

สถานการณ์ตลาดข้าวในมาเลเซีย

1. ภาพรวมและแนวโน้มตลาด

- ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มาเลเซียนำเข้าข้าวที่มีคุณภาพด้อยกว่าข้าวไทยจากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น อาทิ อินเดีย ปากีสถาน เมียนมา และกัมพูชา ทั้งนี้เนื่องจากราคาข้าวไทยที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมาก ซึ่งการนำเข้าข้าวที่มีราคาสูงจากไทยอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของราคาข้าวในมาเลเซีย โดยส่วนมากเป็นข้าวราคาต่ำ เนื่องจากความตื่นตระหนกจากการแพร่ระบาดส่งผลให้ชาวมาเลเซียเร่งกักตุนข้าวเพื่อป้องกันการขาดแคลนที่อาจเกิดขึ้น โดยต่อเนื่องมาตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2564

- ส่วนแบ่งตลาดของไทยในมาเลเซียตกลงจากลำดับที่ 1 ในปี 2561 ลำดับที่ 2 ในปี 2562 ลำดับที่ 5 ในปี 2563 ลงมาอยู่ในลำดับที่ 6 ในปี 2564 ในขณะที่เวียดนาม ปากีสถาน เมียนมา และอินเดีย ขยับขึ้นแซงหน้าไทย ทั้งนี้ มาเลเซียได้ลงนามในสัญญาซื้อข้าวจากอินเดียปริมาณ 100,000 ตันในเดือนพฤษภาคม 2563 โดยมีการทยอยส่งมอบในเดือนมิถุนายนเป็นต้นไป ทำให้ปริมาณการนำเข้าข้าวจากอินเดียจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าจากปริมาณการนำเข้าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และในปี 2563 มาเลเซียมีการนำเข้าข้าวจากอินเดียปริมาณ 200,000 ตัน (สัญญาซื้อขายข้าวนี้แสดงถึงความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีขึ้นระหว่างอินเดียและมาเลเซีย หลังจากที่เกิดข้อขัดแย้งเนื่องจากนายกรัฐมนตรีมาเลเซีย (ตุน มหาเธร์) ได้วิพากษ์วิจารณ์นโยบายของอินเดียต่อชนกลุ่มน้อยที่เป็นมุสลิม ทำให้อินเดียตอบโต้โดยการจำกัดการนำเข้าน้ำมันปาล์มจากมาเลเซีย) ในขณะที่เวียดนาม เมียนมา และกัมพูชา เพิ่มชะลอการส่งออกข้าวเพื่อรักษาสต็อกไว้เพื่อบริโภคภายในประเทศภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19

- ชนิดข้าวที่วางจำหน่ายในท้องตลาด ได้แก่ ข้าวขาว ข้าวกล้อง ข้าวญี่ปุ่น และข้าวพันธุ์พิเศษ อาทิ ข้าวหอมข้าวบาสมัติ ข้าวเหนียว และข้าวเหนียว ทั้งนี้มีการคาดการณ์ว่าความต้องการบริโภคข้าวในประเทศในช่วงปี 2563-2564 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเป็น 2.95 ล้านตัน แม้ว่าสินค้าอาหารอื่นๆ จากต่างประเทศ อาทิ พาสต้า ขนมปัง จะได้รับความนิยมมากขึ้นก็ตาม แต่ข้าวยังคงเป็นอาหารหลักของชาวมาเลเซีย

- ชาวมาเลเซียโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้มีรายได้สูงและผู้บริโภคในเขตเมือง เริ่มนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของไทยมากขึ้น

- บริโภคชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแทบทุกชนิดรวมทั้งสินค้าข้าว แม้ว่าจะเป็นข้าวที่มีคุณภาพ หากราคาสูงชาวมาเลเซียจะเลือกซื้อข้าวชนิดอื่นที่มีคุณภาพรองลงไปแทน

- กิจกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของชาวมาเลเซีย
- ชาวมาเลเซียมีความรู้สึกว่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของข้าว

2. นโยบาย กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ

2.1 นโยบายข้าวของประเทศมาเลเซีย

2.1.1 รัฐบาลมาเลเซียจัดทำนโยบายเกษตรและอาหารแห่งชาติ ปี 2554 - 2563 (National Agro-Food Policy 2011-2020) โดยให้ความสำคัญกับการปรับปรุงภาคการผลิตอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าข้าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างความมั่นคงด้านอาหารให้สามารถเข้าถึงได้และมีเพียงพอสำหรับการบริโภคภายในประเทศ (2) เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันรวมทั้งสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร และ (3) เพิ่มระดับรายได้ให้แก่เกษตรกร

2.1.2 นโยบายดังกล่าวส่งเสริมการเพิ่มปริมาณการผลิตข้าวเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศในระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมข้าวผ่านการดำเนินการต่างๆ ดังนี้

- เพิ่มผลผลิตและพัฒนาคุณภาพของข้าว
- เพิ่มการใช้งานระบบอัตโนมัติและเครื่องจักร
- ใช้ผลพลอยได้จากข้าวให้มากยิ่งขึ้น
- ปรับปรุงการบริหารจัดการสต็อกข้าวของประเทศ
- ปรับโครงสร้างการอุดหนุนและการให้สิ่งจูงใจในการปลูกข้าว
- สร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการองค์การที่ดูแลเรื่องข้าวและการเพาะปลูกข้าว

2.1.3 ในปีงบประมาณ 2563 รัฐบาลมาเลเซียได้จัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นเงินรวม 4,900 ล้านริงกิต เพิ่มจากงบประมาณในปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ 4,400 ล้านริงกิต โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร เช่น การสนับสนุนการปลูกเศรษฐกิจเพื่อเสริมรายได้ (พริก สับปะรด มะพร้าว แตงโม และไม้ไผ่) โดยได้รับจัดสรรงบประมาณ 150 ล้านริงกิต การส่งเสริมการปลูกข้าวเหนียวซึ่งเป็นผลผลิตขึ้นชื่อของลังกาวิและจะทำให้เกษตรกรกว่า 1,200 รายได้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยได้รับจัดสรรงบประมาณ 30 ล้านริงกิต การอุดหนุนการปลูกข้าวบนพื้นที่สูง (hill rice) และข้าว “huma” (ข้าวแดงและข้าวดำที่ปลูกในรัฐซาราวัก) สำหรับการปลูกข้าวทั่วไป กระทรวงการคลังได้จัดสรรเงินงบประมาณเพิ่มขึ้นจาก 796 ล้านริงกิต ในปี 2562 เป็น 855 ล้านริงกิตในปี 2563 ภายใต้โครงการ Skim Baja Padi Kerajaan Persekutuan (SBPKP) หรือโครงการปลูกข้าวของประเทศซึ่งให้การสนับสนุน และ Skim Insentif Pengeluaran Padi (SIPP) หรือโครงการสร้างแรงจูงใจในการปลูกข้าว นอกจากนี้ รัฐบาลยังจัดสรรเงินอีก 43 ล้านริงกิตในการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ

2.2 การขออนุญาตนำเข้า

กระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (Ministry of Agriculture and Food Industries: MAFI) ของมาเลเซียเป็นผู้มีอำนาจในการกำกับดูแล การติดตามและควบคุม เรื่องการค้าข้าว โดยอาศัยอำนาจ

ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบที่เกี่ยวกับข้าวเปลือกและข้าวสาร (Paddy and Rice Regulation Act) โดยมีข้อกำหนดที่สำคัญ ดังนี้

1) ผู้นำเข้าข้าว จะต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าและใบอนุญาตค้าส่ง (import and wholesale license) จากกระทรวงเกษตรฯ ของมาเลเซีย ซึ่งในปัจจุบันกระทรวงเกษตรฯ ของมาเลเซียได้มอบสิทธิในการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศแต่เพียงผู้เดียวแก่ BERNAS หรือ Padiberas Nasional Bhd สำหรับแป้งข้าว มีการออกใบอนุญาตให้ผู้นำเข้าเฉพาะแป้งข้าวเหนียว แต่ไม่มีการออกใบอนุญาตนำเข้าแป้งข้าวเจ้ามาเป็นเวลานานแล้ว

2) ไม่อนุญาตให้นำเข้าข้าวผ่านมาทางบกเพื่อป้องกันการลักลอบนำเข้าข้าว ทำให้การนำเข้าข้าวจากต่างประเทศต้องดำเนินการผ่านทางเรือเท่านั้น โดยกำหนดจุดนำเข้าทางเรือ 11 แห่ง ได้แก่ ท่าเรือปีนัง, ท่าเรือ คลัง รัฐสลังงอ, ท่าเรือยะโฮร์, ท่าเรือกวนตัน รัฐปะหัง, ท่าเรือคูชิง รัฐซาราวัก, ท่าเรือชิบู รัฐซาราวัก, ท่าเรือปินตูลู รัฐซาราวัก, ท่าเรือโกตาบารู รัฐซาบารห์, ท่าเรือชานดากัน รัฐซาบารห์, ท่าเรือลาฮัต รัฐซาบารห์ และท่าเรือตาเวา รัฐซาบารห์

3. การนำเข้า

3.1 การนำเข้าในปัจจุบัน

การนำเข้าข้าวของมาเลเซียในปี 2564 (เดือนมกราคม-เดือนกุมภาพันธ์) มีมูลค่า 62.345 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 20.73 โดยมีการนำเข้าข้าวจาก อินเดีย ปากีสถาน เพิ่มขึ้นในเชิงมูลค่าและปริมาณ แต่มีการนำเข้าข้าวจากไทยลดลง โดยมีปริมาณการนำเข้าอยู่ที่ 6,059 ตัน คิดเป็นมูลค่า 3.5 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 74.5 และ 65.58 ตามลำดับ

มูลค่าการนำเข้าข้าวของมาเลเซีย

	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)			สัดส่วน (%)		อัตรายายตัว (%)	
	2562	2563	2564 (ม.ค.-ก.พ.)	2563	2564 (ม.ค.-ก.พ.)	2563	2564 (ม.ค.-ก.พ.)
รวม	452.71	586.60	62.345	100	100	29.58	-20.73
1. อินเดีย	54.86	163.14	33.011	27.81	52.95	197.38	165.19
2. ปากีสถาน	29.94	63.08	8.710	10.75	13.97	110.71	4.35
3. เวียดนาม	200.61	245.93	8.327	41.92	13.36	22.59	-76.50
4. กัมพูชา	27.23	32.79	4.468	5.59	7.17	20.41	-35.5
5. เมียนมา	16.61	40.02	4.040	6.82	6.48	141.00	-16.8
6. ไทย	120.77	38.66	3.508	6.59	5.63	-67.99	-65.58

ที่มา : Global Trade Atlas

ปริมาณการนำเข้าข้าวของมาเลเซีย

	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)			สัดส่วน (%)		อัตรายายตัว (%)	
	2562	2563	2564 (ม.ค.-ก.พ.)	2563	2564 (ม.ค.-ก.พ.)	2563	2564 (ม.ค.-ก.พ.)
รวม	969,392	1,219,932	128,485	100	100	25.85	-21.11
1. อินเดีย	81,399	336,283	72,203	27.57	56.20	313.13	268.86
2. ปากีสถาน	51,405	126,162	19,575	10.34	15.24	145.43	2.62
3. เวียดนาม	462,084	526,517	13,978	43.16	10.88	13.94	-81.79
4. เมียนมา	48,518	111,779	10,899	9.16	8.48	130.39	-27.02
5. ไทย	292,624	75,802	6,059	6.21	4.72	-74.10	-74.50
6. กัมพูชา	31,628	40,501	5,599	3.32	4.36	28.06	-33.57

ที่มา : Global Trade Atlas

ปัจจัยหลักที่มาเลเซียมีการนำเข้าข้าวจากไทยลดลง คาดว่าจะเป็นผลมาจากราคาข้าวไทยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับเวียดนาม ประกอบกับค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ข้าวไทยสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ในขณะที่ข้าวของประเทศคู่แข่งมีราคาต่ำ อีกทั้งตลาดมาเลเซียบริโภคข้าวขาวเป็นหลักซึ่งปัจจัยราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3.2 ราคาขายปลีกข้าวในประเทศมาเลเซีย

ชนิดข้าว	ขนาดบรรจุภัณฑ์	ราคา (ริงกิต)	หมายเหตุ
Beras Pulut Faiza	1 กิโลกรัม	6.29	ข้าวท้องถิ่น
Ketupat Malaysian Satay Rice	750 กรัม	6.29	ข้าวท้องถิ่น
Ketupat Malaysian Satay Rice	10 กิโลกรัม	25.48	ข้าวท้องถิ่น
Beras Faiza Emas	5 กิโลกรัม	13	ข้าวท้องถิ่น
Beras Faiza Emas	10 กิโลกรัม	26	ข้าวท้องถิ่น
Cap Rambutan Beras	5 กิโลกรัม	13	ข้าวท้องถิ่น
Cap Rambutan Beras	10 กิโลกรัม	26	ข้าวท้องถิ่น
Special Fragrant Rice	1 กิโลกรัม	8.25 - 13.90	สินค้านำเข้า
Special Fragrant Rice	5 กิโลกรัม	29.99 - 39.98	สินค้านำเข้า
Special Fragrant Rice	10 กิโลกรัม	29.88 - 55.88	สินค้านำเข้า
Thai Fragrant Rice	1 กิโลกรัม	5.99 - 8.60	สินค้านำเข้า

ชนิดข้าว	ขนาดบรรจุภัณฑ์	ราคา (ริงกิต)	หมายเหตุ
Thai Fragrant Rice	5 กิโลกรัม	26.90 - 42.99	สินค้านำเข้า
Thai Fragrant Rice	10 กิโลกรัม	36.88 - 57.50	สินค้านำเข้า
Thai Hom Mali Rice	5 กิโลกรัม	43	สินค้านำเข้า
Thai Hom Mali Rice	10 กิโลกรัม	61.80	สินค้านำเข้า
Cambodian White Rice	5 กิโลกรัม	31.88	สินค้านำเข้า
Basmati Rice	5 กิโลกรัม	37.59 - 46.88	สินค้านำเข้า
Basmati Rice	10 กิโลกรัม	64.05	สินค้านำเข้า
Glutinous Rice	1 กิโลกรัม	5.85 - 9.94	ข้าวท้องถิ่น
Glutinous Rice	1 กิโลกรัม	6.70 - 7.10	สินค้านำเข้า
Glutinous Rice	2 กิโลกรัม	11.65	สินค้านำเข้า
Japonica Rice	1 กิโลกรัม	9.99	สินค้านำเข้า
Japonica Rice	5 กิโลกรัม	27.88 - 38.99	สินค้านำเข้า
Ponni Rice	1 กิโลกรัม	7.99	สินค้านำเข้า
Ponni Rice	5 กิโลกรัม	33.99	สินค้านำเข้า
Parboiled Rice	5 กิโลกรัม	19.99 - 43.88	สินค้านำเข้า
Brown Rice	1 กิโลกรัม	5.19 - 8.65	สินค้านำเข้า
Brown Rice	2 กิโลกรัม	9.29 - 11.99	สินค้านำเข้า
Brown Rice	5 กิโลกรัม	18.89 - 29.50	สินค้านำเข้า
Thai Red Rice	1 กิโลกรัม	14.28 - 18.79	สินค้านำเข้า
Malaysian Red Rice	1 กิโลกรัม	12.00	ข้าวท้องถิ่น
Wholegrain Rice	2 กิโลกรัม	15.59	สินค้านำเข้า
Thai Blackberry Rice	1 กิโลกรัม	13.89	สินค้านำเข้า
Embryo Wellness Rice	1 กิโลกรัม	14.90	สินค้านำเข้า
Organic Cambodian Brown Rice	1 กิโลกรัม	17.59	สินค้านำเข้า
Organic Black Rice	1 กิโลกรัม	22.9	สินค้านำเข้า
Organic Brown Rice	1 กิโลกรัม	15.60	สินค้านำเข้า
Organic Basmati Rice	1 กิโลกรัม	15.90	สินค้านำเข้า

ที่มา : การสำรวจราคาขายปลีกข้าว ณ AEON Supermarket กรุงเทพมหานคร

4. ปัญหา อุปสรรคและแนวทางการส่งเสริมตลาด

4.1 ปัญหาและอุปสรรค

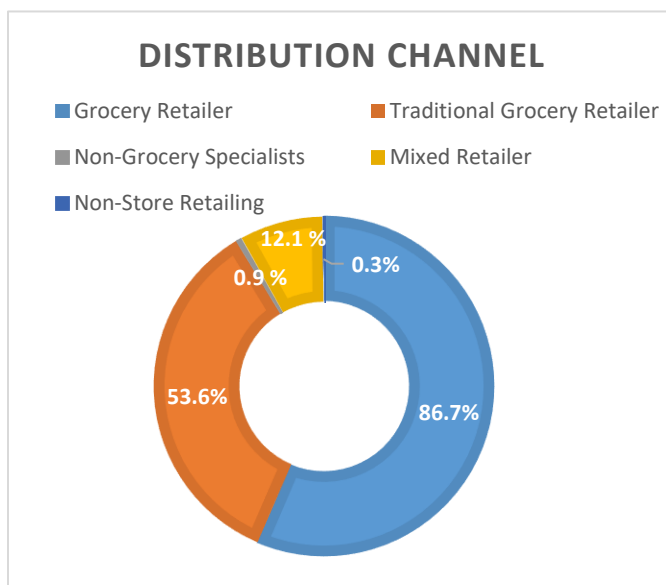
โอกาส	อุปสรรค/ความท้าทาย
ข้าวไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าวขาวเป็นที่ยอมรับในตลาดมาเลเซียทั้งในด้านรสชาติและคุณภาพ	มาเลเซียมีนโยบายเพาะปลูกข้าวในประเทศเพิ่มขึ้นให้ถึงระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มปริมาณการผลิตให้ถึงร้อยละ 75 เพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ และลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ
ร้านอาหารไทยในมาเลเซียมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยกว่า 150 ร้าน จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดข้าวไทยไปยังร้านอาหารดังกล่าว	ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับเงินสกุลอื่น ส่งผลให้ข้าวไทยมีราคาสูงกว่าข้าวที่มาจากตลาดอื่นๆ เช่น เวียดนาม เมียนมา อินเดีย กัมพูชา และปากีสถาน
	ชาวมาเลเซียบางกลุ่มเชื่อว่าการบริโภคข้าวจะส่งผลให้ปริมาณน้ำตาลในเลือดเพิ่มสูงขึ้นทำให้เกิดโรคอ้วนจึงมีแนวโน้มบริโภคข้าวลดลง

4.2 รูปแบบการค้าและช่องทางการกระจายสินค้าข้าว

หลังจาก BERNAS นำเข้าข้าวแล้วก็จะกระจายต่อไปยังผู้กระจายสินค้าข้าวในประเทศเพื่อนำไปจัดจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีก คือ ร้านค้าปลีกที่มีหน้าร้านทางกายภาพ (Store-Based Retailing) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.7 ของยอดจำหน่ายทั้งหมด โดยสามารถแยกย่อยออกเป็น

4.2.1 การค้าปลีกผ่านร้านขายของชำ (Grocery Retailer) ร้อยละ 86.7 ประกอบด้วยร้านค้าปลีกสมัยใหม่ร้อยละ 33.1 เช่น ร้านสะดวกซื้อ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านในปั้มน้ำมัน และซูเปอร์มาร์เก็ต

4.2.2 ร้านค้าปลีกรายย่อยหรือร้านโชห่วยทั่วไป (Traditional Grocery Retailers) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.6 อาทิ ร้านขายอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านขายของชำขนาดเล็ก เป็นต้น



4.2.3 ร้านขายสินค้าทั่วไป (Non-Grocery Specialists) มีสัดส่วนร้อยละ 0.9 และร้านค้าปลีกแบบผสม (Mixed Retailer) มีสัดส่วนร้อยละ 12.1 สำหรับช่องทางค้าปลีกแบบไม่มีหน้าร้าน (Non-Store Retailing) คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.3

4.3 แนวทางการส่งเสริมตลาด

- ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออกข้าวโดยเฉพาะข้าวขาวมายังมาเลเซียจะต้องติดต่อผ่าน BERNAS โดยนำเสนอข้อมูลบริษัทตามที่ BERNAS กำหนด เพื่อที่ BERNAS จะพิจารณาบรรจุบริษัทผู้ส่งออก ไว้ในรายชื่อ vendors รวมทั้งเชื่อมโยงระบบการซื้อขาย เนื่องจากการสั่งซื้อข้าวของ BERNAS จะมีการเปิดประมูล ผ่านระบบคอมพิวเตอร์เฉพาะผู้ส่งออกที่อยู่ในรายชื่อเท่านั้น สำหรับข้าวประเภทอื่นๆ อาทิ ข้าวเหนียว ข้าวหอม มะลิ และข้าวสีสามารถติดต่อไปยังผู้กระจายสินค้า (distributors) เพื่อดำเนินการขออนุญาตนำเข้าผ่าน BERNAS ในลักษณะ back-to-back รวมทั้งสามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มในมาเลเซียเพื่อพบปะผู้จัดจำหน่ายสินค้า อาทิ

- งาน Malaysia International Halal Showcase : MIHAS จัดขึ้นประมาณปลายเดือนมีนาคมของทุกปี ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า MITEC

- งาน The Malaysian International Food & Beverage Trade Fair : MIFB จัดขึ้นประมาณปลายเดือนกรกฎาคมของทุกปี ณ Kuala Lumpur Convention Center (KLCC)

- งาน Food and Hotel Malaysia (FHM) จัดขึ้นประมาณปลายเดือนกันยายนทุก 2 ปี ณ Kuala Lumpur Convention Center (KLCC) โดยจัดสลับกับสิงคโปร์

- ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าข้าวชนิดต่างๆ ของไทยในมาเลเซียผ่านสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมทั้งจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับข้าวไทยผ่านการสาธิตการทำอาหารโดยใช้ข้าวไทยเป็นวัตถุดิบ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีให้แก่ข้าวไทยตลอดจนส่งเสริมการบริโภคข้าวไทยต่อกลุ่มผู้บริโภคชาวมาเลเซีย

.....