

สนค. ขีดตลาดข้าวโลก ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อ “คุณค่า”

เตรียมผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบาย “ข้าวมูลค่าสูง” 5 ด้าน ยกย่องได้เกษตรกรไทย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการค้าข้าวมูลค่าสูงของไทย เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในเวทีการค้าโลก มุ่งหวังยกระดับรายได้เกษตรกร

นายันทพพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิดงานสัมมนาเผยแพร่ผลการดำเนินโครงการศึกษาการยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวสู่สินค้าเกษตรมูลค่าสูง เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2569 ณ โรงแรมอีสติน แกรนด์ พญาไท ร่วมกับบริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด โดย สนค. ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดโลก และเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างยั่งยืน จึงได้ดำเนินโครงการนี้ภายใต้แนวคิดปรัวิชา การสู่การ “ปฏิบัติเชิงนโยบาย” และมุ่งเน้นให้การค้าข้าวไทยปรับทิศทางจาก “การขายปริมาณ” สู่ “การขายคุณค่า” ตามนโยบาย New Rice Economy ของท่านศุภจี สุธรรมพันธุ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ด้วยกลยุทธ์ “ตลาดนำการผลิต” หรือ Demand Driven โดยแบ่งข้าวมูลค่าสูงตามฟังก์ชันความต้องการโลกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าวรักษ์โลก กลุ่มข้าวมีเรื่องราว และกลุ่มข้าวสุขภาพ เพื่อศึกษาแนวโน้มและปริมาณความต้องการของตลาด และนำไปสู่การปรับด้านการผลิตข้าวมูลค่าสูงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้บูรณาการความร่วมมือระหว่าง 4 กระทรวง ร่วมกับ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลกลางด้านอุปสงค์และอุปทานสินค้าเกษตรให้เป็นข้อมูลชุดเดียวกัน ใช้สนับสนุนการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และกำหนดมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรได้อย่างแม่นยำและทันทั่วถึง เพื่อยกระดับการค้าข้าวไทยสู่สินค้าเกษตรมูลค่าสูงอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาพบว่า **ตลาดข้าวมูลค่าสูงของโลกมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง**¹ เช่น กลุ่มข้าวสี (ข้าวกล้องข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวแดง) (Colored rice (Black/Brown/Red)) ครองส่วนแบ่งมากกว่า 50% ของมูลค่าตลาดข้าวมูลค่าสูงทั้งหมด คาดว่าจะเติบโตจาก 22.0–23.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2567 ไปสู่ 47.0–48.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2578 ข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) เป็นกลุ่มข้าวสุขภาพที่มีขนาดตลาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 รองจากข้าวสี โดยในปี 2567 มีมูลค่าสูงถึง 7.8–10.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนราว 20% ของตลาดข้าวมูลค่าสูง) และคาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องด้วย CAGR 4.1–6.8% หรือมีมูลค่าราว 13.0–20.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2578 ข้าวคาร์บอนต่ำ (low Carbon rice) แม้ในปี 2567 จะมีฐานมูลค่าที่ยังเล็กอยู่เพียง 0.3–0.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ แต่พบว่ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) สูงที่สุดถึง 30% ส่งผลให้มูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 5.0–8.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2578 **สำหรับตลาดข้าวมูลค่าสูงของไทย** ในปี 2567 มีการคาดการณ์ส่วนแบ่งข้าวมูลค่าสูงของไทย ว่าจะอยู่ประมาณ 9 – 12%² ของตลาดโลก คิดเป็นมูลค่า 2.3 – 4.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะมีส่วนแบ่งสูงถึง 13 -18 % ของตลาดโลก และมีมูลค่า 4.9 – 10 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2578

นอกจากนี้ ผลการสำรวจตลาด พบว่า **ฮ่องกง** ข้าวไทยยังคงครองแชมป์ด้วยส่วนแบ่งตลาดประมาณ 57% (ประมาณ 150,000 ตัน) และผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป มีความต้องการความสะดวก (Ready-to-eat)

² Organic Rice: Allied Market Research; Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)

Colored Rice (Black/Brown/Red): Credence Research; Consegic Business Intelligence; MMR Statistics; Yahoo Finance

Functional / Low GI Rice & Trade Data: Grand View Research; Spherical Insights; ScienceDirect; ITC TradeMap (HS 100620)

แต่ยังต้องดูดีและสุขภาพดี ปัจจัยที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อข้าวไทยนั้นเพราะ ความคุ้มค่าเงิน 41% ซึ่งเทียบเท่ากับการตัดสินใจซื้อเพราะคุณภาพที่ 40% ในขณะที่ กวางโจว มองว่า ข้าวไทยถูกวางตำแหน่งเป็นสินค้าพรีเมียม โดยผู้บริโภคเลือกรสชาติและกลิ่นหอมเป็นจุดแข็งถึง 82% และคุณภาพ 73% ขณะที่ความคุ้มค่าเงินได้รับเลือกเพียง 11% อย่างไรก็ตาม ปริมาณการนำเข้าโดยรวมลดลง เนื่องจากช่องว่างระหว่าง ราคากับความคุ้มค่า เริ่มกว้างขึ้น เมื่อเทียบกับข้าวจากประเทศอื่น รวมทั้งประเด็นความเชื่อมั่นด้านความสม่ำเสมอของคุณภาพข้าวไทยที่มีน้อยลง

ในขณะที่ข้อมูลจากการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของกลุ่มข้าวมูลค่าสูง พบว่าประเภทข้าวเพื่อสุขภาพ ได้รับเลือกเป็นอันดับหนึ่งอย่างเด็ดขาดในทั้งสองตลาด ตามมาด้วยข้าวอินทรีย์และข้าวพันธุ์พิเศษระดับพรีเมียม ในขณะที่อุปสรรคของข้าวไทยในสองตลาดนี้อยู่ที่การยกระดับมูลค่าต่อหน่วย ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารถึงประโยชน์ด้านสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับที่ผู้บริโภคปลายทางเข้าถึงได้ ควบคู่กับการจัดทำกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างกับการรับรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและความพรีเมียมของข้าวไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่กับการเจาะช่องทางร้านสุขภาพ และการทำกิจกรรม ณ จุดขาย เพื่อสร้างความแตกต่างในระยะยาว

การจัดงานสัมมนาครั้งนี้ มีผู้แทนหน่วยงานเข้าร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์รวม 108 คน จาก 57 หน่วยงาน เพื่อร่วมกันพิจารณาแนวทางขับเคลื่อนการค้าข้าวมูลค่าสูงของประเทศไทย และแลกเปลี่ยนมุมมองความเห็นต่อ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อขยายโอกาสทางการค้าข้าวมูลค่าสูง 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านต้นน้ำ พัฒนาสายพันธุ์และยกระดับเกษตรกร (2) ด้านกลางน้ำ ปรับปรุงกฎระเบียบและมาตรฐานให้เอื้อต่อผู้ประกอบการ (3) ด้านปลายน้ำ สร้างอุปสงค์และขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ (4) ด้านมหภาค กำหนดเป้าหมายข้าวมูลค่าสูง พร้อมสร้างแบรนด์และป้องกันการปลอมปน และ (5) ด้านการค้าระหว่างประเทศ ผลักดันการจับคู่ธุรกิจและยกระดับยุทธศาสตร์การส่งออกให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก

โดยมีความเห็นจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. คุณอรรัตน์ ลิทธิบุศย์ ผู้อำนวยการกองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรเปลี่ยนมาปลูกข้าวมูลค่าสูง คือการทำให้เห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่กับการสนับสนุนการลดต้นทุนการผลิตและรวมถึงค่าใช้จ่ายในการขอรับรองมาตรฐาน นอกจากนี้ ต้องสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภครู้จักข้าวมูลค่าสูงของไทย สร้างภาพลักษณ์และการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของกลุ่มข้าวเฉพาะที่หลากหลายมากขึ้นทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ เพื่อสร้างเสถียรภาพทางการค้าอย่างยั่งยืน

2. ดร.อรรถวิชัย วัชรพงศ์ชัย Head of Field Operation โครงการเพิ่มศักยภาพการปลูกข้าวที่ทนทานต่อภูมิอากาศ (Thai Rice GCF) องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของเยอรมัน (GIZ) ให้ความเห็นว่าเป็นปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นปัจจัยท้าทายสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพข้าวไทย ซึ่งขณะนี้โครงการ Thai Rice GCF ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เกษตรกรในการปรับตัวเพื่อรับมือกับความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง ตลอดจนการผลิตตามมาตรฐานข้าวยั่งยืน (Sustainable Rice Platform: SRP) และขณะนี้อยู่ระหว่างจัดทำแพลตฟอร์มระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability Platform) ของการปลูกข้าว เพื่อรวบรวมข้อมูลตลอดห่วงโซ่การผลิต และสร้างฐานข้อมูลที่พร้อมสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพและการแข่งขันทางการค้าข้าวไทย

3. คุณลลนา ศรีคราม ผู้ก่อตั้ง บริษัท ไรท์ทง ออร์แกนิกส์ ฟาร์ม จำกัด (ต้นแบบกลุ่มข้าวรักษ์โลก) ให้มุมมองต่อการพลิกสถานการณ์ข้าวไทยโดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น ภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรในวงกว้างได้รับรองมาตรฐานสากล เพื่อเป็นใบเบิกทางในการผลักดันข้าวไทยสู่ตลาดโลกมากขึ้น

ระยะกลาง การพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมมะลิไทยให้มีคุณภาพเพื่อรักษาภาพลักษณ์ความเป็นพรีเมียมในตลาดข้าวโลก และ ระยะยาว ควรสร้างชาวนาที่เป็นคนรุ่นใหม่ สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการปลูกข้าวได้ ซึ่งจะช่วยสานต่อและส่งเสริมการผลิตข้าวที่มีคุณภาพได้ในระยะยาวต่อไป

4. **คุณกุลประทีป สุภัทรประทีป กรรมการผู้จัดการ บริษัท กิन्नร จำกัด และวิสาหกิจชุมชนใบโอแป๊ะลัค (ต้นแบบกลุ่มข้าวคุณค่าเฉพาะ)** ให้ความสำคัญต่อการยกระดับรายได้เกษตรกรอย่างยั่งยืน โดยจะต้องส่งเสริมการสร้างแบรนด์ การเล่าเรื่องราวสินค้า (Storytelling) และการตลาดเชิงรุก ควบคู่ไปกับการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม (Distribution of Wealth) ตามแนวคิดการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) นอกจากนี้ ยังต้องสร้างแรงจูงใจและความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกรให้แก่คนรุ่นใหม่ เพื่อขับเคลื่อนไปสู่กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง

5. **คุณภูรินทร์ คงสวัสดิ์ ประธานกรรมการบริหาร และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท อีซีไรซ์ ดิจิทัล เทคโนโลยี จำกัด (EASYRICE)** มองว่าไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการปรับปรุงพันธุ์ที่ดี ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการปรับปรุงพันธุ์ การใช้ AI ช่วยพัฒนาพันธุ์ เพื่อให้ไทยมีพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น ให้ผลตอบแทนต่อไร่สูงและยังคงความหอมของข้าวไทย รวมทั้งทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้ข้าวไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างแท้จริง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยยังมีศักยภาพในการเป็นผู้นำตลาดข้าวมูลค่าสูงของโลก หากสามารถยกระดับทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พร้อมเชื่อมโยงการผลิตกับความต้องการของตลาดโลกอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งข้อเสนอเชิงนโยบายข้างต้นจะเป็นข้อมูลสำคัญประกอบการกำหนดนโยบายด้านการค้าข้าวของประเทศ และเป็นแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้ข้าวไทย เพิ่มรายได้ให้เกษตรกร และสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลก “ข้าวไทยนอกจากจะแข่งขันกันเรื่องคุณภาพแล้ว ยังจำเป็นต้องเพิ่มการแข่งขันด้วยมาตรฐาน ความยั่งยืน นวัตกรรม และความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคการขับเคลื่อนข้าวมูลค่าสูงจึงไม่ใช่เพียงการเพิ่มราคาสินค้า แต่เป็นการยกระดับระบบการค้าข้าวไทยทั้งระบบ เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้เกษตรกรไทย และรักษาความเป็นผู้นำของประเทศไทยในตลาดข้าวโลกในระยะยาว”

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
4 สิงหาคม 2569

ตารางแสดงข้อมูลตลาดข้าวมูลค่าสูงรายประเภทเบื้องต้น (พันล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเภทข้าว	CAGR	2567	2573	2578
Organic rice	4.1 – 6.8%	7.8-10.0	10.5-14.5	13.0-20.0
GI rice (Premium fraction)	5.0 – 7.0%	2.0-3.0	2.8-4.5	3.6-6.3
Low GI / Functional rice	5.4 – 7.0%	4.0-9.1	5.4-13.7	7.0-19.5
Colored rice (Black/Brown/Red)	3.6 -8.3%	22.0-23.8	33.5-34.7	47.0-48.0
SRP / Sustainable rice	10 – 15%	0.3-0.5	0.7-1.0	1.5-2.0
Low Carbon rice	30% (จากฐานต่ำ)	0.3-0.5	2.0-3.0	5.0-8.0
รวม (แต่มูลค่ามี overlap ระหว่างกลุ่ม)		36.4-46.9	54.9-71.4	77.1-103.8
หัก overlap 20% (สมมติฐาน)		29.1-37.5	43.9-57.1	61.7-83.0
World Rice Market		307.6	358.6	452.8
การคาดการณ์ส่วนแบ่งข้าวมูลค่าสูงของไทย (%)		9.5-12.2	12.2-15.9	13.6-18.3

ขนาดตลาดข้าวมูลค่าสูงรายประเภทเบื้องต้น (พันล้านเหรียญสหรัฐ)

หมวด	CAGR	2567	2573	2578
Organic rice	4.1-6.8%	7.8-10.0	10.5-14.5	13.0-20.0
GI rice (Premium fraction)	5.0-7.0%	2.0-3.0	2.8-4.5	3.6-6.3
Low GI / Functional rice	5.4-7.2%	4.0-9.1	5.4-13.7	7.0-19.5
Colored rice (Black/Brown/Red)	3.6-8.3%	22.0-23.8	33.5-34.7	47.0-48.0
SRP / Sustainable rice	10-15%	0.3-0.5	0.7-1.0	1.5-2.0
Low Carbon rice	30% (จากฐานต่ำ)	0.3-0.5	2.0-3.0	5.0-8.0
รวม (แต่มูลค่ามี overlap ระหว่างกลุ่ม)		36.4-46.9	54.9-71.4	77.1-103.8
หัก overlap 20% (สมมติฐาน)		29.1-37.5	43.9-57.1	61.7-83.0
World Rice Market		307.6	358.6	452.8
สัดส่วนของตลาดโลก (%)		9.5-12.2	12.2-15.9	13.6-18.3

Source: Yahoo Finance II&: EMR



ส่วนแบ่งข้าวมูลค่าสูง
ของไทย (Estimated
9-12% ของตลาดโลก
จากข้าวทั่วไป)

Source: Yahoo Finance II&: EMR

0	Low end (USD bn)	High end (USD bn)
2567	2.3	4.5
2573	3.5	6.9
2578	4.9	10.0

ที่มา : สัญญาณอุปสงค์ (Demand Signal & Consumer Trend): ข้าวอินทรีย์

<https://www.alliedmarketresearch.com/organic-rice-market-A323748>

Research Institute of Organic Agriculture FiBL. 2025. The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2025

สัญญาณอุปสงค์ (Demand Signal & Consumer Trend): ข้าว GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)

มาตรฐานสินค้าเกษตรข้าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มกษ. 4005-2557 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2551 WIPO

<https://www.wipo.int/web-publications/ip-facts-and-figures-2024/en/geographical-indications.html>

สัญญาณอุปสงค์ (Demand Signal & Consumer Trend): ข้าวเพื่อสุขภาพ

อ้างอิงจากพิภคศุลกากร (100620 (KGM) : ข้าวกล้อง) โดยอาศัยข้อมูลจาก Trademap1,849

<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/low-glycemic-index-rice-market>

<https://www.sphericalinsights.com/our-insights/low-gi-rice-market>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2213858725002992>

สัญญาณอุปสงค์ (Demand Signal & Consumer Trend): ข้าวดอย/ข้าวสี

<https://www.credenceresearch.com/report/black-rice-market>

https://finance.yahoo.com/news/black-rice-industry-growth-forecast-090500800.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAABnqoONUA79lnye03kJvcUal2GmOVjgD9xKt93VrqeYcsO08EzTbOtnPi0QfJb6L8dZgwdPMCW4oLU-FmfDZkYwz_mxf0gaaBTawO-Fbtj-bKslGRDteZY2c_CoInEvPg9hORiOymNqTTm4EUKm_gvR8MvqowtVMRGqXS577tfz

<https://www.credenceresearch.com/report/brown-rice-market>

<https://www.consegicbusinessintelligence.com/brown-rice-market>

<https://www.mmrstatistics.com/reports/794496/global-red-rice-market>