

Think RICE Think THAILAND



กรมการค้าต่างประเทศ เชิญ 10 Blogger ทั่วโลกสัมผัสประสบการณ์ข้าวไทยหลากมิติ ภายใต้แนวคิด “Think RICE, Think THAILAND”

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ปลุกกระแสข้าวไทยในตลาดโลก เชิญ 10 Blogger จากแวดวงอาหารทั่วโลกมาร่วมเรียนรู้ประสบการณ์ข้าวไทยหลากมิติตั้งแต่ “ทุ่งนา” ถึง “จานข้าว” พร้อมสัมผัสเมนูอาหารไทยสุดพิเศษ สร้างสรรค์ข้าวและสินค้านวัตกรรมจากข้าวไทย ภายใต้แนวคิด “Think RICE, Think THAILAND” หวังยกระดับสร้างมูลค่าเพิ่ม ขยายโอกาสในการส่งออกข้าวไทยและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทยในตลาดโลก

นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า กรมการค้าต่างประเทศจัดโครงการสร้างศักยภาพทางการตลาดสินค้าข้าว เพื่อขยายโอกาสการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก ภายใต้แนวคิด “Think RICE, Think THAILAND : We serve the Best Quality Rice to the World” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้าวไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น สร้างการตระหนักรู้ในเรื่องภาพลักษณ์และคุณสมบัติที่ดีของข้าวไทยและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทย กระตุ้นความต้องการใช้ข้าวไทยและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทย พร้อมทั้งผลักดันให้เกิดการขายข้าวในเชิงสร้างสรรค์โดยเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Valued Creation) ในสินค้าข้าว ส่งเสริมและขยายโอกาสในการส่งออกข้าวไทยและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทยในตลาดโลก

โดยล่าสุดได้มีการจัดกิจกรรมในการเชิญ Bloggers/Influencers จากแวดวงอาหาร/ท่องเที่ยว/สุขภาพระดับโลก เยือนประเทศไทย ให้ได้เรียนรู้และสร้างประสบการณ์ที่ดีกับข้าวไทยหลากหลายมิติตั้งแต่ “ทุ่งนา” ถึง “จานข้าว” พร้อมสัมผัสเมนูอาหารไทยสุดพิเศษ ได้มีสร้างสรรค์มากจากการคัดเลือกข้าวไทยและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวไทย ที่มีความโดดเด่นและเต็มไปด้วยคุณค่าทางสารอาหาร เพื่อนำเสนอจุดเด่นของข้าวไทยแต่ละชนิด ที่นอกจากอร่อย มีคุณค่า ได้มาตรฐาน และยังมีหลากหลายของข้าว (Variety of Rice) เป็นได้ตั้งแต่ อาหารเรียกน้ำย่อย อาหารคาว น้ำซุปล เครื่องปรุงรส และขนมหวาน โดยเชฟวิชิต มุกระ ผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวและอาหารไทย เพื่อให้เกิดการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และคุณสมบัติอันโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของข้าวไทยและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

นอกจากนี้ยังใช้ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการต่อยอดให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้เพื่อสร้างการจดจำนำไปสู่ความต้องการอย่างถาวร ผ่านการวางสื่อประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุระดับโลก อาทิ Asia Food Channel, The Economist, What's on Dubai , Wine & Dine, New York Times Chinese, Food Network Magazine และสื่อออนไลน์สำคัญๆ อาทิ Facebook Youtube และ เว็บไซต์ต่างๆ อีกกว่า 100 เว็บไซต์

ปัจจุบัน พบว่าเทรนด์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งข้าวไทยสามารถตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ข้าวไทยมีหลากหลายพันธุ์ที่ให้คุณค่าทางโภชนาการมากมาย อาทิ ข้าวกล้องงอกที่มี กาบยา ช่วยป้องกันโรคเกี่ยวกับระบบประสาทส่วนกลาง และความจำเสื่อม ข้าวไรซ์เบอร์รี่ มีทั้งสารต้านอนุมูลอิสระสูง เช่น เบต้าแคโรทีน แกมมาโอไรซานอล วิตามินอี แทนนิน รวมถึงธาตุสังกะสีและโพแทสเซียม ข้าวสินเหล็ก มีปริมาณธาตุเหล็กสูง ซึ่งพบว่าการส่งเสริมให้ผู้ที่มีภาวะพร่องธาตุเหล็กรับประทานข้าวสินเหล็ก จะช่วยให้ระดับฮีโมโกลบินในเม็ดเลือดแดงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดี ล่าสุดยังมีข้าว กข 43 ซึ่งรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมประชาสัมพันธ์เข้าสู่ตลาดต่างประเทศในขณะนี้ เป็นพันธุ์ข้าวที่กรมการข้าวร่วมกับคณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดลได้ทำการศึกษาวิจัยและพบว่ามีการแตกตัวเป็นน้ำตาลน้อยและมีค่าดัชนีน้ำตาลปานกลางค่อนข้างต่ำ คาร์โบไฮเดรตของข้าวมีลักษณะที่ทนต่อการย่อยได้ดีกว่าข้าวอมิโลสต่ำพันธุ์อื่น ซึ่งถือเป็นข้าวทางเลือกของผู้ใส่ใจสุขภาพและเข้ากับวิถี คนรุ่นใหม่ได้อย่างดี รวมทั้งปัจจุบันรัฐบาลยังได้มีนโยบายส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ สนับสนุนการให้ชาวนาใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพ เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานด้านสุขอนามัย เพื่อรองรับความต้องการผู้บริโภคในตลาดโลกที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความปลอดภัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สารเคมีอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังได้พัฒนาต่อยอดข้าวไทยให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและใส่ใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรจากการปลูกข้าวอย่างคุ้มค่า โดยแบ่งเป็นประเภท ผลิตภัณฑ์อาหาร (Food) และ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food) สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับอุตสาหกรรมข้าวของโลก อาทิ ข้าวพร้อมรับประทาน โจ๊กข้าวกล้อง ซีเรียลบาร์ น้ำนมข้าวออร์แกนิก น้ำมันรำข้าวสกัดเย็น อาหารเสริม โดยเฉพาะเครื่อง

สำอาง เซรั่ม ครีมบำรุงผิว รวมทั้งวัสดุทางการแพทย์ เช่น แผ่นห้ามเลือดจากแป้งข้าว ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาดได้กว่า 2 พันเท่า เป็นต้น