

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

**FACTORS AFFECTING THAI JASMINE RICE EXPORTS
ON THE INTERNATIONAL MARKET**

อารีย์ รักษ์ธัญการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี


ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก


อารีย์ รัชชัญญการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก
Factors Affecting Thai Jasmine Rice Exports on the International Market
ชื่อ - นามสกุล นางสาวอารีย์ รัชชัย์คุณการ
วิชาเอก ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.
ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ฉัตรวิ อนามัยวัช-ศิริก, Ph.D.)


..... กรรมการ
(อาจารย์อุมาวดี ศรีบุญดือ, D.B.A.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นำถรพี ชัยมงคล, ประ.ด.)

วันที่ 5 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวอารีย์ รักษ์ชัยการ
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านปัจจัยภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือข้อมูลเชิงตัวเลขที่มีค่าสถิติตั้งแต่ปี 2556-2560 ของตัวแปรอิสระของทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ โดยสถิติที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเล่มนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analysis) และค่าสหสัมพันธ์ (Correlation)

ซึ่งผลการศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า ทั้งปัจจัยภายในประเทศซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยกับราคาส่งออก (F.O.B.) ข้าวหอมมะลิ และปัจจัยภายนอกประเทศซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้าน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของตลาดโลก ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก นั้นมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกันออกไป ซึ่งตัวแปรในแต่ละปัจจัยก็มีความสัมพันธ์กันกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี 2556-2560 และคล่องจองกับงานวิจัยอื่นที่ได้ศึกษาในครั้งนี้อีกด้วย

คำสำคัญ : การส่งออก ข้าวหอมมะลิไทย ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

Thesis Title	Factors Affecting Thai Jasmine Rice Export to International Market
Name-Surname	Miss Aree Rakthanyakarn
Major Subject	International Business
Thesis Adviser	Assistant Professor Kanokporn Chaiprasit, Ph.D.
Academic Year	2018

ABSTRACT

This research aims to study the relationship between internal factors and external factors influence of Thai Jasmine Rice exports on global market.

The population used in this research is numerical data with statistical values from 2013 to 2016 of the independent variables of both internal and external factors. The statistics used in this study include Regression Analysis and Correlation.

The results of this research found that. Domestic factors include the quantity of jasmine rice produced in Thailand and export price (F.O.B.), jasmine rice and external factors. Foreign exchange rate, export volume of rice from competitor countries, quantity of jasmine rice imported from the world market, consumption of jasmine rice by people around the world. Influence of Thai jasmine rice exports on world markets varies and the variables in each factor are related to the quantity of Thai jasmine rice exported in the year 2012-2016 and the other researches in this study as well.

Keywords: export, Thai Jasmine Rice, internal factors and external factors

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้รับความกรุณาจาก ดร.ฉายาวี อนามัย รัช ประธานกรรมการ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าอันนำมาให้คำแนะนำและปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่องต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. กนกพร ชัยประสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำปรึกษา แนะนำ และให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆของการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ จึงกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสามท่านที่สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ให้มีความเหมาะสมและถูกต้องของแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ทั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตมาโดยตลอด และขอขอบคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือพร้อมทั้งคำแนะนำรวมถึงให้คำปรึกษาในการเนื้อหาต่างๆ ขอขอบพระคุณคุณครูและอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนสามารถนำหลักความรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้เขียนงานวิจัย บทความ ทุกท่านที่ข้าพเจ้าได้อ้างอิงถึง และรวมทั้งขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขอภัยมา ณ ที่นี้

อารีย์ รัชชัยญการ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้รับความกรุณาจาก ดร.ฉายรวี อนามธวัช ประธานกรรมการ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าอันนำมาให้คำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข ส่วนที่บกพร่องต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กนกพร ชัยประสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำปรึกษา แนะนำ และให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆของการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ จึงกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสามท่านที่สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ให้มีความเหมาะสม และถูกต้องของแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ทั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตมาโดยตลอด และขอขอบคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือพร้อมทั้งคำแนะนำรวมถึงให้คำปรึกษาในการเนื้อหาต่างๆ ขอขอบพระคุณคุณครูและอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนสามารถนำหลักความรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้เขียนงานวิจัย บทความ ทุกท่านที่ข้าพเจ้าได้อ้างอิงถึง และรวมทั้งขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขอภัยมา ณ ที่นี้

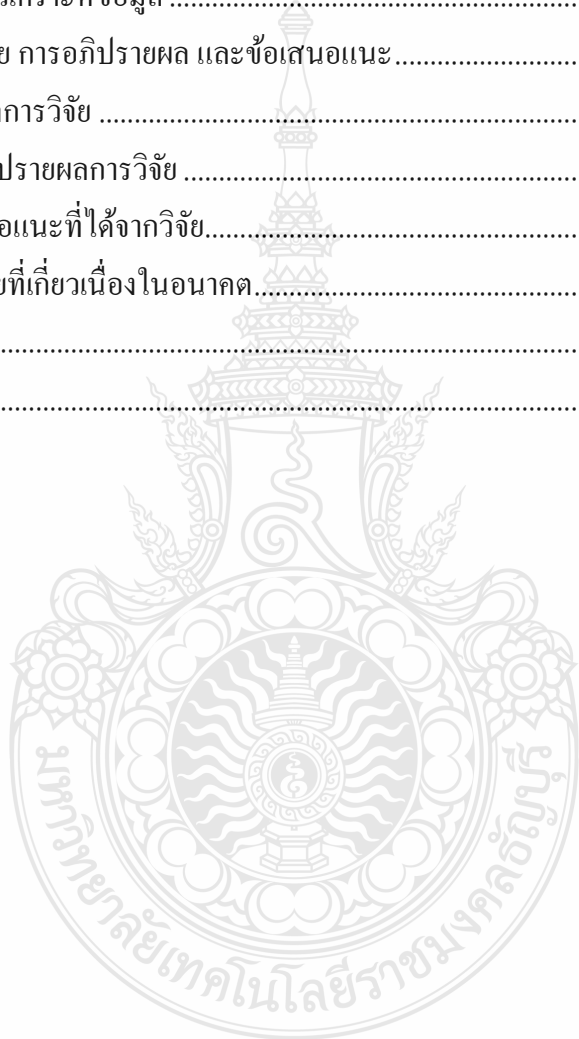
อารีย์ รัชชัญญการ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	11
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	11
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	15
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	15
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	15
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	17
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	18
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
2.1 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ.....	19
2.2 ข้อมูลพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมข้าวไทยและตลาดข้าวโลก รวมไปถึงสถานการณ์ราคาข้าวของไทย.....	28
2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทย.....	42
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	55
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการวิจัย	64
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	68
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากวิจัย.....	69
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	69
บรรณานุกรม	70
ประวัติผู้เขียน	72



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย โดยจำแนกเป็นรายเดือน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-พ.ศ. 2560	12
ตารางที่ 1.2 ผลผลิตข้าวโลก ปี 2555/56-2559/60	13
ตารางที่ 1.3 การบริโภคข้าวโลก ปี 2555/56-2559/60	13
ตารางที่ 1.4 ส่วนแบ่งการตลาดข้าวโลก ปี 2557/58-2559/60	14
ตารางที่ 2.1 แสดงมูลค่าของสินค้าทั้ง 2 ชนิด ซึ่งคิดจากจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้า ผลผลิตแรงงาน 1 วัน	20
ตารางที่ 2.2 แสดงมูลค่าของสินค้าทั้ง 2 ชนิด ซึ่งคิดจากจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้า ผลผลิตของแรงงาน 1 วัน	21
ตารางที่ 2.3 ปริมาณการส่งออกของประเทศรายใหญ่ 5 ประเทศ.....	35
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบกับปริมาณการส่งออก ข้าวหอมมะลิไทยไปยัง.....	56
ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยภายในกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ปี พ.ศ. 2556-2560	56
ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบกับปริมาณการส่งออก ข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก.....	57
ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ปี พ.ศ. 2556-2560	58
ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบกับปริมาณการส่งออก ข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก.....	60
ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออก ข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556-2560	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 5.1	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับปริมาณการส่งออก ข้าวหอมมะลิไทย ปีพ.ศ. 2556-2560	65
--------------	--	----



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	18
ภาพที่ 2.1 แสดงข้อมูลราคาข้าวโลกและข้าวไทย.....	34
ภาพที่ 2.2 แสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินจากเงินสกุลบาทไทยเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา	34
ภาพที่ 2.3 แสดงปริมาณการค้าข้าวโลก หน่วยเป็นล้านตัน	35
ภาพที่ 2.4 ปริมาณการส่งออกข้าวไทยปี 2556-2558 แยกตามประเภทข้าว	36
ภาพที่ 2.5 การส่งออกข้าวของไทยในปี 2558	37
ภาพที่ 2.6 ตลาดข้าวหอมโลกมีประมาณ 3.5 ล้านตันและมีตลาดข้าวหอมหัก ประมาณ 0.6 ล้านตัน ตั้งแต่ปี 2008-ปี 2016	37
ภาพที่ 2.7 เวียดนามส่งออกข้าวหอมเพิ่มจาก 0.17 ล้านตันในปี 2553 มาเป็น 1.22 ล้านตัน ในปี 2558 (หรือ ปี 2015) นับว่าเป็นคู่แข่งส่งออกข้าวหอมมะลิที่น่าจับตามอง.....	38



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิภาคเอเชียเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าวที่สำคัญของโลก มีผลผลิตคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 90% ของผลผลิตโลก แต่หลายประเทศเน้นใช้ผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะจีน (ผู้บริโภครายใหญ่ที่สุดของโลก) ทำให้การค้าข้าวในตลาดโลกมีสัดส่วนเพียง 8-9 % ของผลผลิตทั้งหมด หรือเฉลี่ยประมาณ 42-43 ล้านตันข้าวสารในช่วง 10ปีที่ ผ่านมา ปัจจุบันมีประเทศผู้ส่งออกหลัก คือ ไทย อินเดีย และเวียดนาม ไทยมีพื้นที่นาข้าวประมาณ 60 ล้านไร่ทั่วประเทศ มีผลผลิตข้าวเปลือกประมาณ 30-32 ล้านตันต่อปีหรือประมาณ 20 ล้านตันข้าวสาร โดยการปลูกข้าวของไทยสัดส่วนประมาณ 85% ของผลผลิตทั้งหมดเน้นพึ่งน้ำฝน มีช่วงเวลาเพาะปลูกในฤดูฝนเดือน ก.ค.- ก.ย. ของทุกปี และเก็บเกี่ยวในช่วงปลายปี เรียกว่า “ข้าวนาปี” ซึ่งได้ผลผลิตทั้งข้าวเจ้า ข้าวหอมมะลิ และ ข้าวเหนียว ส่วนอีก 15% เป็นข้าวที่ปลูกนอกฤดูเพาะปลูกปกติโดยอาศัยน้ำจากระบบชลประทานเรียกว่า “ข้าวนาปรัง” มักเป็นการเพาะปลูกข้าวเจ้าในภาคเหนือและกลาง ข้าว เป็นพืชเศรษฐกิจและเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย ซึ่งไม่เพียงแต่เป็น อาหารหลักของคนไทย แต่ยังเป็นรากฐานวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และเป็นเอกลักษณ์ อันทรงคุณค่าของประเทศ ข้าวไทยจึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยกย่องจากนานาประเทศทั่วโลก ประเทศไทยถือเป็นฐานการผลิตข้าวที่เป็นอันดับต้น ๆ ของโลก โดยบริโภคภายในประเทศ และส่งออกไปยังต่างประเทศ (กฤษณพงศ์ ศรีพงษ์พันธุ์กุล, 2556) ทำให้ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในนานาประเทศ และในปี 2559 ข้าวหอมมะลิของไทยยังได้รับรางวัลชนะเลิศข้าวดีเด่นของโลก จากงาน The World Rice Conference ซึ่งทำให้ข้าวหอมมะลิของไทย ได้รับความสนใจจากทั่วโลก

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทยโดยจำแนกเป็นรายเดือน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2560 (หรือปีตั้งแต่ 2013 - 2017)

หน่วย : ตัน

Thai Jasmine Rice Export Quantity 2013 – 2017 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ปี พ.ศ. 2556- 2560													
Year	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
2013	146,907	117,840	128,936	98,154	111,717	104,114	125,972	127,270	97,007	110,120	150,738	159,097	1,477,896
2014	127,110	108,563	120,012	93,863	102,731	104,352	102,883	95,166	94,736	107,072	125,081	154,664	1,336,238
2015	122,892	99,053	120,211	113,640	106,640	94,312	105,278	97,586	104,068	100,176	138,301	182,779	1,385,027
2016	121,206	125,335	132,429	92,833	117,263	115,663	100,257	115,638	114,082	117,318	183,617	199,992	1,535,633
2017	123,740	146,785	137,801	101,597	133,443	122,461	208,263	115,054	83,754	98,904	171,811	163,743	1,607,356

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ข้อมูล ณ วันที่ 7 ก.พ. 2560

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นสำหรับสถานการณ์การส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย ตั้งแต่ปี 2556-2560 พบว่า ปี 2556 มีปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิรวมอยู่ที่ 1,477,896 ตัน ต่อมาในปี 2557 มีปริมาณการส่งออกรวมของข้าวหอมมะลิไทยลดลงมาจากปีก่อนคือ 1,336,238 ถึงแม้ผลรวมในปีถัดมาคือปี 2558 จะเพิ่มมากขึ้นแต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งเพิ่มมาเป็น 1,385,027 ตัน แต่ยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2559 มีผลรวมของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยคือ 1,535,633 ตันซึ่งเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง กระทั่งในปี 2560 ปริมาณรวมของการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือ 1,607,356 ตัน ซึ่งเป็นที่น่าพอใจบริษัทที่ส่งออกข้าวของไทยรวมถึงรัฐบาลเอง แต่อย่างไรก็ตามจากสถิติผลผลิตข้าวโลก ปี 2556-2560 นั้นประเทศไทยยังคงเป็นรองในเรื่องของผลผลิตข้าวโลก ซึ่งดูได้จากตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ผลผลิตข้าวโลก ปี 2555/56 – 2559/60

หน่วย: ล้านตันข้าวสาร

ประเทศ	ปี2555/56	ปี2556/57	ปี2557/58	ปี2558/59	ปี2559/60
จีน	143.000	142.530	144.560	145.770	146.500
อินเดีย	105.241	106.646	105.482	104.320	106.500
อินโดนีเซีย	36.550	36.300	35.560	36.200	36.600
บังกลาเทศ	33.820	34.390	34.500	34.500	34.515
เวียดนาม	27.537	28.161	28.166	27.458	27.800
ไทย	20.200	20.460	18.750	15.800	18.600
เมียร์มาร์	11.715	11.957	12.600	12.200	12.500

ที่มา: Rice, World Markets and Trade. USDA Foreign Agricultural Service, November 2016

จากตารางที่ 1.2 แสดงผลผลิตข้าวรายปีตั้งแต่ปี 2555/2556-ปี2559/2560 ของแต่ละประเทศ โดยเรียงลำดับจากประเทศที่มีผลผลิตสูงที่สุดคือประเทศจีนเรียงลงมาตามลำดับโดยประเทศไทยอยู่ลำดับที่ 6

ตารางที่ 1.3 การบริโภคข้าวโลก ปี 2555/56 – 2559/60

หน่วย: ล้านตันข้าวสาร

ประเทศ	ปี2555/56	ปี2556/57	ปี2557/58	ปี2558/59	ปี2559/60
จีน	141.000	143.000	144.500	144.000	144.000
อินเดีย	94.972	98.727	98.244	93.512	97.000
อินโดนีเซีย	38.127	38.500	38.300	37.900	37.700
บังกลาเทศ	34.500	34.900	35.100	35.100	35.000
เวียดนาม	21.600	22.000	22.000	22.000	22.200
ฟิลิปปินส์	12.850	12.850	13.200	13.200	13.300
ไทย	10.600	10.600	10.500	9.800	10.600
เมียนมาร์	10.400	10.450	10.500	10.700	10.900

ที่มา: Rice, World Markets and Trade. USDA Foreign Agricultural Service, November 2016

จากตารางที่ 1.3 แสดงถึงปริมาณการบริโภคข้าวรายปีตั้งแต่ปี 2555/2556 – ปี2559/2560 ของแต่ละประเทศ โดยเรียงลำดับจากประเทศที่มีผลผลิตสูงที่สุดคือประเทศจีนเรียงลงมาตามลำดับ โดยประเทศไทยอยู่ลำดับที่ 6 รองจากประเทศไทยคือประเทศเมียนมาร์

ตารางที่ 1.4 ส่วนแบ่งการตลาดข้าวโลก ปี 2557/58 – 2559/60

ปริมาณ: ล้านตันข้าวสาร
ส่วนแบ่งการตลาด: ร้อยละ

ประเทศ	ปี 2557/58		ปี 2558/59		ปี 2559/60	
	ปริมาณ	ส่วนแบ่ง ตลาด	ปริมาณ	ส่วนแบ่ง ตลาด	ปริมาณ	ส่วนแบ่ง ตลาด
อินเดีย	11.046	25.89	10.500	26.21	10.000	24.48
ไทย	9.779	22.92	9.200	22.96	9.500	23.26
เวียดนาม	6.606	15.48	5.400	13.48	5.800	14.20
ปากีสถาน	4.000	9.38	4.200	10.48	4.200	10.28
สหรัฐอเมริกา	3.355	7.86	3.450	8.61	3.550	8.69

ที่มา: Rice, World Markets and Trade. USDA Foreign Agricultural Service, November 2016

จากตารางที่ 1.4 แสดงถึงส่วนแบ่งการตลาดข้าวโลกรายปีตั้งแต่ปี 2557/2558 – ปี 2559/2560 ของแต่ละประเทศ โดยเรียงลำดับจากประเทศที่มีส่วนแบ่งเยอะที่สุดคือประเทศอินเดียรองลงมาคือประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าในช่วงปี 2557 – 2560 ประเทศไทยยังคงเป็นอันดับสองในการส่งออกข้าว โดยเปรียบเทียบได้จากประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งของไทย และเนื่องจากสภาพปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้ในปี 2557 – 2560 ประเทศอินเดียมีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นกว่าประเทศไทยอย่างเห็นได้ชัด

ถึงอย่างไรนั้นข้าวหอมมะลิของประเทศไทยเป็นสินค้าการเศรษฐกิจ ที่สร้างรายได้ประเทศให้กับกลุ่มสินค้ากลุ่มการเกษตรและเกษตรกรไทย ยังมีทิศทางแนวโน้มทางการค้าการเติบโตมากขึ้น ปัจจุบันประเทศไทยแสดงศักยภาพรองตำแหน่งความเป็นผู้นำทางการด้านการส่งออกข้าวหอมมะลิติดอันดับหนึ่งในห้าของเวทีโลกมาช้านาน จากข้อมูลการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยที่มีแนวโน้มไปในทิศทางบวก จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษา เพื่อเป็นการรักษาตลาดการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตลอดจนการหาแนวทางในการแก้ปัญหาและวางแผนการส่งออกตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดสากล ทั้งนี้สามารถเป็นการแสวงหาตลาดใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก รวมทั้งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและภายนอกประเทศที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลกอีกด้วย ทั้งนี้หวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าต่อการส่งออก เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพผลผลิตทางภาคการเกษตรให้มีศักยภาพต่อ

การแข่งขันทั้งในภูมิภาคและนานาชาติ จนกระทั่งการเพิ่มมูลค่าและปริมาณในการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยใน ภายหน้าต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปตลาดโลก

1.2.2 เพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปตลาดโลก

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปตลาดโลก

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยภายในประเทศมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

1.3.2 ปัจจัยภายนอกประเทศมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

1.3.3 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ คือ การใช้ข้อมูลทุติยภูมิและการใช้ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ หนังสือ วิทยานิพนธ์ รายการวิชาการ เว็บไซต์ งานวิจัย บทความที่น่าเชื่อถือ และสถิติที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย, ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย, ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ดอลลาร์สหรัฐ : บาท), ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง, ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของตลาดโลก, ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก

2. ขอบเขตด้านประชากร

สถิติปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย, ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ,

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ดอลลาร์สหรัฐ : บาท), ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง, ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของตลาดโลก ,ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก ตั้งแต่ปี 2556-2560

3.ขอบเขตด้านระยะเวลา

ใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

4.ขอบเขตด้านสถานที่ที่ทำการศึกษา

ข้อมูลสถิติของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ตั้งแต่ปี 2556 - 2560

5.ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ

1) ปัจจัยภายในประเทศ

1. ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย
2. ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิ

2) ปัจจัยภายนอกประเทศ

1. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
2. ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง
3. ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของตลาดโลก
4. ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก

ตัวแปรตาม คือ ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

ข้าว หมายถึงพืชล้มลุกตระกูลหญ้าที่สามารถกินเมล็ดได้ ถือเป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว เช่นเดียวกับหญ้าต้นข้าวมีลักษณะภายนอกบางอย่าง เช่น ใบ กาบใบ ลำต้น และรากคล้าย ต้นหญ้า ในประเทศไทย ข้าวหอมมะลิมียุทธศาสตร์หลายพันธุ์ในประเทศและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก

ข้าวหอมมะลิไทย (Thai Jasmine rice) หมายถึงข้าวที่เป็นสายพันธุ์ข้าวที่มีถิ่นกำเนิด ในประเทศไทย มีลักษณะกลิ่นหอมคล้ายใบเตย เป็นพันธุ์ข้าวที่ปลูกที่เหนียวในโลกล้มไม่ได้คุณภาพ ดีเท่ากับปลูกในประเทศไทย และเป็นพันธุ์ข้าวที่ทำให้ข้าวไทยเป็นสินค้าส่งออกที่รู้จักไปทั่วโลก

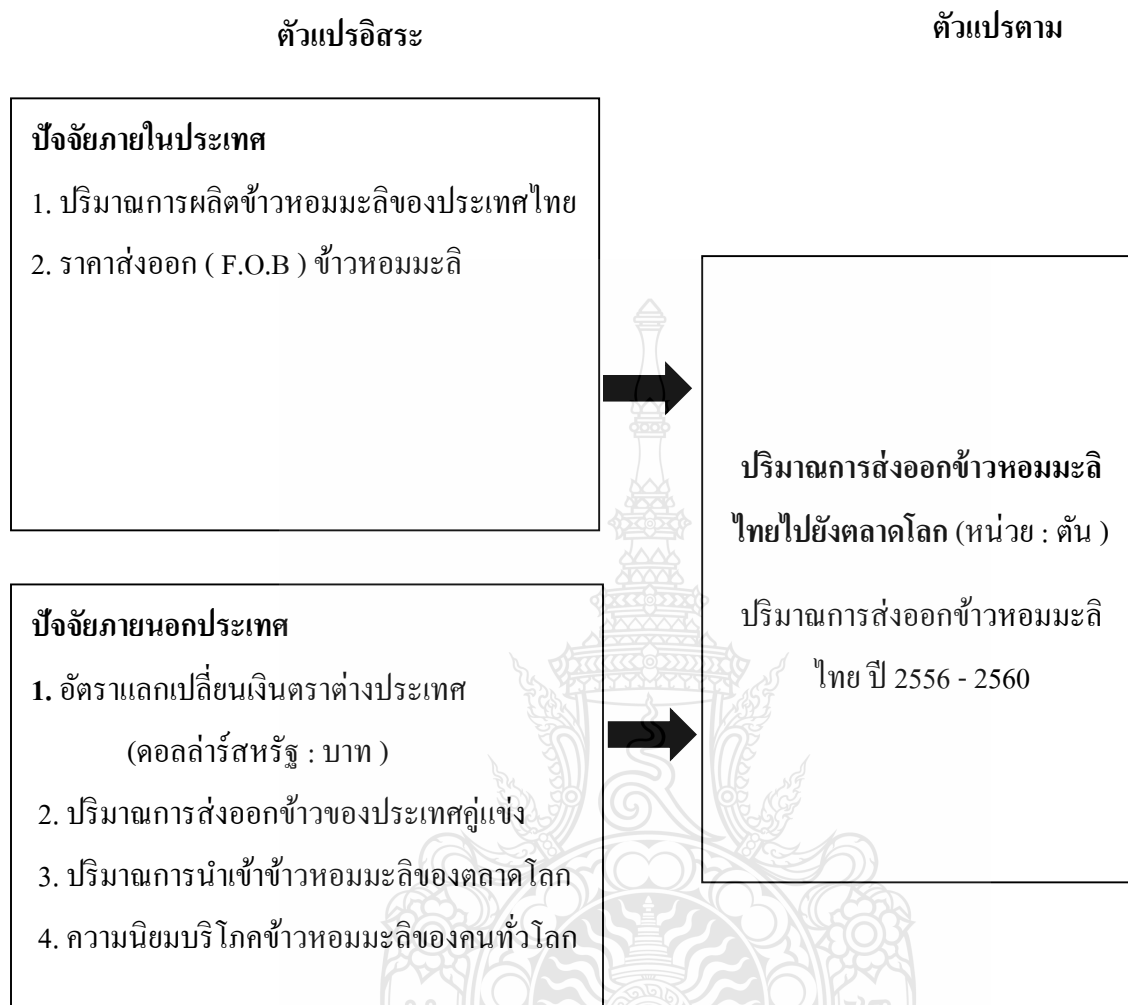
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หมายถึงราคาของเงินตราสกุลหนึ่ง 1 หน่วย คิดเทียบกับเงินตราอีกสกุลหนึ่ง

F.O.B. Price หมายถึง เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้า ตามสัญญาที่ต่อเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าข้ามกาบเรือขึ้นไปบนเรือสินค้า ณ ท่าเรือต้นทางที่ ระบุไว้

การส่งออก (export) หมายถึง การจัดส่งสินค้าและบริการจากต้นทางสู่ปลายทางในทางบก ทางน้ำหรือ ทางอากาศ โดยผู้ส่งสินค้าหรือบริการออกเรียกว่า "ผู้ส่งออก" ส่วนในทางการค้าระหว่างประเทศ การส่งออก หมายถึง การขายสินค้าและบริการในประเทศไปสู่ตลาดอื่น (ตลาดสากล)



1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดแนวทางด้านการผลิตและการตลาดเพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

1.7.2 ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด การส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

1.7.3 เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่ต้องการศึกษารู้อถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังตลาดโลก

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก ผู้วิจัยได้ศึกษาถึง แนวคิด ทฤษฎี เอกสารรวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

2.2 ข้อมูลพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมข้าวไทยและตลาดข้าวโลกรวมไปถึงสถานการณ์-ราคาข้าวของไทย

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

(กนกพร ชัยประสิทธิ์, 2559)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยคลาสสิก(Classic Theory) ทฤษฎีสมัยคลาสสิกเริ่มต้นเกิดขึ้นราวปลายศตวรรษที่18จุดเริ่มต้นของทฤษฎีนี้คือแนวคิดที่จะศึกษาสาเหตุที่มีการค้าขายระหว่างประเทศและการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องผู้ที่จะได้รับผลประโยชน์จากการค้าขายหรือการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศในยุคสมัยคลาสสิกนี้ซึ่งการค้าขายและการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศของกลุ่มคลาสสิกนี้ใช้หลักการของทฤษฎีมูลค่าแรงงาน (Labor Theory Value) เนื่องจากจะเน้นเรื่องการผลิตสินค้าโดยมีปัจจัยหลักสำคัญคือ เรื่องแรงงาน (Labor Intensive) เนื่องจากแรงงานเป็นกำลังสำคัญในการผลิตสินค้าในสมัยอดีต โดยทฤษฎีนี้ได้กล่าวว่าการค้าขายหรือการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าถ้าใช้แรงงานในการผลิตสินค้านั้นมาก สินค้าชนิดนี้ก็จะมมูลค่าการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนมาก มีนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านที่เสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการค้าขายแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศได้แก่ อดัม สมิท เดวิดริคาโด ดังนี้

1. **ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory)** ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์เกิดจากแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ที่ชื่อ อดัม สมิท (Adam Smith) (Smith, 1980) เป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดในเรื่องการแบ่งหน้าที่ในการทำงานผลิตสินค้า (Division of Labor) ตามความถนัดของแต่ละคน ซึ่งทำให้แรงงานเกิดความชำนาญ (Specialization) ในการผลิตสินค้านั้นๆ ซึ่งส่งผลดีต่อการค้าระหว่างประเทศ หลักการของทฤษฎีนี้คือการเกิดประโยชน์สูงสุดจากการค้าขายโดยต้องมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ซึ่งหมายความว่าความได้เปรียบ

โดยสมบรูณ์จะเกิดขึ้นเมื่อ ประเทศหนึ่งผลิตสินค้าชนิดเดียวกันกับประเทศอื่น แต่ใช้ทรัพยากรหรือแรงงานในการผลิตที่น้อยกว่าประเทศอื่น ก็จะเกิดความได้เปรียบโดยสมบรูณ์หรือการใช้ทรัพยากรหรือแรงงานในการผลิตที่เท่ากัน แต่ผลิตสินค้าได้ผลิตสินค้านั้นที่จะสามารถผลิตในราคาที่ถูกลงกว่าที่ของประเทศอื่น ๆ สินค้าเหล่านี้ควรได้รับการแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่น ๆ ที่มีการผลิตอย่างถูกจากประเทศอื่น ๆ อัดัม สมิธ กล่าวว่าความชำนาญในการผลิตสินค้าซึ่งจะส่งผลถึงการมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าได้มากกว่า ซึ่งจะสามารถส่งสินค้าที่ผลิตได้ไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ประเทศต้องการ อัดัม สมิธ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไทยกับประเทศซาอุดีอาระเบีย สมมติว่าประเทศไทยผลิตข้าวและ ประเทศซาอุดีอาระเบียผลิตน้ำมัน และสมมติว่าในการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้ได้ใช้ แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียวดังนั้นมูลค่าของสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้จึงคิดจากจำนวนแรงงานที่เข้าไปในการผลิต ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงมูลค่าของสินค้าทั้ง 2 ชนิด ซึ่งคิดจากจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าผลผลิตแรงงาน 1 วัน

	ไทย	ซาอุดีอาระเบีย
ข้าว (เกวียน)	16	2
น้ำมัน(ลิตร)	4	20

ที่มา: ประยุกต์จาก (Krugman & Obstfeld, 2003)

จากตารางที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยสมบรูณ์ในการผลิตข้าวมากกว่าประเทศซาอุดีอาระเบียในขณะที่ประเทศซาอุดีอาระเบียมีความได้เปรียบโดยสมบรูณ์มากกว่าประเทศไทย ในการผลิตน้ำมัน เมื่อใช้หลักการความได้เปรียบโดยสมบรูณ์ของอัดัม สมิธ คือ ประเทศไทยมีความชำนาญ ในการผลิตข้าวก็ให้ประเทศไทยมุ่งผลิตข้าวเพียงอย่างเดียว ส่วนประเทศซาอุดีอาระเบียมีความชำนาญในการผลิตน้ำมันก็ให้มุ่งผลิตน้ำมันอย่างเดียวดังนั้น ผลผลิตรวมของการผลิตข้าวในประเทศไทย และผลผลิตรวมของการผลิตน้ำมันในประเทศซาอุดีอาระเบียจะเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ประเทศไทยและประเทศซาอุดีอาระเบียจะได้รับสินค้าที่เพิ่มขึ้นจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้นจากการค้าขายระหว่างกัน

2. ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยเดวิดริคาร์โด (Ricardo, 1817) ได้อธิบายว่า ประเทศที่จะมีความได้เปรียบคือประเทศที่สามารถผลิตสินค้าโดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดอื่น ดังนั้นประเทศนั้นๆ ควรมุ่งผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบ ในการมุ่งผลิตสินค้าลักษณะนั้นจะทำให้ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์จากการทา

งานผลิตสินค้า (Division of Labor) ตามความถนัดของแต่ละ ประเทศ หรือหมายถึง ประเทศที่ผลิตสินค้าส่งออก ต้องมีทรัพยากรและแรงงานในการผลิตจำนวน โดยมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำข้อสมมติของทฤษฎีนี้ คือ

1. ประเทศที่ทำการค้าระหว่างกันมี 2 ประเทศ และสินค้ามีแค่ 2 ชนิดเท่านั้นในโลกนี้ (ซึ่งข้อสมมติข้อนี้มีความขัดแย้งกับความเป็นจริง เนื่องจากในโลกนี้มีประเทศมากกว่า 2 ประเทศและมีสินค้ามากกว่า 2 ชนิด)
2. ต้องไม่มีต้นทุนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของ 2 ประเทศ (ซึ่งข้อสมมติข้อนี้มีความขัดแย้งกับความเป็นจริง เนื่องจากการซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศต้องมีการขนส่งสินค้า)
3. ทรัพยากรและแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าต้องไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้อย่างเสรี
4. จำนวนทรัพยากรหรือแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าต้องมีค่าคงที่เสมอ

ตารางที่ 2.2 แสดงมูลค่าของสินค้าทั้ง 2 ชนิด ซึ่งคิดจากจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้า ผลผลิตของแรงงาน 1 วัน

	ไทย	ซาอุดีอาระเบีย
ข้าว (กิโลกรัม)	20	16
น้ำมัน(ลิตร)	4	40

ที่มา: ประยุกต์ จาก (Krugman & Obstfeld, 2003)

จากตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความเสียเปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตข้าวและน้ำมันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศซาอุดีอาระเบียแต่ประเทศไทยมีความเสียเปรียบในการผลิตข้าวน้อยกว่าประเทศซาอุดีอาระเบียดังนั้นประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตข้าวและเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตน้ำมัน ในทางกลับกัน ประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตข้าวและน้ำมันต่างกันที่ประเทศซาอุดีอาระเบียมีความได้เปรียบในการผลิตน้ำมัน (40 ต่อ 4) มากกว่าในการผลิตข้าว (20 ต่อ 16) ดังนั้น ประเทศซาอุดีอาระเบียจึงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตน้ำมัน ดังนั้น การค้าขายระหว่างประเทศไทยกับประเทศซาอุดีอาระเบียจะได้ประโยชน์ร่วมกันมากที่สุดเมื่อประเทศไทยขายข้าวให้แก่ประเทศซาอุดีอาระเบียและประเทศไทยซื้อน้ำมันมาจากประเทศซาอุดีอาระเบียทฤษฎีของเฮกเซอร์ออลแลง ทฤษฎีของการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบตามที่กล่าวไว้นี้ไม่ได้อธิบาย สถานที่ตั้งของข้อดีเหล่านี้ ในขณะที่รูปแบบของการค้า Ricardian บ่งบอกถึงความคิดที่สำคัญของการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบก็ไม่ได้ อธิบายทิศทางของการค้า นักเศรษฐศาสตร์จึงจำเป็นต้องเป็นรูปแบบทางเลือกของการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

ที่จะอธิบายทิศทางของการค้าทฤษฎีที่สำคัญที่จะอธิบายเหตุผลหรือสาเหตุของการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างประเทศคือทฤษฎี Heckscher-โอห์ลิน (H-O) (Salvatore, 2002)

ทฤษฎีของเฮกเซอร์ออลแลง Baldwin (1971) ได้อธิบายว่า ประเทศ 2 ประเทศจะค้าขายกันได้เมื่ออัตราการแลกเปลี่ยนสินค้าภายในและราคาโดยเปรียบเทียบของทั้ง 2 ประเทศ แตกต่างกันเน้นในเรื่องความแตกต่างกันของปัจจัยการผลิตเริ่มต้น (Factor Endowments) ที่แต่ละประเทศมีอยู่และราคาปัจจัยการผลิต (Factor Prices) ระหว่างประเทศ ซึ่งถือเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดของการค้า (โดยมีสมมติฐานว่าเทคโนโลยีและรสนิยมเหมือนกัน) ตามทฤษฎีนี้แต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าเน้นไปที่ปัจจัยการผลิตที่มีมากโดยเปรียบเทียบ ซึ่งทำให้ปัจจัยการผลิตนั้นมีราคาถูกและนำเข้าสินค้าเน้นไปที่ปัจจัยการผลิตที่หายากโดยเปรียบเทียบซึ่งปัจจัยการผลิตดังกล่าวจะมีราคาแพง ขอสสมมติของทฤษฎีการค้าเฮกเซอร์ ออลแลง

1. มีประเทศคู่ค้า 2 ประเทศ มีสินค้า 2 ชนิดและใช้ปัจจัย 2 ชนิดคือ ทุน (C) และแรงงาน (L)
 2. ปัจจัยการผลิตใน 2 ประเทศ มีความแตกต่างกัน และมีจำนวนจำกัดอยู่จำนวนหนึ่ง
 3. ประเทศทั้ง 2 ใช้เทคนิคการผลิตสินค้าเหมือนกันในสินค้าประเภทเดียวกัน แต่การผลิตสินค้าต่างชนิดกันจะมีเทคนิคแตกต่างกัน เช่น => ถ้าสินค้า X ผลิตด้วย C - intensive ก็จะใช้ C - intensive เหมือนกันทั้ง 2 ประเทศ => ถ้าสินค้า Y ผลิตด้วย L - intensive ก็จะใช้ L - intensive เหมือนกันทั้ง 2 ประเทศ
 4. การผลิตสินค้าทั้งชนิดใน 2 ประเทศมีลักษณะของผลได้ จากการขยายขนาดการผลิตเป็นแบบคงที่ (Constant Return to Scale)
 5. สมมติให้อุปสงค์ใน 2 ประเทศไม่มีความแตกต่างกัน และมีรสนิยมในการบริโภคสินค้าเหมือนกัน
 6. เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศ ทั้ง 2 ประเทศยังคงผลิตสินค้า 2 ชนิดคือ มีความชำนาญในการผลิต สินค้าไม่สมบูรณ์ (Incomplete Specialization)
 7. ขอสสมมติฐานอื่น ได้แก่ ปัจจัยการผลิต ถูกจ้างงานเต็มที่ ตลาดสินค้าและตลาดปัจจัยเป็นตลาดแข่งขัน สมบูรณ์เป็นการค้าเสรี ไม่มีค่าขนส่ง ไม่มีนโยบายการกีดกันทางการค้า ปัจจัยจะไม่สามารถโยกย้ายได้ในระหว่างประเทศ แต่โยกย้ายได้โดยเสรีภายในประเทศของจำกัดของ รูปแบบ Heckscher-Ohlin สมมติฐานรูปแบบโมเดลของ Heckscher-Ohlin ที่ว่าปัจจัยการผลิต (แรงงานและทุน) จะไม่สามารถเคลื่อนที่ระหว่างประเทศ ซึ่งไม่สามารถใช้ได้ ในบริบทของวันนี้เพราะการควบคุมเงินทุนไหลลดลงและการลงทุนข้ามพรมแดนได้ กลายเป็นความจริงอีกทั้งการเคลื่อนไหวของบุคคลข้ามพรมแดนในปัจจุบันมีมากมายอีกด้วย
- 3. ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)**

ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันของ Porter (Porter, 1990) ได้ใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ผลกระทบควบคู่กับคู่แข่ง อย่างเช่น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันกับผู้อื่น โดยมีข้อสมมติว่าองค์กรธุรกิจของประเทศจะสามารถใช้ทรัพยากรของประเทศให้เกิดประโยชน์และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศได้มาก ที่สุดจะต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้คือ ปัจจัยการผลิตภายในประเทศอุปสงค์ภายในประเทศอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท รัฐบาลเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส

1. สภาพปัจจัยการผลิต (Factor Condition)

ตามแนวคิดนี้ปัจจัยการผลิตต่างคือ สิ่งที่ต้องใส่เข้าไปเพื่อแข่งกับผู้อื่นได้ ซึ่งในแต่ละองค์กรหรือหน่วยงานไม่ได้มีปัจจัยเหมือนกัน ซึ่งปัจจัยด้านการผลิตนั้นจะมีด้วยกันหลายชนิดเช่น ปัจจัยด้านแรงงานอาจจะมีความแตกต่างกันออกไป ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Resource) ในแต่ละถิ่นฐาน การศึกษาของแต่ละถิ่นฐานว่าถิ่นฐานมีการศึกษาหรือทักษะของแรงงาน (Education & Skill Levels) อย่างไร และต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ว่ามีความพร้อมและมีราคาของการผลิต โดยสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ในด้านทางจำนวนแรงงานทักษะความชำนาญต่าง ๆ ของแรงงาน ต้นทุนในด้านค่าแรงรวมถึงต้นทุนในด้านจัดการ ล้วนแต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรในการขับเคลื่อนการแข่งขันใหม่ประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จ

1.2 ทรัพยากรด้านความรู้ (Knowledge Resources) เป็นความรู้เฉพาะด้าน เช่น รายงานและข้อมูลพื้นฐานทางการวิจัยและการตลาดเทคนิควิทยากรต่าง ๆ ความรู้ด้านการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์หน่วยงานทางสถิติคู่มือทางด้านธุรกิจและวิทยาศาสตร์แหล่งความรู้ในมหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถจัดเป็นทรัพยากรด้านความรู้เฉพาะด้าน

1.3 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) เป็นทรัพยากรที่แต่ละประเทศมีแตกต่างกันแหล่งน้ำเหมืองแร่ความอุดมสมบูรณ์คุณภาพของที่ดินป่าไม้ไฟฟ้าสภาพภูมิอากาศภูมิประเทศและที่ตั้งของ ประเทศซึ่งมีผลกระทบต่อประเทศนั้น ๆ ในการที่จะเป็นขอได้ เปรียบหรือเสียเปรียบในการติดต่อทางการค้ากับประเทศอื่น ๆ

1.4 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ดานระบบสื่อสารด้านระบบขนส่งด้านระบบสาธารณสุขต่าง ๆ รวมไปถึงถึงด้านคุณภาพชีวิตประชาชนสถานที่ทำงานด้านวัฒนธรรมหรือที่อยู่อาศัยของประชากรในองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับสิ่งเหล่านี้เพราะเป็นสิ่งที่บุคคลท้องถิ่น นั้น ๆ ยึดถือปฏิบัติและเป็นวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่นหรือเป็นวิถีการปฏิบัติของประเทศนั้น ๆ

1.5 แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital Resources) ต้นทุนของเงินทุนภายในประเทศนั้น ๆ ที่มีทุนแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสถานะแวดล้อมของประเทศนั้น ๆ หรือเป็นสรรหาแหล่งเงินทุนขององค์กรนั้น ๆ ในแต่ละท้องถิ่น

2. สถานภาพทางอุปสงค์ (Demand Condition) อยู่ในลักษณะความต้องการสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมภายในประเทศในด้านของอุปสงค์นั้นจะกดดันให้ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลง ในนวัตกรรมและมีความเป็นเลิศในการปรับปรุงพัฒนาถ้าประเทศมีความต้องการสินค้าส่วนใดมากก็จะทำให้มีการพัฒนามากในส่วนนั้น ๆ มาก ซึ่งได้เปรียบในคุณสมบัติเงื่อนไขด้านความต้องการของตลาดทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันจะประกอบด้วยดังนี้

2.1 ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ (Home Demand Composition) ด้านความต้องการด้านการตลาดที่มีผลให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศและขึ้นอยู่กับการทำธุรกิจต่าง ๆ มีการสนองต่อผู้ซื้ออย่างไรโดยพิจารณาได้จาก

- โครงสร้างด้านความต้องการในประเทศ (Segment Structure of Demand) โดยเฉพาะที่มีต่ออุตสาหกรรมหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งและเป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นสิ่งที่สำคัญตรงข้อได้เปรียบเนื่องจากถ้ามีความต้องการในประเทศสูงต่อส่วนใดย่อมทำให้ มีข้อได้เปรียบในการประหยดโดยขนาดของแต่ละองค์กรนั้น ๆ

- ความต้องการของผู้ซื้อหรือคนภายในประเทศ (Sophisticated and Demanding Buyers)

ถ้าผู้ซื้อต้องการที่มีมาตรฐานสูงในส่วนของคุณภาพสินค้าหรือบริการจะเป็นสิ่งที่ทำให้ ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อให้สนองความต้องการของคนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งความต้องการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา

- การคาดการณ์ล่วงหน้าในความต้องการของผู้บริโภค (Anticipatory Buyer Needs) เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดโอกาสได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยที่คาดการณ์ว่าลูกค้าต้องการอะไรในอนาคตจะทำให้เกิดการขยายวงกว้างขึ้นในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ไม่เฉพาะแต่ทำให้เกิดสินค้าตัวใหม่ ๆ แต่ทำให้เกิดการกระตุ้นในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและทำให้ผลิตภัณฑ์ นั้น ๆ สามารถแข่งขันได้ต่อไป

2.2 ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand Size and Pattern of Growth)

ประกอบไปด้วย

- ความต้องการภายในประเทศ (Size of Home Demand) ประเทศใดที่มีความต้องการมากก็จะนำไปสู่โอกาสที่ดีทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ โดยเฉพาะด้านประหยัดขนาดขององค์กรหรือด้านการเรียนรู้เป็นเครื่องส่งเสริมให้มีการขยายการลงทุนการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการปรับปรุงในผลิตภัณฑ์แต่มีสิ่งที่จะต้องพึงระวังอยู่ ก็คือการเป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งจะต้องจำหน่ายสินค้าในหลาย ๆ ประเทศการลงทุนในด้าน โรงงานขนาด

ใหญ่ หรือด้านการวิจัยและการพัฒนาจะมีเชื่อถือเฉพาะความต้องการภายใน อย่างเดียวไม่ได้เพราะการมีขนาดความต้องการในจำนวนที่แตกต่างกันออกไป แต่ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้เป็นความต้องการเดียวกันกับความ ต้องการ

- อัตราส่วนการเติบโตของความต้องการในประเทศ (Rate of Growth of Home Demand) คุ้ได้จากอัตราการเติบโตของสินค้านั้น ๆ ยังมีอัตราการเติบโตเร็วแสดงว่าได้เปรียบนอกจากนี้การเติบโตมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีโดยเฉพาะช่วงที่อุตสาหกรรมต้องการความมั่นใจในการตัดสินใจที่จะลงทุนในผลิตภัณฑ์ใหม่หรือโรงงานใหม่ ๆ

- การรู้ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ (Early Home Demand) ซึ่งถ้ายังรู้ความต้องการเร็วเท่าใด จะช่วยให้อุตสาหกรรมท้องถิ่นนั้น ๆ ผลิตสินค้าได้ ก่อนคู่แข่ง โดยเฉพาะด้านการสนองต่อความต้องการทำให้สามารถคาดการณ์ความต้องการได้จะยิ่งทำให้เกิดประโยชน์และเป็นผลดีสำหรับการแข่งขันกัน ในอนาคต

- การอิ่มตัวเร็วของสินค้า (Early Saturation) ทำให้วงจรชีวิต (Life Cycle) ของสินค้านั้น ๆ สั้นลงซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเกิดความพยายามที่จะยกระดับสินค้าอยู่ตลอดเวลาเป็นตัวกดดันให้เกิดการลดราคาของสินค้าการตัดราคาเนื่องจากการอิ่มตัวของสินค้าเร็ว โดยเฉพาะเกิดการแข่งกัน ในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นและบริษัทยที่ไม่เข้มแข็งพอต้องกระทบกระเทือน

2.3 ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of Domestic Demand) ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยผลักดันให้ สินค้าและบริการของประเทศออกสู่ต่างประเทศได้นั้น ประกอบด้วยดังนี้

- การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or Multinational Local Buyer) โดยเฉพาะคนที่มีการเดินทางและเคลื่อนย้ายบ่อยก็จะทำให้ความต้องการนั้นกระจายออกไปซึ่งจะเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่น ประเภทอาหารจานด่วน (Fast Food) ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่เดินทางไปยังถิ่นฐานอื่นหรือนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

- อิทธิพลที่มีต่อความต้องการในต่างประเทศ (Influence on Foreign Needs) ตัวอย่างเช่นการฝึกอบรมของแพทย์จากต่างประเทศในสหรัฐฯเมื่อกลับไปประเทศของตนก็ย่อมต้องการที่จะมีเครื่องมือทางการแพทย์แบบที่เคยใช้ในการอบรมกลับไปใช้ในประเทศของตนเองฉะนั้นจึงสามารถเป็นผู้มีอิทธิพล(Influencer) ได้ก็จะเป็นการกระจายไปสู่ความเป็นสากลได้

2.4 ปัจจัยความต้องการที่เกี่ยวพันกัน (Interplay of Demand Conditions) การมีความต้องการที่หลากหลายในความต้องการของตลาดเป็นตัวเสริมให้เกิดการพัฒนาของสินค้าในอุตสาหกรรมนั้น ๆ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) เนื่องจากมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันและช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นก็จะเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันดังต่อไปนี้

- ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต (Competitive Advantage in Supplies Industries)

อุตสาหกรรมที่ประเภทผลิตภัณฑ์อื่นให้กับอุตสาหกรรมอื่นอยู่แล้วจะทำให้เกิดผลดีทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการเข้าสู่ตลาดได้ก่อนคู่แข่งจากภายนอก

- ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง (Competitive Advantage in Related Industries) ช่วยให้องค์กรได้รับการสนับสนุนแบบสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสนับสนุนกันทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาในด้านการผลิตสินค้า

4. กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรกำหนดขึ้นมาเองเช่นเป้าหมายกลยุทธ์การจัดการในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการเอื้อให้เกิดผลดีทางการแข่งขันประกอบไปด้วย

4.1 เป้าหมายขององค์กร (Company Goal) ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาโดยโครงสร้างของการเป็นเจ้าขององค์กรแรงจูงใจของเจ้าของและเจ้าหน้าที่การดำเนินงานขององค์กรและเป้าหมายของบุคลากรในองค์กรในการที่จะพัฒนาทักษะของตนเองนอกจากนั้นความสัมพันธ์ของพนักงานกับผู้บริหารขององค์กรมีส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรเกิดความเข้มแข็งจนสามารถเป็นประโยชน์ทางการแข่งขันได้

4.2 การแข่งขันภายในประเทศ (Domestic Rivalry) ซึ่งเป็นผู้นำของโลกในอุตสาหกรรมในด้านใดก็ตามมักจะพบว่ามีการแข่งขันภายในกันอุตสาหกรรมนั้น ๆ สูงเช่นประเทศสวีเดนและแคนาดาซึ่งเป็นผู้นำในด้านเวชภัณฑ์ ยาจะมีบริษัทที่เป็นคู่แข่งในประเทศมากมาย

5. รัฐบาล (Government) รัฐบาลนั้นส่งผลกระทบต่อพร้อม ๆ กันกับการได้รับผลจากสภาพการผลิต สถานภาพทางอุปสงค์กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวกในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภครวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิดอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาดเหล่านี้เป็นต้น ข้อจำกัดของทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันของ Michel E. Porter นี้คือรูปแบบนี้จะไม่สามารถให้ข้อมูลที่มีความหมายเกี่ยวกับวิธีการที่ดีที่สุดในการดำเนินการป้องกันสิ่งที่จะเกิดขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบนี้สามารถให้คำแนะนำที่มีความเป็นไปได้ที่มีความท้าทายและเป็นนักคุกคามต่อองค์กร ที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบจากปัจจัยด้านสิ่งทดแทน (Substitutes) สรุป ปัจจุบันนี้ประเทศทั้งหลายในโลกจึงพยายามส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกเพื่อนำรายได้ มาสู่ประเทศขณะเดียวกัน ได้มีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดการนำเข้า จาก

ต่างประเทศอื่นจะเป็นการลดการใช้จ่ายเงินตราไปต่างประเทศ มาตรการในการ ส่งเสริมและควบคุมทางการค้า ระหว่างประเทศได้แก่ ภาษีศุลกากร โควต้ามาตรการของรัฐบาลการผูกขาด และการเลือกปฏิบัติในการคิดราคาสินค้ามาตรการเหล่านี้ล้วนจะมีบทบาทในทางการค้าระหว่างประเทศมากขึ้นอันสืบเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ที่ทำการค้าระหว่างประเทศร่วมกันนั่นเอง.

2.2 ข้อมูลพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมข้าวไทย และตลาดข้าวโลกรวมไปถึงสถานการณ์ราคาข้าวของไทย

1. ข้อมูลพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมข้าวไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้ประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 65,000 ล้านบาทและเป็นอาหารหลักประจำวันของคนไทยกว่า 60 ล้านคน แต่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวกลับประสบปัญหาหาราคาข้าวตกต่ำ และราคาปัจจัยการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้น เช่น สารเคมี ปุ๋ย เครื่องมือเครื่องจักรการเกษตร และน้ำมัน เป็นต้น ทำให้รายได้ที่เกษตรกรได้รับไม่เพียงพอต่อการครองชีพและนำไปสู่การเคลื่อนย้ายแรงงานส่วนหนึ่งเข้ามาทำงานในเมืองช่วงหลังฤดูเก็บเกี่ยวก่อให้เกิดปัญหาด้านสังคมและอื่น ๆ การแก้ไขปัญหาด้านราคาข้าวตกต่ำ รัฐเองก็ได้มีโครงการช่วยเหลือ เช่น การสร้างไซโลเพื่อเก็บข้าว การสร้างโรงสี และโรงอบข้าวในท้องถิ่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ไรก็ตามแม้ว่าไทยจะเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ แต่มิได้เป็นผู้กำหนดราคาข้าว การเปลี่ยนแปลงของราคาเป็นไปตามกลไกตลาด ซึ่งมีประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ด้วย ดังนั้นปัญหาหาราคาข้าวที่ไม่มีเสถียรภาพ ยังเป็นปัญหาที่ประเทศต้องประสบเสมอมา สำหรับโครงการเสริมที่นำจะนำมาใช้เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับเกษตรกรอีกทางหนึ่ง นอกจากการจำหน่ายข้าวเพื่อการบริโภคโดยตรงเพียงอย่างเดียว และเป็นการเพิ่มการจ้างงาน และกระจายรายได้ในท้องถิ่นอีกด้วย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ได้มีการเพิ่มความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ ส่วนตลาดต่างประเทศยังไม่ค่อยได้รับความนิยม เนื่องจากปัญหาด้านวัฒนธรรมการบริโภคและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถจูงใจผู้บริโภคมากเท่าที่ควร ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ข้าวสำคัญๆ ที่สามารถผลิตในเชิงอุตสาหกรรมได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จำพวกแป้งจากข้าวชนิดต่างๆ เส้นก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ ขนม และอาหารกึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

หากพิจารณาแนวโน้มการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของไทยในอนาคตแล้ว จะเป็น ผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีโอกาสขยายตัวในอัตราสูง เนื่องจากปริมาณความต้องการใช้เป็นอาหารในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้นตามอัตราการขยายตัวของผู้บริโภค ประกอบกับความนิยมในตลาดต่างประเทศที่คาดว่าจะมีเพิ่มขึ้นทั้งจากคนเอเชียที่ไป

ทำงานในต่างทวีปและคนต่างประเทศที่หันมาบริโภคผลิตภัณฑ์จากข้าวมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงควรจะทำให้ความสำคัญกับการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว เนื่องจากมีความได้เปรียบในเชิงวัตถุดิบที่มีศักยภาพการผลิตทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สามารถรองรับผลผลิตส่วนเกินได้อีกด้วย (ฐานข้อมูลงานวิจัยข้าว สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร(2560)

การควบคุมมาตรฐานสินค้าส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

เนื่องจากข้าวหอมมะลิไทยจัดเป็นข้าวที่มีคุณภาพสูง (Premium Grade) เป็นข้าวนาปี ปริมาณผลผลิตจำกัด จึงมีผู้ไม่หวังดีบางรายทำการปลอมปน ทำให้ราคาข้าวตกต่ำ ขาดความเชื่อถือจากผู้ซื้อ ซึ่งในที่สุดส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของประเทศและการส่งออกของไทย ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์จึงได้กำหนดให้ข้าวหอมมะลิไทยเป็นสินค้ามาตรฐานและมาตรฐานข้าวหอมมะลิไทย (ข้าวพันธุ์ดอกมะลิ 105 และ กข. 15 ความบริสุทธิ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 92) เป็นมาตรฐานบังคับ มีผลบังคับใช้โดยสมบูรณ์เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2545 เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐาน สร้างความเชื่อมั่นของผู้ซื้อและยกระดับราคาข้าวหอมมะลิไทยส่งออกให้สูงขึ้น

ในส่วนของสำนักงานมาตรฐานสินค้า กรมการค้าต่างประเทศ ซึ่งรับผิดชอบในการกำกับดูแลคุณภาพมาตรฐานสินค้าส่งออกโดยตรงตาม พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าส่งออก พ.ศ. 2503 จึงได้มีมาตรการป้องปรามการปลอมปนข้าวหอมมะลิไทยตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำมากมายหลายประการ ดังนี้

1. กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้ประสานกับกระทรวงมหาดไทย จัดประชุมผู้ว่าราชการจังหวัด 19 จังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าวหอมมะลิไทย เพื่อกำหนดแนวยุทธศาสตร์การรักษาคุณภาพมาตรฐานข้าวหอมมะลิไทยตั้งแต่ระดับโรงสี โดยขอความร่วมมือจังหวัดในการกำกับดูแลคุณภาพข้าวหอมมะลิไทยอีกทางหนึ่ง สนับสนุนให้มีการรับรองโรงสีที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่มีคุณภาพ รวมทั้งติดตามตรวจสอบคุณภาพข้าวในระหว่างให้การรับรอง โดยการสุ่มเก็บตัวอย่างข้าวจากโรงสีดังกล่าว ส่งตรวจวิเคราะห์ DNA หากตรวจพบโรงสีใดมีคุณภาพไม่ถูกต้องตามมาตรฐานกำหนด ก็จะแจ้งให้จังหวัดระงับการรับรอง ซึ่งเป็นการกำกับดูแลคุณภาพมาตรฐานสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำ โรงสีข้าวที่ผ่านการรับรองจากจังหวัด ทางกรมการค้าต่างประเทศก็จะนำรายชื่อโรงสีเผยแพร่ทาง INTERNET และตามสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ส่งออกและผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศรู้จัก

อนึ่ง สำนักงานมาตรฐานสินค้า ยังได้มีการทวนสอบเป็นระยะๆ โดยได้สุ่มเก็บตัวอย่างข้าวหอมมะลิไทย จากโรงสีที่จังหวัดให้การรับรองแล้วทั้ง 56 โรง ส่งตรวจวิเคราะห์ DNA พบว่าข้าวของโรงสีทั้งหมดมีความบริสุทธิ์ของข้าวอยู่ระหว่างร้อยละ 96-100 ค่าเฉลี่ยความบริสุทธิ์ของข้าวร้อยละ 99 ดังนั้น จะเห็นได้ว่าระดับความบริสุทธิ์ของข้าวอยู่ในระดับสูงเป็นที่น่าพอใจมาก

นอกจากนี้ ยังมีแผนช่วยพัฒนาแบรนด์ในระดับจังหวัดด้วย โดยสนับสนุนให้โรงสีและผู้ส่งออกที่ได้รับ การคัดเลือกจากจังหวัดให้สามารถสร้างตราข้าวหอมมะลิไทยของตนเอง (Private Brand) โดยจังหวัดต้องสร้าง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ที่บ่งบอกว่าสินค้านั้น ๆ มาจากแหล่งภูมิศาสตร์แหล่งนั้น ๆ จึงจะเป็นสินค้าที่ดีมี คุณภาพพิเศษ เช่น ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ จังหวัดร้อยเอ็ด ข้าวหอมสุรินทร์ เป็นต้น วิธีการดังกล่าวนี้ น่าจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมมะลิไทยได้สีอีกทางหนึ่ง และยังเป็นการเพิ่มผลประโยชน์แก่ เกษตรกรในพื้นที่อีกทางหนึ่ง อนึ่ง กรมการค้าต่างประเทศได้ขอความร่วมมือกับผู้ว่าราชการจังหวัดในการ สอดส่องและตรวจจับการขนข้าวจากภาคกลางขึ้นไปปลอมปนกับข้าวหอมมะลิไทยในภาคตะวันออกเฉียง เหนือ อีกทั้งอบรมโรงสีในพื้นที่ให้ตื่นตัว เฝ้าระวังและไม่รับซื้อข้าวเปลือกที่สงสัยที่ขนขึ้นไปขาย

2. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “มาตรฐานและการค้าข้าวหอมมะลิไทย” เพื่อเผยแพร่มาตรฐานข้าว หอมมะลิไทย ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจข้าวหอมมะลิไทยในภูมิภาค มีความรู้ ความเข้าใจในกฎเกณฑ์ ระเบียบ กระบวนการส่งออก และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ส่งออกที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งได้ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี มหาสารคาม ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ สุรินทร์ อำนาจเจริญ โขโสธร ร้อยเอ็ด และในภาคเหนือที่จังหวัด เชียงราย พิชณุโลก และนครสวรรค์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังจัดการฝึกอบรม ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตรวจ วิเคราะห์ทางพันธุกรรม (DNA) ให้แก่บุคลากรของสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ที่เป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิ ไทย เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ มีความสามารถตรวจวิเคราะห์พันธุกรรมข้าวได้ เป็นการให้บริการแก่เกษตรกร ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการค้าข้าวหอมมะลิไทยในพื้นที่ให้ได้รับความสะดวกยิ่งขึ้น โดยได้รับความร่วมมือจาก ห้องปฏิบัติการดีเอ็นเอ เทคโนโลยี ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการฝึกอบรมดังกล่าว ซึ่งมีผู้แทน สถาบันฯ เข้าฝึกอบรมแล้ว 11 คนจาก 6 สถาบัน และขณะนี้ได้รับแจ้งว่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถให้บริการตรวจวิเคราะห์ DNA ข้าวได้แล้ว

3. ในด้านการกำกับดูแลคุณภาพข้าวหอมมะลิไทย สำนักงานมาตรฐานสินค้าได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ มส.ไป กำกับดูแลการตรวจสอบคุณภาพสินค้าขณะตรวจปล่อยในปี 2549 สุ่มกำกับประมาณร้อยละ 14.5 ของจำนวน ครั้งที่แจ้งให้ตรวจสอบ เพื่อให้ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการตรวจสอบ และผู้ตรวจสอบฯ ได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ กำหนด และมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด เมื่อตรวจพบว่าข้าวที่จะส่งออกมีคุณภาพไม่ถูกต้อง ก็จะทำให้ ปรับปรุงคุณภาพก่อนส่งออก หรือตรวจพบว่าไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบฯ ก็จะมีการลงโทษ ในปี 2549 ที่ผ่านมา ได้มีการลงโทษผู้กระทำผิด โดยทำหนังสือตักเตือนผู้ส่งออก 20 ราย ผู้ประกอบการ ตรวจสอบฯ 4 ราย ภาคทัณฑ์ผู้ส่งออก 3 ราย ทัณฑ์บนผู้ส่งออก 1 ราย ผู้ประกอบการตรวจสอบฯ 1 ราย ผู้ ตรวจสอบฯ 1 ราย และพักใช้ใบอนุญาต ผู้ตรวจสอบฯ 3 ราย และสั่งอายัดสินค้าผู้ส่งออก 16 ราย

4. สุ่มเก็บตัวอย่างข้าวหอมมะลิไทยขณะส่งออก เนื่องจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้พัฒนาข้าวพันธุ์ปทุมธานี 1 ซึ่งเป็นข้าวคุณภาพดี มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับข้าวหอมมะลิไทยมาก (ข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 และ กข 15) การตรวจสอบทางกายภาพและการตรวจวิเคราะห์ทางเคมี ไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ จึงเกิดปัญหาการนำข้าวปทุมธานี 1 มาปลอมปน เข้าไปในข้าวหอมมะลิไทยที่ส่งออก ซึ่งปัญหานี้อาจเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ระดับ โรงสีถึงขั้นผู้ส่งออกอันจะมีผลกระทบต่อคุณภาพ ราคา ความเชื่อถือและชื่อเสียงของข้าวหอมมะลิไทย คต. จึงต้องมีมาตรการเข้มงวดในการตรวจสอบ โดยใช้วิธีการตรวจสอบสายพันธุ์ข้าว (DNA) ที่ห้องปฏิบัติการเทคโนโลยี DNA ของศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพ (BIOTEC) อ.กำแพงแสน จ. นครปฐม โดยจะทราบผลได้ภายใน 24 ชั่วโมง ซึ่ง DNA นี้ เป็นวิธีการตรวจสอบ/วิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพในปัจจุบัน โดยการส่งเจ้าหน้าที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าออกไปสุ่มเก็บตัวอย่างแล้วส่งตรวจ DNA หากพบว่าคุณภาพข้าวไม่ถูกต้องจะระงับไม่ให้ส่งออกและให้นำไปปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐานก่อนจึงจะอนุญาตให้ส่งออกได้ กรณีที่พบว่ามีการทำผิดซ้ำอีก จะลงโทษตามมาตรการที่กำหนด ตั้งแต่ตัดเดือนจนถึงการเพิกถอนการจดทะเบียนฯ ตั้งแต่ปี 2547 2548 และ 2549 ได้สุ่มเก็บตัวอย่างข้าวหอมมะลิไทยของผู้ส่งออกขณะตรวจปล่อยเพื่อส่งตรวจ DNA พบว่า มีคุณภาพไม่ถูกต้องตามมาตรฐานร้อยละ 20.0 5.33 และ 5.76 ตามลำดับ

5. การใช้เครื่องหมายรับรองคุณภาพข้าวหอมมะลิไทย ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการค้าข้าวหอมมะลิไทย ทั้งภายในและต่างประเทศ เช่น ผู้ส่งออก ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าปลีก โรงแรม และภัตตาคาร เป็นต้น สามารถขออนุญาตใช้เครื่องหมายดังกล่าวได้ ซึ่งผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าว จะต้องรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิไทยให้มีความบริสุทธิ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 92 หากตรวจพบว่าผู้ได้รับอนุญาตรายใดผลิตข้าวไม่ถูกต้องตามมาตรฐานกำหนด จะดำเนินการตามมาตรการที่กำหนด นอกจากนี้ ทางกรมฯ ยังได้จัดกิจกรรมเจรจาทำธุรกิจร่วมกัน (Business Matching) ระหว่างกลุ่มร้านอาหาร/ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า กับโรงสี ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิไทย ปี 2549 ที่ผ่านมาได้จัดขึ้นที่จังหวัดนนทบุรี กรุงเทพฯ ชลบุรี ภูเก็ต สุโขทัย และเชียงใหม่ ล่าสุดกรมฯ ได้จัดกิจกรรมสร้างตราสัญลักษณ์ข้าวหอมมะลิไทยเจาะผ่านกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยรณรงค์และสร้างกระแสการบริโภคข้าวหอมมะลิไทยในประเทศเพื่อเชื่อมโยงสู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และจัดกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงเทศกาล (High Season)

6. อนึ่ง กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดมาตรฐานข้าวหอมปทุมธานี 1 ขึ้นมาตั้งแต่ตุลาคม 2547 โดยเป็นมาตรฐานแนะนำ /มาตรฐานสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับข้าวปทุมธานี 1 ให้สูงกว่าข้าวขาวแต่ต่ำกว่าข้าวหอมมะลิไทย และจะใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการขยายตลาดข้าวส่งออกของไทย โดยมี 3 ระดับคุณภาพ (3

Segment) คือ ข้าวหอมมะลิไทย ข้าวหอมปทุมธานี 1 และข้าวขาว ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อและความต้องการของแต่ละตลาด

ปัญหาการปลอมปน

ถึงแม้สำนักงานมาตรฐานสินค้า ได้ดำเนินการเกี่ยวกับกำกับดูแลคุณภาพข้าวหอมมะลิไทยอย่างเข้มงวด ตลอดจนส่งเสริม รักษาและยกระดับคุณภาพข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นที่เชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ตั้งแต่ระดับการผลิตจนถึงการส่งออก ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งที่จะป้องกันการปลอมปนข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งจากการดำเนินการที่ผ่านมา ได้ผลเป็นที่น่าพอใจในระดับหนึ่งในการป้องกันการปลอมปน ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาภายในประเทศตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ตาม พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503 อย่างไรก็ตาม ยังคงพบว่ามีปัญหาการปลอมปนข้าวหอมมะลิไทยอยู่ ทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนี้

1. การกำกับดูแลคุณภาพสินค้ามาตรฐานข้าวหอมมะลิไทย เป็นการสุ่มออกไปกำกับฯ ไม่ได้ออกไปทุกครั้งที่มีการส่งออก อาจทำให้เกิดการหลีกเลี่ยงการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามมาตรฐานกำหนด ส่งผลให้มีการนำข้าวพันธุ์อื่นปนเข้าไปในข้าวหอมมะลิไทยที่ส่งออกได้

2. กรมการค้าต่างประเทศไม่มีอำนาจในการกำกับดูแลคุณภาพข้าวที่วางจำหน่ายในท้องตลาดภายในประเทศ เว้นแต่ผู้จำหน่ายข้าวหรือผู้ซื้อข้าวเพื่อบริการภายในประเทศ ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยจากกรมการค้าต่างประเทศ ซึ่งจะต้องวางจำหน่ายหรือใช้ข้าวที่มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนดของโรงสีที่จังหวัดให้การรับรองแล้วเท่านั้น

3. การนำข้าวที่ส่งออกไป Re-pack ใหม่ โดยใช้ภาชนะบรรจุเช่นเดียวกับที่ส่งออก ซึ่งไม่สามารถบังคับหรือลงโทษผู้ส่งออกได้ แต่ถ้าผู้นำเข้า ทำการ Re-pack ข้าวใหม่ โดยประทับเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย หรือประทับข้อความ THAI HOM MALI RICE ก็สามารถสุ่มเก็บตัวอย่างข้าวนั้น เพื่อส่งตรวจวิเคราะห์ DNA และดำเนินการลงโทษผู้ละเมิดใช้เครื่องหมายฯ โดยไม่ได้รับอนุญาตตาม พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แต่มีข้อจำกัดในการแก้ไขปัญหา

4. ตรวจพบมีการส่งกระสอบเปล่าเป็นจำนวนมากเข้าสู่คอนเทนเนอร์ไปพร้อมกับข้าวหอมมะลิไทยที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว โดยกระสอบเปล่าดังกล่าวมีการประทับข้อความต่าง ๆ บนกระสอบบรรจุเช่นเดียวกับสินค้าที่ส่งออก ทำให้เป็นช่องทางของการนำข้าวชนิดอื่นปลอมปนหรือข้าวที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานไปบรรจุใหม่ที่ปลายทาง ทั้งนี้ผู้ส่งออกมักอ้างว่าเป็นการเผื่อกระสอบแตก ทั้ง ๆ ที่กระสอบในปัจจุบันเป็น Polypropylene ไม่ใช่กระสอบปานเช่นในอดีต

แนวทางแก้ไข

1. หัวใจของการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดอยู่ที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้าข้าวหอมมะลิไทย ต้องยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยต้องรู้จักความพอดี ความพอประมาณ และความมีเหตุมีผล รวมทั้งต้องมีจิตสำนึก มีความตระหนัก มีความซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพของตนมุ่งมั่นในการควบคุมและพัฒนายกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าอยู่ตลอดเวลา (Continuous Improvement) ทั้งนี้เพื่อรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์สินค้าไทยในตลาดโลก

2. นอกเหนือจากการเน้นตัวมาตรฐานสินค้า (Product Standard) แล้วปัจจุบันยังต้องเน้นตัวมาตรฐานระบบ (System Standard) ด้วย โดยในส่วนของเกษตรกรต้องริบนำหลักการผลิตทางเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) มาเป็นแนวทางในการเพาะปลูก ส่วนภาคโรงสีและผู้ส่งออกต้องริบนำหลักการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice: GMP) และหรือหลักการวิเคราะห์จุดอันตรายและควบคุมวิกฤต (Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP) มาใช้ในองค์กรของตน

3. ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้าข้าวหอมมะลิไทยทั้งระบบต้องเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและผลิตภาพ (Productivity) ในส่วนของตนให้สูงขึ้น เพื่อลดต้นทุนเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน (สำนักงานมาตรฐานสินค้า, 2560)

Show 10 entries		หน่วย : เหรียญสหรัฐ/ตัน
ชนิดข้าว	ราคา	
1 ข้าวหอมมะลิไทย ชนิดพิเศษ 58/59 Thai Hom Mali Rice - Premium Quality (58/59)	936	
2 ข้าวหอมมะลิไทย 100% 58/59 Thai Hom Mali Rice 100% (58/59)	905	
3 ข้าวหอมมะลิไทย ชนิดพิเศษ 59/60 Thai Hom Mali Rice - Premium Quality (59/60)	1075	
4 ข้าวหอมมะลิไทย 100% 59/60 Thai Hom Mali Rice 100% (59/60)	1029	
5 ปลายข้าวหอมมะลิ เจริญเลิศพิเศษ THMBR A.1 Extra Super	502	
6 ปลายข้าวหอมมะลิ เจริญเลิศ THMBR A.1 Super	409	
7 ข้าวกล้องหอมมะลิไทย Thai Hom Mali Cargo Rice	966	
8 ข้าวหอมไทย Thai Jasmine Rice	719	
9 ข้าวสารชนิด 100% ชั้น 1 White Rice 100% Grade A	423	
10 ข้าวสารชนิด 100% ชั้น 2 White Rice 100% Grade B	402	

ภาพที่ 2.1 แสดงข้อมูลราคาข้าวโลกและข้าวไทย

ที่มา : คณะอนุกรรมการรายงานราคาข้าว สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย/สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย

อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงิน ดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา (บาท ต่อ 1 ดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา)

วันที่	อัตราซื้อถั่วเฉลี่ย		อัตราขายถั่วเฉลี่ย
	ตัวเงิน	เงินโอน	
05 ก.พ. 2561	31.2412	31.3219	31.6579
06 ก.พ. 2561	31.3881	31.4733	31.7787
07 ก.พ. 2561	31.2249	31.2997	31.6378
08 ก.พ. 2561	31.4589	31.5369	31.8838
09 ก.พ. 2561	31.5956	31.6667	31.9899

ภาพที่ 2.2 แสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทยเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริก

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ข้อมูล ณ ระหว่างวันที่ 5 – 9 กุมภาพันธ์ 2560

2. ตลาดข้าวโลกและสถานการณ์ราคาข้าวของไทย

- ตลาดการค้าข้าวโลกและความต่างของราคาตาม ประเภทของสินค้าข้าว
- ปริมาณการค้าข้าวโลกและประเทศผู้ส่งออกสำคัญ ปริมาณข้าวที่ซื้อขายกันในตลาดการค้าข้าวโลกในปี 2558 42.68 ล้านตัน จาก ปริมาณการผลิต 480 ล้านตัน หรือร้อยละ 8.89 ตลาดข้าว มีหลากหลายตามประเภทข้าว เช่น ตลาดข้าวหอม ตลาดข้าวสารเจ้า ตลาดข้าวนี้่งตลาด ข้าวเหนียว ตลาดข้าวญี่ปุ่น

ประเทศ	ร้อยละส่วนแบ่งตลาด						
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ไทย	29.21	28.67	29.37	17.61	17.01	24.84	22.91
เวียดนาม	20.28	21.32	19.31	19.73	16.97	14.33	15.49
อินเดีย	7.23	7.06	12.80	26.29	26.54	26.25	25.91
ปากีสถาน	10.84	12.67	9.40	8.69	10.46	8.38	9.37
สหรัฐอเมริกา	10.29	12.26	8.96	8.46	8.36	6.68	7.87
รวม 5 ประเทศ	77.85	81.98	79.84	80.86	79.34	80.48	81.54
อื่นๆ	22.15	18.02	20.16	19.14	20.66	19.52	18.44
การค้าโลก	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
ปริมาณการค้าข้าวโลก(ล้านตัน)	29.34	31.57	36.26	39.13	39.49	44.16	42.66

ภาพที่ 2.3 แสดงปริมาณการค้าข้าวโลก หน่วยเป็นล้านตัน

ที่มา: คำนวณจากข้อมูล USDA “Grain: World Markets and Trade, November 2016”

- ปริมาณการส่งออกของประเทศรายใหญ่ 5 ประเทศมีแนวโน้มลดลง ทั้งใน ตลาดโลกและในตลาดเอเชีย
- ปริมาณการชะลอตัวของตลาดนำเข้ากดดันราคาข้าวให้อยู่ในทิศทางขาลง

ตารางที่ 2.3 ปริมาณการส่งออกของประเทศรายใหญ่ 5 ประเทศ

	ตลาดโลก		ตลาดเอเชีย	
	2015	2016 trend	2015	2016 trend
อินเดีย	10.94	10.68	0.95	0.14
ไทย	9.80	9.16	3.56	3.18
เวียดนาม	6.62	4.99	5.12	3.65
ปากีสถาน	3.96	3.59	1.08	0.98
อเมริกา	3.45	3.43	0.36	0.56
รวม 5	34.77	31.85	11.07	8.52

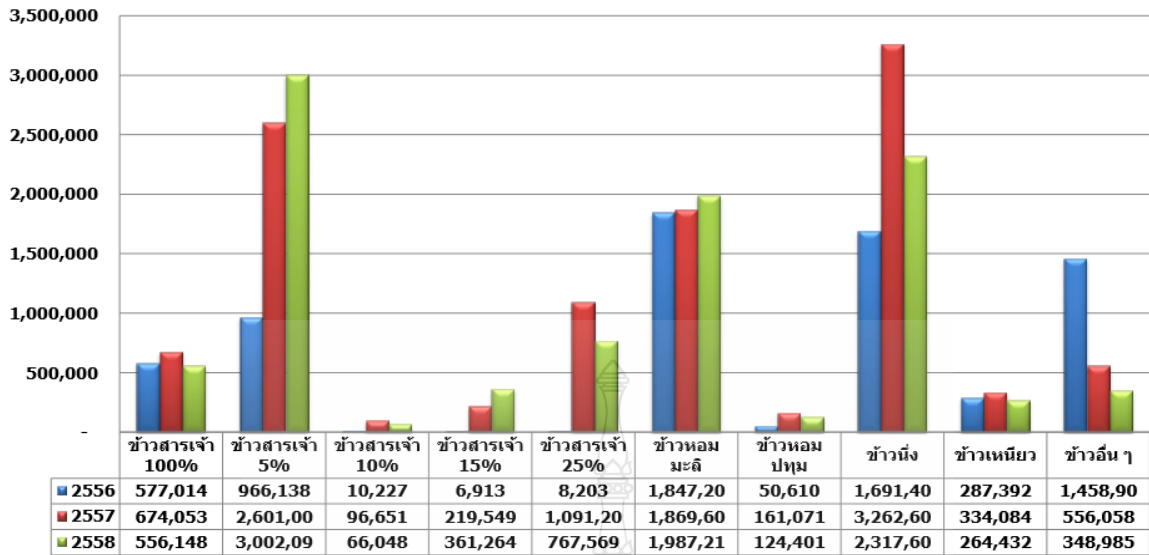
ที่มา: The Rice Trader

-คู่แข่งข้าวไทยในตลาดข้าวประเภทต่าง ๆ

1. ตลาดข้าวพรีเมียม ได้แก่ตลาดข้าวหอมมีการแข่งขันที่มากกว่าเดิมเพราะ เวียดนามได้พัฒนาการผลิตข้าวคุณภาพพรีเมียมและสามารถส่งออกข้าวหอมมะลินีในระดับราคาที่ต่ำกว่าไทยอย่างมาก ในขณะที่เวียดนามและกัมพูชามีการส่งออกข้าว หอมมากขึ้น อีกทั้งจีนและสหรัฐฯ ต่างก็ได้มีการพัฒนาการผลิตข้าวหอมด้วยเช่นกัน
2. ตลาดข้าวสารเจ้า 5% และ 25% เป็นตลาดข้าวที่มีการแข่งขันสูง เวียดนาม อินเดีย และรวมถึงประเทศที่จะเข้ามาแข่งขันใหม่ในตลาดได้แก่กัมพูชาและพม่า รวมถึงข้าวจากกลุ่มประเทศในละตินอเมริกา ข้าวสารเจ้า 5%และ 25% ของไทย กำลังแข่งขันไม่ได้และถูกแทนที่โดยคู่แข่งที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า
3. ตลาดข้าวหนึ่งเป็นตลาดในแอฟริกาและตะวันออกกลางซึ่งเดิมอินเดียเป็นผู้ส่งออก ข้าวหนึ่งไปในตลาดแอฟริกา รายใหญ่แต่จากปี 2551 เป็นต้นมาที่อินเดียหยุดการ ส่งออก ท าให้ข้าวหนึ่งจากไทยเข้าไปแทนตลาดข้าวหนึ่งของอินเดีย แม้ไทยจะ ส่งออกข้าวหนึ่งได้มากแต่การที่อินเดียกลับมาส่งออกในปี 2554เป็นต้นมาทำให้ ตลาดข้าวหนึ่งมีการแข่งขันมากขึ้น

ปริมาณการส่งออกข้าวประเภทต่าง ๆ ของไทย ปี 2556-2558 แยกตามประเภทข้าว

หน่วย:ตัน

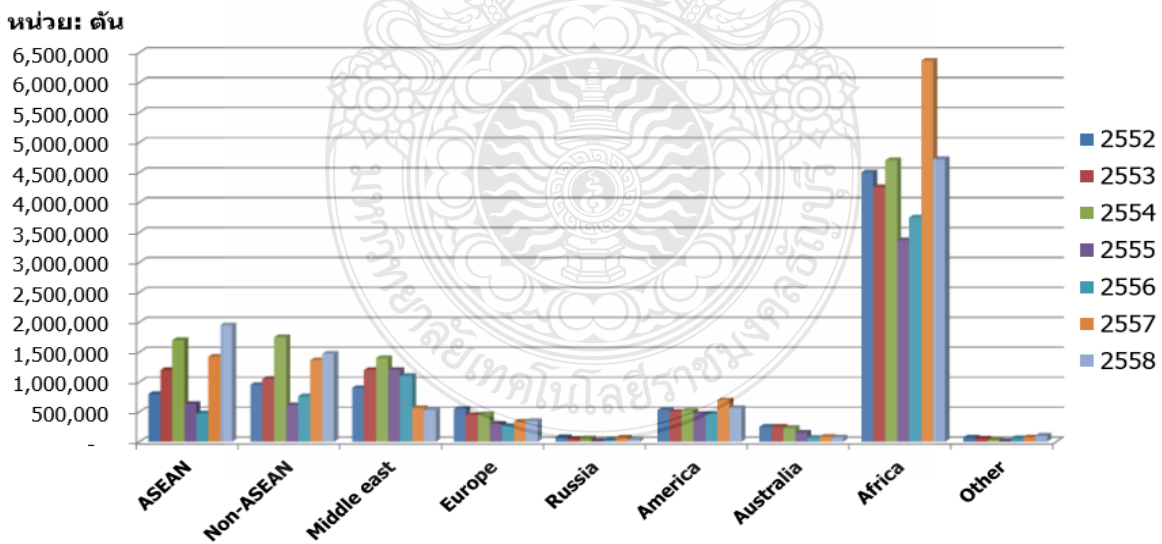


ภาพที่ 2.4 ปริมาณการส่งออกข้าวไทยปี 2556-2558 แยกตามประเภทข้าว

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร(2560)

- แอฟริกาเป็นตลาดส่งออกข้าวรายใหญ่ของไทยเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวส่งผลกระทบต่อารส่งออกของข้าวไทย

การส่งออกข้าวของไทยในปี 2558 มีประมาณ 9.7 ล้านตัน เป็นผู้ส่งออกลำดับสอง รองจากอินเดีย

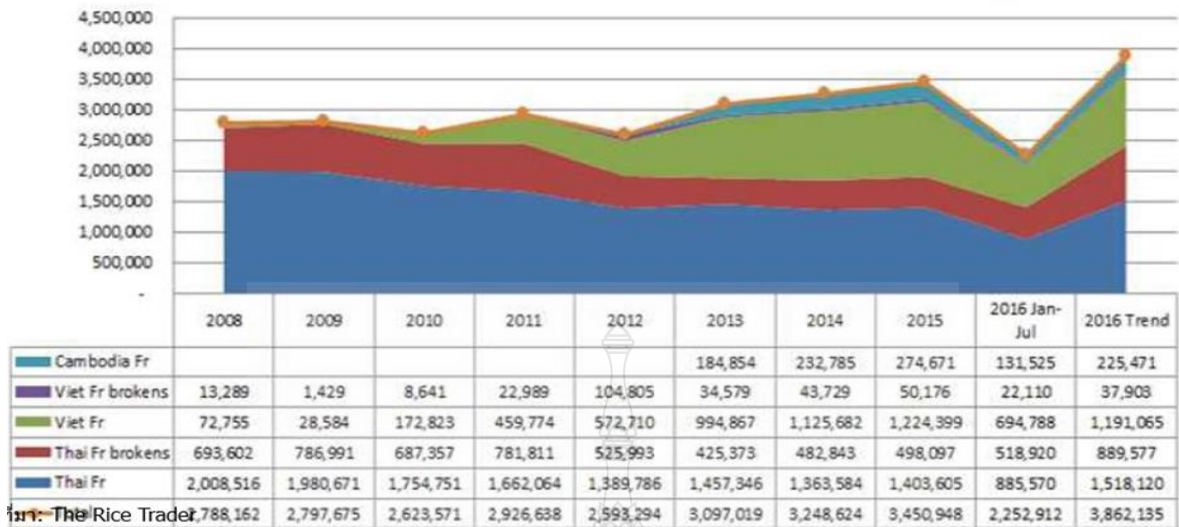


ภาพที่ 2.5 การส่งออกข้าวของไทยในปี 2558

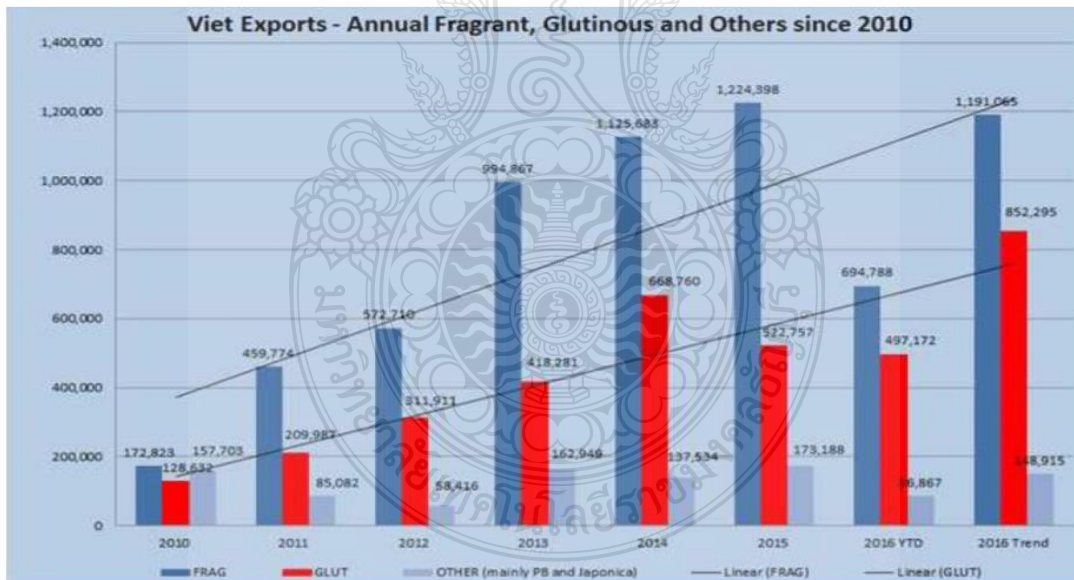
ที่มา: จำนวนจากฐานข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรด้วยความร่วมมือกับกรมศุลกากร(2560)

- การแข่งขันในตลาดข้าวหอม

FRAGRANT RICE MARKETS BY ORIGIN AND TYPE SINCE 2008 (MT)



ภาพที่ 2.6 ตลาดข้าวหอมโลกมีประมาณ 3.5 ล้านตันและมีตลาดข้าวหอมหักประมาณ 0.6 ล้านตัน ตั้งแต่ปี 2008 - ปี 2016



ภาพที่ 2.7 เวียดนามส่งออกข้าวหอมเพิ่มจาก 0.17 ล้านตันในปี 2553 มาเป็น 1.22 ล้านตัน ในปี 2558 (หรือ ปี 2016) นับว่าเป็นคู่แข่งส่งออกข้าวหอมมะลิที่น่าจับตามอง

ที่มา: The Rice Trader(2560)

3. ยุทธศาสตร์ข้าวไทย

- การผลิตข้าวของไทย

การเพาะปลูกข้าวของประเทศไทยในปีหนึ่งๆ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ฤดูด้วยกัน คือฤดูนาปี และฤดูนาปรัง ซึ่งสามารถสรุปสถานการณ์พื้นที่ปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อพื้นที่ปลูก ต้นทุนการผลิต และราคาข้าวเปลือกที่ชาวนาขายได้ ในปีเพาะปลูก 2553/54 และครัวเรือนชาวนา วิธีการทำนา และพันธุ์ข้าว ในปีเพาะปลูก 2552/53 ของประเทศไทย (ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) ได้ดังนี้ 1) พื้นที่ปลูกชาวนามีการปลูกข้าวทั้งหมด 80.67 ล้านไร่ แยกเป็นการปลูกข้าวฤดูนาปี ปี 2553/54 มีพื้นที่เพาะปลูก 64.57 ล้านไร่ และฤดูนาปรัง ปี 2554 มีพื้นที่เพาะปลูก 16.10 ล้านไร่ (พื้นที่ปลูกซ้ำในพื้นที่ปลูกข้าวฤดูนาปี) โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยมีพื้นที่ปลูกเท่ากับ 42.87 , 20.52 , 15.72 และ 1.56 ล้านไร่ ตามลำดับ ในฤดูนาปี ปี 2553/54 จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุด 4.20 ล้านไร่ ส่วนจังหวัดภูเก็ตมีพื้นที่ปลูกข้าวน้อยที่สุด 128 ไร่ โดยการปลูกข้าวในฤดูนาปีนี้ เป็น พื้นที่ที่อยู่ในเขตชลประทาน 13.62 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 21.09 ของพื้นที่เพาะปลูกข้าวในฤดูนาปี ทั้งหมด และเป็นพื้นที่ที่อยู่นอกเขตชลประทาน อาศัยน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ หรือน้ำฝน 50.95 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 78.91 ของพื้นที่เพาะปลูกข้าวในฤดูนาปีทั้งหมด ส่วนในฤดูนาปรัง ปี 2554 จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุด 1.16 ล้านไร่ ในขณะที่จังหวัดตราดมีพื้นที่ ปลูกข้าวน้อยที่สุด 233 ไร่ 2) ผลผลิต ประเทศไทยผลิตข้าวเปลือกได้ทั้งหมด 35.58 ล้านตัน แยกเป็นผลผลิต ข้าวฤดูนาปี ปี 2553/54 ปริมาณ 25.44 ล้านตัน และฤดูนาปรัง ปี 2554 ปริมาณ 10.14 ล้านตัน โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีผลผลิตข้าวมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และ ภาคใต้ โดยมีผลผลิตเท่ากับ 14.47 , 11.06 , 9.44 และ 0.61 ล้านตัน ตามลำดับ ในฤดูนาปี ปี 2553/54 จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีผลผลิตข้าวมากที่สุด 1.22 ล้านตัน ส่วนจังหวัดภูเก็ตมี ผลผลิตข้าวน้อยที่สุด 60 ตัน ในฤดูนาปรัง ปี 2554 จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่มีผลผลิตข้าวมากที่สุด 0.81 ล้านตัน ส่วนจังหวัดตราดมีผลผลิตข้าวน้อยที่สุด 96 ตัน 3) ผลผลิตต่อพื้นที่ปลูก ชาวนาสามารถผลิตข้าวเปลือกได้เฉลี่ยไร่ละ 441 กิโลกรัม โดยการปลูกข้าวในฤดูนาปี ได้ผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 394 กิโลกรัม ส่วนการปลูกข้าวในฤดูนาปรัง ได้ผลผลิต เฉลี่ยไร่ละ 630 กิโลกรัม ภาคกลางเป็นภาคที่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงสุด รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เท่ากับ 601 , 539 , 389 และ 338 กิโลกรัม ตามลำดับ ในฤดูนาปี ปี 2553/54 จังหวัดนนทบุรี เป็นจังหวัดที่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงสุด 747 กิโลกรัม ส่วนจังหวัดชัยภูมิ มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำสุด 261 กิโลกรัม ในฤดูนาปรัง ปี 2554 จังหวัด สมุทรปราการ เป็นจังหวัดที่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงสุด 810 กิโลกรัม ส่วนจังหวัดยะลามีผลผลิตเฉลี่ย ต่อไร่ต่ำสุด 392 กิโลกรัม 4) ต้นทุนการผลิต ชาวนามีต้นทุนการผลิตไร่ละ 3,929 บาท หรือ ต้นละ 8,908 บาท โดยการผลิตในฤดูนาปี ปี 2553/54 มีต้นทุนการผลิต ไร่ละ 3,687 บาท หรือ ต้นละ 9,359 บาท ส่วนการผลิตในฤดูนาปรัง ปี 2554 มีต้นทุนการผลิตไร่ละ 4,899 บาท หรือ ต้นละ 7,776 บาท 5) ราคาข้าวเปลือกที่ชาวนาขาย

ได้ ชาวนาขายข้าวเปลือก 5% ในฤดูนาปี ปี 2553/54 ได้ในราคาตันละ 8,600 บาท ส่วนในฤดูนาปรัง ปี 2554 ชาวนาขายข้าวเปลือกเข้าความชื้น 14-15% ได้ในราคา ตันละ 9,042 บาท 6) ครั้วเรือนชาวนา มีชาวนาที่ปลูกข้าวในฤดูนาปี ปี 2552/53 จำนวน 3,717,360 ครั้วเรือน มีการปลูกข้าวเฉลี่ยครั้วเรือนละ 15.47 ไร่ โดยชาวนาปลูกข้าวในขนาดพื้นที่ 10 - 20 ไร่ มากที่สุดจำนวน 1,162,057 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 31.26 รองลงมาคือขนาดพื้นที่ 20-40 ไร่ จำนวน 836,814 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 22.51 มีชาวนาจำนวน 61,097 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 1.64 ที่ปลูกข้าวน้อยกว่า 2 ไร่ และชาวนา 8,745 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 0.23 ที่ปลูกข้าวตั้งแต่ 100 ไร่ขึ้นไป ส่วนในฤดูนาปรัง ปี 2553 มีชาวนาที่ปลูกข้าวจำนวน 665,845 ครั้วเรือน มีการปลูก ข้าวเฉลี่ยครั้วเรือนละ 22.86 ไร่ โดยชาวนาปลูกข้าวในขนาดพื้นที่ 10-20ไร่ มากที่สุดถึง 169,219 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 25.41 รองลงมาคือขนาดพื้นที่ 6-10 ไร่ จำนวน 136,748 ครั้วเรือน หรือ ร้อยละ 20.54 มีชาวนาจำนวน 11,462 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 1.72 ที่ปลูกข้าวน้อยกว่า 2 ไร่ และชาวนา 7,766 ครั้วเรือน หรือร้อยละ 1.17 ที่ปลูกข้าวตั้งแต่ 100 ไร่ขึ้นไป 7) วิธีการทำนาในฤดูนาปี ปี 2552/53 ชาวนานิยมปลูกข้าวโดยวิธีทำนาดำมากที่สุดรองลงมา คือ นาหว่านสำรวย นาหว่านน้ำตม และนาหยอด มีปริมาณการใช้เมล็ดพันธุ์ 973,376 ตัน มีอัตราการใช้เมล็ดพันธุ์เฉลี่ยไร่ละ 16.93 กิโลกรัม ส่วนฤดูนาปรัง ปี 2553 ชาวนานิยมปลูก ข้าวโดยวิธีนาหว่านน้ำตมมากที่สุด รองลงมาคือ นาดำ และนาหว่านสำรวย มีปริมาณการใช้เมล็ดพันธุ์ 457,696 ตัน มีอัตราการใช้เมล็ดพันธุ์เฉลี่ยไร่ละ 30.07 กิโลกรัม 8) พันธุ์ข้าว ในฤดูนาปี ปี 2552/53 ชาวนาปลูกข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 มาก ที่สุดให้ผลผลิตไร่ละ 338 กิโลกรัม รองลงมาคือ พันธุ์ กข6 ให้ผลผลิตไร่ละ 342 กิโลกรัม พันธุ์ ราชการไม่ไวต่อช่วงแสง ให้ผลผลิตไร่ละ 545 กิโลกรัม พันธุ์ชัยนาท 1 ให้ผลผลิตไร่ละ 525 กิโลกรัม และพันธุ์สุพรรณบุรี 1 ให้ผลผลิตไร่ละ 729 กิโลกรัม ส่วนฤดูนาปรัง ปี 2554 พันธุ์ชัยนาท 1 และ พันธุ์ชัยนาท 2 ชาวนาปลูกมากที่สุดให้ผลผลิตไร่ละ 550 กิโลกรัม รองลงมาคือพันธุ์สุพรรณบุรี 1 ให้ ผลผลิตไร่ละ 611 กิโลกรัม และพันธุ์ราชการไม่ไวแสง ให้ผลผลิตไร่ละ 598 กิโลกรัม

- การผลิตข้าวของโลก

1) สถานการณ์การผลิตข้าวของโลก กระทรวงเกษตร สหรัฐอเมริกา ได้สรุป สถานการณ์การผลิตข้าวของโลก ปี การผลิต 2553/54 (ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม 2555) ดังนี้ 1.1) พื้นที่เก็บเกี่ยวข้าว การผลิตข้าวทั่วโลกมีพื้นที่เก็บเกี่ยวรวม 985.63 ล้าน ไร่ โดยประเทศอินเดียเป็นประเทศที่มีพื้นที่เก็บเกี่ยวข้าวมากที่สุด 267.88 ล้านไร่ ส่วนประเทศอื่นที่มี การปลูกข้าวมากของโลก ได้แก่ จีน 186.69 ล้านไร่ อินโดนีเซีย 75.50 ล้านไร่ บังกลาเทศ 73.13 ล้านไร่ เวียดนาม 47.56 ล้านไร่ พม่า 43.75 ล้านไร่ และฟิลิปปินส์ 27.19 ล้านไร่ 1.2) ผลผลิตข้าวสาร ทั่วโลกสามารถผลิตข้าวได้รวมทั้งสิ้น 449.30 ล้านตัน ข้าวสาร (680.76 ล้านตันข้าวเปลือก คิดจากข้าวสาร 660 กิโลกรัม ได้มาจากการสีข้าวเปลือก 1,000 กิโลกรัม) โดยประเทศจีนเป็นประเทศที่ผลิตข้าวได้มากที่สุด 137.00 ล้านตัน

ข้าวสาร (207.58 ล้านตันข้าวเปลือก) ส่วนประเทศอื่นที่มีผลผลิตข้าวมากของโลก ได้แก่ อินเดีย 95.98 ล้าน ตัน ข้าวสาร (145.42 ล้านตันข้าวเปลือก) อินโดนีเซีย 35.50 ล้านตันข้าวสาร (53.79 ล้านตัน ข้าวเปลือก) บังกลาเทศ 31.70 ล้านตันข้าวสาร (48.03 ล้านตันข้าวเปลือก) เวียดนาม 26.37 ล้านตันข้าวสาร (39.95 ล้านตันข้าวเปลือก) พม่า 10.53 ล้านตันข้าวสาร (15.95 ล้านตันข้าวเปลือก) และฟิลิปปินส์ 10.54 ล้านตันข้าวสาร (15.97 ล้านตัน ข้าวเปลือก) 1.3) ผลผลิตข้าวเปลือกเฉลี่ยต่อไร่ ทั่วโลกสามารถผลิตข้าวได้เฉลี่ยไร่ละ 680 กิโลกรัม โดยอียิปต์ เป็นประเทศที่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มากที่สุด 1,597 กิโลกรัม ส่วนประเทศอื่นที่มี ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา 1,206 กิโลกรัม จีน 1,048 กิโลกรัม เวียดนาม 888 กิโลกรัม อินโดนีเซีย 747 กิโลกรัม บัง กลาเทศ 650 กิโลกรัม ส าหรับผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของประเทศที่เป็นเพื่อนบ้านประเทศไทย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ 590 กิโลกรัม ลาว 406 กิโลกรัม กัมพูชา 381 กิโลกรัม พม่า 376 กิโลกรัม

2) สถานการณ์การผลิตข้าวของประเทศเวียดนาม ส านักงานส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ (สกร.) ณ กรุง ฮานอย และนครโฮจิมินห์ ได้รายงานสถานการณ์การผลิตข้าวของ ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ณ เดือนมกราคม 2553 ดังนี้

2.1) ประเทศเวียดนามเป็นผู้ผลิตข้าวอันดับ 5 ของโลก ผลผลิตปีละกว่า 38 ล้านตันข้าวเปลือก และเป็นผู้ส่งออก ข้าวอันดับ 2 ของโลก ปริมาณส่งออกปีละ 4.5 – 5 ล้านตัน ข้าวสาร

2.2) พันธุ์ข้าวที่ปลูกมากได้แก่ พันธุ์ jasmine , OM 1490 , OM 2547 , OM 2717 , OM 3536 , OMCS 2000 , VND 95-20 และ IR 64 กระทรวงเกษตรและพัฒนา ชนบท (MARD) พยายามจ ากัดให้ชาวนาเพาะปลูกข้าวพันธุ์ IR 50404 และ OM 576 ซึ่งส่วนมากจะ เป็นข้าวชนิด 25% ให้เหลือสัดส่วน 15% (ปัจจุบันมีการปลูกประมาณ 18.2 % ของพื้นที่ปลูกข้าว ทั้งหมด) และพยายามสนับสนุนให้ปลูกข้าวที่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อเฮกตาร์สูงและมีคุณภาพดี ให้มีสัดส่วน 60-70% ข้าวคุณภาพดีชนิด 5% และข้าวหอมในสัดส่วน 15-20%

2.3) ประเทศเวียดนามยังมีประชากรอีก 1.4 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ของจำนวนครัวเรือนทั้งประเทศที่ ยังประสบภาวะขาดแคลนอาหาร นายกรัฐมนตรีเวียดนามจึงได้ ประกาศมติรัฐบาล (Resolution) เลขที่ 63/NQ-CP ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2552 เพื่อสนับสนุนการ ผลิตข้าวและสร้างความมั่นคงด้านอาหารแห่งชาติ ดังนี้ (1) รักษาพื้นที่เพาะปลูกข้าวให้อยู่ที่ 23.75 ล้านไร่ (3.8 ล้านเฮกตาร์) นับจาก ปัจจุบันจนถึงปี 2563 ซึ่งในจำนวนนี้ ต้องเป็นพื้นที่สมบูรณ์ด้วยชลประทานและสามารถเพาะปลูก ข้าวได้ 2 ฤดูหรือมากกว่า เป็นจำนวน 20.00 ล้าน ไร่ (3.2 ล้านเฮกตาร์) สามารถผลิตข้าวได้ปีละ 41 – 43 ล้านตันข้าวเปลือก โดยให้กระทรวงเกษตรและพัฒนา ชนบทร่วมมือกับกระทรวงทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า กระทรวงก่อสร้าง และกระทรวงคมนาคมจัดทำรายละเอียดการแบ่งโซนพื้นที่ปลูกข้าวและเสนอรัฐบาลให้ความเห็นชอบภายใน ไตรมาสที่ 2 ของปี 2553 (2) การเพาะปลูกข้าวต้องได้รับกำไรสูงขึ้น 2.5 เท่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องหาวิธี

ลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้ภายในปี 2563 การผลิตข้าวได้รับผลกำไรสูงกว่าปัจจุบัน 2.5 เท่า และหามาตรการจูงใจให้เกษตรกรในพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกข้าว มิให้เปลี่ยนเป็นสวน อุตสาหกรรม สนามกอล์ฟและธุรกิจอื่นๆ ส่วนพื้นที่แถบภูเขาจะยังคงสนับสนุนการทำนาขั้นบันไดเพื่อ เพิ่มพื้นที่ปลูกข้าว สร้างความมั่นคงด้านอาหารในเขตห่างไกล นอกจากนี้ เพื่อมิให้เกิดปัญหาเช่น ปัจจุบันที่บางพื้นที่มีการเก็บเกี่ยวข้าวแล้วแต่ไม่มีโกดังเก็บข้าวที่ได้มาตรฐานส่งผลให้คุณภาพของข้าว ลดลงไปอีก จึงให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการตามโครงการสร้างไซโลเก็บข้าวความจุ 4 ล้านตัน ข้าวเปลือกอย่างเร่งด่วนโดยให้แล้วเสร็จภายในปี 2555 (3) สร้างความมั่นใจในความมั่นคงด้านอาหารแห่งชาติในระยะยาวจากสถิติ ของกระทรวงเกษตรและพัฒนาชนบท พื้นที่เพาะปลูกข้าวของเวียดนามลดลงโดยเฉลี่ยปีละ 41,000 เฮกตาร์ เนื่องจากการขยายตัวเมืองและการเติบโตของเขตอุตสาหกรรม ขณะที่ประชากรของ เวียดนามยังคงเติบโตอย่างรวดเร็ว คาดว่าจะมีมากกว่า 100 ล้านคนภายในปี 2563 และ 110 ล้านคน ในปี 2573 นอกจากนี้การลงทุนในภาคการเกษตรยังมีเพียง 10% ของการลงทุนทั้งหมด เพื่อสร้างความมั่นใจในระยะยาวว่าผลผลิตข้าวจะพอเพียงกับการเลี้ยงประชากรในประเทศ รัฐบาลเวียดนามให้การส่งเสริมการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์และความร่วมมือกับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับความ มั่นคงด้านอาหาร โดยแต่ละปีจะจัดสรรงบประมาณเพื่อการลงทุนสำหรับภาคเกษตรเพิ่มขึ้น 1015% รวมทั้งเพิ่มทุนการฝึกอบรมนักวิทยาศาสตร์ และเทคนิคการจัดการให้แก่เกษตรกรเพื่อเพิ่ม ผลผลิตและเพิ่มรายได้ โดยตั้งเป้าหมายว่าภายในปี 2563 จะมีเกษตรกรที่ได้รับการฝึกอบรมด้านการ ผลิตเป็นจำนวน 50% (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ข้าว กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก (รัตน สหายคณิต, 2543: 265-266); (วันรัชย์มิ่งมณีนาคิน, 2549: 92-93) การที่ประเทศจะส่งออกสินค้าและบริการต่างๆ ได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญบางประการ ได้แก่ ปริมาณการผลิตในประเทศ ต้นทุนการผลิต อัตราเงินเฟ้อ นโยบายการค้า ของต่างประเทศ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ ซึ่งพิจารณาได้ตามลำดับไป ดังนี้

1) ปริมาณการผลิตในประเทศ การส่งออกมีความสัมพันธ์กับปริมาณการผลิตในแง่ที่ว่าถ้าประเทศสามารถผลิตสินค้าได้มากเกินกว่าความต้องการบริโภคในประเทศ ประเทศก็จะมี สินค้าที่เหลือเพื่อการส่งออกได้แต่ถ้าประเทศผลิตสินค้าได้น้อยไม่พอกับความต้องการบริโภคในประเทศแล้ว ประเทศก็จะมีสินค้าเหลือเพื่อการส่งไปขายแต่อย่างไรก็ตามมิได้หมายความว่า ประเทศที่ผลิตสินค้าได้เกินความต้องการการบริโภคในประเทศจะสามารถส่งออกสินค้าได้มากด้วย เพราะการที่จะส่งออกได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆอีกหลายประการ

2) ต้นทุนการผลิต ประเทศที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนการผลิตต่ำก็จะสามารถขายสินค้าของตนในตลาดโลกได้ในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าประเทศอื่น ๆ ประเทศนั้นย่อม จะส่งออกได้มากกว่าประเทศคู่แข่ง

3) อัตราเงินเฟ้อ ประเทศที่ประสบปัญหาเงินเฟ้อในอัตราสูง ค่าครองชีพสูงขึ้นมาก เพราะราคาสินค้าและราคาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ สูงขึ้น สินค้าที่ส่งออกจึงต้องมีราคาสูงขึ้นด้วย ทำให้ไม่ สามารถขายสินค้าแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ที่มีอัตราเงินเฟ้อต่ำกว่า หรือไม่ประสบปัญหาเงินเฟ้อ ได้การ ส่งออกของประเทศจึงลดลง

4) นโยบายการค้าของต่างประเทศ ถ้าต่างประเทศมีนโยบายการค้าแบบเสรีไม่กีดกันสินค้าจากต่างประเทศ ประเทศก็จะสามารถส่งสินค้าเข้าไปขายในประเทศนั้นได้สะดวก การส่งออกของประเทศจะสูงขึ้น แต่ถ้าต่างประเทศใช้นโยบายการค้ากีดกันสินค้าจากต่างประเทศโดยวิธีการต่างๆ ทำให้ประเทศไม่สามารถส่งสินค้าเข้าไปขายยังประเทศนั้น ๆ ได้สะดวก หรือจำเป็นต้องเสียภาษีนำเข้าสูง จะทำให้การส่งออกและรายได้จากการส่งออกประเทศค่อนข้างต่ำ

5) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ราคาขายสินค้าและบริการให้ ต่างประเทศเกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศด้วยถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศไทยกับเงินสกุลของประเทศคู่ค้าเป็นอัตราที่ไม่เหมาะสม ก็อาจจะทำให้ราคาสินค้าและบริการของประเทศคิดเป็นเงินสกุลต่างประเทศมีราคาถูกลงหรือแพงเกินไป ซึ่งจะกระทบการส่งออกได้เช่นกัน ทำให้ประเทศส่งออกได้มากขึ้น หรือเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกก็ได้

6) นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีส่งออก การขยายตลาด ในประเทศ การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และการปรับปรุงพิธีการศุลกากรให้ สะดวกรวดเร็ว และโปร่งใส ก็จะทำให้มีการส่งออกมากขึ้น ส่วนในทางตรงข้าม ก็จะทำให้การส่งออกชบเซา

7) ราคาของสินค้าออก หากราคาของสินค้าออกของประเทศใดอยู่ในระดับสูงกว่าตลาดต่างประเทศในสินค้าอย่างเดียวกัน ประเทศนั้นจะส่งออกได้น้อย แต่ถ้าราคาสินค้าออกต่ำ กว่าตลาดต่างประเทศก็จะส่งออกได้น้อย

8) ความต้องการของตลาดต่างประเทศ ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า หากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก อยู่ในเกณฑ์ความต้องการซื้อสินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศจะมี มากทำให้การส่งออกสดใสตามไปด้วย ส่วนในกรณีตรงข้าม การส่งออกจะลดลง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทย ในปี 2559 นี้ สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทยคาดว่าภาวะการส่งออกข้าวनाมีทิศทางที่ดีขึ้น เพราะคาดว่าตลาดที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวเพราะประสบภาวะภัยแล้งจากปรากฏการณ์เอลนีโญ ประกอบกับกระทรวงพาณิชย์ได้วางแนวทางในการขยายตลาดและรักษาส่วน

แบ่งตลาดข้าวไทยในประเทศผู้นำเข้า ข้าวในทุกภูมิภาคทั่วโลก ทั้งนี้สมาคมฯ ได้รวบรวมปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการส่งออกข้าวของไทยดังนี้

ปัจจัยบวก

- 1) รัฐบาลได้วางแผนการตลาดในประเทศผู้นำเข้าข้าวที่สำคัญในทุกภูมิภาคทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีสัญญาขายข้าวแบบรัฐต่อรัฐกับประเทศจีน อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ที่ยังส่งมอบไม่หมด และยังคงมีการส่งมอบอย่างต่อเนื่อง
- 2) ราคาข้าวไทยอยู่ในระดับใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญทำให้สามารถแข่งขันได้ดีขึ้น
- 3) ค่าเงินบาทมีทิศทางอ่อนค่าลงอยู่ในระดับ 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐฯ ส่งผลดีต่อการส่งออกของไทย
- 4) ภาวะภัยแล้งในอินเดียอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตข้าวและความสามารถในการส่งออก
- 5) ประเทศจีนยังคงมีนโยบายด้านการอุดหนุนการเกษตร ส่งผลให้ราคาข้าวในประเทศอยู่ในระดับสูง ทำให้ความต้องการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้น

ปัจจัยลบ

- 1) ภาวะภัยแล้งส่งผลให้พื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปรังลดลงทำให้ผลผลิตข้าวเปลือกเจ้านาปรังมีปริมาณลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อส่งออกข้าวขาวฤดูใหม่และข้าวหนึ่งเพราะผู้ส่งออกขาดแคลนสินค้าที่จะส่งมอบให้ผู้ซื้อ ทำให้ ศูนย์เสี่ยตลาดในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีสัญญาณว่าภัยแล้งอาจเกิดต่อเนื่อง รวมถึงปริมาณน้ำต้นทุนสำหรับการเพาะปลูกอยู่ในระดับต่ำและไม่เพียงพอต่อการเพาะปลูกข้าวในฤดูถัดไป
- 2) ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซาและสัญญาณการฟื้นตัวที่ยังไม่แน่นอน ประกอบกับกำลังซื้อของประเทศผู้นำเข้า ข้าวที่สำคัญลดลงเนื่องจากราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับลดลง
- 3) ผู้ซื้อจะไม่ซื้อข้าวล่วงหน้าปริมาณมากๆ เหมือนก่อน แต่จะซื้อเพื่อให้เพียงพอสำหรับการใช้ในระยะเวลาหนึ่ง เท่านั้น เนื่องจากยังไม่มั่นใจกับสภาพเศรษฐกิจ รวมทั้งการที่รัฐบาลไทยยังมีสต็อกข้าวปริมาณมาก
- 4) ประเทศผู้บริโภคริโภคข้าวและผู้นำเข้าข้าวหลายประเทศ ดำเนินนโยบายพึ่งพาผลผลิตในประเทศ และมีมาตรการอุดหนุนเกษตรกรเพื่อเพิ่มผลผลิตในประเทศและลดการนำเข้า
(สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2559)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรรถพงษ์ ลลิตาธรรม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุดา ปีตะวรรณ (2550:บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทย ซึ่ง การศึกษาได้ทำการศึกษา 3 ช่วงเวลาคือในช่วงปี

พ.ศ. 2535 ถึง ปี พ.ศ. 2540 ช่วงปี พ.ศ. 2541 ถึง พ.ศ. 2550 และช่วงปี พ.ศ. 2535 ถึง ปี พ.ศ. 2550 และนำเสนอข้อมูลในรูปการ บรรยาย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2559:บทคัดย่อ) การศึกษาผลกระทบของราคาส่งออกข้าวไทยและประเทศคู่แข่งที่มีต่อความต้องการนำเข้าข้าวจากไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้า (Import Demand) สินค้าข้าวของไทยต่อราคาส่งออก ของไทยและราคาส่งออกของประเทศคู่แข่ง โดยใช้ข้อมูลทศนิยม ได้แก่ ปริมาณ มูลค่า และมูลค่าต่อหน่วยใน การส่งออกข้าวของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น อินเดีย เวียดนาม สหรัฐอเมริกา และปากีสถาน เป็นรายปีและ รายไตรมาส ในช่วงปี 2526 - 2557 วิเคราะห์ด้วยแบบจำลองระบบสมการอุปสงค์ Linear Almost Ideal Demand System (LAIDS) ซึ่งกำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดขึ้นอยู่กับราคาส่งออกของไทยและประเทศคู่แข่งโดยทำการศึกษา จำนวน 11 ตลาด ประกอบด้วย ตลาดโลก ตลาดภูมิภาค ได้แก่ แอฟริกา เอเชีย สหภาพยุโรป อเมริกา และ โอเชียเนีย และตลาดรายประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ ไนจีเรีย สหรัฐอเมริกา เบนิน แอฟริกาใต้ และจีน แล้วประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในระบบสมการพร้อมกันทั้งระบบ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้นำมาคำนวณค่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าข้าวต่อราคา ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าข้าวต่อราคาของประเทศคู่แข่ง และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าข้าวต่อรายจ่ายในการนำเข้าข้าวของตลาดนั้นๆ ผลการศึกษาพบว่า ในตลาดโลก ตลาดภูมิภาค แอฟริกา ตลาดไนจีเรีย ตลาดเบนิน ตลาดแอฟริกาใต้ และตลาดจีน ราคาส่งออกข้าวไทยมีผลต่อความต้องการนำเข้าข้าวจากไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยหากราคา ส่งออกข้าวไทยในตลาดดังกล่าวเพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการนำเข้าข้าวจากไทยลดลง โดยเฉพาะตลาดภูมิภาค แอฟริกา ตลาดไนจีเรียและตลาดแอฟริกาใต้ มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าข้าวไทยต่อราคาสูง สำหรับ ผลการวิเคราะห์ราคาส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่งพบว่า ราคาส่งออกข้าวอินเดียมีผลต่อความต้องการนำเข้าข้าว จากไทยในทิศทางเดียวกันในตลาดโลก ตลาดภูมิภาคแอฟริกา ตลาดสหภาพยุโรป ตลาดเบนิน และตลาดแอฟริกาใต้ (สินค้าทดแทน) เช่นเดียวกันกับราคาส่งออกข้าวเวียดนาม ข้าวปากีสถาน และข้าวบราซิลมีผลต่อการนำเข้าข้าวจาก ไทยในตลาดโลก ตลาดจีน และตลาดภูมิภาคแอฟริกา ตามลำดับ กล่าวคือ ถ้าราคาส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง เพิ่มขึ้น จะทำให้ความต้องการนำเข้าข้าวจากไทยเพิ่มขึ้น สำหรับราคาส่งออกข้าวเวียดนาม มีผลต่อความต้องการ นำเข้าข้าวไทยในทิศทางตรงกันข้ามในตลาดสหรัฐอเมริกา (สินค้าประกอบ) นอกจากนี้ในตลาดโลก ตลาดภูมิภาค แอฟริกา ตลาดภูมิภาคโอเชียเนีย ตลาดไนจีเรีย ตลาดเบนิน ตลาดแอฟริกาใต้ และตลาดจีน รายได้จะส่งผลต่อ ความต้องการนำเข้าข้าวจากไทย โดยหากรายจ่ายในการนำเข้าข้าวของภูมิภาค/ประเทศผู้นำเข้าเพิ่มขึ้น ความต้องการนำเข้าข้าวจากไทยจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (สินค้าปกติ) โดยเฉพาะตลาดไนจีเรีย ตลาดเบนิน และตลาดแอฟริกาใต้ มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าข้าวไทยต่อรายได้สูงเมื่อเทียบกับตลาดอื่น ๆ จากการศึกษา

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าข้าวไทยต่อราคาส่งออกข้าวไทย ราคาส่งออก ประเทศคู่แข่ง และรายได้ของภูมิภาค/ประเทศผู้นำเข้า มีข้อเสนอแนะดังนี้ ตลาดภูมิภาคแอฟริกา ไทยควรให้ความสำคัญกับมาตรการด้านราคา รวมทั้งรักษาตลาดเดิมควบคู่ไปกับการเปิดตลาดใหม่ในภูมิภาค เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงกรณีเศรษฐกิจภูมิภาคชะลอตัว สำหรับตลาดจีนไทยควรให้ความสำคัญกับมาตรการด้าน คุณภาพ เน้นการส่งออกข้าวคุณภาพดี (ข้าวพรีเมียม) และในตลาดสหรัฐอเมริกา ไทยควรเร่งสร้างความรับรู้ใน ข้อแตกต่างระหว่างข้าวไทยกับข้าวจากประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ตลอดจนสนับสนุนการแข่งขันด้านราคากับ ประเทศคู่แข่ง

พิมพ์กานต์ พุทธศิริ (2558) การศึกษาฉบับนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาข้าวเปลือกหอมมะลิในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวเปลือกหอมมะลากับผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศ, ปริมาณการส่งออกข้าว, อัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์ต่อดอลลาร์สหรัฐ, อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ, ดัชนีราคาผู้บริโภค, อัตราดอกเบี้ยธนาคารแห่งประเทศไทย, อัตรา ดอกเบี้ยในตลาดเงิน, ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ และปริมาณผลผลิตข้าว ข้อมูลที่นำมาศึกษาใน ครั้งนี้เป็นข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2549 ถึง ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2559 และ ได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระ อันได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค, ปริมาณการส่งออกข้าว และ ปริมาณผลผลิตข้าว มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับราคาข้าวเปลือกหอมมะลิในประเทศไทย และตัวแปรอิสระ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ, อัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์ต่อดอลลาร์สหรัฐ , อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ, อัตราดอกเบี้ยธนาคารแห่งประเทศไทย, อัตราดอกเบี้ย ในตลาดเงิน และปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับราคาข้าวเปลือกหอมมะลิเป็นไปใน ทิศทางตรงกันข้าม

ณัฐกนก รัชนกูล และ ศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร (2552) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของตลาดส่งออกข้าวไทยไปยัง ประเทศซาอุดีอาระเบีย โดยอาศัยข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2552 ทั้งนี้ในการศึกษาจะใช้แบบ จำลองระบบสมการเกี่ยวเนื่อง (Simultaneous Equations) ในการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นจึงทำการประมาณ ค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบสามขั้น (Three-Stage Least Squares: 3SLS) ซึ่งจากการศึกษา พบว่าปริมาณข้าวคุณภาพ และราคาส่งออกข้าวคุณภาพจากประเทศไทยไปประเทศซาอุดีอาระเบีย จะถูกกำหนด โดยราคาส่งออกข้าวจากประเทศอินเดียไปประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาส่งออกข้าวจากประเทศสหรัฐอเมริกาไป ประเทศซาอุดีอาระเบีย อัตราเงินเฟ้อในประเทศซาอุดีอาระเบีย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศไทย ราคาน้ำมันดีเซลในประเทศไทย โดยอัตราเงินเฟ้อในประเทศซาอุดีอาระเบียเป็นตัวกำหนดคุณภาพของตลาด ส่งออกข้าวไทยไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียมากที่สุด

วาริรัตน์ เพชรสีช่วง (2559) ไทยมีผลผลิตข้าวเกินความต้องการบริโภคค่อนข้างมาก เนื่องจากมีการขยายพื้นที่ ปลูกและการพัฒนาพันธุ์ข้าวอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ความต้องการบริโภคข้าวของตลาด ในประเทศมีเพียงปีละ 10-12 ล้านตันข้าวสาร และเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตในแต่ ละปีก่อนข้างต่ำ ทำให้การส่งออกข้าวของ ไทยจึงมีสัดส่วนสูงขึ้นเป็นลำดับ ปัจจุบันส่งออกมากกว่า 50% ของผลผลิตข้าวทั้งหมด ข้าวไทยถือว่า ได้เปรียบด้านคุณภาพและเป็นที่ยอมรับมาช้านานในตลาดโลก ทำ ให้ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการส่งออกข้าวไทยแบ่งเป็นข้าวขาว (คิดเป็น สัดส่วน 50 %ของปริมาณการส่งออก)ข้าวหนึ่งและข้าวหอมมะลิ (คิดเป็นสัดส่วน 24% และ 14% ตามลำดับ) ที่เหลือเป็นการส่งออกปลายข้าวและข้าวเหนียว โดยไทยมีการ ส่งออกข้าวไป 150 ประเทศทั่วโลก มีตลาดส่งออกสำคัญคือ จีน (สัดส่วน 10%) สหรัฐฯ (9%) ฟิลิปปินส์ (7%) ประเทศแถบแอฟริกา และ เอเชีย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดค้าข้าวโลกทวีความรุนแรงขึ้น ข้าวขาวเป็นข้าวที่ไทยส่งออกในสัดส่วนถึง 50% (ในเชิงปริมาณ) จัดเป็นข้าวที่มี ราคาถูกและการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลกค่อนข้างรุนแรง อีกทั้งใน ตลาดโลกมีผู้ผลิตรายใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น อาทิ กัมพูชา และ พม่า ข้าวหอมมะลิ จัดเป็นข้าวคุณภาพราคาสูง ปัจจุบันเผชิญการแข่งขันเพิ่มขึ้น จาก ข้าวบาสมาดิของอินเดีย อีกทั้งสหรัฐฯ และเวียดนามยังมีการพัฒนาพันธุ์ข้าว คุณภาพสูงใกล้เคียงข้าวหอมมะลิของไทย ข้าวหนึ่งตลาดส่วนใหญ่อยู่ในทวีปแอฟริกา ปัจจุบันไทยมีคู่แข่งสำคัญ คือ อินเดีย และคู่แข่งรายใหม่อย่างปากีสถานและอูรูกวัย ซึ่งผลิตข้าวหนึ่งได้ในราคาต่ำกว่าไทย มาก

นางนวพรพรษ การะเกตุ (2552) โครงการวิจัย การศึกษาภาพอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการส่งเสริมคุณค่าข้าวหอมมะลิไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบบทบาทของสื่อมวลชนในการส่งเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย เพื่อทราบแนวทางในการพัฒนาบทบาทของสื่อมวลชน ในการส่งเสริม คุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย และ เพื่อทราบอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการส่งเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย โดยใช้ รูปแบบการวิจัยอนาคต โดยใช้เทคนิคเดลฟายในการวิจัย

กัลยา ต้นมณีและคณะ (2557) วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย 1. เพื่อศึกษาวิธีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดีในการทำให้การปลูกข้าวหอมมะลินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อข้าว หอมมะลินทรีย์ ผลการวิจัย พบว่า วิธีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี เริ่มจากการใส่ใจในการปลูกข้าวหอมมะลินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก การจัดหาเมล็ดพันธุ์ที่ดี การใส่ปุ๋ยอินทรีย์ การกำจัดวัชพืชด้วยวิธีชีววิธี การเก็บเกี่ยวที่สะอาดแล้วนำมาตากแดดในบริเวณที่มิดชิด การบรรจุถุงที่ดีได้มาตรฐาน ชวนเกษตรกรรวมตัวกันเพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เช่น จัดอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิต การให้ความช่วยเหลือด้านเมล็ดพันธุ์และปุ๋ยอินทรีย์จากแหล่งต่าง ๆ การ ช่วยกันหา โชนเขตอินทรีย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าจากการได้รับตรารับรองมาตรฐานจากสถาบัน ประเมินมาตรฐานทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ อีกทั้งการรวมกลุ่มกันทำให้มีพลังในการต่อรอง เรื่องราคาและช่วยในการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องสายการผลิตไม่มีสะดุดต่อผู้มารับซื้อ ส่วนกลุ่ม ตัวอย่างที่อยู่ปลายทางน้ำนั้น พบว่าส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับปัญหาราคาค่าขนส่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการทำ ธุรกิจ ถัดไปเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับระบบการชำระเงินและการชำระเงินไม่ตรงเวลา คุณภาพการขนส่งสินค้าของผู้รับจ้างขนส่ง การขนส่งที่ไม่ตรงเวลา อย่างไรก็ตาม การนำเอาเทคโนโลยีการบริหารจัดการด้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามา ได้แก่ ระบบการจัดซื้อ แบบรวมศูนย์และการกำหนด มาตรฐานสินค้าตลอดจนตราสินค้าของห้าง (private labels) และการจัดตั้ง ศูนย์กระจายสินค้า กลยุทธ์ เหล่านี้ทำให้ห้างมีปริมาณการค้าขายมากขึ้น (scale) มีอำนาจการต่อรองเหนือผู้ผลิตและผู้ขายส่ง สินค้า (suppliers) จนสามารถขายสินค้าในราคาถูกลงกว่าผู้ค้าปลีกในตลาดแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อข้าวหอมมะลิแบบอินทรีย์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์บริโภคข้าวหอมมะลิอินทรีย์มากกว่า 6 เดือน ขึ้นไป พบว่าสาเหตุที่กลุ่ม ตัวอย่างบริโภคข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพราะดีต่อสุขภาพ การเลือกซื้อสินค้าจะพิจารณาจากรับรอง มาตรฐานจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงมีความน่าเชื่อถือจะเป็นสถานที่ที่กลุ่ม ตัวอย่างนิยมไปซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์ รองลงมาคือ ไปซื้อจากห้าง Modern trade ต่าง ๆ รองลงมาคือ ไปซื้อจากร้านค้าปลีกที่เป็นที่ยอมรับ เช่น ร้านเลมอนฟาร์ม นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า แหล่งปลูกข้าวจะมีผลต่อรสชาติความอร่อยของข้าวหอมมะลิจำนวน เป็นต้น โฆษณาในทีวีคือช่องทางในการรับรู้ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ก่อนตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร จากจุดวางสินค้าในห้างฯ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกสถานที่ที่ซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์แต่เพศมีความสัมพันธ์กับราคาของข้าวหอมมะลิอินทรีย์ อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อข้าวหอม (สาวพ. มทร.สุวรรณภูมิ, ปี)

มะลิอินทรีย์มาทาน โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 36-40 ปี และ 41-45 ปี จะตัดสินใจซื้อ ข้าวหอมมะลิอินทรีย์มาบริโภคเพราะดีต่อสุขภาพ แต่ระดับความสัมพันธ์ = 0.234 ซึ่งถือว่าระดับ ความสัมพันธ์มีไม่มาก อายุไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่นิยมซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์อายุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรสชาติของข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ทั้งนี้ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างอายุ ระหว่าง 36-40 ปี และ 41 – 45 ปี เชื่อมมั่นในรสชาติของข้าวหอมมะลิอินทรีย์จากแหล่งปลูกข้าว มี จำนวน 30 คนคิดเป็น 7.5% และ 27 คน คิดเป็น 6.8% ของประชากรทั้งหมด ตามลำดับ ระดับ ความสัมพันธ์ = 0.028 ซึ่งถือว่าระดับความสัมพันธ์มีไม่มาก รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์มาทาน แต่มีความสัมพันธ์ กับสถานที่ที่นิยมไปซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์ โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปซื้อข้าวจาก ห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้รายได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรสชาติของข้าวหอมมะลิอินทรีย์ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 35,001-40,000 บาท/เดือนและ 20,001 - 25,000 บาท/เดือน เชื่อมมั่นว่ารสชาติข้าวหอมมะลิขึ้นอยู่กับแหล่งที่ปลูก รายได้ยังมีความสัมพันธ์กับ

ช่องทางการรับรู้ สินค้า ส่วนใหญ่จะรับรู้จากจากสื่อ ทีวี มากที่สุด ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อข้าวหอมมะลินทรีย์และมีความสัมพันธ์กับ สถานที่ที่นิยมซื้อข้าวหอมมะลินทรีย์ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและ ปริญญาโทและชอบไปซื้อข้าวหอมมะลินทรีย์จากซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ระดับการศึกษามี ความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรสชาติของข้าวหอมมะลินทรีย์ ส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารสชาติ ของข้าวหอมมะลินทรีย์ขึ้นอยู่กับแหล่งที่ปลูก รองลงมาเห็นว่าขึ้นอยู่กับยี่ห้อ ระดับ การศึกษาไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อราคาของข้าวหอมมะลินทรีย์

ดร.อิทธิพงษ์ มหาชนเศรษฐ์ (2556) ข้าวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย เพราะข้าวเป็นทั้งพืช อาหารและ พืชเศรษฐกิจส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศจำนวนมากในแต่ละปี การปลูกข้าวของไทย เป็นทั้งวิถี ชีวิตและการค้า จากครัวเรือนเกษตรประมาณ 6.2 ล้านครัวเรือน ในจำนวนนี้ มีไม่ต่ำกว่า 4.2 ล้านครัวเรือนหรือ ร้อยละ 60 ประกอบอาชีพในการทำนา และมีการใช้ ที่ดินกว่าร้อยละ 50 ของที่ดินการเกษตรไปในการเพาะปลูก ข้าว นอกจากกิจกรรมใน ด้านการผลิตข้าวแล้ว ในภาคส่วนของเศรษฐกิจการค้ายังประกอบด้วยกิจกรรม การตลาด การแปรรูป การเก็บรักษา และการส่งออก ซึ่งเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่อุปทานของ อุตสาหกรรมข้าวไทย ไปจนถึงตลาดส่งออก ในปัจจุบันข้าวที่เคยเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศกำลังจะถูกผลักดันให้ กลายเป็นพืช การเมือง การกำหนดนโยบายเรื่องข้าวในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการ แทรกแซงกลไกตลาดภายใต้ โครงการรับจำนำในระดับราคาที่สูงกว่าระดับราคาตลาด อย่างมากและรับจำนำแบบไม่จำกัดจำนวนจนส่งผลให้ รัฐเป็นผู้ซื้อและผู้รวบรวมข้าวราย ใหญ่ในตลาดข้าวเปลือกในขณะนี้ และรวมถึงการเป็นผู้สต็อกข้าวรายใหญ่ใน ตลาด ข้าวสารอีกด้วย ประมาณว่านับแต่ได้เริ่มโครงการฯ ได้มีจำนำสต็อกข้าวสารอยู่ในการ ครอบครองของรัฐ ไม่น้อยกว่า 18 ล้านตัน ข้าวจำนวนนี้ยังไม่นับรวมข้าวใน สต็อกเก่าที่มีค้างอยู่เดิมอีกประมาณ 2 ล้านตัน

อรวรรณ ศรี โสมพันธ์ (2557) การวิจัยครั้งนี้เป็นการเชื่อมโยงประเด็นวิจัยข้าวหอมมะลิในระดับมห ภาคกับการผลิตข้าวหอม มะลิในระดับฟาร์มและปัญหาด้านการตลาด โดยเฉพาะผลกระทบจากการด เนิน นโยบายและมาตรการ แทรกแซงของรัฐในช่วงที่ผ่านมา เพื่อสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เหมาะสมและเกิด ประโยชน์ต่อ เกษตรกร ผู้ประกอบการในตลาดข้าวหอมมะลิโดยคำนึงถึงการรักษาคุณภาพของข้าวหอมมะลิ เป็นสำคัญ การศึกษาจะเริ่มจากน าเสนอพลวัตการเปลี่ยนแปลงของตลาดและการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย และ ตลาดโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ร่วมกับการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพการผลิตโครงสร้างต้นทุนผลตอบแทน การผลิต รายละเอียดขั้นตอนการผลิต การใช้แรงงาน ปัญหาอุปสรรคแนวทางการแก้ปัญหาของเกษตรกร บั๊จจัย ที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจในการเพาะปลูกหรือส่งผลกระทบต่อจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิใน ระดับ ฟาร์ม รวมทั้งการจัดการด้านคุณภาพข้าวหอมมะลิในฟาร์ม ซึ่งจะจำแนกตามรูปแบบการเพาะปลูก ข้าวหอมมะลิ

ทั้งการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิทั่วไปและข้าวหอมมะลิแบบอินทรีย์ รวมทั้งเปรียบเทียบการผลิต ข้าวหอมมะลิ ตามสภาพแวดล้อมการผลิตแบบนาข้าวพื้นและนาชลประทานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับตลาดข้าวหอมมะลิในประเทศจะทำการวิเคราะห์วิถีการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศ พร้อมทั้งศึกษาพฤติกรรมกำหนดราคาของคนกลางในตลาดที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิ

สมนึก จงเสริมตระกูลและคณะ (2556) การศึกษานี้ดำเนินการเพื่อพัฒนาต้นแบบการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เริ่มดำเนินการเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ในอำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ มีเกษตรกรเข้าร่วม 43 ราย เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชุมพลบุรี จำกัด กิจกรรมประกอบด้วย 1) การประชุมและอบรมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้วยการอบรมรวม 4 ครั้ง และติดตามให้คำแนะนำตลอดฤดูกาลผลิต 3 ครั้ง 2) ส่งเสริมการเชื่อมโยงตลาดกับโรงสีข้าว บริษัท เจ.พี.ไรซ์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (1998) จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และโรงสีสหกรณ์การเกษตรชุมพลบุรี จำกัด 3) ทำการตรวจประเมินและการพัฒนาระบบฐานข้อมูลการตรวจรับรองระบบการผลิตตามระบบมาตรฐาน GAP ของกรมการข้าว 4) การตรวจรับรองข้าวหอมมะลิสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทุ่งกุลาร้องไห้จากหน่วยตรวจรับรองที่ขึ้นทะเบียนกับสหภาพยุโรป และ 5) การตรวจรับรองโรงสีตามระบบ Good Manufacturing Practice (GMP) ผลการตรวจประเมินระบบและจากการวิเคราะห์คุณภาพทางกายภาพตามเกณฑ์ของ GAP ข้าวของเกษตรกรจำนวน 31 ราย พบว่าผ่านมาตรฐาน 23 รายและไม่ผ่าน 8 ราย สาเหตุที่ไม่ผ่านเนื่องจากมีข้าวแดงปนเกินมาตรฐาน ส่วนโรงสีได้รับ การรับรองทั้งสองโรงแต่ไม่สามารถรับซื้อข้าวที่ผ่านมาตรฐานได้ทั้งหมด มีเกษตรกรขายข้าวเปลือกให้โรงสีที่ร่วมโครงการเพียง 12 ราย น้ำหนักรวม 28,325 กิโลกรัม ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 19.45 บาท (ต่ำสุด 17.60 บาท และสูงสุด 21.00 บาท) เนื่องจากเกษตรกรขายเข้าโครงการรับจํานำของรัฐบาล และการรับซื้อข้าวของโครงการเกษตรกรต้องทำการลดความชื้นข้าวเปลือกก่อน ทำให้เกษตรกรจำนวนหนึ่งจำหน่ายข้าวสดให้กับโรงสีในท้องถิ่นไปก่อน สำหรับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลได้พัฒนาจัดทำรหัสคิวอาร์ (Quick Response Code, QR code) ที่บรรจุภัณฑ์ ทำให้เมื่อใช้เครื่องอ่านรหัสคิวอาร์บนบรรจุภัณฑ์ จะปรากฏ ชื่อ ที่อยู่ พื้นที่ปลูก ผลผลิต และรูปภาพเกษตรกรเจ้าของผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ทำให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับมา ผู้ผลิตและแหล่งผลิตได้ เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวិทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้สถิติในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ วิทยานิพนธ์ รายการวิชาการ เว็บไซต์ งานวิจัย บทความที่น่าเชื่อถือ และสถิติที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จะเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ สถิติตามตัวแปรอิสระทั้งหมดที่กำหนดไว้ หนังสือ วิทยานิพนธ์ รายการวิชาการ เว็บไซต์ งานวิจัย บทความที่น่าเชื่อถือ และสถิติที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปตลาดโลก จำแนกตามปัจจัยภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศ และปัจจัยด้านส่วนประสมด้านการตลาด ทั้งนี้ เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก

โดยใช้แบบวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ข้อมูลเชิงสถิติ เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระเบียบวิธีการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ข้อมูลทุติยภูมิเชิงสถิติสำหรับข้อมูลปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือข้อมูลเชิงสถิติของข้อมูลสำหรับตัวแปรอิสระทุกตัวทั้ง ปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ โดยใช้สถิติตั้งแต่ปี 2556 – 2560

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ผลข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

ส่วนของข้อมูลทฤษฎี

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทฤษฎีทางสถิติเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทย
2. ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ว่าจะเป็นตัวแปรอิสระของปัจจัยภายในประเทศและตัวแปรอิสระของด้านปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ตั้งแต่ปี 2556 - 2560 รวมไปถึงข้อมูลของกลุ่มคู่แข่งด้วยที่เป็นข้อมูลเชิงสถิติเช่นกัน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของสถิติ หลังจากนั้นนำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยกำหนดค่าระดับความน่าเชื่อมั่นที่ 95% มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สถิติที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) มีรายละเอียดดังนี้

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศ กับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในแต่ปีตั้งแต่ ปี2556 ถึงปี 2560 โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อใช้ทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในว่ามีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยหรือไม่
2. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศ กับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในแต่ปีตั้งแต่ ปี2556 ถึงปี 2560 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อใช้ทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอกว่ามีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยหรือไม่

3. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับปัจจัยภายนอกประเทศ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรต้น เพื่อใช้ทดสอบหาความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสองด้านมีความสัมพันธ์กันหรือไม่



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
$S.E_{est}$	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์แสดงการตัดสินใจ
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติว่าปฏิเสธหรือยอมรับสมมติฐานมีนัยสำคัญระดับ 0.05

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลสถิติทฤษฎีและข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 163 ชุด พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลให้มีความสมบูรณ์ และได้จัดทำผลวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภายในกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าว- หอมมะลิไทย

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภายในกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.555 ^a	0.308	-0.807	266119.99625

a. Predictors: (Constant), ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย, ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทย, ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิในประเทศไทย, ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย

จากตารางที่ 4.1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรคือ ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิในประเทศไทยปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรดังกล่าวที่ 30.8% ส่วนที่เหลือเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยภายในกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 - 2560

ตัวแปร	ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 - 2560				
	B	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients		
		Std. Error	Bata (β)		
ค่าคงที่ (Constant)	206546.962	93201.389		2.216	0.062
ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย	57646.572	15773.850	0.407	1.119	0.039*
ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทย	53083.828	13462.322	0.317	0.972	0.033*
$R^2 = 0.308$, Adjusted $R^2 = -0.087$, $S.E_{est} = 266119.99625$, $F = 0.779$, $Sig. 0.573$					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยภายในกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี 2556 – 2560 พบว่า ปัจจัยภายในประกอบด้วย ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย

ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ สามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 – 2560 ได้ร้อยละ 30.8 ($R^2 = 0.308$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ 26119.99625 เมื่อพิจารณาค่า sig, เป็นรายด้าน พบว่า

ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย มีค่า sig. 0.039 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทย มีค่า sig. 0.033 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สามารถเขียนแสดงความสัมพันธ์ได้จากสมการ ดังนี้

$$\text{ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย} = 206546.962 + 57646.572(\text{ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย}) + 53083.828(\text{ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย})$$

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยภายในด้าน ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอม มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือมะลิ ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.720 ^a	0.518	0.243	21792.04430

a. Predictors: (Constant), อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ, ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง, ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก, ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก

จากตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรดังกล่าวที่ 51.8% ส่วนที่เหลือเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 - 2560

ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 - 2560					
ตัวแปร	B	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients		
		Std. Error	Beta (β)		
ค่าคงที่ (Constant)	326225.170	118988.392		2.742	0.029
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	59974.886	10197.392	0.262	0.978	0.046*
ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศ คู่แข่ง	70692.757	11403.070	0.290	0.938	0.021*
ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทย ของตลาดโลก	33021.862	19019.283	0.628	1.736	0.040*
ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของ คนทั่วโลก	52326.838	20096.451	0.927	2.604	0.035*
$R^2 = 0.518$, Adjusted $R^2 = 0.243$, $S. E_{est} = 21792.04430$, $F = 1.884$, $Sig. 0.218$					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี 2556 – 2560 พบว่า ปัจจัยภายนอกประกอบด้วย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก สามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 – 2560 ได้ร้อยละ 51.8 ($R^2 = 0.518$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ 21792.04430 เมื่อพิจารณาค่า sig, เป็นรายด้าน พบว่า

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีค่า sig. 0.046 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง มีค่า sig. 0.021 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่งมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก มีค่า sig. 0.040 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลกมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีค่า sig. 0.035 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สามารถเขียนแสดงความสัมพันธ์ได้จากสมการ ดังนี้

ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย = $326225.170 + 59974.886(\text{อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ}) + 70692.757(\text{ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง}) + 33021.862(\text{ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก}) + 52326.838(\text{ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก})$

จากสมการสามารถอธิบายได้ดังนี้

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 59974.886 หมายความว่า ถ้าด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 59974.886 หน่วย

ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 70692.757 หมายความว่า ถ้าด้านปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 70692.757 หน่วย

ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 33021.862 หมายความว่า ถ้าด้านปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 33021.862 หน่วย

ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 52326.838 หมายความว่า ถ้าด้านความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 52326.838 หน่วย

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอก ด้านความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีอิทธิพลต่อหน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย มากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.927

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.893 ^a	0.797	0.257	21592.71187

b. Predictors: (Constant), ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย, ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ, ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิในประเทศไทย, การให้ความสนับสนุนจากรัฐบาล, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ, ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง, ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก, ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก

จากตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรคือ ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิในประเทศไทย การให้ความสนับสนุนจากรัฐบาล อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ, ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีความเชื่อมั่นของตัวแปรดังกล่าวที่ 79.7% ส่วนที่เหลือเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 - 2560

ตัวแปร	ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 - 2560				
	B	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients		
		Std. Error	Beta (β)		
ค่าคงที่ (Constant)	591042.750	226444.945		2.610	0.080
ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย	79611.293	29999.974	0.682	0.987	0.025*
ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ	67531.023	25668.982	0.668	-1.073	0.032*

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	75792.051	23992.790	0.414	-0.658	0.045*
ปริมาณการส่งออกข้าวของ ประเทศคู่แข่ง	63653.491	20555.759	0.099	0.178	0.047*
ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิ ไทยของตลาดโลก	601048.795	73772.886	0.210	-0.150	0.040*
ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิ ของคนทั่วโลก	60843.639	46361.550	0.724	-0.881	0.043*
$R^2 = 0.797, \text{Adjusted } R^2 = 0.257, S. E_{est} = 21592.71187, F = 1.475, \text{Sig. } 0.410$					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี 2556 – 2560 พบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิในประเทศไทย การให้ความสนับสนุนจากรัฐบาล และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทย ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก สามารถอธิบายความผันแปรของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยปี พ.ศ. 2556 – 2560 ได้ร้อยละ 79.7 ($R^2 = 0.797$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ 21592.71187 เมื่อพิจารณาค่า sig. เป็นรายด้าน พบว่า

ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย มีค่า sig. 0.025 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามสมมติฐาน

ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ มีค่า sig. 0.032 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามสมมติฐาน

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีค่า sig. 0.045 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามสมมติฐาน

ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทย มีค่า sig. 0.047 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามสมมติฐาน

ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก มีค่า sig. 0.040 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ด้านปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลกมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามสมมติฐาน

ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีค่า sig. 0.043 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยตามสมมติฐาน

สามารถเขียนแสดงความสัมพันธ์ได้จากสมการ ดังนี้

ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย = $591042.750 + 79611.293$ (ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย) $+ 67531.023$ (ราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย) $+ 75792.051$ (อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ) $+ 63653.491$ (ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง) $+ 601048.795$ (ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก) $+ 60843.639$ (ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก)

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทยปี 2556-2560



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก” เป็นการสำรวจเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในด้านต่างๆ กล่าวคือ ปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยยังตลาดโลก โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือสถิติปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย, ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิ, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ดอลลาร์สหรัฐ : บาท), ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง, ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของตลาดโลก, ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก ตั้งแต่ปี 2556-2560 และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยที่เป็นตัวแปรต้นกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยที่เป็นตัวแปรตาม นอกจากนี้ยังใช้วิธีทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) การหาค่าความเที่ยงตรง (Content Validity) ของเนื้อหาในแบบสอบถามแสดงเกณฑ์ โดยความหมายของคะแนนความคิดเห็น ในการหาค่าความเที่ยงตรงต้องไม่ต่ำกว่า 0.05

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยทั้ง 2 ด้านที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในช่วงปีพ.ศ. 2556-2560 จึงทำให้ได้ทราบผลสรุปข้อมูลซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกได้ดังตาราง 5.1 ด้านล่างนี้

ตาราง 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ปีพ.ศ. 2556 - 2560

ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก	ต้นแปรต้น	R Square	Std. Error Of the R Square	B	Sig
ปี พ.ศ. 2556 - 2560	ปัจจัยภายในประเทศ	0.308	266119.99625		
	1.ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย			17646.572	0.039*
	2.ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทย			13083.828	0.033*
ปี พ.ศ. 2556 - 2560	ปัจจัยภายนอกประเทศ	0.518	21792.04430		
	1.อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ			59974.886	0.046*
	2.ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง			70692.757	0.021*
	3.ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยขอตลาดโลก			33021.862	0.040*
	4.ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก			52326.838	0.035*
ปี พ.ศ. 2556 - 2560	ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ	0.797	21592.71187		
	1.ปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทย			79611.293	0.025*
	2.ราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทย			67531.023	0.032*
	3.อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ			75792.051	0.045*
	4.ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่ง			63653.491	0.047*
	5.ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยขอตลาดโลก			601048.795	0.040*
	6.ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก	60483.839	0.043*		

จากตาราง 5.1 ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ทั้ง 3 ปัจจัยกับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลกในช่วงเวลาเดียวกัน คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – 2560 พอสรุปได้ดังนี้

ก. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิ

ไทยไปยังตลาดโลก

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศพบว่าในสมการถดถอยพหุคูณมีตัวแปรอิสระด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยมีค่า sig. 0.039 และราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยมีค่า sig. 0.033 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยและราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 17646.572 และ 13083.828 ตามลำดับหมายความว่า ถ้าด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 17646.572 หน่วยและเช่นเดียวกันถ้าด้านราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยจะเพิ่มขึ้น 13083.828 หน่วย ในขณะที่ตัวแปรอิสระที่เหลือ ของปัจจัยภายนอกประเทศไม่เข้าไปอยู่ในสมการถดถอยซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งปฏิเสธข้อสมมติฐาน แต่ไม่คล้องจองกับความคิดเห็นจากแบบสอบถามที่ได้เก็บความคิดเห็นมาจากบริษัทผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปนอกราชอาณาจักรพบว่าไม่มีตัวแปรอิสระใดที่เข้าไปอยู่ในสมการถดถอยพหุคูณ และมีค่า sig มากกว่า 0.05 ตามนัยสำคัญนั่นเอง

ข. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศพบว่าในสมการถดถอยพหุคูณมีตัวแปรอิสระด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่า sig. 0.046 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทยคู่แข่งมีค่า sig. 0.021 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทยคู่แข่งมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทยและ ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลกมีค่า sig. 0.040 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก และ ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีค่า sig. 0.035 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 52326.838 หมายความว่า ถ้าด้านความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอม

มะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 52326.838 หน่วยและมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.927 ซึ่งคล้องจองกันกับความคิดเห็นจากแบบสอบถามที่ได้เก็บความคิดเห็นมาจากบริษัทผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปนอกราชอาณาจักรพบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลกมาเป็นอันดับแรก เช่นเดียวกัน

ค. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศพบว่าในสมการถดถอยพหุคูณมีตัวแปรอิสระด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยมีค่า sig. 0.025 และราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยมีค่า sig. 0.032 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยและราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 79611.293 และ 67531.023 ตามลำดับหมายความว่า ถ้าด้านปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิของประเทศไทยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 79611.293 หน่วยและเช่นเดียวกันถ้าด้านราคาส่งออก (F.O.B) ข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยจะเพิ่มขึ้น 67531.023 หน่วย และผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศพบว่าในสมการถดถอยพหุคูณมีตัวแปรอิสระด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่า sig. 0.045 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย ปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทยมีค่า sig. 0.047 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทยมีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทยและ ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลกมีค่า sig. 0.040 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก และ ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีค่า sig. 0.043 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยของประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 601048.795 หมายความว่า ถ้าด้านความนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของคนทั่วโลก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จะเพิ่มขึ้น 60843.639 หน่วยและมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.724

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรของปัจจัยแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกันไป โดยพบว่า ตัวแปรด้านปัจจัยภายในประเทศมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย = 0.555 ซึ่งสอดคล้องกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก (รัตนาศายคณิต. 2543: 265-266) ที่ว่าการที่ประเทศจะส่งออกสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญบางประการ ได้แก่ ปริมาณการผลิตในประเทศ ราคาของสินค้าส่งออก เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ตัวแปรด้านปัจจัยภายนอกประเทศ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และความต้องการของตลาดต่างประเทศด้วย ซึ่งคล้องจองกับด้านปัจจัยภายนอกภายในประเทศมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย = 0.720

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลแบบitudinal คือ สถิติของตัวแปรอิสระในปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ คือจะเห็นได้ว่าตัวแปรอิสระของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศที่มาจากสถิติทุกด้านจะได้ผล sig. ต่ำกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญทุกตัวซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามนั่นคือปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังตลาดโลก ปีพ.ศ. 2556 – 2560 นั่นเอง ซึ่งคล้องจองกับ (พิมพ์กานต์ พุทธิศิริ. 2558) ที่ว่าการศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาข้าวเปลือกหอมมะลิในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวเปลือกหอมมะลิกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ, ปริมาณการส่งออกข้าว, อัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐ, อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ และปริมาณผลผลิตข้าว ได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระ อันได้แก่ ปริมาณการส่งออกข้าว และ ปริมาณผลผลิตข้าว มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับราคาข้าวเปลือกหอมมะลิในประเทศไทยนั่นเอง และจากการศึกษาตัวแปรอิสระในปัจจัยภายนอกด้านปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศคู่แข่งนั้นมีความคล้องจองกับกับบทความของ (วาริรัตน์ เพชรสิขวง.2559) ที่ว่าไทยมีผลผลิตข้าวเกินความต้องการบริโภคค่อนข้างมาก เนื่องจากมีการขยายพื้นที่

ปลูกและการพัฒนาพันธุ์ข้าวมาอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ความต้องการบริโภคข้าวของตลาด ในประเทศมีเพียงปีละ 10-12 ล้านตันข้าวสาร และเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตในแต่ ละปีก่อนข้างต่ำ ทำให้การส่งออกข้าวของไทยจึงมีสัดส่วนสูงขึ้นเป็นลำดับ ปัจจุบันส่งออกมากกว่า 50% ของผลผลิตข้าวทั้งหมด ข้าวไทยถือว่าได้เปรียบด้านคุณภาพและเป็นที่ยอมรับมาช้านานในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดข้าวโลกทวีความรุนแรงขึ้น ข้าวขาว เป็นข้าวที่ไทยส่งออกในสัดส่วนถึง 50% (ในเชิงปริมาณ) จัดเป็นข้าวที่มี ราคาถูกและการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลกค่อนข้างรุนแรง อีกทั้งในตลาดโลกมีผู้ผลิตรายใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น อาทิ กัมพูชา และ พม่า ข้าวหอมมะลิ จัดเป็นข้าวคุณภาพราคาสูง ปัจจุบันเผชิญการแข่งขันเพิ่มขึ้น จาก ข้าวบาสมาดิของอินเดีย อีกทั้งสหรัฐฯ และเวียดนามยังมีการพัฒนาพันธุ์ข้าว คุณภาพสูงใกล้เคียงข้าวหอมมะลิของไทย ข้าวหนึ่งตลาดส่วนใหญ่อยู่ในทวีปแอฟริกา ปัจจุบันไทยมีคู่แข่งสำคัญ คือ อินเดีย และคู่แข่งรายใหม่อย่าง ปากีสถานและอูรุกวัย ซึ่งผลิตข้าวหนึ่งได้ในราคาต่ำกว่าไทยมากนั่นเอง

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากวิจัย

1. การวางแผนการผลิตข้าวหอมมะลิไทยของผู้ส่งออกควรจะทำการผลิตสินค้าการส่งออกที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคระดับสากลเพื่อเพิ่มปริมาณของการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยเพื่อที่จะได้มีประสิทธิภาพเพียงพอในการสู้กับคู่แข่งในการส่งออกข้าว นั่นเอง
2. ควรมีการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มากขึ้น ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมของคู่แข่ง และวางแผนการส่งออกให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

5.4.2 ควรทำการศึกษาถึงอุปสงค์ และอุปทานความต้องการของข้าวหอมมะลิไทยในปัจจุบัน เพื่อเป็นการวิเคราะห์ถึงความต้องการหรือความสามารถในการผลิตหรือการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในอนาคต

บรรณานุกรม

- กนกพร ชัยประสิทธิ์. (2559). ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 3(2), 1-12.
- กัลยา ตันมณีและคณะ. (2557). การใส่ใจในการปลูกข้าวหอมมะลินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- การส่งออกข้าวของไทยในปี2558. (2559). สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรด้วยความร่วมมือกับกรมศุลกากร.
- การควบคุมมาตรฐานสินค้าส่งออกข้าวหอมมะลิไทย. (2560). สำนักงานมาตรฐานสินค้า.
- ข้อมูลพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมข้าวไทย. (2560). ฐานข้อมูลงานวิจัยข้าวสำนักงานพัฒนาการวิจัย-การเกษตร. คณะอนุกรรมการรายงานราคาข้าว สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย/สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย.
- ณัฐกนก รัชกุล และ ศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร. (2554). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของตลาดส่งออกข้าวไทยไปยัง ประเทศซาอุดีอาระเบีย. (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- นวพรชัย การะเกตุ. (2552). โครงการวิจัย การศึกษาภาพอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการส่งเสริมคุณค่าข้าวหอมมะลิไทย.
- พิมพ์กานต์ พุทธรศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาข้าวเปลือกหอมมะลิในประเทศไทย.
- รัตนา สายคณิต. (2543). หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น:มหภาคเศรษฐศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่1) โรงพิมพ์เอียร์บุ๊ก พิมพ์ครั้งที่ 1.
- รศ.สมพร อสิวลินนท์. (2559). ตลาดข้าวโลกและสถานการณ์ราคาข้าวของไทย. คณะทำงานด้านการเกษตร
- วาริรัตน์ เพชรสีช่วง. (2556). ยุทธศาสตร์ข้าวไทย การวิจัยและพัฒนาข้าวไทยและการมองไปข้างหน้า. สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). สถิติการส่งออกข้าวของไทย. สืบค้นจาก <http://www.thairiceexporters.or.th/>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). สถิติการส่งออกข้าวของไทย. สืบค้นจาก<http://www.thairiceexporters.or.th/>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. โดยความร่วมมือของ กรมศุลกากร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). การศึกษาผลกระทบของราคาส่งออกข้าวไทยและประเทศคู่แข่งที่มีต่อความต้องการนำเข้าข้าวจากไทย.
- สมนึก จงเสริมตระกูล (2556). ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้. การประชุมวิชาการกลุ่มศูนย์วิจัยข้าวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประจำปี 2558, 11-13 มีนาคม 2558, อุบลราชธานี
- อรรพรรณ ศรีโสภณพันธ์ ทัดพิชา เจริญรัตน์ และน้ำฟ้า ทิพนนตร. (2557). โครงการผลิตและการตลาดข้าวหอมมะลิไทย. (รายการวิจัย)สำนักงานประสานงานวิจัยเชิงนโยบายเกษตรและการเสริมสร้างเครือข่ายงานวิจัยเชิงนโยบาย.
- อรรถพงษ์ ลลิตาธรรม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุดา ปิตะวรรณ. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของประเทศไทย. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อิทธิพงศ์ มหาชนเศรษฐ์. (2557). การวัดระดับการแข่งขันในตลาดส่งออกข้าวไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท ซีโน ฟับลิชซิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management analysis, planning, implementation and control.** (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- NIA: National Innovation Agency, Thailand (2558)
- passorn. (2017). **Five force model** . สืบค้นจาก <http://inc.karmins.com-five-force-model/>.
- puktiwit. (2012). **Competitive-strategy**. สืบค้นจาก <http://puktiwit.wordpress.com/2012/12/08/>