เฉลี่ยการเก็บเกี่ยวได้ข้าวนาปี (ข้าวที่ปลูกในฤดูการทำนาปกติ) ๙๙% และข้าวนาปรัง ๔๕% ซึ่งผลผลิตต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจากไม่มีน้ำเพียงพอและฝนทิ้งช่วงเป็นระยะเวลานาน ทั้งนี้ ปริมาณการผลิตข้าวของเมียนมามีมากเกินความต้องการบริโภคภายในประเทศและมีอุปทานส่วนเกินสำหรับการส่งออก

• **กัมพูชา** มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๕ ของพื้นที่ทั้งหมดสำหรับทำเกษตรกรรมทั้งหมดหรือกว่า ๓ ล้านเฮกตาร์ ครอบคลุมพื้นที่ใน ๒๕ จังหวัด โดยพื้นที่เพาะปลูกสำคัญ ได้แก่ จังหวัดไพรแวง ตากแก้ว และพระตะบอง

• **เวียดนาม** พื้นที่เพาะปลูกข้าวฤดูหนาวปี ๒๕๖๓ – ฤดูใบไม้ผลิปี ๒๕๖๔ ได้ ๑.๘๓ ล้านเฮกเตอร์ ลดลงร้อยละ ๗.๑ เมื่อเทียบกับช่วงปี ๒๕๖๒-๒๕๖๓ และจากการสำรวจเวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวฤดูหนาวปี 2563 – ฤดูใบไม้ผลิปี 2564 ได้ 1.83 ล้านเฮกเตอร์ ลดลงร้อยละ 7.1 เมื่อเทียบกับช่วงปี 2562-2563 โดยภาคเหนือ 62.2 พันเฮกเตอร์ ลดลงร้อยละ 44.6 และภาคใต้ 1.76 ล้านเฮกเตอร์ ลดลงร้อยละ 4.8

● **สปป.ลาว** กระทรวงกสิกรรมและป่าไม้ เปิดเผยข้อมูลว่า การปลูกข้าวของ สปป.ลาว ปี ๒๕๖๒ มีพื้นที่ทั้งหมด ๙๔๗,๙๙๕ เฮกตาร์ ผลผลิตรวมทั้งหมด ๓,๒๗๙,๑๑๐ ตัน โดยแยกออกเป็นข้าวนาปรังจำนวน ๗๔,๑๘๕ เฮกตาร์ ผลผลิตรวม ๓๖๑,๙๖๕ ตัน ข้าวนาปี จำนวน ๗๘๐,๒๕๕ เฮกตาร์ ผลผลิตรวม ๒,๗๓๒,๔๕๐ ตัน และข้าวไร่ จำนวน ๙๓,๕๕๕ เฮกตาร์ ผลผลิตรวม ๑๘๔,๖๙๕ ตัน

● **สิงคโปร์** ไม่มีการผลิตข้าว โดยพื้นที่สำหรับการทำเกษตรกรรมในสิงคโปร์มีเพียงร้อยละ ๓ ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ ซึ่งการเพาะปลูกจะเป็นสินค้าประเภทผักเพียงอย่างเดียว และมีการเลี้ยงปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงปลา ไก่ไข่ กุ้ง และปู เท่านั้น สินค้าอาหารมากกว่าร้อยละ ๙๐ จึงยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะข้าวซึ่งเป็นหนึ่งในอาหารหลักของชาวสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม สิงคโปร์ได้มีการจัดตั้งศูนย์วิจัยข้าว Temasek Life Sciences Laboratory (TLL) เพื่อการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์ข้าว โดยมีการศึกษาและพัฒนาข้าวกล้องสายพันธุ์หอมมะลิ เป็นพันธุ์แรกของสิงคโปร์โดยใช้ชื่อว่า "Temasek Rice" ซึ่งใช้เวลาในการพัฒนาและทดลองมากกว่า ๘ ปี ที่ประเทศอินโดนีเซีย มีคุณสมบัติทางกายภาพที่ดี เช่น ทนแล้ง ทนน้ำท่วม ทนต่อโรคศัตรูพืช ลำต้นเตี้ยแข็งแรง ทนต่อกระแสน้ำแรงได้ดีไม่ล้มง่าย รวมทั้งให้ผลผลิตสูงเฉลี่ยไร่ละ ๑ ตัน ซึ่งมากกว่าข้าวโดยทั่วไปถึง ๔ เท่า

(๒) ตารางประมาณการผลิตข้าวรายประเทศในภูมิภาคอาเซียน (ข้อมูลจาก USDA)

ประเทศ	๒๕๖๑/๖๒	๒๕๖๒/๖๓	๒๕๖๓/๖๔	▲ % ๖๒/๖๓ - ๖๓/๖๔
อินโดนีเซีย	๓๔.๒๐	๓๔.๗๐	๓๕.๒๐	๑.๔๔
เวียดนาม	๒๗.๓๔	๒๗.๑๐	๒๗.๑๐	-
ไทย	๒๐.๓๔	๑๗.๖๖	๑๘.๘๓	๖.๖๓
เมียนมา	๑๓.๒๐	๑๒.๗๐	๑๒.๖๐	-๐.๗๙
ฟิลิปปินส์	๑๑.๗๓	๑๑.๙๓	๑๒.๔๐	๓.๙๔
กัมพูชา	๕.๗๔	๕.๗๔	๕.๘๔	๑.๗๔

ที่มา: กระทรวงเกษตรของสหรัฐฯ (USDA) เดือนเมษายน ๒๕๖๔/ไม่มีข้อมูลสำหรับประเทศบรูไนและ สิงคโปร์ (ไม่ผลิตข้าว) และไม่ปรากฏข้อมูลสำหรับ สปป.ลาว และมาเลเซีย

(๓) สถานการณ์นำเข้าข้าวกลุ่มประเทศอาเซียนที่นำเข้าเป็นหลัก ได้แก่

ประเทศ	การนำเข้า	แหล่งนำเข้าสำคัญ
สิงคโปร์	ปี ๒๕๖๔ (เดือน ม.ค.-มี.ค.) นำเข้าข้าวปริมาณ ๘๗,๑๖๔ ตัน มูลค่า ๖๐.๗๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณและมูลค่าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ ๕.๖๐ และร้อยละ ๑๐.๕๖ ตามลำดับ โดยนำเข้าจากอินเดียเป็นอันดับ ๑ คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๖ รองลงมาได้แก่ ไทย (ร้อยละ ๒๖.๙๗) และ เวียดนาม (ร้อยละ ๒๕.๖๔)	อินเดีย ไทย และ เวียดนาม
มาเลเซีย	ปี ๒๕๖๔ (ม.ค. - ก.พ.) นำเข้าข้าวปริมาณ ๑.๒๘ แสนตัน มูลค่า ๖๒.๓๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณและมูลค่าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ ๒๑.๑๑ และร้อยละ ๒๐.๗๓ ตามลำดับ โดยนำเข้าจากอินเดียมากเป็นอันดับ ๑ คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๒๐ รองลงมาได้แก่ ปากีสถาน (ร้อยละ ๑๕.๒๔) และ เวียดนาม (ร้อยละ ๑๐.๘๘)	อินเดีย ปากีสถาน และ เวียดนาม

ประเทศ	การนำเข้า	แหล่งนำเข้าสำคัญ
อินโดนีเซีย	ปี ๒๕๖๔ (เดือนมกราคม) นำเข้าข้าวปริมาณ ๒๓,๘๖๘ ตัน มูลค่า ๙.๑๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี ๒๕๖๓ ร้อยละ ๖๕.๗๕ และร้อยละ ๗๐.๒๗ ตามลำดับ โดยนำเข้าจากปากีสถาน มากเป็นอันดับ ๑ คิดเป็นร้อยละ ๘๘.๘๒ รองลงมาได้แก่ อินเดีย (ร้อยละ ๑๑.๑๖) และจีน (ร้อยละ ๐.๐๒)	ปากีสถาน อินเดียและจีน
ฟิลิปปินส์	ปี ๒๕๖๔ (เดือนมกราคม) นำเข้าข้าวปริมาณ ๓๒๒,๑๔๕ ตัน มูลค่า ๑๓๐.๓๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ ๕๕.๗๕ และ ๘๖.๔๗ ตามลำดับ โดยนำเข้าจากเวียดนามมากเป็นอันดับ ๑ คิดเป็นร้อยละ ๙๒.๕๙ รองลงมาได้แก่ เมียนมา (ร้อยละ ๔.๐๙) และไทย (ร้อยละ ๓.๐๐)	เวียดนาม เมียนมา และไทย
สปป.ลาว*	ปี ๒๕๖๓ สปป.ลาว นำเข้าข้าวมูลค่ารวม ๓๗.๐๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยนำเข้าจากไทยมากเป็นอันดับ ๑ มูลค่า ๒๒.๓๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๒๘ รองลงมาได้แก่ เวียดนาม มูลค่า ๑๓.๘๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๓๗	ไทย เวียดนาม และจีน

ที่มา: Global Trade Atlas และ * ข้อมูลจาก สศต.

(๔) สถานการณ์ส่งออกข้าวกลุ่มประเทศหลักในอาเซียนที่มีการส่งออกข้าว ได้แก่

ประเทศ	การส่งออก	ตลาดส่งออกสำคัญ
เวียดนาม*	ปี ๒๕๖๔ (เดือนมกราคม) ส่งออกข้าวปริมาณ ๓๔๗,๗๗๔ ตัน มูลค่า ๑๙๑.๘๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณและมูลค่าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ ๑๒.๔ และร้อยละ ๐.๖ ตามลำดับ โดยฟิลิปปินส์เป็นตลาดส่งออกอันดับ ๑ ปริมาณ ๑๖๙,๘๗๑ ตัน รองลงมาได้แก่ จีน ๕๗,๘๔๙ ตัน และกานา ๓๙,๓๔๑ แสนตัน	ฟิลิปปินส์ จีน กานา มาเลเซีย และโกตดิวัวร์
เมียนมา*	ปี ๒๕๖๓ เมียนมาส่งออกมูลค่า ๙๒๑.๕๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงจากปี ๒๕๖๒ ที่มีมูลค่าการส่งออก ๑,๒๔๔.๔๐ หรือลดลงร้อยละ ๒๕.๙๔	จีน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย
กัมพูชา*	ในปี ๒๕๖๓ (ม.ค.- พ.ย.) ส่งออกข้าวไปยัง ๖๓ ประเทศทั่วโลก รวม ๖๐๑,๔๐๕ ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖.๙ จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยส่งออกไปจีนมากเป็นอันดับ ๑ ปริมาณ ๒๓๔,๙๔๐ ตัน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๐๙ รองลงมาได้แก่ สหภาพยุโรป ปริมาณ ๑๘๘,๔๓๖ ตัน (ร้อยละ ๓๑.๓๕) และอาเซียนปริมาณ ๗๘,๒๐๘ ตัน (ร้อยละ ๑๓.๐๑) โดยส่วนใหญ่เป็นการส่งออกข้าวหอมปริมาณ ๔๘๑,๑๒๓ ตัน และข้าวขาวปริมาณ ๑๑๓,๗๐๓ ตัน	จีน สหภาพยุโรป และอาเซียน
ไทย	ปี ๒๕๖๔ (เดือน ม.ค.-มี.ค.) ส่งออกข้าวปริมาณรวม ๑.๑๓ ล้านตัน มูลค่าส่งออก ๗๒๑.๓๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปริมาณและมูลค่าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ ๒๒.๘๘ และ ๒๐.๗๑ ตามลำดับ	สหรัฐอเมริกา แอฟริกาใต้ จีน แคนเมอรูน และญี่ปุ่น

ที่มา: Global Trade Atlas และ* ข้อมูลจาก สศต. ต่างๆ

๑.๒ ตลาดและแนวโน้มการบริโภค

หน่วย: ล้านตันข้าวสาร

	๒๕๖๐/๖๑	๒๕๖๑/๖๒	๒๕๖๒/๖๓	๒๕๖๓/๖๔	▲% ๖๒/๖๓ - ๖๓/๖๔
บริโภค	๑๐๒.๓๒	๑๐๒.๙๘	๑๐๓.๘๔	๑๐๓.๙๗	๐.๑๓

ที่มา: กระทรวงเกษตรของสหรัฐฯ (USDA) เดือนเมษายน ๒๕๖๔

- ในปี ๒๕๖๐/๖๑ - ๒๕๖๒/๖๓ อาเซียนมีการบริโภคข้าวภายในภูมิภาคเฉลี่ย ๑๐๓.๐๕ ล้านตันต่อปี สำหรับในปี ๒๕๖๓/๖๔ คาดว่าอาเซียนจะมีการบริโภคข้าว ๑๐๓.๙๗ ล้านตัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนที่มีปริมาณ ๑๐๓.๘๔ ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๑๓ เนื่องจากแนวโน้มการขยายตัวของจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น

- ข้าวถือเป็นอาหารหลักสำคัญของประชากรในภูมิภาคอาเซียนที่มีการบริโภคในลักษณะทั้งอาหารหลักที่เป็นอาหารคาวและอาหารว่างจำพวกขนมต่างๆ โดยทุกประเทศในอาเซียนมีการปลูกข้าวเป็นอุตสาหกรรม การเกษตรหลัก (ยกเว้นสิงคโปร์ที่มีพื้นที่เพาะปลูกและรัฐบาลควบคุมพื้นที่ทำการเกษตรเพียงร้อยละ ๓ ของพื้นที่ทั้งหมดเพื่อเพาะปลูกผัก ผลไม้ ดอกไม้ เลี้ยงสัตว์ แต่ไม่มีการเพาะปลูกข้าว) สำหรับประเทศที่สามารถปลูกข้าวได้มากแต่ผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ยังจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ อีกทั้งประชากรในประเทศเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจากการขยายตัวของประชากรในประเทศ รวมถึงแรงงานต่างถิ่น ส่งผลให้แนวโน้มการนำเข้าข้าวจะมากเพิ่มขึ้นในอนาคต

- นอกจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นแล้ว ปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทำให้มูลค่าการนำเข้าข้าวโดยเฉพาะตลาดพรีเมียมจะเพิ่มขึ้นในอนาคต คือรายได้ต่อหัวของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น ภาวะความเป็นเมือง รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งทำให้การเจาะตลาดข้าวคุณภาพดีของไทย เช่น ข้าวหอมมะลิไทย ข้าวอินทรีย์ รวมถึงข้าวสีและข้าวเพื่อสุขภาพชนิดอื่น ๆ อาทิ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวหอมนิล ข้าวหอมมะลิแดง สามารถทำการตลาดได้ง่ายขึ้น

- ในส่วนของประเทศคู่แข่งผู้ผลิตข้าว เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม และเมียนมา มีแนวโน้มการส่งออกข้าวเพิ่มมากขึ้นและมีการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศค่อนข้างน้อย แม้ว่าจะมีความต้องการข้าวพรีเมียมจากต่างประเทศในกลุ่มผู้มีรายได้สูงหรือกลุ่ม Expat อยู่บ้าง

๒. โอกาส อุปสรรค และความท้าทาย

โอกาส	อุปสรรค/ความท้าทาย
คุณภาพและรสชาติของข้าวไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดอาเซียน	ข้าวไทยมีราคาสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ เช่น เวียดนาม และเมียนมา เป็นต้น
ไทยเป็นเจ้าตลาดข้าวในอาเซียนมาอย่างยาวนาน	การแข่งขันในตลาดข้าวมีความรุนแรงมากขึ้น
ร้านอาหารไทยในอาเซียนมีจำนวนเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง	มีการแอบอ้างใช้ชื่อข้าวไทยไปใช้กับข้าวที่ไม่ได้มีแหล่งกำเนิดจากประเทศไทย
ผู้บริโภคในอาเซียนมีรายได้สูงขึ้น ทำให้มีกำลังซื้อและมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อข้าวมากขึ้น	กฎระเบียบการนำเข้าในบางประเทศค่อนข้างเข้มงวด โดยเฉพาะประเทศที่สามารถปลูกข้าวได้
ผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกบริโภคข้าวที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น	หลายประเทศในอาเซียนเริ่มมีนโยบายพึ่งพาตนเองในเรื่องอาหาร เช่น มาเลเซีย และ อินโดนีเซีย เป็นต้น

โอกาส	อุปสรรค/ความท้าทาย
บางประเทศมีการนำเข้าข้าวเพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารต่างๆ	ปัจจุบันการส่งออกข้าวไทยประสบปัญหาเรื่องตู้คอนเทนเนอร์ขาดแคลนและค่าระวางเรือเพิ่มขึ้น

๓. กลยุทธ์เจาะตลาดและแผนงานหลักด้าน

๓.๑ จัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรม In-store promotion ทั้ง Online และ Offline ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต/โมเดิร์นเทรด/ร้านค้าต่างๆ หรือกิจกรรมงานแสดงสินค้า Thailand Week และ Top Thai Brand รวมถึงการเจาะตลาดเมืองรองที่มีศักยภาพและข้าวไทยยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

๓.๒ เน้นการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพข้าวไทย รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยชนิดอื่นๆ ที่นอกเหนือจากข้าวหอมมะลิไทยและมีราคาต่ำกว่า เช่น ข้าวขาว ข้าวหอมไทย เป็นต้น เพื่อเปิดโอกาสและเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคหันมาซื้อข้าวไทยมากขึ้น

๓.๓ ส่งเสริมให้จัดกิจกรรมโฆษณา/ประชาสัมพันธ์/รณรงค์บริโภคข้าวไทย เพื่อให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น

๓.๔ ประชาสัมพันธ์ข้าวไทยร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai Select และส่งเสริมให้ร้านอาหารไทยใช้ข้าวไทยสในการเสิร์ฟลูกค้าและข้าวไทยเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารไทยเมนูต่างๆ

๓.๕ ขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมถึง Youtuber และรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น

๓.๖ ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จากข้าวไทยต่างๆ ทั้งประเภทอาหาร (Food) และไม่ใช่อาหาร (Non-Food) เช่น ขนมขบเคี้ยว เส้นก๋วยเตี๋ยว น้ำมันรำข้าว น้ำมันข้าว เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเวชภัณฑ์ เป็นต้น ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวไทยและช่วยเพิ่มโอกาสช่องทางการจำหน่าย

๓.๗ ร่วมมือกับกรมการค้าต่างประเทศในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้าวไทยและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการนำเข้าข้าวในประเทศผู้นำเข้าข้าวสำคัญ เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เพื่อให้มีการเจรจาซื้อข้าวจากไทย เมื่อมีความต้องการข้าวในประเทศ รวมทั้งการสร้างความร่วมมือด้านการค้าข้าว/การส่งออกข้าวกับประเทศผู้ผลิตข้าวสำคัญ เช่น เวียดนาม กัมพูชา เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและไม่ตัดราคาขายระหว่างกัน

๔. ข้อเสนอแนะ/ประเด็นที่ต้องเฝ้าระวัง (อาทิ GSP FTAs การเมือง การเลือกตั้ง ภัยพิบัติ ฯลฯ)

๔.๑ ไทยจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภาพในการผลิตข้าวในประเทศ โดยการพัฒนากระบวนการชลประทาน โครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการเพาะปลูกข้าว เพื่อให้มีต้นทุนต่ำลงและสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคได้ รวมทั้งการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน โดยเฉพาะพันธุ์ข้าวขาวพื้นนุ่มที่เป็นที่นิยมในตลาดฟิลิปปินส์และมาเลเซียเพิ่มมากขึ้น

๔.๒ การนำเข้าข้าวในสิงคโปร์ถูกควบคุมโดยกฎหมาย Price Control (Rice) ๑๙๙๐ และ Price Control Act (Chapter๒๔๔) ซึ่งออกโดย Ministry of Trade and Industry โดยผู้นำเข้าข้าวในสิงคโปร์จะต้องเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในสิงคโปร์เท่านั้น และผู้นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเรื่องการเก็บสต็อกข้าวในสิงคโปร์ Rice Stockpile Scheme (RSS) ภายใต้กฎหมาย Price Control (Rice) ๑๙๙๐

๔.๓ ปัจจุบันรัฐบาลมาเลเซียให้สิทธิแก่ BERNAS เป็นผู้นำเข้าข้าวจากต่างประเทศแต่เพียงผู้เดียวและการนำเข้าข้าวต้องดำเนินการผ่านทางเรือเท่านั้น โดยกำหนดจุดนำเข้าทางเรือ ๑๑ แห่ง

๔.๔ อินโดนีเซียกำหนดระเบียบกระทรวงการค้า ให้การนำเข้าข้าวขาวเพื่อการทั่วไป ดำเนินการโดย BULOG หรือ National Logistic Supply Organization ของอินโดนีเซียเท่านั้น ภายหลังจากได้รับคำรับรองการนำเข้า (Import Recommendation) จากกระทรวงประสานงานด้านเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย ส่วนข้าวหักเพื่อนำมาใช้

ในอุตสาหกรรมอาหาร สามารถนำเข้าโดยผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้าประเภท API-P (เป็นการนำเข้าเพื่อผลิตสินค้า) เท่านั้น

๔.๕ ฟิลิปปินส์ได้บังคับใช้กฎหมายเปิดเสรีนำเข้าข้าว Rice Tariffication Bill Rice แทนนโยบายการจำกัดการนำเข้าข้าวเชิงปริมาณ (Quantitative Restrictions – QR) ทั้งนี้ คาดว่ากฎหมายดังกล่าวจะช่วยให้อัตราเงินเฟ้อลดต่ำลง โดยได้กำหนดให้ข้าวที่นำเข้าจากกลุ่มประเทศในอาเซียนต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ ๓๕ ส่วนข้าวที่นำเข้าจากประเทศอื่น ๆ ต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ ๕๐

๔.๖ รัฐบาลเมียนมาได้ออกประกาศอนุญาตให้ต่างชาติสามารถดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าข้าวและสินค้าโภคภัณฑ์ได้ เพื่อกระตุ้นภาคการส่งออกและการผลิตสินค้าดังกล่าว ดังนั้น เมียนมาอาจก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในการส่งออกสินค้าข้าว เนื่องจากเป็นสินค้าเป้าหมายที่รัฐบาลเมียนมาให้การส่งเสริมอย่างเต็มที่ นอกจากนี้เมียนมาเริ่มหันมามุ่งเน้นการพัฒนาพันธุ์ข้าวให้มีคุณภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจุบันเมียนมาไม่อนุญาตให้นำเข้าข้าวจากต่างประเทศได้เป็นการทั่วไป โดยหากจะประสงค์จะนำเข้าข้าวต้องมีการขออนุญาตเป็นรายกรณี โดยกระทรวงพาณิชย์เมียนมาจะขอความเห็นไปยัง Myanmar Rice Federation ซึ่งโดยทั่วไปจะไม่เห็นชอบให้มีการนำเข้าในเชิงพาณิชย์เพื่อทำการค้า แต่จะอนุญาตให้นำเข้าเฉพาะข้าวชนิดพิเศษที่เมียนมาไม่สามารถปลูกได้ เช่น ข้าวญี่ปุ่น ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ หรือนำข้าวเพื่อใช้เป็นรายกรณี เช่น ข้าวสำหรับใช้ในร้านอาหารต่างประเทศ

๔.๗ ประเทศผู้ผลิตข้าวสำคัญในภูมิภาค เช่น เวียดนามและกัมพูชา มีแนวโน้มในการส่งเสริมการตลาดข้าวและการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น โดยข้าวไทยมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับประเทศคู่แข่งดังกล่าวมากขึ้นในอนาคต

๔.๘ เวียดนามมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตและการส่งออกข้าว หันมามุ่งเน้นการผลิตข้าวคุณภาพมากขึ้น โดยเน้นการพัฒนาพันธุ์ที่มีความหลากหลายเพื่อรองรับกับความต้องการของแต่ละตลาด ปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมกับการผลิตข้าวไปเพาะปลูกพืชชนิดอื่นที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าข้าวเวียดนามและมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อเจาะตลาดข้าวคุณภาพสูง เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐฯ และแคนาดา เพื่อกระจายความเสี่ยงและลดการพึ่งพาสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดดั้งเดิมข้าวเวียดนาม ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตและการส่งออกดังกล่าว จะทำให้เวียดนามเข้ามาแข่งขันในตลาดที่มีความทับซ้อนกับตลาดข้าวไทยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้เวียดนามจะมีความได้เปรียบจากสิทธิประโยชน์ทางภาษีตามความตกลงการค้าเสรีของเวียดนามกับสหภาพยุโรป (EVFTA) และสหราชอาณาจักร (UKVFTA) แต่เวียดนามยังต้องพัฒนามาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยและการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีความต้องการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารอย่างสูง

๕. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-๑๙ และสถานการณ์เคลื่อนไหวสำคัญอื่นๆ

- **เวียดนาม** สมาคมอาหารเวียดนาม (VFA) คาดว่าในปี ๒๕๖๔ เวียดนามจะยังสามารถส่งออกข้าวได้ดี เนื่องจากตลาดส่งออกสำคัญเช่น ฟิลิปปินส์และแอฟริกายังคงมีการเซ็นสัญญาซื้อข้าวจากเวียดนาม ในขณะที่ อีกหลายประเทศ มีความต้องการข้าวหอมและข้าวเหนียวอย่างมาก นอกจากนี้ ความตกลงการค้าเสรีทวิภาคีและพหุภาคีระหว่างเวียดนามกับประเทศต่างๆ อาทิ เช่น ความตกลงการค้าเสรีสหภาพยุโรป-เวียดนาม (EVFTA) และความตกลงการค้าเสรีระหว่างอังกฤษ - เวียดนาม (UKVFTA) สร้างข้อได้เปรียบจากสิทธิพิเศษทางภาษีทำให้ข้าวเวียดนามสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกอื่นได้มากขึ้น

- **เมียนมา** จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในเมียนมาที่สภาบริหารแห่งรัฐได้เข้ามาควบคุมการบริหารตั้งแต่วันที่ ๑ ก.พ. ๖๔ ทำให้เกิดการประท้วงและการหยุดงานทั่วประเทศส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่มียอดลดลงทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคเมียนมาลดลง นอกจากนี้ รัฐบาลเมียนมามีมาตรการควบคุมการ

แพร่ระบาดของไวรัส COVID-๑๙ อย่างเข้มงวด ทั้งนี้การค้าชายแดนไทย-เมียนมา สามารถขนส่งสินค้าผ่านทางจุดผ่านแดน ได้แก่ จ.เชียงราย จ. ตาก จ.กาญจนบุรีจ.ประจวบฯ และ จ.ระนอง

● **สิงคโปร์** รัฐบาลสิงคโปร์ได้ประกาศใช้มาตรการควบคุมกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจอีกครั้ง เนื่องจากเริ่มพบการติดเชื้อในชุมชนประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๘ ถึง ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๔ ทั้งนี้ มาตรการควบคุมกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจที่จะนำมาใช้ เช่น การพบปะสังสรรค์และไปเยี่ยมญาติ อนุญาตให้มีผู้เข้าร่วมไม่เกิน ๕ คน การทำงานในออฟฟิศอนุญาตไม่เกิน ๕๐% ของจำนวนพนักงานการบังคับใช้มาตรการเว้นระยะห่างในห้างสรรพสินค้า สถานที่ทางศาสนา (ระยะห่างเป็น ๑ คน ต่อ ๑๐ ตารางเมตร) การงดจัดกิจกรรมทางสังคมและการลดจำนวนผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมขนาดใหญ่ต่างๆ เช่น พิธีทางศาสนา การแสดงดนตรีสด พิธีมงคลสมรส เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐบาลสิงคโปร์ยังมีการปรับมาตรการควบคุมการเข้าประเทศและการกักตัวของผู้เดินทางมาจากประเทศอยู่สม่ำเสมอตามสถานการณ์

● **ฟิลิปปินส์** นาง Cynthia Villar ประธานคณะกรรมการวิเทศสัมพันธ์ด้านการเกษตรและอาหารระบุว่า กฎหมายเปิดเสรีนำเข้าข้าว หรือ The Rice Tariffication Law ที่บังคับใช้มาแล้วเป็นระยะเวลา ๒ ปีพบว่าดำเนินไปด้วยดี และประสบความสำเร็จในการช่วยรักษาเสถียรภาพราคาข้าวภายในประเทศและเงินรายได้จากการจัดเก็บภาษีที่มีการจัดสรรเข้ากองทุน RCEF ปีละ ๑ หมื่นล้านเปโซ สามารถช่วยเหลือเกษตรกรชาวนาในการปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรชาวนาให้สามารถแข่งขันในการผลิตข้าว ทั้งนี้ ในปี ๒๕๖๓ พบว่าผลผลิตข้าวของฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น อยู่ที่ ๑๙.๔ ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๓ จากปี ๒๕๖๒ ที่มีผลผลิตอยู่ที่ ๑๘.๘๑ ล้านตัน ซึ่งผลผลิตที่เพิ่มดังกล่าวเทียบเท่ากับระดับความเพียงพอของข้าวที่ร้อยละ ๙๐ ของความต้องการใช้ทั้งหมด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ประเทศในกลุ่มอาเซียนเป็นทั้งคู่แข่งและคู่ค้าของตลาดข้าวไทย และยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องจากจำนวนประชากรที่มีมากถึงกว่า ๖๐๐ ล้านคน และผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะข้าวพรีเมียมในตลาดสิงคโปร์ ซึ่งประชากรมีกำลังซื้อสูง หรือในประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ซึ่งมีกลุ่มผู้มีรายได้สูงโดยข้าวและอาหารไทยถือเป็นอาหารระดับพรีเมียมและสามารถผลักดันการจำหน่ายข้าวในกลุ่มร้านอาหารไทย โรงแรมหรือซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียมได้ หรืออาจพิจารณาเจาะตลาดข้าวประเภทอื่นๆ นอกจากข้าวหอมมะลิไทย เนื่องจากไทยมีข้าวหลายสายพันธุ์ที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย

อย่างไรก็ดี หลายประเทศในภูมิภาค เช่น เวียดนาม เมียนมา กัมพูชา มีแนวโน้มที่จะปลูกข้าวสำหรับการส่งออกเพิ่มมากขึ้น และอาจเป็นคู่แข่งของไทยในอนาคต ไทยจึงจำเป็นต้องวางตำแหน่งทางการตลาดของข้าวไทยและข้าวหอมมะลิไทยให้ชัดเจนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และนำเสนอข้าวคุณภาพดีและข้าวเพื่อสุขภาพชนิดใหม่ๆ รวมทั้งข้าวอินทรีย์ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจกับสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างระหว่างข้าวไทยกับข้าวจากประเทศอื่นๆ การสร้างอัตลักษณ์ของข้าวไทยในตลาดอาเซียน จึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญมาก โดยกรมฯ ควรร่วมมือกับกรมการค้าต่างประเทศ ดำเนินการพัฒนาและจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา/
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์
เมษายน ๒๕๖๔