

ข้าวหนึ่งไทย...

ทำอย่างไรจึงจะเพิ่มโอกาส ในตลาดส่งออก

ในจำนวนสินค้าข้าวส่งออกของไทย ข้าวหนึ่งหรือข้าวพาร์บอยส์นับว่าเป็นสินค้าที่น่าจับตาและหากมีการบริหารจัดการทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทานระหว่างแหล่งผลิตต้นน้ำสู่ตลาดปลายน้ำให้ดีแล้ว การขยายตลาดส่งออกข้าวหนึ่งของไทยจะยังมีโอกาสเพิ่มขึ้นได้อีกมากแม้ว่าในช่วงสองปีที่ผ่านมา นโยบายรับจำนำข้าวทุกเมล็ดในระดับราคาสูงของรัฐบาลที่ผ่านมาจะทำให้ปริมาณการส่งออกข้าวหนึ่งของไทยลดลงไปอย่างมากพร้อมๆ กับการหดตัวของตลาดการค้าข้าวหนึ่งไทยทั้งในตลาดแอฟริกาและตลาดตะวันออกกลางก็ตาม

หากดูสถิติการส่งออกข้าวหนึ่งของไทยในช่วงเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา การส่งออกข้าวหนึ่งของไทยได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากจำนวน 1.5 ล้านตัน ในปี 2546 ได้ปรับเพิ่มขึ้นและมีปริมาณการส่งออกสูงสุดเป็น 3.43 ล้านตัน ในปี 2554 ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวในรอบสิบปีที่ผ่านมา สำหรับในปี 2555 และปี 2556 ปริมาณการส่งออกข้าวหนึ่งได้ลดลงมาประมาณเกือบครึ่งหนึ่งอันเป็นผลจากนโยบายการผูกขาดตลาดข้าวของภาครัฐที่ได้แต่ยกระดับราคาให้สูงแต่ไม่ได้มีกลไกในการยกระดับเชิงคุณภาพและคุณค่าของสินค้าข้าวหนึ่งไทย ทำให้การส่งออกข้าวหนึ่งลดลงเหลือเพียง 1.69 ล้านตันในปี 2556



ข้าวหนึ่งมีกำเนิดมาจากประเทศอินเดีย ทั้งนี้ประชากรในอินเดียจำนวนมากไม่น้อยบริโภคข้าวหนึ่งในชีวิตประจำวัน ข้าวหนึ่งที่ผลิตในอินเดียส่วนหนึ่งจะใช้บริโภคภายในประเทศและอีกส่วนหนึ่งส่งเป็นสินค้าออกและเป็นผู้ถือครองตลาดข้าวหนึ่งรายใหญ่มาโดยตลอด อย่างไรก็ตามภาวะวิกฤตข้าวแพงในปี 2551 ได้มีผลให้อินเดียห้ามการส่งออกข้าวทุกชนิดยกเว้นข้าวบาสมาดิ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวได้ทำให้ข้าวหนึ่งไทยได้ขยายตัวไปในตลาดแอฟริกาและตะวันออกกลางทดแทนข้าวหนึ่งส่งออกจากอินเดียในช่วงเวลาดังกล่าว

ข้าวหนึ่งจะต่างจากข้าวสารเจ้าทั่วไปเพราะข้าวหนึ่งจะมีกรรมวิธีการผลิตที่ต่างออกไปกล่าวคือการผลิตข้าวหนึ่งจะไม่ได้นำข้าวเปลือกมาสีเหมือนการผลิตข้าวเจ้า แต่จะนำข้าวเปลือกมาแช่น้ำอุ่นที่มีอุณหภูมิประมาณ 50-60 °C เป็นเวลาประมาณ 6-8 ชั่วโมงก่อน แล้วจึง

นำไปนึ่งด้วยไอน้ำร้อนก่อนนำไปตากให้แห้งแล้วจึงนำไปสีแปรสภาพ การที่แช่น้ำอุ่นและนึ่งด้วยไอน้ำร้อนก็เพื่อให้แป้งในเมล็ดข้าวสุกและมีคุณภาพการขัดสีดีขึ้น ลดการหักของข้าวรวมถึงการทำให้ธาตุและสารอาหารต่างๆ ที่อยู่ระหว่างเปลือกและเมล็ดข้าวซึมสะสมอยู่ในส่วนของเมล็ดข้าวสาร เป็นการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการให้มีมากขึ้นกว่าข้าวสาร ข้าวหนึ่งจึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่แยกจากกลุ่มผู้บริโภคข้าวสารเจ้าทั่วไป

ประมาณว่าการค้าข้าวหนึ่งในตลาดการค้าข้าวโลกมีประมาณ 6 ล้านตันหรือประมาณ 15-16% ของปริมาณการค้าข้าวโลก อย่างไรก็ตามเป็นที่คาดหมายว่าตลาดข้าวหนึ่งกำลังเติบโตขึ้นอย่างมั่นคง ทั้งนี้เพราะว่าการมีรายได้เพิ่มขึ้นของประชากรในทวีปแอฟริกาได้เปลี่ยนจากการบริโภคพืชจากตระกูลหัวและราก (root crop) เช่น มันสำปะหลังมาสู่ธัญพืช (grain crop) โดยเฉพาะการบริโภคข้าวหนึ่ง อีกทั้งในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลางเป็นแหล่งที่ผลิตข้าวไม่เพียงพอและต้องนำเข้าโดยเฉพาะในภูมิภาคแอฟริกาต้องนำเข้ามากถึง 17 ล้านตัน ส่วนในภูมิภาคตะวันออกกลางมีความต้องการนำเข้าถึง 7 ล้านตัน และความต้องการนำเข้าดังกล่าวยังมีโอกาสขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น

การส่งออกข้าวหนึ่งของอินเดียในปี 2556 พบว่ามีสัดส่วนการค้าประมาณร้อยละ 60 ส่วนไทยมีสัดส่วนของตลาดข้าวหนึ่งเพียงร้อยละ 30 ที่เหลือจะเป็นสัดส่วนจากสหรัฐอเมริกา อูรุกวัย บราซิล และจากเวียดนามบ้างในจำนวนเล็กน้อย โดยมีภูมิภาคแอฟริกาเป็นตลาดนำเข้าข้าวหนึ่งที่ใหญ่ มีสัดส่วนทางการค้าประมาณร้อยละ 74 รองลงมาได้แก่ภูมิภาคตะวันออกกลางประมาณร้อยละ 12 และที่เหลือจะกระจายไปตามภูมิภาคอื่นๆ

สำหรับการส่งออกข้าวหนึ่งของไทยส่วนใหญ่ส่งออกไปในตลาดแอฟริกาเป็นสำคัญหรือประมาณสี่ในห้าส่วนของปริมาณการส่งออกข้าวหนึ่งทั้งหมด ตลาดที่รองลงมาเป็นตะวันออกกลางแต่ก็มีสัดส่วนเพียงหนึ่งในสิบเท่านั้น ส่วนตลาดเอเชีย ยุโรป อเมริกา และรวมถึงโอเชียเนียมีการนำเข้าข้าวหนึ่งจากไทยจำนวนเล็กน้อย การที่ประชากรในภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลางนิยมบริโภคข้าวหนึ่ง น่าจะเป็นเพราะปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับความสะดวกต่อการเก็บรักษาโดยไม่ทำให้สูญเสีย การมีสวนประกอบของธาตุอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่คิดว่า รวมถึงการเข้ากันได้กับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารและวิธีการปรุงอาหารของประชากรในภูมิภาคดังกล่าว

ตารางปริมาณและร้อยละการส่งออกข้าวหนึ่ง ของไทยไปในภูมิภาคต่างๆ ของโลก

ภูมิภาค	ปริมาณ				ร้อยละ			
	2553	2554	2555	2556	2553	2554	2555	2556
เอเชีย	141,098	687,501	487	423	4.45	20.03	0.02	0.03
ตะวันออกกลาง	354,070	302,555	214,780	228,686	11.17	8.82	9.87	13.52
ยุโรป	118,919	147,770	42,159	58,120	3.75	4.31	1.94	3.43
แอฟริกา	2,550,801	2,290,573	1,916,345	1,401,408	80.47	66.75	88.03	82.85
อเมริกา	2,539	506	381	483	0.08	0.01	0.02	0.03
โอเชียเนีย	2,304	2,865	2,762	2,375	0.08	0.08	0.12	0.14
รวม	3,169,731	3,431,770	2,176,915	1,691,495	100	100	100	100

ที่มา: จำนวนจากข้อมูลสหภาพการค้าไทย

หากถามถึงข้าวหนึ่งที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมนั้นอาจตอบได้ว่าเป็นข้าวหนึ่งที่ผลิตจากบาสมาติของอินเดีย เพราะข้าวบาสมาติเป็นพันธุ์ข้าวหอมมีโมลิโสะระดับปานกลาง จึงทำให้ข้าวหนึ่งที่ทำมาจากข้าวบาสมาติมีกลิ่นหอมและร่วนมีตลาดจำเพาะและถูกจำหน่ายในตลาดผู้มีรายได้สูงจัดเป็น niche product ในขณะที่ข้าวหนึ่งที่ทำจากข้าวหอมมะลิ หรือรองลงมาที่ทำจากข้าวหอมประทุมของไทยก็จัดเป็นข้าวหนึ่งในระดับพรีเมียมด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามข้าวหนึ่งระดับพรีเมียมทั้งสองชนิดนี้จะแตกต่างกันเพราะข้าวหนึ่งที่ทำจากข้าวหอมมะลิหรือหอมประทุมจะนุ่มกว่าข้าวหนึ่งที่ทำจากข้าวบาสมาติเพราะมีค่าอมิโลสต่ำกว่าข้าวบาสมาติ ส่วนกลุ่มลูกค้าสำหรับข้าวสองชนิดนี้จะต่างกัน

ปกติแล้วการทำข้าวหนึ่งทั่วไปจะใช้ข้าวเปลือกแบบคณะพันธุ์มาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต การใช้ข้าวเปลือกแบบคณะพันธุ์จะทำให้ควบคุมคุณภาพได้ยากและทำให้ข้าวหนึ่งที่ผลิตได้ในลักษณะนี้เป็นสินค้าแบบ mass production สินค้าดังกล่าวจะถูกจำหน่ายในตลาดล่างและมีระดับราคาต่ำ ซึ่งการผลิตข้าวหนึ่งของอินเดียโดยทั่วไปจะจัดอยู่ในกลุ่มนี้

สำหรับการทำข้าวหนึ่งของไทยในระยะแรกๆ ก็เป็นการรวบรวมข้าวเปลือกคณะพันธุ์มาใช้ในการผลิต โดยเฉพาะข้าวเปลือกกลุ่มพันธุ์ไม่วางที่มีอุปทานผลผลิตมากในพื้นที่ชลประทาน ซึ่งเกษตรกรแต่ละรายจะมีการใช้พันธุ์ข้าวที่หลากหลายกันออกไปในพื้นที่หนึ่งๆ ตามความชอบของตนเอง อย่างไรก็ตามการปรับตัวของผู้ประกอบการข้าวหนึ่งไทยในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมาได้ก้าวหน้าไปมากเพราะนอกจากจะได้ปรับปรุงเทคนิคการผลิตข้าวหนึ่งให้มีความใสของเมล็ดข้าวสารพร้อมๆ กับสีของเมล็ดข้าวสารที่ตลาดต้องการแล้ว ยังพยายามจัดหาวัตถุดิบที่มีค่าอมิโลสปานกลางเพื่อให้เทียบเคียงได้กับอมิโลสของข้าวบาสมาติมาเป็นวัตถุดิบ เพื่อสร้างเป็นสินค้าทดแทนข้าวหนึ่งที่ผลิตจากข้าวบาสมาติของอินเดีย การปรับปรุงดังกล่าวได้มีผลทำให้ข้าวหนึ่งของไทยราคาสูงกว่าราคาข้าวหนึ่งของอินเดียประมาณร้อยละ 5-15

นอกจากนี้ผู้ประกอบการข้าวหนึ่งไทยบางรายในตลาดส่งออกจะพิถีพิถันในการรวบรวมข้าวเปลือกสายพันธุ์มากกว่าการใช้ข้าวเปลือกแบบคณะพันธุ์มาทำข้าวหนึ่งพันธุ์ข้าวเปลือกที่นิยมใช้ทำข้าวหนึ่งจะเป็นพันธุ์ที่มีค่าอมิโลสระดับปานกลาง โดยเฉพาะข้าวพันธุ์ขาวตาแห้ง เสาไห้ เหลืองประทิว สุพรรณบุรี 60 กข23 ชัยนาท 1 กข19 เป็นต้น เพราะข้าวพันธุ์ดังกล่าวเมื่อนำมาทำเป็นข้าวหนึ่งแล้วจะมีเมล็ดข้าวสีใส หรือบางพันธุ์จะออกเหลืองใส มีความร่วนเมื่อหุงสุกคล้ายข้าวบาสมาติของอินเดียทำให้สินค้าข้าวหนึ่งของไทยไปทดแทนสินค้าข้าวหนึ่งระดับพรีเมียมจากอินเดียได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งมีระดับราคาเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าราคาข้าวหนึ่งที่ทำจากข้าวบาสมาติมาก ทำให้ข้าวหนึ่งไทยได้ขยายตลาดเติบโตขึ้นมาอย่างมากในภูมิภาคแอฟริกา

อย่างไรก็ตาม พันธุ์ข้าวที่มีอมิโลสปานกลางที่กล่าวถึงหลายพันธุ์ เช่น ขาวตาแห้ง เสาไห้ หรือเหลืองประทิว เป็นข้าวพันธุ์ไม่วางหรือพันธุ์พื้นเมืองที่เพาะปลูกได้เฉพาะฤดูนาปีเท่านั้น และส่วนมากเป็นพันธุ์ที่ปลูกเฉพาะถิ่น ในกรณีของข้าวพันธุ์ไม่วางอย่างเช่น สุพรรณบุรี 60 ชัยนาท 1 กข19 และ กข23 เป็นต้น แม้จะปลูกได้ทั้งฤดูนาปีและฤดูนาปรัง แต่หลายพันธุ์ไม่ต้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาลทำให้เกษตรกรในพื้นที่ชลประทานไม่นิยมเพาะปลูกข้าวพันธุ์ดังกล่าวที่ผ่านการรวบรวมข้าวเปลือกที่จะใช้ผลิตข้าวหนึ่งจะใช้กลไกตลาดในพื้นที่ โดยอาศัยระดับราคามาเป็นปัจจัยในการแยกข้าวเปลือกตามพันธุ์ข้าวที่จะนำมาใช้ในการทำข้าวหนึ่ง แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนไม่น้อยที่ใช้ระบบการผลิตในแบบของ mass production โดยใช้ลักษณะของการคณะพันธุ์อยู่และผลิตข้าวหนึ่งขายในตลาดล่างมากกว่าตลาดบน



ดังนั้น หากประเทศไทยต้องการขยายตลาดข้าวหนึ่งเพื่อการถือครองตลาดในแอฟริกาให้มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นแล้ว สิ่งจำเป็นที่ภาคราชการและเอกชนรวมถึงเกษตรกรจะต้องร่วมมือกันในการปรับปรุงระบบการจัดการโซ่อุปทานเสียใหม่ ทั้งนี้ โดยการเริ่มจากการพัฒนาชุมชนให้เป็นศูนย์กลางของการจัดการในกระบวนการผลิตต้นน้ำเพื่อสร้างคุณค่าของวัตถุดิบจากโซ่อุปทานต้นน้ำ ขณะเดียวกันภาครัฐและหน่วยราชการควรจะไปสนับสนุนช่วยเหลือในการสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งพร้อมๆ กับการจัดหาพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับชุมชนให้เกิดเป็นความจำเพาะของพื้นที่ในการผลิตวัตถุดิบในส่วนของผู้ประกอบการผลิตข้าวหนึ่งซึ่งเป็นผู้ประกอบการกลางน้ำก็จะต้องผูกโยงความต้องการวัตถุดิบของตนกับเครือข่ายชุมชนต้นน้ำพร้อมๆ กับการสร้างคุณค่าในกรรมวิธีการผลิตให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคปลายน้ำ การผูกโยงห่วงโซ่อุปทานดังกล่าวนอกจากจะทำให้เกษตรกรผลิตข้าวตรงกับความต้องการใช้เป็นวัตถุดิบของผู้ประกอบการแล้ว ผู้ประกอบการข้าวหนึ่งเองก็สามารถสร้างความจำเพาะให้กับสินค้าข้าวหนึ่งของตนเองได้ ขณะเดียวกันผู้บริโภคในตลาดก็ยินดีจะจ่ายเป็นค่าพรีเมียมให้กับความจำเพาะดังกล่าวเพิ่มขึ้น การปรับตัวไปสู่สถานการณ์ดังกล่าวจึงน่าจะเป็นประโยชน์และทางเลือกหนึ่งให้กับอุตสาหกรรมข้าวไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดการค้าระหว่างประเทศ ♡