



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย

A Study on Thai Jasmine Rice Export Market

ของ

นางสาวพรอนันต์ เสง์ถิ่น

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 16 ก.พ. 42

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งสรรค์ โนชัย)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 16 ก.พ. 42

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

หัวหน้าภาควิชาฯ

 16 ก.พ. 42

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

๑๗

พ 2967

2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย

A Study on Thai Jasmine Rice Export Market



T098054

โดย

นางสาวพรอนันต์ เสง์ถิน

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2542

ปพ.
พ 296 ก
2542

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 98054
วันเดือนปี..... 9 พค 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย

โดย: นางสาวพรอนันต์ เสง์ถิ่น

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____ 16 / 7.พ. / 42

(รังสรรค์ โนชัย)

ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวคุณภาพดีมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี และเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ แต่ปัจจุบันภาวะการแข่งขันในตลาดข้าวต่างประเทศนั้นมีสูงถึงแม้ว่าตลาดข้าวหอมมะลินั้นจะมีคู่แข่งน้อยราย แต่ในอนาคตคู่แข่งจากตลาดข้าวคุณภาพต่ำอาจมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของข้าวขึ้นมาให้ทัดเทียมกับข้าวหอมมะลิของไทยก็เป็นได้ ดังนั้นไทยจึงควรมีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านตลาดส่งออกเดิม และมีการขยายตลาดข้าวหอมมะลิใหม่เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวหอมมะลิให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

การศึกษานี้จะเป็นการศึกษาตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย ลักษณะโดยทั่วไป สภาพการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งได้จากการรวบรวมเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รายงานการศึกษา ตลอดจนข้อมูลทางด้านสถิติที่หน่วยงานราชการและเอกชนได้รวบรวมไว้มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการขยายตลาดข้าวหอมมะลิของไทย และพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของข้าวหอมมะลิไทยให้ดียิ่งขึ้น

การส่งออกข้าวหอมมะลมีส่วนแบ่งตลาดในต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี โดยประเทศไทยได้ส่งข้าวหอมมะลิไปยังทวีปเอเชียมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ทวีปอเมริกา ตะวันออกกลาง และทวีปยุโรป ซึ่งประเทศจีนเป็นประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลिरายใหญ่ที่สุดของไทย รองลงมา ได้แก่ สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ สำหรับปัญหาที่พบในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย ได้แก่ ปัญหาในเรื่องของราคาของข้าวหอมมะลิที่สูงเกินกว่าประเทศคู่ค้าบางประเทศ จะยอมรับได้ ปัญหาในเรื่องการขาดมาตรฐานของข้าวหอมมะลิ ทำให้เกิดการปลอมปนข้าว และปัญหาในเรื่องที่สหรัฐอเมริกาพยายามส่งเสริมข้าวพันธุ์จีสมาดิ เพื่อแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทย สำหรับด้านศักยภาพในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยพบว่า ไทยมีศักยภาพทางการบริหารการค้าและการรองรับการส่งออกของธุรกิจเอกชนมากกว่าศักยภาพด้านการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากเอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนใหญ่มีเครือข่ายข้อมูลที่กว้างขวางและดีกว่าประเทศคู่แข่ง สำหรับด้านการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของข้าวหอมมะลิไทย รวมถึงการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของข้าวคุณภาพดี พบว่า ไทยยังคงผูกขาดการครองตลาดต่อไป โดยที่สหรัฐอเมริกายังไม่สามารถจะเป็นคู่แข่งของไทยได้ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ คือ ด้านการผลิตรัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการขยายพื้นที่การปลูกข้าวหอมมะลิ เร่งเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้น ควรมีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายให้ชัดเจน การผลิตควรมีการส่งเสริมให้ค้ำนึ่งถึงสภาพแวดล้อม มีการเร่งรัดการวิจัยขยายพันธุ์หรือคิดค้นสายพันธุ์ใหม่ที่ดีกว่าเดิม และควรมุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ในด้านการจัดการฟาร์มที่ดีเพื่อให้วางแผนการผลิตอย่างเหมาะสม ส่วนด้านการตลาดและการส่งออกนั้น การขยายตลาดควรมุ่งเน้นที่ตลาดใหม่ในเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง โดยรักษาตลาดฮ่องกงและสิงคโปร์ไว้ นอกจากนี้ควรเปลี่ยนแปลงลักษณะระบบการตลาด โดยผู้ส่งออกต้องสร้างตลาดสินค้าด้วยมาตรการการตลาดต่าง ๆ รวมถึงภาครัฐบาลและเอกชนควรร่วมมือกันปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของประเทศคู่แข่ง เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

การศึกษาและการเรียบเรียงปัญหาพิเศษเรื่องนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์ก็ด้วยความควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดและการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ของ ผศ. รังสรรค์ โนชัย อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และการให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์ เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ กรรมการปัญหาพิเศษ บุคคลทั้งสองท่านนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

คุณความดีที่เกิดจากปัญหาพิเศษเรื่องนี้หากจะมี ผู้เขียนขอมอบให้แก่พ่อและแม่ ที่คอยสั่งสอน ให้กำลังใจ และอยู่เคียงข้างเสมอมา ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน จนงานสำเร็จลงได้

พรอนันต์ เสง่ถื่น

กุมภาพันธ์ 2542



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
การตรวจเอกสาร	5
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 สถานการณ์การผลิตและการค้าข้าว	8
สถานการณ์การผลิตข้าวของโลก	8
สถานการณ์การผลิตข้าวของไทย	10
สถานการณ์การผลิตข้าวทั่วไป	10
สถานการณ์การผลิตข้าวหอมมะลิ	11
สถานการณ์การค้าข้าวของโลก	15
ภาวะการค้าข้าวของไทย	19
กระบวนการค้าข้าว	19
การบริโภคภายในประเทศ	25
การส่งออก	28
บทที่ 3 สภาพทั่วไปด้านการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย	30
การตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย	30
ลักษณะตลาดส่งออกทั่วไป	30
รูปแบบการค้าข้าวระหว่างประเทศ	30
การส่งออกข้าวหอมมะลิ	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดส่งออกที่สำคัญ	40
นโยบายของรัฐบาลในการส่งออกข้าว	44
นโยบายพรีเอมิยมข้าว	44
การให้การอุดหนุนการส่งออก	45
ปัญหาในการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย	50
ผลกระทบของการจัดตั้งองค์การการค้าโลก	50
ผลกระทบต่อโครงสร้างการผลิตข้าวภายในประเทศ	50
ผลกระทบต่อโครงสร้างการส่งออกข้าวไทย	51
ผลกระทบจากการเปิดตลาดข้าวในระยะยาว	52
ศักยภาพทางการแข่งขันในการส่งออกข้าวหอมมะลิ	53
ศักยภาพด้านการผลิต	53
ศักยภาพด้านการส่งออก	54
แนวโน้มของการค้าข้าวหอมมะลิ	56
แนวโน้มการค้าข้าวในตลาดโลก	56
แนวโน้มของการค้าข้าวหอมมะลิในระยะสั้น	57
แนวโน้มของการค้าข้าวหอมมะลิในระยะยาว	57
การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด	58
การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดจีน	58
การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดฮ่องกง	60
การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สวอท (SWOT)	62
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	63
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	64
กลยุทธ์ในการพัฒนาข้าวหอมมะลิ	65
กลยุทธ์ด้านการพัฒนาผลผลิต	65
กลยุทธ์ด้านการตลาด	65
กลยุทธ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	66

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	67
สรุป	67
ข้อเสนอแนะ	69
ด้านการผลิต	69
ด้านการตลาดและการส่งออก	70
เอกสารอ้างอิง	72
ภาคผนวก	74



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533–2539 (พันเมตริกตัน)	3
2 ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของประเทศลูก้าในทวีปเอเชียระหว่างปี พ.ศ. 2533-2539	3
3 บัญชีสมดุขข้าวของโลก (ล้านตันข้าวสาร)	8
4 ผลผลิตข้าวเปลือกโลก (ล้านตันข้าวเปลือก)	9
5 พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตต่อไร่ และผลผลิตของไทย	11
6 การคาดคะเนเนื้อที่เพาะปลูก และผลผลิตข้าวในปี 2540/41	12
7 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของข้าวหอมมะลิ ราชอาณาจักรประเทศไทย ปี 2538/39	13
8 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของข้าวขาวดอกมะลิ 105 และกข 15 ปี 2532/33–2540/41	14
9 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของข้าวหอมมะลิ ตั้งแต่ปี 2532/33–2540/41	16
10 ปริมาณการส่งออกข้าวของโลก (ล้านตันข้าวสาร)	18
11 บัญชีสมดุขข้าวไทย ปีการค้า (พ.ย.–ต.ค.) ระหว่างปี 2538/39-2540/41 (ล้านตันข้าวเปลือก)	27
12 ปริมาณการใช้ข้าวหอมมะลิภายในประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2533–2540 (ล้านตันข้าวเปลือก)	28
13 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวปี พ.ศ. 2535–2540	29
14 ราคาข้าวเปลือกเจ้านาปีหอมมะลิที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออกเอฟ.โอ.บี. ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2540	29
15 การเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิกับข้าวทั้งหมด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531–2540	33
16 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังทวีปต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ตันข้าวสาร)	34
17 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูก้าที่สำคัญ ในทวีปเอเชีย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ตันข้าวสาร)	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า
18 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ต้นข้าวสาร)	36
19 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปยุโรป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ต้นข้าวสาร)	37
20 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปแอฟริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ต้นข้าวสาร)	38
21 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปตะวันออกกลางตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ต้นข้าวสาร)	39
22 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปโอเชียเนียตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ต้นข้าวสาร)	40
23 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิ รายประเทศที่สำคัญตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535–2540 (ต้นข้าวสาร)	42
24 ปริมาณข้าวที่จีนนำเข้าจากไทยและสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พินต้นข้าวสาร)	59
25 ปริมาณนำเข้าข้าวและส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกา ในตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พินต้นข้าวสาร)	60
26 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกา ในตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พินต้นข้าวสาร)	60
27 ปริมาณข้าวที่ฮ่องกงนำเข้าจากไทยและสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พินต้นข้าวสาร)	61
28 ปริมาณนำเข้าข้าวและส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกาในตลาดฮ่องกง ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พินต้นข้าวสาร)	62
29 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกา ในตลาดฮ่องกง ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พินต้นข้าวสาร)	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 ช่องทางการตลาดของข้าวเปลือก และข้าวสาร

20



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ข้าวถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศไทย เพราะนอกจากจะเป็นอาหารหลักของประชากรในประเทศแล้ว ยังสามารถส่งส่วนที่เหลือจากการบริโภคไปจำหน่ายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญอีกด้วย ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญและสามารถครองอันดับหนึ่งของการส่งออกข้าวมาเป็นเวลานานแล้ว โดยมีพื้นที่การผลิตข้าวเฉลี่ยปีละประมาณ 60 ล้านไร่ ไร่ละ 15.3 ของพื้นที่ผลิตข้าวของโลก ได้ผลผลิตเฉลี่ยปีละประมาณ 20 ล้านตันข้าวเปลือก (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2536: 2) ซึ่งใช้บริโภคภายในประเทศปีละประมาณ 13 ล้านตัน ส่วนที่เหลือมีการส่งออกไปจำหน่ายเป็นสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญนารายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท ประเทศไทยเคยส่งข้าวเป็นสินค้าออกมีปริมาณและมูลค่าสูงสุดในปี พ.ศ. 2532 คือมีปริมาณ 6.086 ล้านตัน ในบางปีปริมาณและมูลค่าส่งออกเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเกิดวิกฤติการณ์ของธรรมชาติ เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม หรือเกิดโรคระบาดของโรคแมลงศัตรูข้าว ทำให้ผลผลิตลดลง ปัจจุบันประเทศไทยยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวที่ครองอันดับหนึ่งของโลก ทั้งที่ผลผลิตข้าวของไทยมีเพียงร้อยละ 4.2 ของผลผลิตโลกเท่านั้น แต่ส่งออกได้เป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตข้าวรายใหญ่ เช่น จีน และอินเดีย ซึ่งสามารถผลิตข้าวได้ถึงร้อยละ 35.43 และ 21.23 ของผลผลิตโลก แต่มีประชากรมาก จึงต้องใช้บริโภคภายในประเทศของตนเกือบทั้งหมด และเกิดภัยธรรมชาติบ่อยครั้งทำให้เกิดความเสียหายต่อผลผลิต จึงเหลือผลผลิตส่งออกต่างประเทศปริมาณน้อย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2540: 2) ประกอบกับไทยมีนโยบายที่ให้ความสำคัญและส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพตามที่ตลาดต้องการ จึงมีผลทำให้ข้าวของไทยครองความเป็นหนึ่งในตลาดโลก โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย คือ ประเทศในแถบเอเชีย และตะวันออกกลาง

ในปัจจุบันภาวะการส่งออกข้าวไทยประสบภาวะการแข่งขันมาก โดยเฉพาะในตลาดข้าวคุณภาพต่ำ เนื่องจากความต้องการข้าวในตลาดโลกลดลงซึ่งมีสาเหตุมาจากประเทศผู้นำเข้าบางประเทศเร่งพัฒนาการผลิตข้าวเพื่อทดแทนการนำเข้า ประกอบกับบางประเทศสามารถแปรสภาพจากผู้นำเข้าเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญ เช่น เวียดนาม ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 8 ของปริมาณข้าวที่ทำการซื้อขายกันในตลาดโลก และแม้ว่าการส่งออกข้าวโดยรวมไทยจะเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่ง แต่ส่วนใหญ่จะเป็นข้าวคุณภาพต่ำ ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 40 (อารีย์, 2536: 1) และยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องประสบปัญหาด้านการแข่งขันกับเวียดนามซึ่งจะได้เปรียบไทยในด้านราคาเพราะมีต้นทุนการผลิตข้าวต่ำกว่าของไทย นอกจากนี้คู่แข่งตลาดข้าวประเภทนี้ของไทย เช่น ปากีสถาน และอินเดีย ซึ่งใช้การแข่งขันในด้านราคาเป็นหลักเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดข้าวคุณภาพต่ำ ดังนั้นราคาข้าวในตลาดโลกและราคาส่งออกจึงอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุนี้ไทยจึงประสบปัญหาในด้านตลาดส่งออกเนื่องจากประเทศผู้เคยนำเข้าข้าวคุณภาพต่ำจากไทย เช่น จีน อินเดีย ศรีลังกา และประเทศแถบทวีปแอฟริกาหันไปนำเข้าข้าวคุณภาพต่ำจากเวียดนามและสหรัฐอเมริกาแทนเพราะราคาถูกกว่าข้าวไทย

ในขณะที่ตลาดข้าวคุณภาพต่ำมีการแข่งขันกันสูง ตลาดข้าวคุณภาพพิเศษกลับมีผู้ส่งออกเพียง 2 ราย คือ ไทยกับสหรัฐอเมริกาเท่านั้น และเป็นที่น่าสังเกตว่าถึงแม้สหรัฐอเมริกาก็จะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดข้าวคุณภาพพิเศษ แต่ยังคงนำเข้าข้าวคุณภาพพิเศษ คือ ข้าวหอมมะลิจากไทยปีละหลายหมื่นตัน และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประกอบกับในปัจจุบันในกลุ่มประเทศประชาคมยุโรป และประเทศในแถบเอเชีย เช่น ฮองกง สิงคโปร์ ซึ่งจะเน้นคุณภาพข้าวมากกว่าราคาได้หันมานำเข้าข้าวหอมมะลิของไทยปีละหลายหมื่นตัน (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2540 ก: 2) ซึ่งข้าวหอมมะลินี้เป็นข้าวที่รู้จักกันแพร่หลายในกลุ่มของผู้ปลูกข้าว พ่อค้า และผู้บริโภคมาเป็นเวลานานมีการปลูกกระจายทั่วไปในประเทศที่เป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญของโลก เช่น พันธุ์บาสมาติ (Basmati) ของอินเดียและปากีสถาน พันธุ์ไฮริ (Hiari) ของญี่ปุ่น และพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 หรือหอมมะลิของไทย ปัจจุบันประชากรของประเทศที่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลักได้รู้จักข้าวหอมมะลิและกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งนี้เพราะข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่มีคุณภาพในการรับประทานดีหรือมีรสชาติอร่อย มีความนุ่มเหนียว และมีกลิ่นหอม ข้าวหอมมะลินับว่าเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศมากโดยเฉพาะผู้ที่มิรายได้ปานกลางและสูง ราคาข้าวสารหอมมะลินั้นจึงอยู่ในระดับที่สูงกว่าข้าวสารชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้ข้าวหอมมะลียังได้รับความนิยมจากตลาดต่างประเทศกว่า 60 ประเทศที่มีการสั่งซื้อข้าวหอมมะลิ จากสถิติการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปขายยังต่างประเทศพบว่าปริมาณการส่งออกเพิ่มทุกปีจาก 703,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2533 จนถึง 1,457,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 1) ซึ่งตลาดใหญ่และที่สำคัญของไทยอยู่ในทวีปเอเชีย มีการสั่งซื้อข้าวหอมมะลิไทยกว่า 1,025,000 ตันต่อปีหรือประมาณร้อยละ 70 ของการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยทั้งหมดในปี พ.ศ. 2539 (ธรรมศักดิ์, 2541: 20) ประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิของไทยมากที่สุดคือ จีน จำนวน 448,000 ตัน รองลงมา ได้แก่ ฮองกง จำนวน 220,000 ตัน และสิงคโปร์ จำนวน 196,000 ตัน (ตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยระหว่างปี พ.ศ. 2533-2539 (พันเมตริกตัน)

ทวีป	ปี พ.ศ.						
	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
อเมริกา(สหรัฐและแคนาดา)	147	175	178	201	210	215	235
ประชาคมยุโรป	34	50	54	36	34	41	43
ยุโรปตะวันตก	5	6	6	22	39	9	12
ตะวันออกกลาง	76	65	220	204	88	127	91
แอฟริกา	30	25	51	29	25	38	54
เอเชีย	410	502	592	572	748	819	1,025
รวม	703	823	1,101	1,064	1,144	1,249	1,457

ที่มา: (ธรรมศักดิ์, 2541: 20)

ตารางที่ 2 ปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของประเทศลูกค้าในทวีปเอเชียระหว่างปี พ.ศ. 2533-2539 (พันเมตริกตัน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.						
	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
ออสเตรเลีย	20	24	22	20	18	20	23
บรูไน	12	16	15	16	18	18	25
จีน	12	35	83	92	239	262	448
ฮ่องกง	215	251	222	203	201	221	220
มาเลเซีย	2	16	87	62	98	115	108
สิงคโปร์	143	155	157	174	170	179	196
ประเทศอื่น ๆ	6	5	6	5	4	4	5
รวม	410	502	592	572	748	819	1,025

ที่มา: (ธรรมศักดิ์, 2541: 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในระยะแรกของการผลิตและการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยมีจำนวนน้อยมากจนไม่มีการเก็บสถิติข้อมูล ต่อมามีความต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดฮ่องกงนั้น เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ หลังจากนั้นกระทรวงพาณิชย์ และสมาคมผู้ส่งออกข้าวต่างประเทศได้เล็งเห็นความสำคัญของข้าวหอมมะลิจึงมีการส่งเสริมและสนับสนุนกันอย่างจริงจัง ปัจจุบันสามารถผลิตได้ผลผลิต 3 ล้านตันข้าวเปลือก หรือกว่าร้อยละ 17 ของผลผลิตข้าวทั้งหมด และที่สำคัญได้มีการส่งออกข้าวสารหอมมะลิมากกว่า 1 ล้านตันหรือกว่าร้อยละ 20 (ปัญญาภัทร, 2539: 1) สูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง มากกว่าข้าวชนิดอื่นๆที่ไทยส่งออก โดยมีมูลค่าการส่งออกหมื่นล้านบาทเศษหรือประมาณ 1 ใน 3 ของการส่งออกข้าวทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าข้าวหอมมะลิจะเป็นข้าวคุณภาพดีมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี และเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ แต่ปัจจุบันภาวะการแข่งขันในตลาดข้าวต่างประเทศนั้นมีสูง ถึงแม้ว่าตลาดข้าวหอมมะลินั้นจะมีคู่แข่งน้อยราย แต่ในอนาคตคู่แข่งจากตลาดข้าวคุณภาพต่ำอาจมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของข้าวขึ้นมาให้ทัดเทียมกับข้าวหอมมะลิของไทยก็เป็นได้ เพราะฉะนั้นไทยจึงควรมีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านตลาดส่งออกเดิม และมีการขยายตลาดข้าวหอมมะลิใหม่เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย ลักษณะโดยทั่วไป สภาพการแข่งขัน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาดข้าวหอมมะลิของไทย และพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของข้าวหอมมะลิไทยให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย
2. เพื่อศึกษาการนำเข้า ส่วนแบ่งตลาด และสภาพการแข่งขันในตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญของไทย
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออกข้าวหอมมะลิ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสภาพทั่วไปของตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย
2. ทราบถึงศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย เพื่อเป็นแนวทางในการรักษาตลาดเดิมเอาไว้ และขยายตลาดใหม่ให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย และนำผลการศึกษามาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปของตลาดส่งออกข้าวของไทย โดยศึกษาเกี่ยวกับสภาพโดยรวมของตลาดส่งออกที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ จีน ฮองกง และสิงคโปร์ โดยข้าวไทยที่จะศึกษานี้ หมายถึง ข้าวหอมมะลิ เนื่องจากเป็นข้าวที่มีคุณภาพดี มีมูลค่าการส่งออกสูงในปัจจุบัน ประเทศคู่ค้าที่นำเข้าส่วนใหญ่เป็นประเทศที่มีฐานะดี นอกจากนี้ข้าวหอมมะลียังเป็นที่ต้องการของตลาด และประเทศคู่แข่งมีน้อยราย รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย โดยข้อมูลและสถิติที่จะทำการเก็บรวบรวมมาศึกษาจะอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2540

นิยามศัพท์

ข้าวขาวชนิด 100% หรือ ข้าวคุณภาพดี หมายถึง ข้าวที่มีคุณภาพสูงทั้งหมด มีเปอร์เซ็นต์การแตกหักของข้าวน้อยมาก และไม่มีสิ่งปลอมปน เช่น ก้อนกรวด ปะปนอยู่เลย ซึ่งในที่นี้หมายถึงข้าวหอมมะลินั่นเอง

ตลาดส่งออก หมายถึง ประเทศผู้นำเข้าข้าวหอมมะลิจากประเทศไทย

การตรวจเอกสาร

อารีย์ เชื้อเมืองพาน (2536) ได้ทำการศึกษาการเพิ่มราคารับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกรพบว่า แม้ว่าตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิจะมีลักษณะค่อนข้างผูกขาด แต่ได้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ส่งออกซึ่งมีการตัดราคาและมีการปลอมปนข้าวพันธุ์อื่นที่มีลักษณะคล้ายกับข้าวหอมมะลิจึงส่งผลให้ระดับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไม่สูงมากนัก ทั้ง ๆ ที่ผู้ส่งออกสามารถจะกำหนดราคาขายเองได้พอสมควร โดยเฉพาะตลาดฮ่องกงได้มีการทำข้อตกลงกับกลุ่มผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิที่ไปจำหน่ายในฮ่องกงว่า ถ้ากลุ่มผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิจะลดราคาส่งออกนั้นต้องได้รับความยินยอมจากกลุ่มผู้นำเข้าข้าวหอมมะลิก่อน ถ้าจะเพิ่มราคาส่งออกสามารถเพิ่มได้ทันที ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากผลตอบแทนในแต่ละระดับการตลาดและการที่สามารถจะตั้งราคาส่งออกเองได้นั้น จะพบว่า มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้สูงที่จะเพิ่มราคาข้าวเปลือกหอมมะลิเพิ่มขึ้น ถ้ากลุ่มผู้ส่งออกหันมาร่วมมือกันไม่ตัดราคาซึ่งกันและกัน

จิตติยา ปิยะตระกูลรัตน์ (2539) ได้ทำการศึกษาการผลิต การตลาด และการค้าข้าว พบว่า ในช่วง พ.ศ. 2534-2538 ปริมาณการค้าข้าวสารในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น โดยตลอด โดยมีประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก คือ มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 31.5 ของปริมาณการค้าข้าวของโลก ซึ่งในการส่งออกข้าวของไทยนี้เป็นข้าวคุณภาพดีประมาณร้อยละ 40 ในจำนวนนี้เป็นข้าวหอมมะลิถึงร้อยละ 75 การส่งออกข้าวของไทยนั้นมีปริมาณและมูลค่าจากการส่งออกที่ได้แสดงแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยประเทศไทยสามารถส่งออกข้าวไปขายยังทวีปเอเชียในปริมาณมากที่สุดหรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 31.9 ของปริมาณการส่งออกข้าวทั้งหมด ซึ่งในระยะหลังมานี้ การส่งออกข้าวของไทยได้เปลี่ยนจากข้าวคุณภาพปานกลางและข้าวคุณภาพต่ำมาเป็นข้าวคุณภาพดีเพิ่มมากขึ้น โดยปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิมีการขยายตัวมากขึ้น

เลอศักดิ์ บูรณะธนัง (2540) ได้ศึกษาผลกระทบของการจัดตั้งองค์การการค้าโลกต่อการค้าข้าวของประเทศไทยพบว่า จากสถานการณ์การค้าข้าวโลกที่มีการเปิดเสรีในปัจจุบันประกอบกับการรวมกลุ่มทางการค้าระหว่างประเทศในระดับต่าง ๆ ทั่วโลกทำให้สถานะการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลกระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งประเทศต่าง ๆ ที่มีศักยภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือใกล้เคียงกับประเทศไทย โดยเฉพาะความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ซึ่งจะทำให้ข้าวไทยไม่สามารถแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลกกับข้าวที่มาจากประเทศคู่แข่งได้ โดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำและปานกลาง ดังนั้นประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งพัฒนาศักยภาพทั้งในด้านการผลิตและการตลาด เพื่อให้มีประสิทธิภาพล้าหน้าประเทศคู่แข่งต่าง ๆ เพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่งการตลาดหรือขยายตลาดไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ของโลกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข้าวคุณภาพดีอย่างข้าวหอมมะลิ ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสูง และตลาดโลกกำลังมีความต้องการเพิ่มขึ้นตามอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น

ธรรมศักดิ์ ทองเกตุ (2541) ได้ทำการศึกษาปริมาณความต้องการข้าวหอมมะลิของไทยในต่างประเทศ พบว่า ข้าวหอมมะลิไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเป็นที่โปรดปรานของกลุ่มผู้บริโภคข้าวนุ่มทั้งหลาย ปัจจุบันมีเอเชียเป็นตลาดข้าวหอมมะลิที่ใหญ่ที่สุดของไทยประมาณ 1,025,000 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 70 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ. 2539 รองลงมาได้แก่ ทวีปอเมริกาเหนือ (สหรัฐอเมริกาและแคนาดา) ประมาณ 232,000 ตัน ประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิไทยมากที่สุดก็คือประเทศจีน รองลงมาคือฮ่องกง เชื่อกันว่าปริมาณความต้องการข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลกจะมีมากขึ้นเป็นลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือ ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งได้จากการรวบรวมเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ นิตยสารทางเศรษฐกิจ รายงานการศึกษา ตลอดจนข้อมูลทางด้านสถิติที่หน่วยงานราชการและเอกชนได้รวบรวมไว้ เช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สถาบันวิจัยข้าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการนำเอกสารข้อมูลที่รวบรวมไว้มาวิเคราะห์ประกอบกับใช้แผนภาพ ตาราง และสถิติอย่างง่าย ช่วยในการอธิบาย เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย วิเคราะห์สภาพการแข่งขันของไทยในตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญ เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกัน โดยใช้การนำปัจจัยเชิงกลยุทธ์สวอท (SWOT) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์และประเมินว่าธุรกิจมีจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) อย่างไร เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป ร่วมกับการพิจารณาด้านส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันในตลาดส่งออกที่สำคัญ รวมทั้งวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดจนสถานการณ์ปัจจุบัน ที่เกิดกับการส่งออกข้าวหอมมะลิไปยังประเทศผู้นำเข้าต่าง ๆ เพื่อหาแนวโน้มของตลาดที่จะเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เพื่อจะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดต่อไป

บทที่ 2

สถานการณ์การผลิตและการค้าข้าว

สถานการณ์การผลิตข้าวของโลก

การผลิตข้าวในระยะ 5 ปีนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2535/36–2539/40 โดยกระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกาได้คาดคะเนผลผลิตข้าวโลกของปี 2540/41 จะมีปริมาณ 567.30 ล้านตันข้าวเปลือก (382.70 ล้านตันข้าวสาร) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 1.07 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 บัญชีสมดุลข้าวของโลก (ล้านตันข้าวสาร)

รายการ	ปีเพาะปลูก					
	2535/36	2536/37	2537/38	2538/39	2539/40	2540/41 ¹
ผลผลิต	355.50	355.10	364.60	371.10	378.90	382.70
(ข้าวเปลือก)	(526.60)	(526.50)	(540.20)	(550.90)	(561.30)	(567.30)
ใช้ในประเทศ	357.70	358.50	366.90	370.10	375.90	381.00
ส่งออก/นำเข้า	14.90	16.50	21.00	19.50	18.30	19.20
สต็อกปลายปี	54.80	51.40	49.10	50.10	53.20	54.90

หมายเหตุ ¹ คาดคะเน

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

โดยประเทศที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ จีน อินเดีย พม่า เวียดนาม และสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 4) โดยในปี 2540/41 ประเทศจีนจะมีผลผลิต 195.71 ล้านตันข้าวเปลือก เพิ่มขึ้นจากปี 2539/40 คิดเป็นร้อยละ 0.31 ซึ่งนับได้ว่าประเทศจีนเป็นประเทศผู้ผลิตข้าวได้มากเป็นอันดับหนึ่งของโลกรองลงมาได้แก่ อินเดีย และอินโดนีเซีย ซึ่งประเทศเหล่านี้ล้วนเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวที่สำคัญของโลกอีกด้วย ทั้งนี้จีน อินเดีย และอินโดนีเซียล้วนเป็นประเทศที่มีประชากรหนาแน่น และมีการผลิตข้าวในลำดับต้น ๆ ทำให้มีผลต่ออุปทานข้าวของโลกรวมถึงราคาข้าวของโลกด้วย โดยสาเหตุของการเพิ่มผลผลิตเนื่องมาจากประเทศที่เคยเป็นผู้นำเข้าสุทธิมีแนวโน้มที่จะผลิตข้าวเลี้ยงตัวเองได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากขึ้น เช่น อินโดนีเซีย ในขณะที่ประเทศสังคมนิยมได้ปรับนโยบายภายในประเทศให้เข้าสู่ตลาดโลกได้อีกครั้ง เช่น เวียดนาม และในอนาคตหากรัฐบาลพม่ายอมให้มีการส่งออกอย่างเสรี จะทำให้มีข้าวเข้าในตลาดโลกได้อีกไม่ต่ำกว่า 2 ล้านตัน ทั้งนี้ยังไม่ได้นับถึงการเข้าสู่ตลาดโลกของประเทศกัมพูชา ถึงแม้ว่าการเปิดตลาดของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีนั้นจะช่วยให้สถานการณ์ข้าวใน 3-6 ปีข้างหน้าสดใสขึ้น แต่ในระยะยาวไปกว่านี้แรงกดดันทางการผลิตในประเทศที่มีค่าแรงต่ำกว่า ซึ่งอาจเพิ่มผลผลิตได้เร็วกว่า แม้ว่าจะมีตลาดที่เกิดใหม่แต่ก็ยังสร้างแรงกดดันในตลาดโลกของข้าวอีกต่อไปโดยเฉพาะตลาดข้าวคุณภาพต่ำ

ตารางที่ 4 ผลผลิตข้าวเปลือกโลก (ล้านตันข้าวเปลือก)

ประเทศ	ปีเพาะปลูก					
	2535/36	2536/37	2537/38	2538/39	2539/40	2540/41 ¹
จีน	186.22	177.70	175.93	185.21	195.10	195.71
อินเดีย	109.31	120.46	121.75	119.44	120.82	122.26
อินโดนีเซีย	48.18	46.64	49.74	51.10	49.23	51.23
บังกลาเทศ	27.51	27.03	25.25	26.53	27.63	27.75
เวียดนาม	22.20	24.32	24.62	26.79	27.27	27.27
ไทย	19.92	18.45	21.11	22.02	22.33	21.43
พม่า	13.40	15.09	16.00	17.00	15.52	16.55
ญี่ปุ่น	13.22	9.79	14.98	13.44	12.93	12.36
ฟิลิปปินส์	9.52	9.92	10.48	11.17	11.23	11.23
บราซิล	9.90	10.52	10.89	10.05	9.75	9.56
สหรัฐอเมริกา	8.15	7.08	8.97	7.89	7.77	8.16
เกาหลีใต้	7.26	6.40	6.88	6.39	7.19	7.34
ปากีสถาน	4.67	5.99	5.17	5.91	6.39	6.45
อื่นๆ	47.59	47.05	48.48	48.32	49.54	49.99
ของโลก	526.85	526.47	540.25	551.26	561.37	567.29

หมายเหตุ ¹ คาคคะเน

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานการณ์การผลิตข้าวของไทย

สถานการณ์การผลิตข้าวทั่วไป

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2535/36–2540/41 ข้าวนาปีมีพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.57 (ตารางที่ 5) เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ประกอบกับเกษตรกรได้ทำการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กิโลกรัม) และผลผลิต (ล้านตันข้าวเปลือก) สูงขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 0.70 และ 1.28 ตามลำดับ สำหรับข้าวนาปรังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 16.49 ทั้งนี้เนื่องจากในปี พ.ศ. 2539 ต่อเนื่องถึงปี พ.ศ. 2540 ปริมาณน้ำในเขื่อนหลักมีเพียงพอ ประกอบกับหลายพื้นที่ในแหล่งปลูกข้าวนาปีได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม เกษตรกรได้ปลูกซ้ำ ทำให้พื้นที่ปลูกเปลี่ยนเป็นข้าวนาปรัง ขณะเดียวกันราคาข้าวนาปีที่มีราคาสูงในช่วงเก็บเกี่ยว เป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรขยายพื้นที่ปลูกข้าวนาปรังเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 20.78

ในปี 2540/41 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้พยากรณ์ว่าข้าวนาปีจะมีเนื้อที่เพาะปลูกรวมทั้งประเทศประมาณ 57.17 ล้านไร่ ลดลงจาก 57.29 ล้านไร่ ของปี 2539/40 ร้อยละ 0.21 โดยเนื้อที่ปลูกในภาคเหนือและภาคกลางปลูกได้ลดลง เพราะได้รับผลกระทบจากภัยแล้งช่วงเดือนมิถุนายน–กรกฎาคม 2540 ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นก็ได้รับผลกระทบจากภาวะฝนทิ้งช่วงเช่นกัน แต่สามารถปลูกได้ทันในช่วงต้นเดือนสิงหาคมและปลูกได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย สำหรับภาคใต้ปลูกได้ในเกณฑ์ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา สำหรับผลผลิตข้าวรวมคาดว่าจะมีประมาณ 17.839 ล้านตันข้าวเปลือก เพิ่มขึ้นจาก 17.78 ล้านตันข้าวเปลือก ของปี 2539/40 เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.32 เพราะความเสียหายที่เกิดจากภัยแล้งปีนี้ก็น้อยกว่าปีที่แล้ว ซึ่งประสบทั้งภัยแล้งและน้ำท่วม ประกอบกับราคาข้าวอยู่ในเกณฑ์ดี จูงใจให้เกษตรกรเอาใจใส่ดูแลรักษาดีขึ้น รวมทั้งเกษตรกรมีการเพาะปลูกพันธุ์ดีเพิ่มขึ้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก: 1)

ส่วนข้าวนาปรัง ในปี พ.ศ. 2541 จากสภาพน้ำในอ่างเก็บน้ำต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ปกติ และมีปริมาณน้ำที่สามารถใช้ได้โดยในพื้นที่ชลประทานต่าง ๆ สามารถปลูกได้เต็มที่ ยกเว้นพื้นที่ในเขตชลประทานเจ้าพระยาใหญ่และพิษณุโลกในเขตภาคกลางและภาคเหนือตอนล่างนั้น ต้องลดพื้นที่นาปรังลง จึงกำหนดเป้าหมายในการเพาะปลูกข้าวนาปรังไว้ 4.48 ล้านไร่ แต่จากราคาข้าวอยู่ในเกณฑ์ดี เกษตรกรได้เพาะปลูกเพิ่มขึ้น ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้คาดคะเนเบื้องต้นว่าจะมี 5.16 ล้านไร่ ได้ผลผลิตประมาณ 3.59 ล้านตันข้าวเปลือก เทียบกับปี พ.ศ. 2540 ทั้งพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตลดลงร้อยละ 19.84 และ 21.14 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตต่อไร่ และผลผลิตของไทย

ปี	พื้นที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	ผลผลิต (ล้านตันข้าวเปลือก)
ข้าวนาปี			
2535/36	56.30	307	17.30
2536/37	56.15	294	16.48
2537/38	56.37	322	18.16
2538/39	57.41	309	17.73
2539/40	57.29	310	17.78
อัตราเฉลี่ยร้อยละ	0.57	0.70	1.28
2540/41	57.17	312	17.84
ข้าวนาปรัง			
2536	4.16	629	2.62
2537	3.10	634	1.97
2538	4.03	685	2.95
2539	5.95	721	4.29
2540	6.44	707	4.55
อัตราเฉลี่ยร้อยละ	16.49	3.69	20.78
ภาคคะเนปี 2541	5.16	695	3.59

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

สถานการณ์การผลิตข้าวหอมมะลิ

จากพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปีในปี 2540/41 ที่สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้พยากรณ์รวมทั้งประเทศประมาณ 57.17 ล้านไร่ นี้ ได้รวมพื้นที่เพาะปลูกข้าวหอมมะลิจำนวน 15.39 ล้านไร่ไว้ด้วย ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 13.48 ล้านไร่ของปี 2539/40 ร้อยละ 14.10 (ตารางที่ 6) และมีแนวโน้มว่าในอนาคตปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิในประเทศจะเพิ่มขึ้น ก่อนที่ตลาดต่างประเทศจะรู้จักข้าวหอมมะลิ (Jasmine Rice) นั้น ไทยส่งออกข้าวขาว 100% ในปริมาณมากไปทั่วโลกอยู่แล้ว และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนของข้าวขาว 100% นี้แยกเป็นข้าวหอม (Fragrant Rice) ซึ่งมีตลาดผู้บริโภคที่นิยมข้าวหอมเฉพาะ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง และจีน แต่เดิมข้าวสารหอมที่บริโภคในประเทศมาจากพันธุ์ข้าวเจ้าหอมหลายพันธุ์ไม่ได้จำกัดอยู่ที่ข้าวขาวดอกมะลิ 105 เท่านั้น แต่เมื่อทางราชการเห็นว่าพันธุ์ข้าวขาวดอกมะลิ 105 นั้นมีความสามารถปรับตัวได้ดีในการปลูกและให้ความหอมสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงส่งเสริมแนะนำโดยการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ให้เกษตรกรปลูกเพียงพันธุ์เดียวและมีการคัดเลือกพันธุ์เพื่อให้คุณภาพของเมล็ดพันธุ์ที่ดี ทำให้ข้าวสารที่ได้มีความบริสุทธิ์ของพันธุ์และกลิ่นหอมที่ชัดเจน ข้าวหอมมะลิจึงเป็นที่รู้จักกันมากกว่าข้าวหอมพันธุ์อื่นๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2541 ข: 4-5)

ตารางที่ 6 การคาดคะเนเนื้อที่เพาะปลูก และผลผลิตข้าวนาปี 2540/41

รายการ	ปี	พื้นที่ (ล้านไร่)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ผลผลิต (ล้านตัน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
นาปี	2539/40	57.29	(0.20)	17.78	0.30
	2540/41	57.17	(0.20)	17.84	0.30
นาปรัง	2539/40	6.44	8.30	4.55	6.10
	2540/41	5.16	(19.80)	3.59	(21.10)
ข้าวหอมมะลิ	2539/40	13.48	(8.60)	3.37	(15.80)
(รวมอยู่ในข้าวนาปี)	2540/41	15.39	14.10	4.05	20.10

ที่มา: (สมศักดิ์, 2541: 40)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันทางราชการมีการรับรองพันธุ์ข้าวขาว 15 ซึ่งพัฒนามาจากพันธุ์ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ซึ่งพันธุ์ข้าวขาว 15 มีคุณสมบัติ ลักษณะรูปร่างของเมล็ด และคุณภาพในการหุงต้มเหมือนข้าวขาวดอกมะลิ 105 รวมทั้งยังมีจุดเด่นที่อายุการปลูกสั้นกว่า และทนแล้งได้ดีกว่า ทำให้ในอนาคตรัฐบาลผลิตข้าวหอมมะลิในประเทศเพิ่มขึ้นจากที่เคยมีข้อจำกัดในการขยายพื้นที่การปลูก (ตารางที่ 7)

ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ในปี 2538/39 ข้าวขาวดอกมะลิ 105 มีเนื้อที่เพาะปลูก และผลผลิตประมาณ 14.75 ล้านไร่ และ 4 ล้านตัน มีเนื้อที่เพาะปลูก และผลผลิตเพิ่มขึ้นจาก 9.95 ล้านไร่ และผลผลิต 2.51 ล้านตันในปี 2532/33 ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.89 และ 7.84 ตามลำดับ เนื่องมาจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้าวขาวดอกมะลิเป็นที่นิยมบริโภคของประชากรทั้งในและนอกประเทศ รัฐบาลจึงมีการส่งเสริมการปลูกข้าวหอมมะลิเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของข้าวหอมมะลิ รายภาคของประเทศไทย ปี 2538/39

ภาค	เนื้อที่เพาะปลูก		ผลผลิต		ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
	จำนวน (ล้านไร่)	ร้อยละ	จำนวน (ล้านตัน)	ร้อยละ	
ตะวันออกเฉียงเหนือ	13.37	80.75	3.52	77.70	263
ข้าวดอกมะลิ 105	11.90	71.85	3.11	64.48	261
กข 15	1.47	8.90	0.42	9.22	283
เหนือ	1.69	10.18	0.54	11.93	321
ข้าวดอกมะลิ 105	1.54	9.28	0.49	10.85	320
กข 15	0.15	0.90	0.05	1.08	332
กลาง	1.39	8.39	0.44	9.66	315
ข้าวดอกมะลิ 105	1.20	7.26	0.38	8.27	312
กข 15	0.19	1.14	0.06	1.39	336
ใต้	0.11	0.68	0.03	0.76	287
ข้าวดอกมะลิ 105	0.11	0.68	0.03	0.71	287
กข 15	-	-	-	-	-
รวมทั้งประเทศ	16.56	100.00	4.53	100.00	274

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ข)

ข้าว กข 15 เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตข้าว กข.15 ในปี 2538/39 ประมาณ 1.81 ล้านไร่ และ 0.53 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากเนื้อที่ 1.06 ล้านไร่ และผลผลิต 0.31 ล้านตัน ในปี 2532/33 ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 7.56 และ 8.13 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของข้าวขาวดอกมะลิ 105 และ กข 15 ตั้งแต่ปี 2532/33–2540/41

ปี	เนื้อที่เพาะปลูก (ล้านไร่)			ผลผลิต (ล้านตัน)			ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)		
	ขาวดอก มะลิ 105	กข 15	รวม	ขาวดอก มะลิ 105	กข 15	รวม	ขาวดอก มะลิ 105	กข 15	รวม
2532/33	9.95	1.06	11.00	2.51	0.31	2.82	253	289	256
2533/34	10.71	1.14	11.85	2.78	0.32	3.11	260	284	262
2534/35	10.55	2.05	12.59	2.77	0.58	3.35	263	283	266
2535/36	11.32	0.90	12.22	2.78	0.23	3.01	246	256	247
2536/37	12.91	1.42	14.33	3.12	0.39	3.53	242	274	246
2537/38	3.62	1.70	15.32	3.75	0.52	4.18	275	305	279
2538/39	14.75	1.81	16.56	4.00	0.53	4.53	272	293	274
อัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ	6.89	7.56	6.90	7.84	8.31	7.69	0.88	0.54	0.90
2539/40	13.48	1.96	15.44	3.37	0.61	3.98	250	309	258
2540/41	15.39	2.05	17.44	4.05	0.62	4.10	263	301	235

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ข)

เนื้อที่ปลูกข้าวหอมมะลิทั่วประเทศในปี 2539/40 เท่ากับ 13.48 ล้านไร่เทียบกับปี 2538/39 แล้วลดลงร้อยละ 8.60 เนื่องจากเกษตรกรหันไปปลูกอ้อยเพื่อป้อนโรงงานน้ำตาลที่ย้ายมาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อเทียบกับการปลูกข้าวเจ้าในปีแล้ว เนื้อที่ปลูกข้าวหอมมะลิตดเป็นร้อยละ 35.50 ของพื้นที่การปลูกข้าวเจ้าในปีทั้งหมด ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีการปลูกข้าวหอมมะลิมากที่สุด โดยมีเนื้อที่ปลูกในปี 2539/40 เท่ากับ 11.60 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 82.80 ของเนื้อที่ปลูกข้าวหอมทั่วทั้งประเทศ รองลงมา ได้แก่ภาคเหนือมีเนื้อที่ปลูก 1.16 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 8.60 ภาคกลางมีเนื้อที่ปลูก 1.07 ล้านไร่หรือคิดเป็นร้อยละ 7.90 และภาคใต้เนื้อที่ปลูก 0.10 ล้านไร่หรือคิดเป็นร้อยละ 0.70 ของเนื้อที่ปลูกข้าวหอมมะลิทั่วประเทศ (ตารางที่ 9) และเป็นที่น่าสังเกตว่าภาคกลางซึ่งเป็นแหล่งปลูกข้าวหลักของประเทศมีการปลูกข้าวหอมมะลิน้อยมาก ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อที่ปลูกข้าวเจ้าทั้งหมดในเขตพื้นที่ภาคกลางแล้ว เนื้อที่ปลูกข้าวหอมมะลินั้นคิดเป็นเพียงร้อยละ 10.60 เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากข้าวหอมมะลิที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นมีคุณภาพดีกว่าข้าวหอมมะลิที่ปลูกในภาคกลางเนื่องจากสภาพของดินและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย อย่างไรก็ตามข้าวหอมมะลิที่ปลูกในภาคกลางที่มีชื่อคือ ข้าวหอมมะลิของจังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลผลิตข้าวหอมมะลิในปี 2539/40 เท่ากับ 3.49 ล้านตัน เทียบกับปี 2538/39 ซึ่งมีผลผลิต 4.00 ล้านตัน แล้วผลผลิตข้าวหอมมะลิตดลงร้อยละ 12.80 ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่การปลูกลดลงและภาวะอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย ประกอบกับภาวะน้ำท่วมในแหล่งผลิตสำคัญ ผลผลิตต่อไร่จึงลดลงอย่างมากจาก 272 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2538/39 ลดเหลือเพียง 259 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2539/40 โดยเฉพาะการลดลงของผลผลิตต่อไร่ของข้าวหอมมะลิในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจาก 261 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2538/39 เป็น 248 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2539/40 ส่วนผลผลิตข้าวหอมมะลิในภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลงเหลือ 2.77 ล้านตัน เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าแล้วลดลงร้อยละ 10.90 อย่างไรก็ตามโดยเฉลี่ยแล้วปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิตดเป็นร้อยละ 28.30 ของปริมาณการผลิตข้าวเจ้าปี

สถานการณ์การค้าข้าวของโลก

ในอดีตประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียมีสัดส่วนในการนำเข้าข้าวถึงร้อยละ 60 ของการค้าข้าวของโลก จากความผันผวนในเรื่องข้าวทำให้บางประเทศประสบปัญหาไม่สามารถนำเข้าข้าวได้เพียงพอกับความต้องการของประเทศ ดังนั้นประเทศเหล่านี้จึงพยายามจัดทำมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้ในเรื่องข้าว เช่น การปฏิวัติเขียว การประกันราคาข้าว และการห้ามนำเข้าข้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของข้าวหอมมะลิ ปี 2532/33–2540/41

ภาค	รายการ	ปีเพาะปลูก								
		2532/33	2533/34	2534/35	2535/36	2536/37	2537/38	2538/39	2539/40	2540/41
รวมทั้งประเทศ	เนื้อที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	9.95	10.71	10.55	11.32	12.91	13.62	14.75	13.48	15.39
	ผลผลิต (ล้านตัน)	2.51	2.78	2.77	2.78	3.12	3.75	4.00	3.37	4.05
	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	253	260	263	246	242	275	272	250	263
ตะวันออกเฉียงเหนือ	เนื้อที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	8.77	9.57	9.47	10.45	11.11	11.39	11.90	11.16	12.43
	ผลผลิต (ล้านตัน)	2.11	2.46	2.37	2.53	2.54	2.97	3.11	2.77	3.14
	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	241	257	251	228	228	260	261	241	253
เหนือ	เนื้อที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	0.66	0.65	0.65	0.57	0.87	1.13	1.54	1.16	1.47
	ผลผลิต (ล้านตัน)	0.27	0.24	0.26	0.19	0.30	0.44	0.49	0.39	0.48
	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	403	371	401	332	346	388	320	337	327
กลาง	เนื้อที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	0.50	0.44	0.43	0.27	0.80	0.97	1.20	1.07	1.36
	ผลผลิต (ล้านตัน)	0.13	0.06	0.14	0.06	0.25	0.31	0.38	0.27	0.39
	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	258	145	319	202	305	320	312	252	286
ใต้	เนื้อที่เพาะปลูก (ล้านไร่)	0.02	0.05	0.01	0.02	0.13	0.13	0.11	0.10	0.13
	ผลผลิต (ล้านตัน)	0.01	0.02	0.01	0.01	0.04	0.04	0.03	0.03	0.04
	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	285	289	460	337	307	282	287	267	278

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ข)

ด้วยเหตุนี้ทำให้การนำเข้าข้าวของภูมิภาคเอเชียจึงลดลงเหลือเพียงร้อยละ 30 ในขณะที่ภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกามีส่วนการนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้น

จากสถิติผลผลิตข้าวเปลือกของโลกจะเห็นได้ว่ามีหลายประเทศที่สามารถผลิตข้าวได้มากกว่าประเทศไทย (ตารางที่ 4) แต่สำหรับปริมาณการค้าข้าวที่แท้จริงแล้วในตลาดโลกมีเพียงร้อยละ 4 ของปริมาณผลผลิตโลกเท่านั้น แม้ว่าผู้ผลิตที่สำคัญ เช่น จีน อินเดีย และอินโดนีเซีย จะผลิตข้าวได้มากที่สุดเป็น 3 อันดับแรกของโลกก็ตาม แต่เนื่องจากประเทศดังกล่าวนี้มีจำนวนประชากรหนาแน่นมาก ดังนั้นความต้องการบริโภคภายในประเทศจึงเป็นไปในอัตราที่สูงตามด้วย อีกทั้งประเทศเหล่านี้มักประสบปัญหาภัยธรรมชาติซึ่งส่งผลทำให้เกิดความเสียหายในผลผลิตเป็นประจำ ด้วยเหตุนี้ในบางปีจึงมีผลผลิตข้าวที่ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ดังนั้นถึงแม้ว่าไทยจะผลิตข้าวได้เป็นอันดับที่ 6 ของโลก แต่นับได้ว่าเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการค้าข้าวของโลกใน 3 อันดับแรก ซึ่งได้แก่ ไทย สหรัฐอเมริกา และเวียดนาม ซึ่งทั้งสามประเทศนี้มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 50 ของปริมาณการค้าข้าวในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดรองลงมาตามลำดับ ได้แก่ อินเดีย ปากีสถาน และจีน

ปริมาณการค้าข้าวสารในตลาดโลกคาดการณ์ว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือ เพิ่มจาก 18.28 ล้านตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2540 เป็น 19.21 ล้านตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 10) โดยประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก คือมีปริมาณส่งออกปีละประมาณ 5.30 ล้านตันข้าวสารหรือมีส่วนในตลาดโลกเท่ากับ 29.35 ของปริมาณการค้าข้าวของโลก และยังคงส่งออกสูงสุดถึง 6 ล้านตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2532 และประเทศที่สามารถส่งออกข้าวรองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกามีส่วนในตลาดโลกประมาณร้อยละ 14.92 และในปี พ.ศ. 2541 คาดคะเนว่าจะมีการส่งออกข้าว 2.80 ล้านตันข้าวสาร ส่วนเวียดนามมีส่วนในตลาดโลกร้อยละ 14.76 หรือมีปริมาณส่งออก ปี พ.ศ. 2541 เป็น 3.50 ล้านตันข้าวสาร ทั้งนี้เนื่องจากเวียดนามไม่ได้รับผลกระทบจากปรากฏการณ์เอลนีโน (El Nino) ซึ่งเวียดนามนี้ได้เริ่มเป็นผู้ส่งออกข้าวอย่างแท้จริงในปี พ.ศ. 2533 และเวียดนามกำลังเป็นคู่แข่งที่สำคัญสำหรับประเทศไทย

ส่วนแบ่งตลาดนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิตและการแข่งขันในด้านราคาของแต่ละประเทศ ในอนาคตเวียดนาม จีน และปากีสถานจะส่งออกข้าวได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีนโยบายส่งเสริมให้มีการค้าเสรีมากขึ้น จูงใจให้เกษตรกรและผู้ส่งออกขยายการผลิตและการค้า

ตารางที่ 10 ปริมาณการส่งออกข้าวของโลก (ล้านตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.						สัดส่วน ตลาดโลก โดยเฉลี่ย ²
	2536	2537	2538	2539	2540	2541 ¹	
ไทย	4.99	4.86	6.20	5.46	5.27	5.30	29.35
สหรัฐอเมริกา	2.64	2.79	3.07	2.62	2.40	2.80	14.92
เวียดนาม	1.77	2.22	2.31	3.10	3.25	3.50	14.76
อินเดีย	0.63	0.60	4.20	3.56	1.75	1.75	11.41
ปากีสถาน	0.94	1.40	1.59	1.66	1.65	1.70	8.17
จีน	1.37	1.52	0.03	0.30	0.90	1.00	4.66
ออสเตรเลีย	0.54	0.57	0.52	0.48	0.70	0.65	3.18
อาร์เจนตินา	0.28	0.22	0.34	0.37	0.60	0.60	2.19
พม่า	0.22	0.62	0.65	0.27	0.03	0.10	1.76
อื่นๆ	1.54	1.67	2.09	1.70	1.73	1.81	9.65
ของโลก	14.92	16.47	21.00	19.52	18.28	19.21	100.00

หมายเหตุ ¹ คาดคะเน² จากการคำนวณ

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

โดยทั่วไปการค้ำข้าวของโลกแบ่งออกตามคุณภาพและชนิดของข้าว ได้แก่ ข้าวคุณภาพดี และข้าวคุณภาพต่ำ นอกจากนี้ยังแบ่งออกเป็นข้าวเมล็ดยาว (indica) และข้าวเมล็ดสั้น (japonica) การค้ำข้าวส่วนใหญ่เป็นข้าวเมล็ดยาวซึ่งแบ่งชนิดข้าวออกเป็นข้าวคุณภาพดีและข้าวคุณภาพต่ำ โดยข้าวคุณภาพดีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย เพราะสามารถส่งออกเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศไทย ในขณะที่ข้าวคุณภาพต่ำนั้นคู่แข่งชั้นของไทย ได้แก่ เวียดนาม ปากีสถาน พม่า และจีน ข้าวเมล็ดสั้นนิยมบริโภคในญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ นอกจากนี้ยังมีการผลิตบางส่วนในไต้หวัน บราซิล ออสเตรเลีย สเปน อิตาลี สหรัฐอเมริกา และจีน การนำเข้าข้าวเมล็ดสั้นมีเพียงร้อยละ 13 ของการค้ำข้าวของโลก โดยประเทศที่ส่งออกข้าวเมล็ดสั้น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สเปน และอิตาลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะการค้าข้าวของไทย

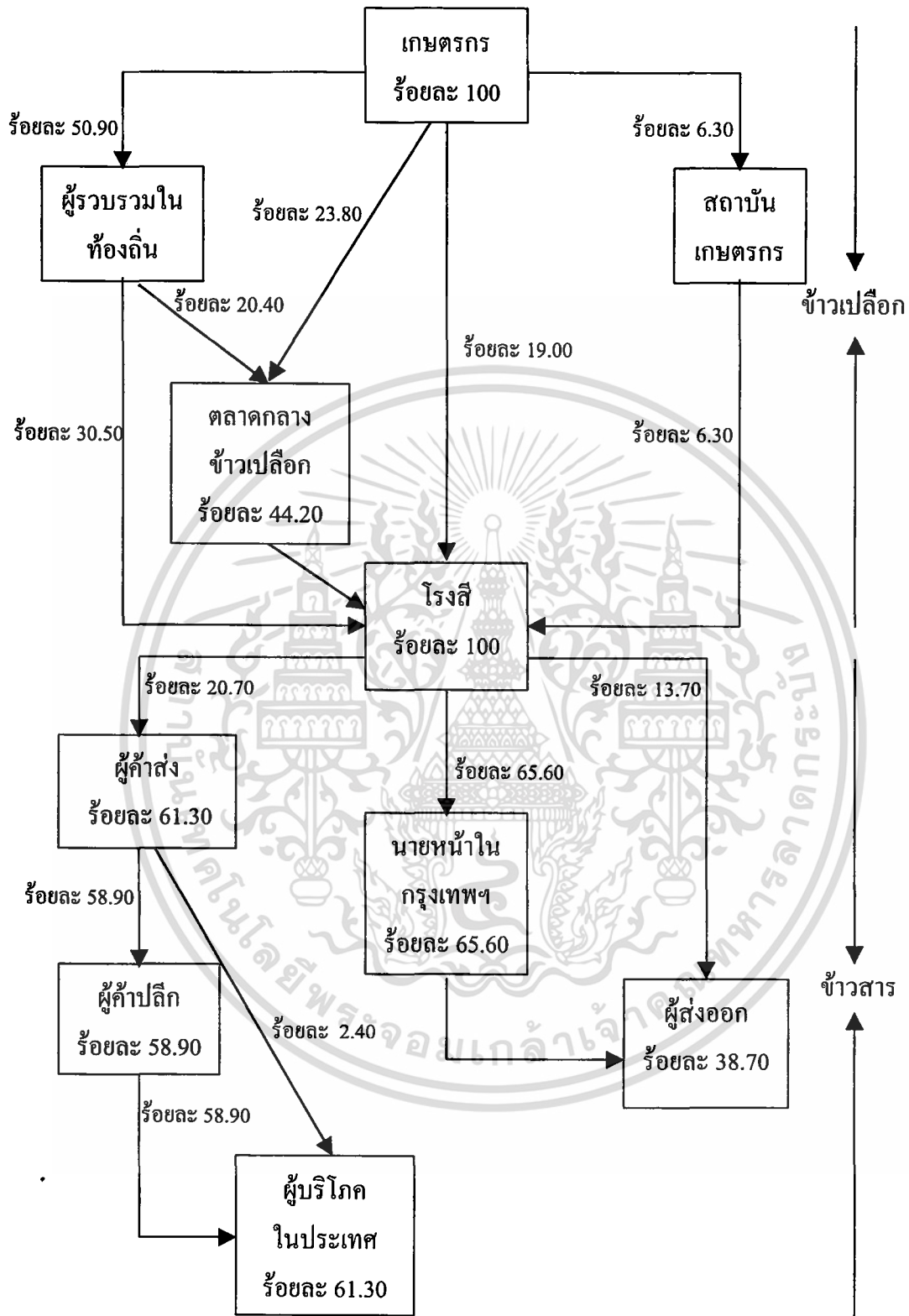
กระบวนการค้าข้าว

สินค้าข้าวมีปริมาณผลผลิตค่อนข้างจะเป็นฤดูกาล โดยทั่วไปแล้วฤดูนาปีจะเก็บเกี่ยวอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางนิเวศน์วิทยาของแต่ละภูมิภาค จะเห็นได้ว่าช่วงเก็บเกี่ยวข้าวฤดูนาปีในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเก็บเกี่ยวได้เร็วกว่าข้าวในภาคกลาง สำหรับการเก็บเกี่ยวข้าวในฤดูนาปรังนั้นจะเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนไปจนถึงเดือนสิงหาคม โดยเฉพาะพื้นที่ชลประทานในภาคกลาง หลังจากเก็บเกี่ยวแล้วปริมาณอุปทานข้าวเปลือกจะถูกนำออกจำหน่ายในตลาดทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับภูมิภาค ก่อนที่จะถูกส่งผ่านไปยังโรงสีเพื่อแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสารและส่งจำหน่ายให้ผู้บริโภคภายในประเทศหรือส่งให้กับพ่อค้าผู้ส่งออก รูปแบบของสินค้าข้าวในระบบการตลาดประกอบด้วยข้าวเปลือกและข้าวสาร ซึ่งรูปแบบของช่องทางการตลาดข้าวเปลือกและข้าวสารในระหว่างพ่อค้าคนกลางระดับต่างๆ ในตลาดนั้นเริ่มตั้งแต่ พ่อค้าผู้รวบรวมในระดับท้องถิ่น ผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการตลาดกลางในภูมิภาคต่าง ๆ เป็นกลุ่มผู้มีความสำคัญในการเคลื่อนย้ายสินค้าข้าวจากฟาร์มไปจนกระทั่งได้รับการแปรรูปเป็นข้าวสาร สำหรับพ่อค้าคนกลางที่สำคัญในตลาดข้าวสาร ได้แก่ หงษ์พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ พ่อค้าขายปลีก และผู้ส่งออก (ภาพที่ 1)

บทบาทของพ่อค้าคนกลางในตลาดข้าวเปลือก

1. พ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่น โดยทั่วไปแล้วอุปทานข้าวเปลือกจากฟาร์มจะถูกส่งให้กับโรงสีในท้องถิ่นหรือในจังหวัด อย่างไรก็ตามในพื้นที่ ๆ เกษตรกรอยู่ห่างไกลจากโรงสี โดยพ่อค้าท้องถิ่นจะเป็นผู้รวบรวมข้าวเปลือกส่งต่อไปยังโรงสีอีกทอดหนึ่ง ประมาณว่าสามในสี่ของข้าวเปลือกที่ได้รับโรงสีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือรับซื้อมาจากพ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่น ส่วนที่เหลือได้รับการรับซื้อโดยตรงจากเกษตรกร ในแหล่งผลิตข้าวเขตน่านน้ำฝนนั้นผู้รวบรวมในท้องถิ่นจะประกอบด้วยผู้รวบรวมในระแวกหมู่บ้านและผู้รวบรวมที่อยู่ภายนอกหมู่บ้าน โดยที่ผู้รวบรวมในหมู่บ้านนั้นจะได้แก่พ่อค้าของชำ เจ้าของที่ดิน หรือเกษตรกรที่มีฐานะ โดยเฉพาะเกษตรกรที่มีรถกระบะหรือรถบรรทุก รวมไปถึงการมีโรงเรือนเพื่อเก็บรวบรวม ผู้รวบรวมเหล่านี้จะรับซื้อข้าวจากเกษตรกรขนาดเล็กแล้วจัดส่งให้กับโรงสีหรือให้กับพ่อค้าหรือผู้รวบรวมนอกหมู่บ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่าขนส่ง การเก็บรวบรวมข้าวเปลือกของพ่อค้าเหล่านี้ในบางรายยังเป็นการเก็บรวบรวมไว้เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 ช่องทางการตลาดของข้าวเปลือก และข้าวสาร

ที่มา: (โสภณ, 2540: 47)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การเก็งกำไร (โสภณ, 2540: 46–57) โดยเฉพาะรายที่มีโรงเรียนเก็บรวบรวมข้าวของตนเอง จากการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะในเรื่องการคมนาคมขนส่งและการติดต่อสื่อสารทำให้จำนวนผู้รับซื้อในปัจจุบันซึ่งประกอบด้วยผู้ค้ารายย่อยที่มีรถบรรทุกเล็กหรือรถกระบะมีจำนวนลดลงแต่จะเปลี่ยนมาเป็นผู้ซื้อรายใหญ่มากขึ้น โดยจะให้ราคาแตกต่างกันไปตามเปอร์เซ็นต์ความชื้นและตามชนิดของข้าวที่ตลาดต้องการ เช่น ถ้าเป็นข้าวขาวดอกมะลิ 105 หรือ กข 21 ก็จะได้ราคาที่สูงกว่าปกติ

ผู้รวบรวมนอกหมู่บ้านส่วนมากประกอบด้วยพ่อค้าคนกลางในระดับอำเภอหรือในระดับจังหวัด ซึ่งมีขนาดของธุรกิจใหญ่กว่าขนาดของธุรกิจของผู้รวบรวมในหมู่บ้าน ผู้รวบรวมบางรายอาจจะทำธุรกิจการค้านอกเหนือจากสินค้าข้าวแต่ยังอาจรวมถึงสินค้าพืชไร่อื่น ๆ และในบางรายอาจทำธุรกิจโรงสีด้วย การรวบรวมข้าวเปลือกเพื่อการเก็งกำไรสำหรับพ่อค้าในกลุ่มทำกันอย่างแพร่หลาย สำหรับในพื้นที่แถบภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางตอนบนได้มีการทำธุรกิจซื้อขายข้าวเปลือกล่วงหน้าระหว่างผู้รวบรวมและกลุ่มเจ้าของโรงสีขนาดใหญ่ถึงแม้ว่าจำนวนผู้ซื้อข้าวเปลือกในระดับหมู่บ้านจะมีไม่มาก แต่ตลาดข้าวเปลือกในระดับอำเภอหรือในระดับจังหวัดจะประกอบด้วยผู้รวบรวมเป็นจำนวนไม่น้อย ในประเทศไทยบทบาทของสหกรณ์การเกษตรและสถาบันเกษตรกรในการรับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกรมีจำกัดประมาณร้อยละ 6.30 ของอุปทานผลผลิตข้าวจากฟาร์มส่งผ่านให้กับสหกรณ์การเกษตรหรือสถาบันเกษตรกรในท้องถิ่น

2. ตลาดกลางข้าวเปลือก ในที่นี้หมายถึงที่ๆ กลุ่มของผู้ซื้อและผู้ขายสามารถนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันอย่างสะดวก ประมาณร้อยละ 44.20 ของปริมาณผลผลิตข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันได้ส่งผ่านตลาดกลาง โดยส่วนหนึ่งมาจากเกษตรกรนำมาขายโดยตรงในตลาดกลาง (ประมาณร้อยละ 23.80) และอีกส่วนหนึ่งนั้นมาจากผู้รวบรวมในท้องถิ่นนำมาจำหน่าย (ประมาณร้อยละ 20.4) ในปัจจุบันนี้มีจำนวนตลาดกลางกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ประมาณ 250 แห่ง (รวมทั้งตลาดกลางที่มีขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่) ในจำนวนนี้มีสัดส่วนของตลาดกลางขนาดใหญ่ประมาณร้อยละ 25 นอกจากนี้ประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนตลาดกลางทั้งหมดเป็นการดำเนินงานของเอกชน ในส่วนที่เป็นการดำเนินงานของรัฐบาลจะอยู่ในการดูแลของสหกรณ์การเกษตรและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ในแหล่งที่เป็นตลาดกลางขนาดใหญ่ปริมาณข้าวที่นำมาซื้อขายในตลาดจะมีขนาดของธุรกิจเฉลี่ยตลอดฤดูกาลประมาณ 800 ตันต่อวัน (ในช่วงที่มีการซื้อขายกันมากอาจมีขนาดธุรกิจมากถึง 2,000 ตันต่อวัน) สำหรับตลาดกลางขนาดกลางและขนาดเล็กมีปริมาณธุรกิจเฉลี่ยประมาณ 400 และ 50 ตันต่อวัน (ในช่วงที่มีการซื้อขายกันมากอาจมีขนาดธุรกิจประมาณ 1,000 และ 100 ตันต่อวันตามลำดับ) ในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวจะมีจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดกลางเป็นจำนวนมาก และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

พ่อสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่โดยไม่ขอหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

ในการตั้งราคาซื้อขายกลางของตลาดในแต่ละวันนั้น ผู้ประกอบการจะตั้งราคาโดยอาศัยราคาในวันที่ผ่านมาบวกกับข้อมูลการซื้อขายจากกรุงเทพฯแล้วกำหนดขึ้นเป็นราคากลางที่จะรับซื้อหากไม่มีผู้มารับซื้อในตลาด ส่วนราคาที่มีการซื้อขายจริงในตลาดในแต่ละวันนั้นจะขึ้นอยู่กับปริมาณอุปสงค์และอุปทานที่มีอยู่ในตลาดและตามชนิดและความชื้นของข้าวเป็นสำคัญ โดยผู้ประกอบการตลาดกลางจะเป็นผู้ให้บริการทางการตลาดพร้อมกับเป็นผู้ให้หลักประกันในการซื้อขายและการรับชำระเงินให้กับทั้งสองฝ่าย เนื่องจากข้าวที่นำมาขายในตลาดจะมีชนิดของคุณภาพข้าว และเปอร์เซ็นต์ความชื้นที่แตกต่างกัน การเข้ามาซื้อขายที่ตลาดกลางของพ่อค้าและโรงสี ทำให้เกิดการคัดเลือกข้าวตามชนิดของคุณภาพและความชื้น ก่อนที่จะนำไปเก็บรวบรวมเพื่อรอการสีต่อไป ในปัจจุบันตลาดกลางข้าวเปลือกจะมีอิทธิพลต่อเกษตรกรในการคัดเลือกปลูกพันธุ์ที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาดมากขึ้น ทั้งในเขตชลประทานและในเขตนาน้ำฝน ซึ่งจะเป็นผลดีอย่างมากต่อตลาดส่งออกข้าวของไทย

3. โรงสี ปริมาณอุปทานข้าวเปลือกที่เข้าสู่ตลาดทั้งหมดจะถูกส่งผ่านมายังโรงสีเพื่อการแปรรูปเป็นข้าวสาร ซึ่งขนาดประกอบการของโรงสีมีแตกต่างกันไป ในระดับหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกล โดยเฉพาะหมู่บ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีโรงสีขนาดเล็กประกอบการอยู่ในหมู่บ้าน โรงสีเหล่านี้มีขนาดการประกอบการไม่เกิน 5-10 ตันต่อวัน โรงสีแบบนี้จะเก็บค่าบริการสีข้าวประมาณ 1 บาทต่อข้าวเปลือก 1 ตัน (10 กิโลกรัม) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการโรงสีขนาดเล็กนี้จะได้รับราและปลายข้าวซึ่งเป็นผลพลอยได้ แล้วอาจจะนำไปขายต่อหรือนำไปใช้ในการเลี้ยงสัตว์ของตนเอง อีกต่อหนึ่ง เนื่องจากโรงสีแบบนี้มีคุณภาพต่ำทำให้เกิดข้าวหักมาก และนอกจากนี้ในข้าวที่สีได้จะมีสิ่งเจือปนสูง ซึ่งโรงสีขนาดเล็กนี้นับวันจะมีจำนวนลดลงเพราะระบบการค้าปลีกข้าวสารได้แพร่ขยายไปถึงในระดับหมู่บ้านมากขึ้นทำให้มีเกษตรกรน้อยรายที่จะนำข้าวมาสีไว้บริโภคเอง โรงสีขนาดกลางมีขนาดการประกอบการประมาณ 10-80 ตันต่อวัน และโรงสีขนาดใหญ่มีขนาดประกอบการที่เกินกว่า 80 ตันขึ้นไป โรงสีที่เป็นขนาดกลางและขนาดใหญ่นั้นส่วนมากจะตั้งอยู่ในแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญ หรือแหล่งที่เป็นชุมทางในการส่งผ่านสินค้าข้าว พวกโรงสีขนาดกลางและขนาดใหญ่นี้นอกจากจะทำหน้าที่ในการแปรรูปแล้ว ยังทำหน้าที่ในการเก็งกำไร โดยจะเก็บข้าวไว้ในช่วงที่มีราคาต่ำ โดยเฉพาะในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว แล้วค่อย ๆ ทอยนำออกมาขายเมื่อข้าวมีราคาสูงขึ้นภายหลังฤดูเก็บเกี่ยวผ่านไป อุปทานของข้าวที่ส่งมายังโรงสีนั้นร้อยละ 44.20 มาจากการที่โรงสีให้ตัวแทนไปซื้อในตลาดกลาง และร้อยละ 30.50 มาจากพ่อค้าที่ถ่วงรวบรวมส่งมาให้ ในส่วนที่มาจากเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีประมาณร้อยละ 19 และ 6.30 ตามลำดับ

การประกอบธุรกิจ โรงสีในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น เนื่องจากทุกๆพื้นที่ในแหล่งการผลิตข้าวที่สำคัญได้มีการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงถึงกันอย่างสะดวกจึงทำให้โรงสีที่ไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิภาพ โดยเฉพาะขนาดเล็กและขนาดกลางต้องออกไปจากรูทิจ นอกจากนี้ความต้องการข้าวของตลาดในประเทศซึ่งต้องการข้าวสารที่มีคุณภาพดี และปราศจากสิ่งเจือปนและเมล็ดเสีย โรงสีที่สีได้ข้าวคุณภาพดังกล่าวจะเป็นโรงสีขนาดใหญ่ นอกจากนี้โรงสีที่ดำเนินธุรกิจอยู่ได้จะต้องทำการสีทั้งปีหรือไม่ต่ำกว่า 300 วันต่อปี ดังนั้นกำลังการผลิตของโรงสีจะต้องเพิ่มขึ้น และผู้ที่เข้ามาทำธุรกิจส่วนมากนั้นจะเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ และมีการติดตั้งเครื่องจักรที่ทันสมัย โรงสีขนาดใหญ่เป็นผู้สีข้าวเพื่อการส่งออกและป้อนตลาดผู้บริโภคในเมืองใหญ่ ๆ ซึ่งจะเป็นผลทำให้คุณภาพของข้าวสารที่สีได้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีขึ้นในอนาคต จากโครงสร้างข้างต้นเปรียบเสมือนเป็นการกีดกันผู้ประกอบการรายใหญ่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจแข่งขันเพราะต้องลงทุนสูง นอกจากมีเงินลงทุนแล้วจะต้องมีเครือข่ายที่ดีทั้งในการจัดซื้อข้าวเปลือกและการขายข้าวสาร ผู้ที่ทำโรงสีจึงเป็นผู้ที่อยู่ในธุรกิจนี้มาก่อน ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจของครอบครัว หรืออาจจะเข้ามาทำธุรกิจได้ถ้ามีแหล่งผลิตและช่องทางตลาดอยู่แล้ว เมื่อข้าวเปลือกได้รับการแปรรูปเป็นข้าวสารแล้วผู้ประกอบการโรงสีจะติดต่อกับหอยในตลาดกรุงเทพฯ เพื่อให้เป็นผู้จัดจำหน่ายให้ แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่โรงสีและผู้ส่งออก หรือโรงสีกับผู้ค้าส่งในประเทศจะมีการติดต่อกันเองโดยตรง

บทบาทของคนกลางในตลาดข้าวสาร

1. หอยหรือโบรกเกอร์ในตลาดกรุงเทพฯ จะทำหน้าที่เป็นนายหน้าในการติดต่อซื้อขายข้าวระหว่างโรงสีกับผู้ส่งออก หรือระหว่างโรงสีกับผู้ค้าส่งข้าวสาร และจะได้รับค่าบริการเป็นร้อยละของมูลค่าข้าวที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ประมาณร้อยละ 65.60 ของอุปทานข้าวจะจำหน่ายผ่านหอยหน้าที่สำคัญของหอยนอกจากจะทำการติดต่อหาผู้ซื้อแล้ว นอกจากนี้หอยยังทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลกับโรงสีและรวมทั้งเป็นผู้ให้การรับประกันต่อข้อตกลงในการซื้อขายและการชำระเงิน กล่าวคือ ถ้าหากว่าผู้ซื้อมีการจ่ายเงินช้ากว่าที่ได้ตกลงกันได้ หอยก็จะเป็นผู้จ่ายสำรองส่วนหนึ่งให้กับผู้ขายหรือโรงสีไปก่อน และในบางครั้งที่มีการขัดแย้งกันในข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น ไม่สามารถหาซื้อวัตถุดิบในคุณภาพข้าวที่ได้ตกลงกันได้ หอยจะเป็นผู้ไกล่เกลี่ยหาซื้อวัตถุดิบให้ทั้งสองฝ่าย การที่โรงสีต้องพึ่งพาหอยในการค้าหรือจัดให้เป็นตัวแทนนั้น เพราะทางผู้ประกอบการโรงสีต้องการจะลดต้นทุนทางการตลาดของตนเองลง การสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบัน โดยเฉพาะการติดต่อทางโทรศัพท์และทางโทรสาร ทำให้ธุรกิจนายหน้าของพวกหอยมีการแข่งขันกันที่สูงมากและนำไปสู่การมีประสิทธิภาพในการส่งผ่านราคาในระหว่างตลาดค้าข้าวมากขึ้น

สถานที่ประกอบการของหอยส่วนมากจะมีที่ทำงานเป็นตึกแถวอยู่ที่ถนนทรงวาดและราชวงศ์เป็นส่วนใหญ่ ในปัจจุบันมีจำนวนหอยที่ประกอบธุรกิจในการค้าข้าวประมาณ 90 ราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบกับ 10 รายเมื่อ 30 ปีก่อน โดยในกลุ่มของพวกหยงนี้จะมีความถนัดในกิจกรรมการค้าต่างกัน เช่น บางคนถนัดในการค้าข้าวหอมมะลิ บางรายทำธุรกิจติดต่อกับกลุ่มโรงสีในภาคเหนือ บางรายติดต่อกับกลุ่มโรงสีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงชนิดของข้าวและตลาดของข้าวชนิดนั้น ๆ ไปในตัว ดังนั้นธุรกิจหยงจะยังคงมีอยู่ ที่เป็นเช่นนี้เพราะข้าวสารมิใช่จะมีมาตรฐานที่ชัดเจน เช่น ข้าวมีทั้งข้าวเมล็ดสั้นและข้าวเมล็ดยาว มีทั้งข้าวแข็งและข้าวนุ่ม มีทั้งข้าวหอมมะลิ 105 และหอมมะลิลูกผสม มีทั้งข้าวต้นฤดูและข้าวปลายฤดู เป็นต้น นอกจากนี้ชนิดของข้าวยังมีแตกต่างกันมาก ข้อมูลเหล่านี้มีมากเกินไปที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะตัดสินใจได้แต่หยงจะช่วยให้

ในการติดต่อหาตลาดหรือผู้ซื้อเมื่อหยงได้รับการติดต่อจากโรงสีและทราบถึงชนิดและตัวอย่างของข้าวที่โรงสีนั้น ๆ ต้องการจะจำหน่ายแล้ว หยงจะติดต่อกับ “แกงกี้” ซึ่งเป็นคู่เจรจาธุรกิจกับพ่อค้าส่งออก บทบาทของแกงกี้ก็คือ เป็นผู้แทนของหยงที่มอบหมายให้ไปเจรจาหาข้าวที่พ่อค้าส่งออกต้องการ เมื่อทั้งหยงและแกงกี้ได้ข้อตกลงในการซื้อขายระหว่างโรงสีและผู้ส่งออกแล้ว แกงกี้จะได้รับค่านายหน้าจากผู้ส่งออกในอัตรา 0.30 บาทต่อกระสอบ (1 กระสอบหนักประมาณ 100 กิโลกรัม) ส่วนหยงจะได้รับค่านายหน้าจากโรงสีในอัตราร้อยละ 0.75 ของมูลค่าข้าวที่ส่งมอบสำหรับค่าขนส่งในการส่งมอบนั้น โรงสีจะเป็นผู้รับภาระ โดยระยะทางของโรงสีที่อยู่ห่างไกลจากกรุงเทพฯ ค่าขนส่งก็จะมีสูงขึ้น

2. ผู้ส่งออก จะทำหน้าที่รวบรวมข้าวสารจากหยงหรือมิฉะนั้นก็รวบรวมจากโรงสีโดยตรง โดยตามระเบียบของกระทรวงพาณิชย์ พ่อค้าผู้ส่งออกจะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมพ่อค้าข้าวส่งออกแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2538 สมาคมดังกล่าวมีสมาชิกจำนวน 129 ราย โดยพ่อค้าแต่ละรายจะเป็นอิสระแก่กันในการซื้อและการขาย โดยทั่วไปแล้วผู้ส่งออกแต่ละรายจะมีเครือข่ายในทางการค้าแตกต่างกันไปตามแหล่งของผู้นำเข้าและไปตามคุณภาพและชนิดของข้าว พ่อค้าที่ทำธุรกิจในการส่งออกข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นหนึ่งในข้าวคุณภาพดีของไทยจะมีคู่ค้าอยู่ในตลาดฮ่องกง และสิงคโปร์ หรือในแถบประเทศตะวันออกกลาง เป็นต้น การทำธุรกิจส่งออกของพ่อค้ามีทั้งแบบที่ธุรกิจส่งออกข้าวอย่างเดียว และแบบที่ทำธุรกิจค้าพืชไร่อื่น ๆ ส่งออกด้วย ในบางรายได้เริ่มธุรกิจเกี่ยวกับการแปรรูปข้าวอีกด้วย โดยได้ร่วมลงทุนกับนักธุรกิจของประเทศผู้นำเข้า

แม้ว่าในการเข้ามาประกอบธุรกิจของพ่อค้าส่งออกจะมีอิสระที่จะดำเนินการโดยไม่มีข้อจำกัดอื่นใด นอกจากการกำหนดให้ต้องเป็นสมาชิกของสมาคมฯ แต่ขนาดของธุรกิจในการส่งออกและประสิทธิภาพเชิงธุรกิจเป็นข้อจำกัดของผู้ประกอบการหน้าใหม่

3. ผู้ค้าส่งข้าวสารในประเทศจะซื้อข้าวจากโรงสีโดยตรงหรือผ่านร้านหยงเพื่อนำไปขายเพื่อใช้ในทางอุตสาหกรรม หรือขายให้แก่ผู้ค้าข้าวที่เป็นผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งอาจแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามปริมาณการขาย ผู้ค้าส่งที่ซื้อข้าวจากโรงสีโดยตรงหรือผ่านร้านหยง ส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ค้า

ส่งขนาดใหญ่และขนาดกลางที่มีเงินทุนมากพอจะซื้อข้าวสารด้วยการชำระเงินสดได้ เพราะเมื่อโรงสีส่งข้าวมาถึงโกดังของผู้ค้าส่งก็จะเรียกเก็บเงินจากผู้ค้าส่งทันที ผู้ค้าส่งแต่ละรายจะไม่ซื้อทั้งจากโรงสีหรือร้านหยงรายหนึ่งรายใดเป็นประจำ แต่จะซื้อข้าวโดยพิจารณาจากชนิด คุณภาพ และราคาเป็นสำคัญ ส่วนพ่อค้าที่มีเงินทุนไม่มากนักหรืออาจเรียกว่าผู้ค้าส่งขนาดเล็กนั้นก็ซื้อข้าวสารจากผู้ค้าส่งขนาดใหญ่อีกทอดหนึ่ง ซึ่งผู้ค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่มักจะเป็นผู้ขายข้าวสารให้แก่ผู้ค้าส่งข้าวสารทางภาคใต้และขายให้ผู้ค้าส่งขนาดเล็กที่มีปริมาณการสั่งซื้อคราวละไม่มากนัก และผู้ค้าส่งขนาดใหญ่มักจะไม่ขายข้าวสารให้ผู้บริโภคทั่วไป แต่บางครั้งผู้ค้าส่งขนาดกลางและขนาดเล็กอาจจะขายให้ผู้บริโภครายใหญ่ๆ โดยตรง ส่วนขนาดของธุรกิจของผู้ประกอบการค้าส่งนั้นจะขึ้นอยู่กับปริมาณการขายต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางจะมีปริมาณการขายในระหว่างน้อยกว่า 500 ตันต่อเดือน และ 500–1,000 ตันต่อเดือน ตามลำดับ สำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่จะมีปริมาณการขายมากกว่า 1,000 ตันต่อเดือน และในปัจจุบันนอกจากธุรกิจค้าส่งข้าวสารจะอยู่ในรูปกระสอบแล้ว ธุรกิจการค้าส่งข้าวถุงซึ่งมีขนาด 2 และ 5 กิโลกรัม กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดที่เป็นศูนย์กลาง

4. ผู้ค้าปลีก ซึ่งจะมีอยู่สองประเภท ได้แก่ ร้านขายปลีกข้าวสารประเภทที่มีการขายของชำอื่น ๆ ด้วย ซึ่งจะตั้งอยู่ตามมุมถนนหรือร้านค้าในหมู่บ้าน และอีกชนิดหนึ่ง ได้แก่ ร้านค้าประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งจะขายข้าวสารถุง สำหรับร้านค้าเหล่านี้จะทำหน้าที่ทางการตลาดที่ดีในการให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อข้าวประเภทต่าง ๆ ไปใช้ในการบริโภคซึ่งการเปลี่ยนแปลงของครัวเรือนผู้บริโภคที่มีขนาดเล็กลง ต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีเวลาประกอบอาหารน้อยลง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น หม้อหุงข้าวไฟฟ้าและเครื่องอุ่นอาหาร) การกระจายตัวของร้านขายปลีกและอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้การบรรจุข้าวสารในรูปข้าวถุงมีมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกิดบริษัทการค้าที่ทำธุรกิจข้าวมีมากพอควร ทำให้แต่ละรายต้องแข่งขันกัน โดยเฉพาะด้านคุณภาพ ซึ่งเน้นเฉพาะข้าวคุณภาพดี

การบริโภคภายในประเทศ

สถานการณ์การบริโภคข้าวทั่วไป

ผลผลิตข้าวประมาณร้อยละ 60 ถูกใช้ไปในการบริโภคภายในประเทศทั้งในรูปของการบริโภคโดยตรง การใช้ทำพันธุ์ ใช้เลี้ยงสัตว์ รวมถึงการใช้ในกิจการอื่นๆ ด้วย (ตารางที่ 11) ปริมาณการบริโภคข้าวต่อคนของประชากรมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากรเปลี่ยนแปลงแบบแผนการบริโภค โดยลดการบริโภคข้าวหันไปบริโภคอาหารอื่นมากขึ้น อย่างไรก็ตามภาพรวมของการบริโภคจะเพิ่มขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มของจำนวนประชากร ทำให้แนวโน้มความต้องการบริโภคข้าวนั้นไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ขณะเดียวกันการขยายตัวของโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้ข้าวเป็นวัตถุดิบ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมทำเส้นก๋วยเตี๋ยว บะหมี่ และแป้ง ทำให้ความต้องการข้าวภายในประเทศยังคงอยู่ในระดับสูง โดยการคาดคะเนปี 2540/41 ปริมาณการบริโภคเท่ากับ 12.78 ล้านตันข้าวเปลือก ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2539/40 ที่เท่ากับ 12.70 ล้านตันข้าวเปลือก อย่างไรก็ตามภาวะราคาข้าวนั้นก็มีส่วนทำให้ปริมาณการใช้ข้าวภายในประเทศเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเช่นกัน

ตารางที่ 11 บัญชีสมดุลข้าวไทย ปีการค้ำ (พ.ย.-ต.ค.) ระหว่างปี 2538/39-2540/41
(ล้านตันข้าวเปลือก)

รายการ	ปี		คาดคะเนปี 2540/41
	2538/39	2539/40	
อุปทาน	22.97	24.20	25.05
อุปสงค์	12.58	12.70	12.78
ใช้บริโภค ¹	10.00	10.11	10.22
ใช้ทำพันธุ์	0.98	0.99	0.96
ใช้ในกิจการอื่น ๆ	1.60	1.60	1.60
ข้าวคงเหลือเพื่อส่งออกและเก็บเป็นสต็อก	10.39	11.51	12.27
ส่งออก (พ.ย.-ต.ค.)	8.51	7.89	8.77
(คิดเป็นข้าวสาร)	(5.62)	(5.21)	(5.79)
มูลค่า	51,733	57,901	-
สต็อกต้นปี	0.96	1.87	3.62
สต็อกปลายปี	1.87	3.62	3.50

หมายเหตุ ¹ อัตราการบริโภค 165 กิโลกรัม/คน (ข้าวเปลือก) หรือ 109 กิโลกรัม/คน (ข้าวสาร)
ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานการณ์การบริโภคข้าวหอมมะลิ

ปริมาณการบริโภคข้าวหอมมะลิในประเทศเฉลี่ยปีละประมาณ 0.70–1.05 ล้านตันข้าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปข้าวสารบรรจุถุง และความต้องการบริโภคข้าวหอมมะลิภายในประเทศนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (ตารางที่ 12) อันเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงการบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่มีรายได้สูงขึ้น กระตุ้นให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคหันไปบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้น ประกอบกับคุณภาพของข้าวหอมมะลิที่ดีกว่าข้าวคุณภาพอื่นอยู่แล้ว และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ความต้องการบริโภคข้าวหอมมะลิจึงมีมากขึ้น นอกจากนี้ถ้าเป็นข้าวที่มีคุณภาพดี นั่นคือเป็นข้าวหอมมะลิ 100% มีการบรรจุหีบห่อที่สวยงามและมีขนาดบรรจุที่พอเหมาะแก่การซื้อหาในแต่ละครั้ง ก็ยังสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันมาบริโภคข้าวหอมมะลิทดแทนข้าวชนิดเดิมที่เคยบริโภคอยู่ได้ง่ายและมากขึ้น

ตารางที่ 12 ปริมาณการใช้ข้าวหอมมะลิภายในประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2533–2540
(ล้านตันข้าวเปลือก)

ปี พ.ศ.	ผลผลิต	ปริมาณส่งออก	การใช้ภายในประเทศ
2533	2.82	1.09	1.73
2534	3.11	1.28	1.83
2535	3.35	1.71	1.65
2536	3.01	1.65	1.36
2537	3.53	1.77	1.76
2538	4.27	1.93	2.34
2539	4.53	2.25	2.29
อัตราเพิ่มร้อยละ	7.84	11.48	5.10
2540 ¹	4.10	1.93	2.17

หมายเหตุ ¹ คาคคคะเน

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออก

จากสถิติของกรมศุลกากรตลอดทั้งปี พ.ศ. 2540 พบว่า มีการส่งออกข้าวปริมาณ 5,567.60 พันตัน คิดเป็นมูลค่า 65,094.40 ล้านบาท (ตารางที่ 13) ปริมาณการส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ. 2539 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 2.00 ในขณะที่มูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้นค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ. 2539 คือ ร้อยละ 28.30 ซึ่งนับได้ว่าเป็นปีที่ไทยสามารถส่งออกข้าวได้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ทั้งนี้เนื่องมาจากผลผลิตข้าวหอมมะลิในปีที่ผ่านมาลดลง ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูงโดยเฉพาะจีน ทำให้ราคาข้าวหอมมะลิสูงมากเป็นประวัติการณ์และส่งผลให้ราคาข้าวชนิดอื่นพลอยสูงขึ้นไปด้วย โดยที่ราคาข้าวเปลือกเจ้านาปีหอมมะลิที่เกษตรกรขายได้ในปี พ.ศ. 2540 เท่ากับ 7,398 บาทต่อเกวียน และเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2539 เท่ากับ 5,368 บาทต่อเกวียน คิดเป็นอัตราเพิ่มร้อยละ 4.45 (ตารางที่ 14) และราคาข้าว 5% เอฟ.โอ.บี. มีราคาเพิ่มสูงถึง 10,283 บาทต่อตันในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2539 ที่ราคาเท่ากับ 9,193 บาทต่อตัน คิดเป็นร้อยละ 2.64 ประกอบกับการใช้มาตรการอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวของรัฐบาลทำให้ราคาข้าวเมื่อคิดในรูปเงินบาทได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 13 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าว ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2537	4,858.60	39,187.30
2538	6,198.00	48,626.80
2539	5,460.20	50,734.80
2540	5,567.60	65,094.40
อัตราเพิ่มร้อยละ	1.51	6.18

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ราคาข้าวเปลือกเจ้านาปีหอมมะลิที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออก เอฟ.โอ.บี ระหว่าง
ปี พ.ศ. 2537–2540

ปี พ.ศ.	ข้าวเปลือกเจ้านาปีหอมมะลิ ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/เกวียน)	ข้าว 5%ราคา เอฟ.โอ.บี. (บาท/ตัน)
2537	4,851	8,936
2538	4,235	8,137
2539	5,368	9,193
2540	7,398	10,283
อัตราเพิ่มร้อยละ	4.45	2.64

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สภาพทั่วไปด้านการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย

การตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ลักษณะตลาดส่งออกทั่วไป

ข้าวหอมมะลินับเป็นข้าวคุณภาพดีที่มีผู้นิยมบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปัจจุบันนี้ความต้องการข้าวหอมมะลิเพิ่มสูงถึงประมาณ 2 ล้านตันข้าวสารหรือประมาณ 5 ล้านตันข้าวเปลือก ขณะที่สามารถผลิตได้เพียง 3 ล้านตันข้าวเปลือกเท่านั้น (ปัญญาภัทร, 2539: 2) ดังนั้นข้าวหอมมะลิจึงนับว่ามีศักยภาพที่จะขยายการผลิตได้อีกมาก นอกจากนี้การส่งออกข้าวหอมมะลินับว่ายังมีแนวโน้มสดใส เนื่องจากไม่ต้องเผชิญปัญหาการแข่งขันรุนแรงเช่นเดียวกับข้าวคุณภาพปานกลางและต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับข้าวทั่วไปแล้ว ตลาดข้าวหอมมะลิของโลกนับว่ามีลักษณะการผูกขาดค่อนข้างสูง เนื่องจากประเทศไทยสามารถจะกำหนดราคาข้าวหอมมะลิเองได้เพราะไทยเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียว (อารีย์, 2536: 86) นอกจากนี้ปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิในแต่ละปีจะผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดซึ่งมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น จึงทำให้ตลาดส่งออกของข้าวหอมมะลิไทยมีลักษณะค่อนข้างเป็นตลาดผูกขาด

รูปแบบการค้าข้าวระหว่างประเทศ

การค้าข้าวกับต่างประเทศจำแนกได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. การค้าระหว่างรัฐบาลต่อรัฐบาล (government to government sale) เป็นการค้าในนามของรัฐบาลไทยกับรัฐบาลต่างประเทศ โดยที่รัฐบาลของประเทศผู้ซื้อจะติดต่อขอซื้อข้าวโดยตรงกับรัฐบาลไทย ซึ่งกระทำผ่านกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ หรืออาจเป็นกรณีที่รัฐบาลไทยส่งผู้แทนไปเจรจาขายข้าวแก่รัฐบาลต่างประเทศก็ได้ โดยจะทำสัญญาและข้อตกลงทางการค้า ตลอดจนเงื่อนไขต่าง ๆ ซึ่งรายละเอียดและเงื่อนไขของสัญญา เช่น ระยะเวลาส่งมอบข้าว เป็นต้น จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ข้อตกลงยินยอมของประเทศคู่สัญญา โดยทั่วไปราคาข้าวรัฐบาลจะต่ำกว่าราคาข้าวของเอกชน ทั้งนี้เพราะเหตุผลทางการเมืองและมนุษยธรรม เช่น การซื้อข้าวผ่านรัฐบาลขององค์การสหประชาชาติเพื่อช่วยเหลือประเทศที่ถูกภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือจากสงคราม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การซื้อข้าวเพื่อแลกเปลี่ยนน้ำมันกับอินโดนีเซียหรือจีน เป็นต้น การซื้อข้าวส่วนใหญ่เป็นปริมาณมาก ประมาณ 50,000–100,000 ตัน บางครั้งถึง 200,000 ตัน เหตุผลอีกประการหนึ่งที่รัฐบาลขายข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาล คือ เพื่อต้องการระบายข้าวในช่วงปลายฤดูผลิตที่ข้าวเปลือกมักจะมีในตลาดมาก ทำให้ราคาข้าวเปลือกมีแนวโน้มต่ำลง ดังนั้นถ้ารัฐบาลสามารถหาตลาดข้าวต่างประเทศเพิ่มขึ้นแล้ว และได้ทำการซื้อข้าวของรัฐบาลเพื่อขายแก่ต่างประเทศในต้นฤดูการผลิตจะเป็นการดึงราคาข้าวให้สูงขึ้นได้ โดยข้าวที่ส่งออกส่วนมากจะเป็นข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ เช่น ข้าวขาว 15% จนถึงข้าวขาว 45% ข้าวผสมพิเศษ ปลายข้าวขาว และข้าวหนึ่ง ทั้งนี้เพราะรัฐบาลของประเทศที่ติดต่อซื้อข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาล ส่วนใหญ่เป็นประเทศที่มีความต้องการข้าวสูงแต่มีอำนาจการซื้อต่ำ การซื้อขายโดยมากมักจะได้รับความช่วยเหลือจากองค์การระหว่างประเทศ เช่น สหประชาชาติ เป็นต้น สำหรับประเทศที่ซื้อข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาลมาก ได้แก่ อินเดีย ศรีลังกา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ บังกลาเทศ เป็นต้น ส่วนข้าวคุณภาพสูงที่ส่งออกในรูปของรัฐบาลกับรัฐบาล เช่น ข้าวขาว 5% และข้าวขาว 100% รัฐบาลมักจะขายให้แก่ประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย เป็นต้น

ในทางปฏิบัติข้าวที่รัฐบาลเป็นผู้ขายนั้น รัฐบาลไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการส่งออกเอง จะเป็นเพียงผู้ดำเนินการด้านเอกสารเท่านั้น การส่งมอบข้าวแก่รัฐบาลต่างประเทศนั้นจะกระทำโดยกรมการค้าต่างประเทศส่งมอบให้พ่อค้าเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาล เช่น องค์การคลังสินค้า องค์การตลาดเพื่อการเกษตร เป็นผู้ส่งมอบ ซึ่งแต่เดิมราคาที่รัฐบาลซื้อจากพ่อค้าเอกชนเป็นราคาทางการกำหนด (official price) ซึ่งจะต่ำกว่าราคาภายในประเทศ หรือรัฐบาลอาจจะประกาศรับซื้อข้าวจากเอกชนโดยจะทำการประมูลข้าวชนิดที่ต้องการ แล้วมอบให้เอกชนเป็นผู้ส่งแทน สำหรับปัจจุบันรัฐบาลมีคณะกรรมการกำหนดราคารับซื้อข้าวรัฐบาลที่กระทรวงพาณิชย์แต่งตั้งขึ้นนี้เป็นผู้พิจารณากำหนดราคารับซื้อแต่ละงวดตามความเหมาะสม

2. การค้าระหว่างเอกชนกับรัฐบาล (private to government sale) การค้าแบบนี้เป็นการค้าระหว่างเอกชนผู้ส่งออกกับรัฐบาลต่างประเทศ โดยรัฐบาลผู้นำเข้าติดต่อขอซื้อข้าวจากเอกชนโดยตรง การค้าลักษณะนี้จะเกิดขึ้นเมื่อภาวะการตลาดข้าวเป็นของผู้ขาย กล่าวคือ อุปสงค์ข้าวมีมากกว่าอุปทาน และรัฐบาลไม่อาจสนองความต้องการของรัฐบาลผู้นำเข้าได้ เนื่องจากไม่สามารถรวบรวมข้าวจากพ่อค้าเอกชนได้มากพอ อีกประการหนึ่งรัฐบาลผู้นำเข้าอาจมีความพึงพอใจเอกชนรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ และติดต่อขอซื้อจากรายนั้นโดยตรง อย่างไรก็ตามการค้าในรูปเอกชนกับรัฐบาลนี้จะมีสัดส่วนน้อยกว่าการค้าระหว่างเอกชนกับเอกชน หรือรัฐบาลกับรัฐบาล

3. การค้าระหว่างเอกชนกับเอกชน (private to private sale) การค้าแบบนี้บริษัทผู้ส่งออกเอกชนจะดำเนินการติดต่อขายข้าวให้กับบริษัทเอกชนผู้นำเข้าในต่างประเทศ จึงมีการแข่งขันใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การหาตลาดเพื่อที่จะได้กำไรสูงสุดของพ่อค้าแต่ละราย ดังนั้นการแข่งขันทางด้านราคาจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอันหนึ่งของพ่อค้าผู้ส่งออก

ตลาดข้าวเอกชนกับเอกชนส่วนใหญ่เป็นตลาดประจำ (traditional market) ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ตะวันออกกลาง ยุโรป และแอฟริกาซึ่งได้เพิ่มความสำคัญขึ้นในระยะหลังๆนี้ ตลาดข้าวดังกล่าวมีความต้องการข้าวคุณภาพสูงซึ่งราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดจึงขึ้นกับพ่อค้าเอกชนแต่ละราย แต่โดยทั่วไปแล้วตลาดประจำ เช่น ตลาดฮองกงเอกชนผู้ส่งออกรายใหม่ๆจะเข้าตลาดยากกว่าจึงต้องไปขายให้แก่ตลาดในตะวันออกกลาง และแอฟริกา ส่วนในตลาดยุโรปนั้นผู้ส่งออกของไทยต้องประสบการแข่งขันกับข้าวสหรัฐอเมริกาและอิตาลีซึ่งมีราคาถูกกว่าข้าวไทย เนื่องจากได้รับเงินช่วยเหลือ (export subsidy) จากรัฐบาลประเทศดังกล่าว และได้เปรียบในด้านการขนส่ง (ปรางทอง, 2536: 42-46)

ประเทศไทยส่งออกข้าวในรูปของข้าวรัฐบาล และข้าวเอกชน ทั้งนี้เป็นเพราะรัฐบาลมีการสนับสนุนให้มีการค้าเสรี ถึงแม้ว่าไทยจะส่งออกข้าวรูปเอกชนเป็นส่วนใหญ่ แต่การส่งออกในรูปรัฐบาลก็มีส่วนสำคัญยิ่งเพราะที่ต้องมีการซื้อข้าวในรูปรัฐบาล เนื่องจากปริมาณสั่งซื้อไม่อยู่ในความสามารถของเอกชนรายใดรายหนึ่งจะดำเนินการได้ และราคาข้าวรัฐบาลจะต่ำกว่าข้าวเอกชน เพราะไม่มีการเคลือบไหว เนื่องจากเหตุผลทางการเมืองและมนุษยธรรม โดยผู้ซื้อเป็นประเทศที่มีสัมพันธไมตรีอันดีกับไทย และบางประเทศเกิดขาดแคลนอาหาร ดังนั้นรัฐบาลจึงจำเป็นต้องขายให้ซึ่งขายในรูปรัฐบาลต่อรัฐบาลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ช่วยระบายข้าวคุณภาพต่ำที่มีเหลือมาก เพราะส่วนใหญ่ภาคเอกชนนั้นจะขายข้าวคุณภาพสูง และในกรณีที่มีข้าวอยู่ในตลาดเกินความต้องการ ทำให้ตลาดผู้ซื้อข้าวของเอกชนอยู่ในสภาพไม่คล่องตัวนัก และราคาข้าวในประเทศตกต่ำ จึงจำเป็นต้องขายในรูปรัฐบาลต่อรัฐบาลให้มากขึ้น เพื่อช่วยให้ราคาข้าวภายในประเทศสูงขึ้น

สำหรับชนิดข้าวที่ส่งออกนั้นประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่ส่งข้าวออกมากชนิดที่สุด คือ ส่งออกทั้งข้าวขาว ปลายข้าว ข้าวกล้อง ข้าวเหนียว และข้าวเหนียว ชนิดข้าวที่ไทยส่งออกมากที่สุด คือ ข้าวขาว 100% รองลงมาคือ ข้าวขาว 25% ข้าวขาว 10-20% ข้าวขาว 35-45% ข้าวเหนียว ข้าวขาว 5% ปลายข้าวขาว ข้าวเหนียว ข้าวกล้อง และอื่นๆ ตามลำดับ และสำหรับตลาดข้าวขาว 100% ที่สำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซีย ซาอุดีอาระเบีย และอิหร่าน เป็นต้น ส่วนปลายข้าวขาวนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในตลาดแอฟริกา

การส่งออกข้าวหอมมะลิ

ข้าวขาวดอกมะลิ 105 หรือข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นข้าวไทยที่มีชื่อเสียงและรู้จักกันทั่วโลกนั้น จัดเป็นข้าวคุณภาพพิเศษที่ประเทศไทยส่งออกและนำเงินตราเข้าประเทศเป็นมูลค่าหลายพันล้านบาท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นต้นมา ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวหอมมะลิได้เพิ่มส่วนแบ่งตลาด การจำหน่ายข้าวของไทยในต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531–2540 คือ ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจากจำนวน 148.54 พันตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2531 เพิ่มขึ้นเป็น 1,244.20 พันตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2540 โดยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 22.40 (ตารางที่ 15) โดยในปี พ.ศ. 2539 เป็นปีที่ปริมาณการส่งออกสูงที่สุดถึงร้อยละ 26.54 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิกับข้าวทั้งหมด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531–2540

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (พันตัน)		ร้อยละของข้าวหอมมะลิ เทียบกับข้าวทั้งหมด
	ข้าวทั้งหมด	ข้าวหอมมะลิ	
2531	5,089.40	148.54	2.92
2532	6,140.30	687.61	11.20
2533	4,017.10	701.65	17.47
2534	4,333.10	823.11	19.00
2535	5,151.50	1,101.12	21.37
2536	4,989.22	1,064.05	21.33
2537	4,858.64	1,142.88	23.52
2538	6,198.25	1,246.98	20.12
2539	5,460.22	1,448.91	26.54
อัตราเพิ่มร้อยละ	1.39	22.40	
2540	5,567.57	1,244.20	22.35

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากปริมาณการส่งออกทั้งหมดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2540 ประเทศไทยส่งข้าวหอมมะลิไปยังทวีปเอเชียมากที่สุด โดยที่มีปริมาณการส่งออกอยู่ระหว่างร้อยละ 51-68 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ทวีปอเมริกา ตะวันออกกลาง และทวีปยุโรป โดยมีปริมาณการส่งออกอยู่ระหว่างร้อยละ 16-19, 5-19 และ 3-6 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิทั้งหมดในแต่ละปี ตามลำดับ ส่วนทวีปที่นำเข้าน้อยที่สุด ได้แก่ ทวีปแอฟริกา และโอเชียเนีย มีปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของไทยในระหว่างร้อยละ 2-3 และ 1-2 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิทั้งหมดในแต่ละปี ตามลำดับ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังทวีปต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2540 (ตันข้าวสาร)

ทวีป	ปี พ.ศ.					อัตราเพิ่ม ร้อยละ
	2536	2537	2538	2539	2540	
เอเชีย	548,962 (51.60)	727,365 (63.64)	797,696 (63.97)	996,729 (68.79)	818,143 (65.76)	23.93
อเมริกา	201,419 (18.93)	209,723 (18.35)	215,254 (17.26)	231,962 (16.01)	240,331 (19.32)	20.85
ยุโรป	57,890 (5.44)	72,577 (6.35)	51,063 (4.09)	56,114 (3.87)	60,640 (4.87)	4.87
แอฟริกา	29,220 (2.75)	24,923 (2.18)	34,130 (2.74)	53,619 (3.70)	33,674 (2.71)	19.34
ตะวันออกกลาง	203,986 (19.17)	88,091 (7.71)	126,325 (10.13)	83,353 (5.75)	66,136 (5.31)	5.31
โอเชียเนีย	22,482 (2.11)	20,203 (1.77)	22,508 (1.81)	27,136 (1.87)	25,279 (2.03)	16.29
รวมทั้งหมด	1,063,959 (100.00)	1,142,882 (100.00)	1,246,976 (100.00)	1,448,913 (100.00)	1,244,203 (100.00)	22.40

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าพิจารณาอัตราเพิ่มพบว่า มีการส่งออกไปในทวีปเอเชียในอัตราเพิ่มสูงสุดถึงร้อยละ 23.93 รองลงมา ได้แก่ ทวีปอเมริกา ยุโรป และแอฟริกา เท่ากับเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.85, 20.36 และ 19.34 ตามลำดับ (ตารางที่ 16) โดยสัดส่วนการส่งออกแยกเป็นรายทวีปได้ดังนี้

1. ทวีปเอเชีย ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 548,962 ตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2536 เพิ่มขึ้นเป็น 818,143 ตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.93 และถ้าพิจารณารายประเทศพบว่า ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศที่นำเข้าจากไทยมากที่สุด ได้แก่ จีน 257,848 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 31.52 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปยังทวีปเอเชียทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยส่งออกคิดเป็นร้อยละ 25.35, 21.08 และ 18.39 ของปริมาณการส่งข้าวหอมมะลิไปยังทวีปเอเชียทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปเอเชีย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2536	2537	2538	2539	2540
จีน	91,314 (16.63)	239,120 (32.87)	261,552 (32.79)	447,306 (44.88)	257,848 (31.52)
ฮ่องกง	202,941 (36.97)	200,856 (27.61)	220,851 (27.69)	219,621 (22.03)	207,424 (25.35)
สิงคโปร์	174,426 (31.77)	170,395 (23.43)	179,226 (22.47)	195,588 (19.62)	172,442 (21.08)
มาเลเซีย	61,772 (11.25)	98,012 (13.47)	114,807 (14.39)	108,437 (10.88)	150,458 (18.39)
อื่นๆ	18,508 (3.38)	18,982 (2.62)	21,260 (2.66)	25,777 (2.59)	29,971 (3.66)
รวมทั้งหมด	548,961 (100.00)	727,365 (100.00)	797,696 (100.00)	996,729 (100.00)	818,143 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ทวีปอเมริกา มีปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปทวีปอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากปริมาณการส่งออกในปี พ.ศ. 2536 เท่ากับ 201,419 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 240,331 ตันข้าวสาร ซึ่งมีอัตราเพิ่มร้อยละ 20.82 สูงเป็นอันดับสองรองจากทวีปเอเชีย (ตารางที่ 16) นอกจากนี้ยังพบว่าในปี พ.ศ. 2540 โดยประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิไทยมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เท่ากับ 197,274 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 82.09 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังทวีปอเมริกาทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ แคนาดา ฟรานสเกียนา และกวม คิดเป็นร้อยละ 17.54, 0.05 และ 0.04 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2536	2537	2538	2539	2540
สหรัฐอเมริกา	168,990 (83.90)	171,883 (81.96)	175,036 (81.32)	189,477 (81.69)	197,274 (82.09)
แคนาดา	31,756 (15.76)	36,399 (17.36)	39,407 (18.31)	40,865 (17.62)	42,404 (17.64)
ฟรานสเกียนา	80 (0.04)	185 (0.09)	210 (0.10)	196 (0.09)	110 (0.05)
กวม	500 (0.25)	681 (0.32)	362 (0.17)	1,248 (0.54)	107 (0.04)
อื่นๆ	94 (0.05)	575 (0.27)	219 (0.10)	134 (0.06)	436 (0.18)
รวมทั้งหมด	201,420 (100.00)	209,723 (100.00)	215,254 (100.00)	231,962 (100.00)	240,331 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ
ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

3. ทวีปยุโรป ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 57,890 ตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2536 เพิ่มขึ้นเป็น 60,640 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.36 (ตารางที่ 16) และถ้าพิจารณารายประเทศแล้วพบว่า ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยมากที่สุด ได้แก่ อิตาลี เท่ากับ 10,375 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 17.11 ของปริมาณการส่งออกไปยังทวีปยุโรปทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ฝรั่งเศส นอร์เวย์ และเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 14.46, 11.92 และ 9.11 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปยุโรป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2536	2537	2538	2539	2540
อิตาลี	17,674 (30.53)	17,920 (24.69)	19,498 (38.18)	14,650 (26.11)	10,375 (17.11)
ฝรั่งเศส	6,930 (11.97)	3,137 (4.32)	2,096 (4.10)	5,372 (9.57)	8,769 (14.46)
นอร์เวย์	2,870 (4.96)	3,850 (5.30)	4,185 (8.20)	7,193 (12.82)	7,227 (11.92)
เนเธอร์แลนด์	3,453 (5.96)	3,850 (5.30)	3,887 (7.61)	3,582 (6.38)	5,524 (9.11)
อื่น ๆ	26,963 (46.58)	43,820 (60.39)	21,397 (41.91)	25,317 (45.12)	28,745 (47.40)
รวมทั้งหมด	57,890 (100.00)	72,577 (100.00)	51,063 (100.00)	56,114 (100.00)	60,640 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

4. ทวีปแอฟริกา ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังทวีปแอฟริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2536–2540 พบว่า มีปริมาณส่งออก 29,220 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2536 เพิ่มขึ้นเป็น 33,674

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2540 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.34 (ตารางที่ 16) และถ้าพิจารณารายประเทศ พบว่า ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิสูงสุด ได้แก่ กานา เท่ากับ 8,378 ต้นข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 24.88 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังทวีปแอฟริกาทั้งหมด รองลงมาได้แก่ เบนิน กาบอง และแอฟริกาใต้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.33, 12.43 และ 11.12 ตามลำดับ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปแอฟริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ต้นข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2536	2537	2538	2539	2540
กานา	5,594 (19.14)	3,626 (14.55)	3,250 (9.52)	12,518 (23.35)	8,378 (24.88)
เบนิน	4,430 (15.16)	1,430 (5.74)	6,710 (19.66)	4,861 (9.07)	7,856 (23.33)
กาบอง	1,184 (4.05)	1,104 (4.43)	1,846 (5.41)	4,103 (7.65)	4,185 (12.43)
แอฟริกาใต้	-	4,559 (18.29)	5,306 (15.55)	6,059 (11.30)	3,745 (11.12)
อื่น ๆ	18,012 (61.65)	14,204 (56.99)	17,018 (49.86)	26,078 (48.63)	9,510 (28.24)
รวมทั้งหมด	29,220 (100.00)	24,923 (100.00)	34,130 (100.00)	53,619 (100.00)	33,674 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

5. ทวีปตะวันออกกลาง ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปยังตะวันออกกลางระหว่างปี พ.ศ. 2536–2540 พบว่ามีปริมาณขึ้นๆ ลงๆ แต่พอจะสรุปได้ว่าจากปี พ.ศ. 2536 มีปริมาณ 203,986 ต้นข้าวสาร ลดลงเป็น 66,136 ต้นข้าวสารในปี พ.ศ. 2540 มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.20 (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งสูงสุดที่สุด ถ้าพิจารณารายประเทศ พบว่า ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยมากที่สุด ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย จำนวน 30,729 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 46.46 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปตะวันออกกลางทั้งหมด รองลงมาได้แก่ อิสราเอล คูไบ และคูเวต คิดเป็นร้อยละ 37.39, 11.37 และ 1.72 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปตะวันออกกลาง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2540 (ตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2536	2537	2538	2539	2540
ซาอุดีอาระเบีย	32,065 (15.72)	45,634 (51.80)	26,336 (20.85)	33,659 (40.38)	30,729 (46.46)
อิสราเอล	17,452 (8.56)	17,399 (19.75)	19,057 (15.09)	26,699 (32.03)	24,731 (37.39)
คูไบ	116,474 (57.10)	22,831 (25.92)	75,165 (59.50)	20,151 (24.18)	7,519 (11.37)
คูเวต	296 (0.14)	474 (0.54)	647 (0.51)	1,007 (1.21)	1,136 (1.72)
อื่น ๆ	37,699 (18.48)	1,753 (1.99)	5,120 (4.05)	1,837 (2.20)	2,021 (3.06)
รวมทั้งหมด	203,986 (100.00)	88,091 (100.00)	126,325 (100.00)	83,353 (100.00)	66,136 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ข)

6. ทวีปโอเชียเนีย ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปยังทวีปโอเชียเนียตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2540 พบว่ามีปริมาณการส่งออก 22,482 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2536 และในปี พ.ศ. 2540 มีปริมาณเพิ่มขึ้นเท่ากับ 25,279 ตันข้าวสาร หรือมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.29 (ตารางที่ 16) และถ้าพิจารณาในรายประเทศพบว่า ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศที่นำเข้ามากที่สุด ได้แก่ ออสเตรเลีย จำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22,170 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 87.70 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไปโอเชียเนียทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ นิวซีแลนด์ และเกาะมาเรียน่า คิดเป็นร้อยละ 5.81 และ 2.84 ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ ในทวีปโอเชียเนีย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536–2540 (ตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2536	2537	2538	2539	2540
ออสเตรเลีย	20,252 (90.08)	18,219 (90.18)	20,062 (89.13)	23,485 (86.54)	22,170 (87.70)
นิวซีแลนด์	1,361 (6.05)	1,121 (5.55)	1,271 (5.65)	1,487 (5.48)	1,469 (5.81)
เกาะมาเรียน่า	20 (0.09)	41 (0.20)	361 (1.60)	577 (2.13)	718 (2.84)
อื่น ๆ	849 (3.78)	822 (4.07)	814 (3.62)	1,587 (5.85)	922 (3.65)
รวมทั้งหมด	22,482 (100.00)	20,203 (100.00)	22,508 (100.00)	27,136 (100.00)	25,279 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ
ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2541 ข)

ตลาดส่งออกที่สำคัญ

ตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญในปัจจุบันนั้นสามารถจำแนกออกเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้ 5 ประเทศ ได้แก่

1. จีน เป็นประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิรายใหญ่ของไทย ซึ่งก็เป็นเรื่องที่ดีที่คนจีนนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิไทยมากที่สุด เพราะประเทศจีนเป็นประเทศใหญ่ มีพลเมืองมากที่สุดในโลก กระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก เดิมคนจีนยังไม่รู้จักข้าวหอมมะลิไทยแต่เมื่อได้ลองบริโภคแล้วจึงเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความนิยม ดังจะเห็นได้จากสถิติการสั่งซื้อที่เพิ่มจาก 91,314 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2535 เป็น 239,120 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2537 (ตารางที่ 23) โดยเฉพาะมณฑลกวางเจาเป็นเขตที่ประชาชนมีความนิยมในการบริโภคข้าวนุ่ม (ธรรมศักดิ์, 2541: 20) ข้าวหอมมะลิของไทยจึงได้รับความนิยมมากที่สุด ในมณฑลนี้ ตลาดข้าวหอมมะลิของไทยในจีนนั้นมีแนวโน้มขยายตัวอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการเปิดประเทศเสรี ทำให้เกษตรกรของจีนหันไปปลูกพืชชนิดอื่น ๆ ได้โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นข้าว ส่งผลให้ปริมาณการผลิตข้าวในประเทศลดลงจึงต้องหันมาพึ่งพาการนำเข้า และเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญของจีนในปัจจุบันประชาชนหันมาบริโภคข้าวคุณภาพดี ทำให้ในปัจจุบันจีนกลายเป็นผู้นำเข้าข้าวหอมมะลิรายใหญ่ที่สุดของไทย เพราะในปี พ.ศ. 2538 จีนนำเข้าข้าวหอมมะลิมากถึง 261,552 ตันข้าวสาร ซึ่งมีปริมาณสูงกว่าการนำเข้าของฮ่องกงที่ในอดีตเคยนำเข้าหอมมะลิจากไทยมากที่สุดเพียง 222,490 ตันข้าวสาร อย่างไรก็ตามตลาดนี้ได้เกิดปัญหาขึ้นในตอนกลางปี พ.ศ. 2541 กล่าวคือ ในช่วงเดือนพฤษภาคม รัฐบาลจีนได้ประกาศยกเลิกการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากประเทศไทย หากมณฑลใดต้องการนำเข้าข้าวหอมมะลิจะต้องทำการขออนุญาตจากรัฐบาลกลาง เนื่องจากรัฐบาลจีนต้องการรักษาเสถียรภาพค่าเงินหยวนที่กำลังได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชีย รัฐบาลจีนจึงมีความจำเป็นต้องลดการนำเข้าสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นลง ประกอบกับผลผลิตข้าวของจีนในปี พ.ศ. 2541 นี้เพิ่มขึ้นมาก รัฐบาลจีนจึงได้รณรงค์ให้ประชาชนหันมาบริโภคข้าวที่ผลิตได้ในประเทศแทน แม้ว่าข้าวที่จีนผลิตได้จะเป็นข้าวคุณภาพปานกลาง ในขณะที่ข้าวที่นำเข้าจากไทยเป็นข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นข้าวคุณภาพสูงก็ตาม จึงคาดว่าจะมีผลทำให้การส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยในปีนี้ลดลงเหลือเพียง 1 ล้านตันข้าวสาร จากที่เคยส่งออกได้มากถึง 1,244,203 ล้านตันในปี พ.ศ. 2540 และอาจส่งผลกระทบต่อเนื่อง ทำให้ราคาข้าวหอมมะลิในประเทศช่วงปลายปีลดลง (ปัญญาภัทร, 2541: 2) เนื่องจากบรรดาโรงสีที่สต็อกข้าวหอมมะลิไว้เพื่อตั้งราคานั้นจะต้องเทขายข้าวออกมาพร้อมกับที่ผลผลิตข้าวในปีออกสู่ตลาด อย่างไรก็ตามทางรัฐบาลไทยได้ประสบความสำเร็จในการเจรจากับองค์การส่งออก-นำเข้ารัฐพืช น้ำมัน และอาหารแห่งชาติ (China National Cereal Oils & Food Stuff Import Export Corporation: Ceroil Food) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของรัฐบาลจีนที่มีหน้าที่ควบคุมโควต้ากลางการนำเข้าอาหาร และได้รับอนุญาตให้มีการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยในโควตาปี พ.ศ. 2541 จำนวน 200,000-300,000 ตันข้าวสาร ทำให้ราคาข้าวในประเทศในช่วงปลายปี หรือในฤดูการผลิต 2541/42 ยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่อง

2. ฮ่องกง เป็นตลาดใหญ่ที่รับซื้อข้าวไทยเป็นจำนวนมากทุกปี ข้าวที่ฮ่องกงใช้บริโภคนั้นต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ทางรัฐบาลฮ่องกงจึงถือเป็นนโยบายสำคัญที่จะต้องหาแหล่งที่สามารถขายข้าวให้แก่ฮ่องกงได้อย่างแน่นอนและสม่ำเสมอ และในระยะที่ผ่านมาตลาดข้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฮ่องกงนับว่าเป็นตลาดประจำสำหรับข้าวหอมมะลิไทย สาเหตุหนึ่งของการได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวฮ่องกง ก็คือ การปรับปรุงคุณภาพข้าวไทยที่ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในฮ่องกง จากข้าวธรรมดาเปลี่ยนเป็นข้าวหอมมะลิ สัดส่วนของข้าวหอมมะลิก็คือคิดเป็นร้อยละ 90 ของข้าวไทยทั้งหมดที่ฮ่องกงนำเข้าในปัจจุบัน โดยที่ในปี พ.ศ. 2513 ข้าวหอมมะลิไทยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น (อัมมาร, 2537: 132) อีกประการหนึ่ง คือ คุณภาพการสีข้าวได้รับการปรับปรุงขึ้น ตลอดจนได้มีการปรับปรุงระบบวิธีการค้าขายระหว่างพ่อค้าไทยและพ่อค้าฮ่องกง จึงเป็นผลทำให้ส่วนแบ่งไทยเพิ่มสูงขึ้น และปัจจุบันตลาดฮ่องกงยังคงเป็นตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญของไทย ทั้งนี้ เนื่องจากยังคงมีปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง นับเป็นอันดับสองรองจากจีน โดยในปี พ.ศ. 2540 มีปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิ 207,424 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 16.67 ของการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยทั้งหมด (ตารางที่ 23)

3. สหรัฐอเมริกา ได้นำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ร้อยละ 80 ของข้าวที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยเป็นข้าวหอมมะลิ ผู้บริโภคหลักในตลาดนี้เริ่มจากผู้ถือพหุชาวเอเชียที่เข้าไปตั้งถิ่นฐานในสหรัฐอเมริกา (ปัญญาภัทร, 2539: 2) หลังจากนั้นฐานการตลาดก็ได้ขยายกว้างขึ้น เพราะติดใจในรสชาติข้าวหอมมะลิจากไทย และจากเดิมที่เป็นการบริโภคในครัวเรือนได้มีกระจายไปสู่ร้านอาหารทั้งจำหน่ายอาหารไทยและอาหารจีน นอกจากนี้จากการที่ผู้นำเข้าได้ทำการสำรวจความต้องการบริโภคข้าวภายในประเทศของสหรัฐอเมริกา ซึ่งพบว่า แต่เดิมในแต่ละปีชาวอเมริกันจะบริโภคข้าวประมาณ 1 ปอนด์ต่อคนต่อปี แต่ปัจจุบันการบริโภคนั้นได้เพิ่มขึ้นเป็น 25 ปอนด์ต่อคนต่อปี และมีแนวโน้มบริโภคข้าวเป็นประจำวันมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้เกิดจากการเลียนแบบการบริโภคอาหารแบบคนเอเชีย นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บริโภคข้าวเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ จึงทำให้ความต้องการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากปริมาณการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2540 จะเห็นได้ว่า มีปริมาณเพิ่มขึ้นจาก 143,733 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 13.05 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2535 เพิ่มขึ้นเป็น 197,274 ตันข้าวสาร หรือคิดเป็นร้อยละ 15.86 ในปี พ.ศ. 2540 (ตารางที่ 23)

4. สิงคโปร์ เป็นตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิเดิมของไทย เนื่องจากไทยได้เปรียบในการส่งข้าวไปขายยังประเทศสิงคโปร์ เพราะมีระยะทางขนส่งที่ใกล้กว่าประเทศคู่แข่ง สิงคโปร์ไม่สามารถผลิตข้าวได้เอง และต้องนำเข้าข้าวทั้งหมดจากต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2540 พบว่า มีปริมาณการส่งข้าวหอมมะลิไทยไปยังสิงคโปร์ 172,442 ตันข้าวสาร หรือร้อยละ 13.86 ของปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยทั้งหมด (ตารางที่ 23) นอกจากนี้รัฐบาลไทยโดยกระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายเพิ่มตลาดประจำสำหรับการส่งออกข้าวหอมมะลินอกเหนือจากตลาดฮ่องกงซึ่งเป็นตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประจำสำหรับข้าวหอมมะลิเพียงตลาดเดียวในเอเชีย โดยรัฐบาลได้ดำเนินการเจรจากับรัฐบาลสิงคโปร์ เพื่อทำสัญญาซื้อขายระยะยาว (ปัญญาภัทร, 2539: 1) ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการเพิ่มความแน่นอนให้กับการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ตารางที่ 23 ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิ รายประเทศที่สำคัญ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535–2540 (ตันข้าวสาร)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2535	2536	2537	2538	2539	2540
จีน	83,249 (7.56)	91,314 (8.58)	239,120 (20.92)	261,552 (20.98)	447,306 (30.87)	257,848 (20.72)
ฮ่องกง	222,490 (20.21)	202,941 (19.07)	200,856 (17.57)	220,851 (17.71)	219,621 (15.16)	207,424 (16.67)
สหรัฐอเมริกา	143,733 (13.05)	168,990 (15.88)	171,883 (15.04)	175,036 (14.04)	189,477 (13.08)	197,274 (15.86)
สิงคโปร์	156,769 (14.24)	174,426 (16.40)	170,395 (14.91)	179,226 (14.37)	195,588 (13.50)	172,442 (13.86)
มาเลเซีย	87,455 (7.94)	61,772 (5.81)	98,012 (8.58)	114,807 (9.20)	108,437 (7.48)	150,458 (12.09)
อื่น ๆ	407,426 (37.00)	364,516 (34.26)	262,616 (22.98)	295,464 (23.70)	288,484 (19.91)	258,757 (20.80)
รวมทั้งหมด	1,101,122 (100.00)	1,063,959 (100.00)	1,142,882 (100.00)	1,246,976 (100.00)	1,448,913 (100.00)	1,244,203 (100.00)

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นค่าร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541 ข)

5. มาเลเซีย เป็นประเทศหนึ่งที่ผลิตข้าวได้ไม่เพียงพอกับความต้องการข้าวเพื่อการบริโภคภายในประเทศ และเป็นตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญของไทยอีกประเทศหนึ่ง ดังจะเห็นได้จากปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปมาเลเซียได้เพิ่มขึ้นจาก 87,455 ตันข้าวสาร หรือร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.94 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2535 เป็น 150,458 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2540 หรือคิดเป็นร้อยละ 12.08 (ตารางที่ 23)

นโยบายของรัฐบาลในการส่งออกข้าว

นโยบายพรีเอมิยมข้าว

นโยบายของรัฐบาลที่เข้าไปแทรกแซงตลาดส่งออกข้าวได้มีมานับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2482 โดยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งออกป่นอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักร และเมื่อสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง ประเทศไทยได้ถูกบังคับให้ส่งมอบข้าวให้กับองค์การสหประชาชาติตามข้อผูกพันสัญญาสมบูรณแบบโดยกระทรวงเศรษฐกิจ (กระทรวงพาณิชย์ในปัจจุบัน) จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาและส่งมอบข้าวให้องค์การสหประชาชาติ และได้ระงับไม่ให้เอกชนส่งออก ต่อมาในปี พ.ศ. 2489 รัฐบาลได้จัดตั้งองค์การข้าว (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานข้าว) เพื่อทำหน้าที่รวบรวมข้าวและส่งมอบให้กับองค์การสหประชาชาติ โดยระยะแรกเป็นการส่งมอบข้าวแบบให้เปล่า และต่อมาได้จ่ายเงินค่าข้าวในราคาทุน จนกระทั่งหมดภาระข้อผูกพันดังกล่าวในปี พ.ศ. 2491 และเนื่องจากในระยะต่อมาสถานการณ์การผลิตข้าวของโลกยังอยู่ในภาวะไม่เพียงพอกับความต้องการ รัฐบาลจึงได้อนุญาตให้เอกชนดำเนินการส่งออกข้าวได้ แต่จะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานข้าวและเสียค่าธรรมเนียมการส่งออก เรียกว่า ค่าพรีเอมิยมข้าว โดยเรียกเก็บในอัตราต่อตันของมูลค่าส่งออก ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2498-2508 การใช้นโยบายนี้ก็เพื่อป้องกันการขาดแคลนข้าวภายในประเทศ และในขณะเดียวกันก็ใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายรับให้กับรัฐบาล ซึ่งอัตราค่าพรีเอมิยมที่เรียกเก็บในช่วงนี้ค่อนข้างจะคงที่

นับจากปี พ.ศ. 2509 เป็นต้นมาการเก็บค่าพรีเอมิยมข้าวนั้นมีอัตราที่ไม่คงที่ โดยมีจำนวนแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ด้านการค้าข้าวของโลกและตามราคาข้าวส่งออก ซึ่งการใช้นโยบายพรีเอมิยมในช่วงนี้จึงเป็นเรื่องของการรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพของราคาข้าวภายในประเทศ เป็นสำคัญ การเรียกเก็บค่าพรีเอมิยมข้าวนี้ได้รับการคัดค้านอย่างมากในหมู่นักวิชาการ เพราะนโยบายดังกล่าวนอกจากจะมีผลกระทบกระเทือนต่อรายได้ของเกษตรกรแล้ว ยังเท่ากับว่ารัฐบาลได้ทำการเรียกเก็บภาษี (ทางอ้อม) จากเกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าวในอัตราที่สูงมาก เพราะฉะนั้นเมื่อสถานการณ์การผลิตและการค้าข้าวของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ตลาดเป็นของผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้น เพราะมีอุปทานส่วนเกินในตลาดมากขึ้น อันเป็นผลทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกลดต่ำลง และการเรียกเก็บค่าพรีเอมิยมได้เรียกเก็บในอัตราที่ลดลง และได้รับการยกเลิกไปในปี พ.ศ. 2529

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้การอุดหนุนการส่งออก

การให้การอุดหนุนการส่งออกได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 ทั้งนี้โดยรัฐบาลได้พยายามจัดหาสินเชื่อเพื่อการส่งออกที่เรียกว่า แพ็คกิ้งเครดิต (packing credit) ให้กับผู้ส่งออกในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของการส่งข้าวออกและเป็นการลดต้นทุนในการส่งออกให้กับผู้ส่งออก โดยในปี พ.ศ. 2518 มีจำนวนสินเชื่อส่งออกเท่ากับ 775 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 13 ของมูลค่าข้าวส่งออก ปริมาณสินเชื่อดังกล่าวนี้ได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีปริมาณสินเชื่อสูงสุดเท่ากับ 20,091 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละประมาณ 58 ของมูลค่าส่งออก ต่อจากนั้นปริมาณสินเชื่อได้แปรปรวนแต่มีปริมาณที่ลดลง โดยมีจำนวนเท่ากับ 9,986 ล้านบาท หรือร้อยละ 35.96 ของมูลค่าข้าวส่งออกในปี พ.ศ. 2533 ต่อจากนั้นปริมาณสินเชื่อได้ปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งหนึ่งเป็นลำดับมาจนถึงปี พ.ศ. 2537 ได้มีปริมาณสินเชื่อเพิ่มขึ้นเป็น 21,635 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 55.21 ของมูลค่าข้าวส่งออก ในปัจจุบันมาตรการดังกล่าวยังคงใช้ปฏิบัติอยู่ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนและเป็นแรงจูงใจให้กับพ่อค้าในการขยายตลาดข้าวส่งออก

อาจกล่าวได้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามีประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงนโยบายราคา จากการที่รัฐบาลมีมาตรการต่าง ๆ เพื่อบิดเบือนราคาในตลาด นำไปสู่การเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันในทางการค้าอย่างเสรีมากขึ้นทั้งตลาดภายในและตลาดส่งออก ดังจะเห็นได้จากการเลิกเก็บค่าพรีเมียมข้าวในตลาดส่งออก ทำให้ตลาดส่งออกได้อาศัยกลไกราคาที่แท้จริง และยังทำให้เกิดการแข่งขันในกิจกรรมทางการตลาดมากขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลได้ปรับเปลี่ยนนโยบายจากเดิมที่เคยมีมาตรการเพื่อเป็นการชะลอการส่งออกไปสู่การสนับสนุนการส่งออก (โสภณ, 2540: 43-44) ดังจะเห็นได้จากมาตรการในการสนับสนุนแพ็คกิ้งเครดิตแก่ผู้ส่งออกและการยกเลิกอัตราภาษีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าว เป็นต้น

นโยบายในช่วงหลังสุด คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นนโยบายที่ไม่มีการเก็บค่าพรีเมียมข้าว และในช่วงนี้รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการนโยบายและมาตรการข้าวขึ้นมาแทนคณะกรรมการนโยบายแทรกแซงข้าวและรักษาระดับราคาข้าว โดยมีหน้าที่ในการเสนอแนะนโยบายและมาตรการข้าวตลอดจนควบคุม ประสานงาน และแก้ไขปัญหาการปฏิบัติตามนโยบาย ทั้งนี้รัฐบาลจะใช้นโยบายการเงินและการคลังต่างๆ ในการที่จะเข้ามาแทรกแซงกลไกของตลาดข้าวในระดับส่งออก (จิตติยา, 2539: 47) ประกอบด้วยมาตรการต่าง ๆ ดังนี้

1. สนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำและปรับปรุงมาตรการทางภาษี เพื่อสนับสนุนการสต็อกข้าวและแพ็คกิ้งเครดิตเพื่อการส่งออก ดำเนินการโดยกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย

2. สนับสนุนการใช้ระบบต่างตอบแทน เพื่อที่จะขายข้าวส่งออก ดำเนินการโดยกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล
3. สนับสนุนการหาตลาดข้าวของเอกชน ซึ่งทำโดยการให้บริการทางด้านการตลาดของกระทรวงพาณิชย์ เช่น การจัดคณะผู้แทนการค้าไปแสวงหาตลาดและขายข้าวในต่างประเทศ
4. สนับสนุนการซื้อข้าวสารเพื่อเก็บสต็อกและระบายออกต่างประเทศ โดยกระทรวงพาณิชย์

มาตรการต่างๆที่รัฐบาลเข้ามาแทรกแซงในระดับการส่งออกนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกข้าว เช่น ผลกระทบของแพ็คเกจเครดิต ซึ่งอาจจะช่วยแรงให้ผู้ส่งออกสต็อกข้าวในช่วงต้นฤดู แต่เมื่อปริมาณข้าวในสต็อกเพิ่มขึ้นจนถึงในระดับที่เหมาะสมแล้ว ผลกระทบของแพ็คเกจเครดิตก็จะหมดไป

ปัญหาในการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ในด้านการส่งออกแม้ว่าข้าวหอมมะลิไทยจะเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกในเรื่องคุณภาพและผู้ส่งออกที่มีมาตรฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งออกได้รับคำสั่งซื้อมาแล้วสามารถส่งมอบได้ตามสัญญา แต่การส่งออกข้าวหอมมะลิก็เริ่มมีปัญหาเกิดขึ้น ปัญหาที่พบ ได้แก่

1. ปัญหาในเรื่องของราคา คือ ข้าวหอมมะลิไทยขณะนี้ราคาที่อยู่ในเกณฑ์สูงเกินกว่าที่ประเทศคู่ค้าบางรายจะยอมรับได้ กล่าวคือ ราคาข้าวหอมมะลิปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลผลิตลดลง ปริมาณมีไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคและการส่งออก ทั้งโรงสีและผู้ส่งออกแย่งกันออกรับซื้อสินค้าเพื่อทำการส่งมอบ ซึ่งราคาข้าวหอมมะลิที่ขยับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก เนื่องจากผู้ส่งออกที่รับคำสั่งซื้อล่วงหน้านั้นต้องประสบกับภาวะขาดทุนประมาณ ต้นละ 40.50 ดอลลาร์สหรัฐ ทำให้บริษัทผู้ส่งออกไม่กล้ารับคำสั่งซื้อใหม่ ต้องปรับแผนการส่งออกในช่วงกลางปี จากเดิมที่มีการส่งออกมากในช่วงต้นปี การค้าข้าวโดยเฉพาะข้าวคุณภาพสูงหยุดชะงักลงชั่วคราว ทางด้านผู้ซื้อที่จะสั่งซื้อใหม่หยุดรอราคาข้าว ซึ่งเป็นจุดที่สำคัญมาก เพราะถ้าราคายังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจทำให้ผู้ซื้อหันไปซื้อจากประเทศคู่แข่งทดแทนได้ โดยเฉพาะพม่า และเวียดนาม ซึ่งปัจจุบันสามารถผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดีได้เช่นเดียวกัน กรณีตัวอย่าง คือ สวีเดน ซึ่งข้าวหอมมะลิจากไทยเป็นที่นิยมมากในตลาดนี้ แต่เมื่อราคาเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นต้นละ 750 ดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ข้าวขาวของอินเดียนั้นราคาเพียงต้นละ 250-375 ดอลลาร์สหรัฐ ผู้นำเข้าที่สำคัญหลายรายมีความเห็นร่วมกันว่า ควรชะลอหรือการสั่งซื้อหันไปซื้อจากเวียดนามและอินเดียแทน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2540 ก: 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัญหาในเรื่องการขาดมาตรฐานของข้าวหอมมะลิทำให้เกิดการปลอมปนข้าว เกิดจากการที่ราคาข้าวหอมมะลิมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ส่งออกต้องรับภาระการขาดทุน จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ส่งออกบางรายปรับตัวด้วยการนำข้าวขาวพันธุ์ชัยนาท 1 ซึ่งเป็นข้าวแข็ง หรือข้าวนาปรังพันธุ์อื่น ๆ ผสมกับข้าวหอมมะลิเพื่อส่งออกในรูปของข้าวหอมมะลิ ในเรื่องนี้รัฐบาลควรต้องเร่งดำเนินการก่อนที่ไทยต้องสูญเสียตลาดข้าวคุณภาพดี โดยผู้ซื้อในต่างประเทศจะขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพของข้าวไทย ดังกรณีตัวอย่างของผลเสียหายที่เกิดขึ้น คือ การที่จีนซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของการส่งออกข้าวหอมมะลิไม่ยอมรับการส่งมอบข้าวที่ส่งออกในช่วงปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2539 จำนวน 20,000 ตัน โดยอ้างว่า ผู้ส่งออกไทยมีการฉ้อฉลเปลี่ยนแปลงคุณภาพข้าวให้ผิดไปจากที่มีการตกลงกันไว้ ซึ่งสร้างความเสียหายเป็นมูลค่ามหาศาล ทั้งยังสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงด้านคุณภาพข้าวส่งออกของไทยด้วย เนื่องจากผลของการที่ราคาข้าวหอมมะลิสูงขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับราคาข้าวพันธุ์อื่น ๆ ทำให้มีการปลอมปนข้าวหอมมะลิซึ่งไม่มีการยืนยันว่าการปลอมปนข้าวหอมมะลินั้นเกิดขึ้นในระดับใด ตั้งแต่ขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือก โรงสี หรือในขั้นตอนของการส่งออก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2540 ข: 10-11) อย่างไรก็ตามประเด็นปัญหาในเรื่องการปลอมปนข้าวหอมมะลินั้นจะต้องแยกออกจากการส่งออกข้าวหอมมะลิผสมไปยังบางประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการส่งออกข้าวหอมมะลิผสมนั้นเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และมีการตกลงกันล่วงหน้าก่อนการส่งออก

ศูนย์วิจัยข้าวปทุมธานีพบว่า จากความนิยมคุณภาพของข้าวหอมมะลิของประเทศที่นำเข้าที่แตกต่างกันน่าจะเป็นอีกสาเหตุหนึ่ง ในการผสมข้าวหอมมะลิกับข้าวพันธุ์อื่น ๆ เช่น ฮองกง จีน สหรัฐอเมริกาและยุโรป นิยมข้าวหอมมะลิที่หุงสุกนุ่ม ในขณะที่มาเลเซียและสิงคโปร์นั้นนิยมข้าวที่ร่วน ไม่เหนียวและนุ่มมากนัก แต่ข้าวขาวดอกมะลิ 105 และข้าว กข 15 นั้นเป็นข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพข้าวสุกนุ่มและค่อนข้างเหนียว ดังนั้นเพื่อให้ได้คุณภาพข้าวตรงตามความต้องการของลูกค้า ในกรณีที่ต้องการข้าวที่หุงสุกค่อนข้างร่วนจึงมีการใช้ข้าวพันธุ์ กข 23 มาผสม เนื่องจากมีขนาดและรูปร่างของเมล็ดใกล้เคียงกันกับข้าวขาวดอกมะลิ 105 และข้าว กข 15 ซึ่งข้าวหอมผสมที่ส่งออกในลักษณะนี้มีการผสมในสัดส่วนที่แน่นอนและให้คุณภาพที่ชัดเจน ผู้ส่งออกได้ขายข้าวตามตัวอย่างตลาดยอมรับและไม่มีการร้องเรียนจากประเทศคู่ค้า ซึ่งการส่งออกข้าวหอมมะลิผสมนี้เป็นเรื่องที่ดี ทั้งนี้เพราะเป็นการทำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

แต่กรณีปัญหาในปัจจุบัน คือ ส่วนของการส่งออกข้าวหอมมะลิที่มีการปลอมปนจนเกิดปัญหาร้องเรียนทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ การนำข้าวพันธุ์ชัยนาท 1 ซึ่งมีปริมาณอมิโลสในแป้งสูง ข้าวเมื่อสุกแล้วร่วนแข็งมีคุณสมบัติแตกต่างจากข้าวหอมมะลิอย่างมาก รวมทั้งในการผสมไม่มีการควบคุมอัตราการผสมที่แน่นอนและสม่ำเสมอ ทำให้คุณภาพข้าวที่ได้นั้นไม่ใกล้เคียง

กับข้าวหอมมะลิแต่อย่างใด ผลของการปลอมปนข้าวหอมมะลินี้ทำให้ความนิยมข้าวหอมมะลิในต่างประเทศเสื่อม ทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีการแก้ไขปัญหาดังนี้

มาตรฐานข้าวหอมมะลิในประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดทำช่วงมาตรฐานสินค้าเกษตร ในกรณีของข้าวหอมมะลิ โดยเสนอขอความเห็นชอบจากกระทรวงพาณิชย์ และต่อมาได้มีการหารือกันระหว่างกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานข้าวหอมมะลิ ซึ่งกรมการค้าภายในพิจารณาให้ความเห็นชอบที่จะให้มีการกำหนดมาตรฐานข้าวหอมมะลิโดยสมัครใจ แต่เกรงว่าในอนาคตหากสถานะตลาดเป็นของผู้ซื้ออาจเกิดความยุ่งยากตามมาอีกมากมาย จึงเห็นควรนำเอามาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุกฎหมายใช้ก่อนในระยะแรกสำหรับตลาดในประเทศ โดยเริ่มจากการจัดทำโครงการพัฒนาคุณภาพข้าวสารบรรจุถุงเพื่อผู้บริโภค

มาตรฐานในด้านการส่งออก กรมวิชาการเกษตรมีความเห็นว่าการมีมาตรฐานข้าวหอมมะลิเป็นแนวทางช่วยให้ผู้ส่งออกมีการควบคุมคุณภาพสินค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีในการส่งออกมากกว่าผลเสีย เพราะสามารถควบคุมคุณภาพในการส่งออกโดยมีชื่อและตราของบริษัทเป็นประกัน แสดงความสม่ำเสมอและความชัดเจนในเรื่องของคุณภาพทั้งที่เป็นข้าวหอมมะลิแท้ และข้าวหอมมะลิผสมซึ่งมีการควบคุมอัตราส่วนการผสมที่แน่นอน โดยการกำหนดมาตรฐานข้าวหอมมะลิต้องเน้นทั้งการควบคุมคุณภาพทั้งในด้านกายภาพอันได้แก่ ลักษณะ ขนาดรูปร่างของเมล็ด รวมทั้งการปลอมปน และคุณสมบัติทางเคมีซึ่งเป็นลักษณะที่กำหนดคุณภาพในการหุงต้ม โดยที่มีปัญหาในการตรวจสอบ คือ ต้องมีศูนย์ตรวจสอบของหน่วยงานราชการ หรือของเอกชนที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการเพื่อให้ใบรับรองการตรวจสอบเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ ซึ่งเท่ากับเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบในด้านคุณภาพและชื่อข้าวได้ตามคุณภาพที่ต้องการ และเป็นการรักษาชื่อเสียงของข้าวหอมมะลิจากไทย

3. ปัญหาในเรื่องที่สหรัฐอเมริกาพยายามที่จะส่งเสริมข้าวพันธุ์จัสมาติ เพื่อจะแข่งขันกับข้าวหอมมะลิของไทย กล่าวคือ บริษัทไรซ์เทคซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติดำเนินธุรกิจด้านการเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา ได้นำข้าวจัสมาตินี้ออกจำหน่ายและจดทะเบียนขอรับความคุ้มครองสายพันธุ์ข้าวภายใต้กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืชของสหรัฐอเมริกา (พหุคฝน, 2541: 3) พร้อมทั้งได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าคำว่า จัสมาติ (Jasmati) ไว้กับสำนักงานสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าของสหรัฐอเมริกาด้วย กับการใช้ชื่อใกล้เคียงกับพันธุ์ข้าวดั้งเดิม ซึ่งอาจจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าข้าวดังกล่าวเป็นพันธุ์ข้าวที่ผสมขึ้นจากพันธุ์ข้าวหอมมะลิ (Jasmine) ของไทยกับข้าวบัสมาติ (Basmati) ของอินเดีย ซึ่งแท้จริงแล้วไม่ได้เป็นพันธุ์ข้าวชนิดที่เกี่ยวข้องหรือเหมือนกับข้าวหอมมะลิ หรือข้าวบัสมาติแต่อย่างใด ยกเว้นแต่เพียงแค่ชื่อที่ประทับไว้บนถุงเท่านั้น ซึ่งที่จริงแล้วข้าวจัสมาติของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทไรซ์เทคเป็นสายพันธุ์ที่พัฒนามาจากพันธุ์ข้าวเดลลา (Della) ที่ผลิตในสหรัฐอเมริกา ข้าวพันธุ์เดลลานี้เป็นข้าวพันธุ์ที่คัดพันธุ์มาจากพันธุ์ข้าวที่มาจากบริเวณเพดมอนท์ (Peidmont) ในบริเวณประเทศอิตาลี แต่บริษัทไรซ์เทคกลับใช้ชื่อข้าวของตนให้มีลักษณะเป็นข้าวจากเอเชีย เพื่อที่จะหลอกให้ผู้บริโภคเชื่อว่าข้าวที่ขายนั้น เป็นพันธุ์ผสมระหว่างข้าวหอมมะลิจากไทยกับข้าวบัสมาติจากอินเดีย นอกจากนี้ในปัจจุบันบริษัทไรซ์เทคและบริษัทอื่นๆ ในสหรัฐอเมริกากำลังวางตลาดข้าวจัสมิน แต่ขณะนี้ยังไม่ได้จดทะเบียนสิทธิบัตรสายพันธุ์ มีเพียงแต่ใช้ชื่อเพื่อประโยชน์ทางการค้าเท่านั้น (สุภา, 2541: 65) และสำหรับข้าวหอมมะลิของไทยซึ่งเป็นพันธุ์ข้าวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ต้องการอย่างมากและยังมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทางบริษัทไรซ์เทคก็กำลังทำวิจัยร่วมกับสถาบันวิจัยข้าวของจีนเพื่อพัฒนาและทำการปลูกข้าวในประเทศจีน รวมทั้งทำตลาดในนานาชาติ นอกจากนี้ในปัจจุบันนี้สหรัฐอเมริกากำลังพัฒนาข้าวพันธุ์ใหม่ นอกเหนือจากพันธุ์เดลลา คือ พันธุ์จัสมิน 85 (Jasmine 85) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขันกับข้าวหอมมะลิโดยตรง โดยเบื้องต้นแรกผลิตเพื่อป้อนตลาดในประเทศและยังไม่มีผลิตเพื่อการส่งออก เพราะยังไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพกับข้าวหอมมะลิของไทยได้ (ธนาคารกสิกรไทย, 2535: 5) ปัจจุบันมีพื้นที่เพาะปลูกประมาณปีละ 500,000 ไร่ เท่านั้น บริเวณรัฐอาร์คันซอร์ หลุยเซียน่า และเท็กซัส แต่ในอนาคตหากการพัฒนาพันธุ์ข้าวของสหรัฐอเมริกาประสบผลสำเร็จและสามารถส่งออกได้ ก็อาจจะเป็นคู่แข่งของไทยในตลาดข้าวหอมมะลิได้ จึงคาดว่า หากใครสามารถผูกขาดข้าวหอมมะลิไทยได้ย่อมหมายถึงผลตอบแทนทางธุรกิจเกินคุ้ม เมื่อถึงวันนั้นการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยไปขายยังตลาดโลกจะต้องพบกับอุปสรรคสำคัญยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย

ผลกระทบของการจัดตั้งองค์การการค้าโลก

แนวความคิดเกี่ยวกับระบบการค้าเสรีได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลานานแล้ว จนในที่สุดสามารถจัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เพื่อดูแลการค้าโลกให้เป็นไปโดยเสรีและเป็นธรรมมากที่สุด ภายใต้ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับและข้อผูกพันทางการค้าต่าง ๆ ที่ประเทศสมาชิกทั้ง 125 ประเทศได้ลงนามร่วมกันไว้ ประเทศไทยก็ได้เป็นสมาชิกเป็นประเทศหนึ่งขององค์การการค้าโลก ทำให้ประเทศไทยจะต้องปฏิบัติตามข้อผูกพันต่างๆ (เลอศักดิ์, 2540: 33) ซึ่งอาจจะทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบทางด้านต่าง ๆ รวมทั้งผลกระทบที่จะเกิดต่อข้าวไทย ซึ่งสรุปได้ดังต่อไปนี้

ผลกระทบต่อโครงสร้างการผลิตข้าวภายในประเทศ

การผลิตข้าวภายในประเทศไทยนั้นแต่เดิมมีการปลูกข้าวกันหลายพันธุ์ด้วยกัน แตกต่างกันไปตามพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ เช่น พันธุ์พื้นเมือง กข 6 กข 15 ข้าวดอกมะลิ 105 กข 21 และข้าวบาสมาดิ เป็นต้น โดยที่ข้าวพันธุ์ที่นิยมปลูกกันมาก ได้แก่ พันธุ์พื้นเมือง พันธุ์กข 6 และพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 แต่ในปัจจุบันข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 มีแนวโน้มขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น โดยขยายพื้นที่เพาะปลูกจาก 9.95 ล้านไร่ ในปี 2532/33 เป็น 15.39 ล้านไร่ ในปี 2540/41 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.73 จึงอาจกล่าวได้ว่า โครงสร้างการผลิตข้าวของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามสภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่มีลักษณะเปิดเสรีมากยิ่งขึ้น เพราะฉะนั้นเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงปัญหาการแข่งขันของข้าวคุณภาพต่ำ ซึ่งประเทศไทยเริ่มมีความเสียเปรียบประเทศคู่แข่งอื่น ๆ มากยิ่งขึ้น ไทยจึงได้เน้นให้มีปลูกข้าวคุณภาพดีโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิมากยิ่งขึ้นเพราะแรงจูงใจจากความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ก็ได้มีการพัฒนาการผลิตข้าวคุณภาพดีกันอย่างเป็นระบบ เช่น มีการคิดค้นปรับปรุงพันธุ์ที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูง การขยายพื้นที่ชลประทาน การพัฒนาประสิทธิภาพต่อหน่วยของแรงงานที่ใช้ในการปลูกข้าว การพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดแรงงานทั้งในด้านการเตรียมดิน การเพาะปลูก การดูแลรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเก็บเกี่ยว ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีในการแปรรูปข้าวที่มีประสิทธิภาพสูงเพื่อเป็นการลดต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

ผลกระทบต่อโครงสร้างการส่งออกข้าวไทย

1. การเปิดตลาดของประเทศที่เคยห้ามนำเข้า ซึ่งได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นซึ่งส่วนใหญ่นิยมบริโภคข้าวเมล็ดสั้น แต่ก็ยังมีผู้บริโภคในประเทศอีกเป็นจำนวนมากที่สามารถส่งเสริมให้เกิดความนิยมบริโภคข้าวเมล็ดยาวได้ ซึ่งทั้งประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้จะต้องเปิดตลาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ญี่ปุ่น ซึ่งได้ตกลงที่จะเปิดตลาดข้าวต่อการนำเข้าให้ได้เท่ากับร้อยละ 3 ของปริมาณข้าวที่ชาวญี่ปุ่นบริโภคในแต่ละปี ในปี พ.ศ. 2538 และจะค่อยๆเพิ่มการนำเข้าในอัตราร้อยละ 1 จนเป็นร้อยละ 8 ในปี พ.ศ. 2543 และเมื่อคิดออกมาเป็นจำนวนตันแล้ว ญี่ปุ่นจะนำเข้าประมาณ 300,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2538 และเพิ่มเป็น 800,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งปริมาณนี้ถือว่าเป็นปริมาณที่ค่อนข้างสูงในวงการค้าข้าว และอาจจะทำให้ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำข้าวเข้าข้าวรายใหญ่ที่สุดในปี พ.ศ. 2543 ก็ได้ (อัมมาร, 2537: 63)

เกาหลีใต้ ซึ่งได้กำหนดโควตาข้าวนำเข้าร้อยละ 1 ของปริมาณที่บริโภคในปี พ.ศ. 2538 และจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5 ในปี พ.ศ. 2542 คิดเป็นตันจะมีค่าประมาณ 40,000 และ 200,000 ตัน ตามลำดับ

จากการที่ประเทศต่าง ๆ ที่เคยห้ามนำเข้าข้าวต้องหันมาเปิดตลาดตามข้อผูกพันที่ทำไว้กับองค์การการค้าโลกนั้นจะเป็นผลดีต่อประเทศไทยเป็นอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นซึ่งได้นำเข้าข้าวจากไทยคิดเป็นร้อยละ 80 ของปริมาณการนำเข้าข้าวรวมทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้าวไทยนั้นเป็นข้าวคุณภาพดีและตรงกับความต้องการของญี่ปุ่นด้วย นอกจากนี้ต้นทุนการผลิตข้าวคุณภาพดีของไทยก็ยังสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ เช่น สหรัฐอเมริกา ส่วนทางด้านต้นทุนการขนส่งของไทยไปญี่ปุ่นอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่าขนส่งจากแหล่งอื่น ๆ อีกทั้งยังมีความคล่องตัวในการส่งออกที่สูงกว่า ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศต่างๆในแถบอินโดจีน

แต่อย่างไรก็ตามทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีใต้มีความต้องการข้าวเมล็ดสั้นเพื่อใช้ในการบริโภคมากกว่าข้าวเมล็ดยาว ซึ่งประเทศไทยนั้นสามารถผลิตข้าวเมล็ดยาวได้ดีกว่าการผลิตข้าวเมล็ดสั้นซึ่งผลิตได้ในจำนวนจำกัดมาก อีกทั้งคุณภาพข้าวที่ไทยผลิตได้นั้นสู้คุณภาพที่ผลิตในแคลิฟอร์เนียของสหรัฐอเมริกาไม่ได้ เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมกว่าประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นผลประโยชน์จากการเปิดตลาดข้าวของทั้งสองประเทศนี้มากนักไหนดั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าสหรัฐอเมริกาซึ่งถือว่าเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยในการส่งข้าวออกไปยังตลาดนี้ นั่นคือ ขึ้นอยู่กับว่าสหรัฐอเมริกามีการเปลี่ยนพื้นที่ที่เคยใช้ปลูกข้าวเมล็ดยาวมาปลูกข้าวเมล็ดสั้นมากน้อยแค่ไหน (อัมมาร, 2537: 63) ถ้ามีการลดพื้นที่ปลูกข้าวเมล็ดยาวเพื่อการปลูกข้าวเมล็ดสั้นมากก็จะทำให้ผลผลิตข้าวเมล็ดยาวมีจำนวนลดลง ซึ่งเป็นโอกาสอันดีที่ข้าวเมล็ดยาวของประเทศไทยจะส่งออกได้มากขึ้น และจะส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มขึ้นด้วย เพราะถึงแม้ว่าทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีได้จะนิยมบริโภคข้าวเมล็ดสั้น แต่ข้าวเมล็ดยาวโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิของไทยยังมีโอกาสจะตลาดได้ โดยเฉพาะการบริโภคในร้านอาหาร และภัตตาคาร

2. การเปิดตลาดของประเทศที่เคยให้มีการนำเข้าข้าว จากการศึกษาที่ประเทศที่เคยให้มีการนำเข้าข้าวได้แต่ก็มีการตั้งอัตราภาษีนำเข้าที่สูง แต่ผลจากข้อผูกพันทางการค้าทำให้ต้องลดอัตราภาษีนำเข้าลงนั้นจะเป็นผลดีต่อการส่งออกข้าวไทย โดยการลดภาษีนำเข้าของประเทศเหล่านั้นนั้นจะทำให้ข้าวไทยสามารถแข่งขันทางด้านราคาสูงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข้าวคุณภาพดี ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้มีการส่งเสริมให้มีการผลิต และการส่งออกข้าวคุณภาพดีให้มากขึ้น และลดการผลิตและส่งออกข้าวคุณภาพต่ำลง

ดังนั้นผลกระทบที่เกิดขึ้นซึ่งจะเป็นผลกระทบในแง่บวก อันเกิดขึ้นจากการเปิดตลาดของต่างประเทศ ทั้งที่เป็นการเปิดตลาดของประเทศที่เคยห้ามนำเข้า และการเปิดตลาดของประเทศที่เคยให้มีการนำเข้าข้าวได้ ซึ่งจะเกิดผลดีต่อการส่งออกข้าวไทยเป็นอย่างยิ่ง และมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะการส่งออกข้าวคุณภาพดี เช่น ข้าวหอมมะลิ ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดสูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยนั้นก็มีศักยภาพในการผลิตอยู่แล้ว จึงย่อมเกิดผลดีต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไทยด้วย

ผลกระทบจากการเปิดตลาดข้าวในระยะยาว

ในระยะยาวนั้นประเทศสมาชิกขององค์การการค้าโลกที่มีต้นทุนการผลิตและการส่งออกต่ำกว่า หรือใกล้เคียงกับประเทศไทยอาจจะมีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตขึ้นมา จนมีปริมาณผลผลิตเหลือจากความต้องการใช้ภายในประเทศ จึงสามารถพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออกแข่งขันกับประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต หรือแม้แต่ประเทศผู้ผลิตข้าวที่สำคัญ ๆ และมีศักยภาพในการผลิตข้าวสูงแต่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก เช่น เวียดนาม ซึ่งมีความได้เปรียบไทยในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่ามาก และระบบชลประทานที่ครอบคลุมพื้นที่ทางการเกษตรที่มากกว่าประเทศไทย ทำให้ไม่ค่อยมีปัญหาด้านการขาดแคลนน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในฤดูการทำนาซึ่งถ้าปีใดราคาข้าวในตลาดโลกต่ำมาก ๆ โอกาสที่ข้าวไทยคุณภาพต่ำจะแข่งขันทางด้านราคาจะทำได้ยาก (เลอศักดิ์, 2540: 40) ดังนั้นไทยจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้ล้าหน้าประเทศคู่แข่งเพื่อรักษาหรือขยายตลาดการค้าข้าวของไทย โดยเฉพาะข้าวคุณภาพสูง ซึ่งไทยได้มีการปรับปรุงพันธุ์ข้าวที่ได้ให้มีผลผลิตต่อไร่สูงและตรงกับความต้องการข้าวในตลาดโลกอยู่แล้ว เช่น ข้าวหอมมะลิ ซึ่งจะเป็นการใช้โอกาสทางการค้าที่มีการเปิดเสรียิ่งขึ้นในเกิดประโยชน์สูงสุด

ศักยภาพทางการแข่งขันในการส่งออกข้าวหอมมะลิ

ศักยภาพด้านการผลิต

การส่งออกข้าวคุณภาพดีของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากคู่แข่งสำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกามีการอุดหนุนทั้งในระดับการปลูกและการส่งออกข้าว แต่ภายหลังจากการเจรจาแกตต์ในกรอบอูรุกวัย ซึ่งมีการตั้งองค์การการค้าโลกทำให้สหรัฐอเมริกาต้องลดการอุดหนุนข้าวนั้นทำให้ข้าวไทยมีโอกาสในการส่งออกเพิ่มขึ้น รวมทั้งประเทศที่เคยมีการกีดกันการนำเข้าข้าวต้องเปิดตลาดนำเข้าข้าวด้วย ซึ่งตลาดที่น่าสนใจสำหรับการส่งออกข้าวของประเทศไทยคือ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยตลาดเหล่านี้ต้องการข้าวคุณภาพดี นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่า การลดการอุดหนุนการส่งออกข้าวจะมีผลทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกสูงขึ้น ร้อยละ 18.30

อย่างไรก็ตามปัญหาสำคัญอย่างยิ่งในการปลูกข้าวของไทยคือ ประสิทธิภาพในการผลิต เนื่องจากแม้ว่าไทยจะครองอันดับในการส่งออกข้าวเป็นอันดับ 1 ของโลกและเป็นประเทศที่มีการบริโภคข้าวเป็นหลักก็ตาม แต่ประสิทธิภาพการผลิตข้าวของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นแหล่งผลิตข้าวของโลก หรือแม้แต่เปรียบเทียบกับประเทศที่ปลูกข้าวในแถบเอเชียด้วยกันก็ตาม กล่าวคือ จากรายงานขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agricultural Organization: FAO) ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2534 และในปี พ.ศ. 2537-2539 พบว่าผลผลิตเฉลี่ยในการปลูกข้าวของไทยอยู่ในระดับ 336 กิโลกรัมต่อไร่ ในขณะที่ผลผลิตเฉลี่ยในการปลูกข้าวทั้งโลกประมาณ 584 กิโลกรัมต่อไร่ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของสหรัฐอเมริกาในช่วงเวลาเดียวกันเท่ากับ 1,048 กิโลกรัมต่อไร่ และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของประเทศในเอเชียเท่ากับ 596 กิโลกรัมต่อไร่ นอกจากนี้สิ่งที่เป็นตัวชี้วัดที่ดีถึงการที่ชาวนาไทยนั้นต้องเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตคือผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของไทยต่ำกว่าคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในภูมิภาคนี้อย่าง เวียดนาม พม่า และอินโดนีเซีย การที่ผลผลิตต่อไร่อยู่ในเกณฑ์ต่ำก็หมายถึงว่าต้นทุนการผลิตข้าวของไทยอยู่ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์ที่สูงกว่าประเทศต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้การที่ยังส่งออกได้ดีก็เนื่องจากคุณภาพของข้าวที่ยังไม่มีใครพัฒนาได้ทัน โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ แต่ถ้าเป็นข้าวคุณภาพต่ำแล้วไทยไม่สามารถจะแข่งขันในการส่งออกได้แล้ว ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านปัจจัยการผลิตชนิดต่างๆ ที่ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำ เช่น การขาดการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ การใช้ปุ๋ย การใช้เมล็ดพันธุ์ที่ดี ซึ่งสามารถจะให้ผลผลิตสูง ประกอบกับการที่เกษตรกรขาดแคลนเครื่องมือทุนแรงในการผลิตข้าวที่ทันสมัย เช่น เครื่องหว่านเมล็ด เครื่องเก็บเกี่ยว เครื่องนวด และเครื่องสีข้าวที่ทันสมัย เพราะเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไทยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ซึ่งยังไม่มีเงินทุนพอในการลงทุนในปัจจัยหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ อีกทั้งยังขาดความรู้ในด้านการจัดการธุรกิจฟาร์มที่ดีพออีกด้วย นอกจากนี้การผลิตข้าวของไทยในบางแห่งมีการผลิตในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมแก่การปลูกข้าว ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำทั้งสิ้น และสำหรับในปี พ.ศ. 2541 นี้การแข่งขันในการส่งออกข้าวจะทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากประเทศในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญในการผลิตข้าวก็ประสบปัญหาในทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงเช่นเดียวกัน ทำให้ประเทศเหล่านี้ต้องหันมาพึ่งพารายได้จากการส่งออกเช่นเดียวกับไทย ส่วนทางด้านประเทศคู่ค้านั้นก็มิเศรษฐกิจที่ไม่ดีนักเพราะมีการคาดว่าการส่งออกของโลกในปีหน้าจะหดตัวลง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2540 ข: 8) ดังนั้นภาวะการแข่งขันในการส่งออกจะอยู่ในเกณฑ์รุนแรงมากขึ้น ชาวนาและผู้ส่งออกของไทยต้องเร่งปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์นี้ด้วย

ศักยภาพด้านการส่งออก

ศักยภาพด้านการส่งออกนี้สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านระบบการรองรับการส่งออก ซึ่งรวมถึงตั้งแต่การค้า การขนถ่าย และการขนส่งข้ามประเทศ ซึ่งการส่งข้าวหอมมะลิของไทยไปขายยังประเทศต่าง ๆ นั้นมีการบรรจุหีบห่อข้าวหอมมะลิเพื่อการส่งออกที่ทางผู้ส่งออกได้ปรับการบรรจุให้เป็นไปตามขนาดที่ลูกค้าต้องการ เน้นการบรรจุหีบห่อให้ดูดีในสายตาของผู้บริโภค และมีตราหีบห่อกำกับทุกหีบห่อ เช่น ข้าวหอมมะลิส่งออกไปยังตลาดฮ่องกง และจีนบรรจุกระสอบเล็ก 50 กิโลกรัม รวมถึงข้าวหอมมะลิที่ส่งไปจำหน่ายยังยุโรปและแคนาดาด้วย ในขณะที่การส่งออกข้าวชนิดอื่น ๆ มักจะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศโดยการบรรจุกระสอบปาน กระสอบละ 100 กิโลกรัม นอกจากนี้ในการขนส่งข้าวหอมมะลิไปยังประเทศปลายทาง โดยใช้เรือเดินทะเลบรรทุกข้าวไปนั้น ผู้ส่งออกบางรายจะพิถีพิถันมากในการขนถ่ายลงตู้เรือใหญ่ และระมัดระวังในการจัดระวางเรือเพื่อป้องกันไม่ให้ข้าวถูกความชื้นมากจนเกินไป ซึ่งจะส่งผลให้ข้าวที่ส่งไปยังปลายทางเสื่อมคุณภาพและขึ้นรา อย่างไรก็ตามการควบคุมคุณภาพข้าวใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกมากเป็นพิเศษมากกว่าข้าวโดยปกติทั่วไป ทำให้การส่งออกข้าวหอมมะลิมีต้นทุนที่สูงกว่าข้าวทั่วไป กระบวนการดังกล่าวจะเกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้ก็ต่อเมื่อราคาที่เป็นตัวสะท้อนความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อข้าวหอมมะลิสูงกว่าข้าวโดยทั่วไปมากพอที่ความวางใจซึ่งกันและกันในระหว่างพ่อค้าในระดับต่างๆ อันเกิดขึ้นมาจากการค้าขายกันมาเป็นเวลานาน โดยไม่มีการซื้อขายกันระหว่างคู่ค้าที่แปลกหน้า ซึ่งจะแตกต่างจากการค้าข้าวทั่วไปที่มีการค้าขายกับคู่ค้าที่แปลกหน้า และถ้าจะเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นนำสำคัญของไทยนั่นคือสหรัฐอเมริกาแล้ว ด้านการบรรจุหีบห่อข้าวเพื่อการขนส่ง การขนส่งสินค้าข้ามประเทศในตลาดข้าวคุณภาพสูงในตลาดยุโรป สหรัฐอเมริกาจะมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าไทย เนื่องจากสหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งในตลาดยุโรปสูง ปริมาณข้าวที่ส่งเข้าไปในยุโรปแต่ละเที่ยวจะมีปริมาณมาก ซึ่งจะมีผลทำให้ค่าระวางเรือถูกลง และมีความได้เปรียบในด้านการขนส่งสูงกว่าไทย ในขณะที่ข้าวของไทยที่ส่งไปยังตลาดยุโรปมีปริมาณไม่มากนัก จึงทำให้ต้นทุนค่าขนส่งข้าวไทยสูงกว่าข้าวสหรัฐอเมริกา เนื่องจากมีอัตราค่าระวางเรือสูงกว่า (อัมมาร: 2537, 100) แต่ถ้าเปรียบเทียบด้านการแข่งขันของไทยกับสหรัฐอเมริกาในตลาดข้าวคุณภาพสูงแถบทวีปเอเชีย เช่น จีน ฮองกง และสิงคโปร์ เป็นต้น จะพบว่า ไทยมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าสหรัฐอเมริกา เพราะได้เปรียบในด้านราคาข้าว และค่าขนส่ง

2. ด้านระบบข้อมูล ระบบข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญของการตัดสินใจทางการค้า และการวางนโยบาย สำหรับประเทศไทยพบว่า มีการเก็บข้อมูลภายในประเทศค่อนข้างมาก แต่การเก็บกระจายไปตามหน่วยงานราชการต่าง ๆ ปัญหาที่สำคัญก็คือ การขาดการติดตามข้อมูลการผลิตในฤดูต่างๆ ของประเทศคู่แข่ง และประเทศผู้ผลิตหลัก สำหรับสมาคมผู้ส่งออกข้าวก็ไม่มีการลงทุนในระบบข้อมูลในสัดส่วนที่เหมาะสมกับระดับกิจกรรมเช่นกัน เพราะผู้ส่งออกข้าวสามารถอาศัยข้อมูลจากลูกค้า ข้อมูลปากต่อปาก และไม่เห็นคุณค่าของระบบข้อมูลที่เป็นวิชาการ สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะสมาคมผู้ส่งออกข้าวเป็นสมาคมที่ยังมีวัฒนธรรมการค้าแบบดั้งเดิม โดยอาศัยเครือข่ายเดิมซึ่งเป็นที่เชื่อถือได้เปรียบทางด้านข้อมูล และข้อมูลของแต่ละคนได้ถือเป็นส่วนความลับส่วนตัว ระบบข้อมูลทางการค้าของสมาคมจึงไม่พัฒนาเท่าที่ควร

สรุปได้ว่า ข้อได้เปรียบของการค้าข้าวไทยขึ้นอยู่กับศักยภาพทางการบริหารการค้า และการรองรับการส่งออกของธุรกิจเอกชนมากกว่าศักยภาพด้านการผลิต ยิ่งไปกว่านั้นศักยภาพด้านการผลิตที่มีอยู่นั้นค่อนข้างต่ำ ส่วนระบบข้อมูลของไทยในระดับราชการและระดับสมาคมยังไม่มีประสิทธิภาพ แต่ไม่มีผลต่อการค้าในระดับเอกชนที่ค้าข้าวอยู่เดิม ทั้งนี้เพราะเอกชนโดยส่วนตัวอาศัยข้อมูลจากเครือข่ายเดิมที่กว้างขวางอยู่แล้ว และมีเครือข่ายที่ดีกว่าประเทศคู่แข่ง

แนวโน้มของการค้าข้าวหอมมะลิ

แนวโน้มการค้าข้าวในตลาดโลก

ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาสถานการณ์การผลิต และการค้าข้าวในตลาดโลกเปลี่ยนแปลงไป ปี พ.ศ. 2538 ประเทศผู้ผลิต และผู้บริโภคข้าวรายใหญ่ของโลก คือ จีน อินเดีย เอเชีย ประสบปัญหา ด้านการผลิต ทำให้ต้องนำเข้าข้าวจากตลาดโลกเพิ่มขึ้นมาก นอกจากนี้ยังเป็นปีที่ประเทศสมาชิก ขององค์การการค้าโลก ต้องปฏิบัติตามพันธกรณี โดยเฉพาะการเปิดตลาดข้าวของญี่ปุ่น และเกาหลี ได้ ทำให้ปริมาณการค้าข้าวของโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปกติ คือ 12-14 ล้านตัน เป็น 16 และ 20 ล้านตันในปี พ.ศ. 2537 และ 2538 ตามลำดับ นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2538 สหรัฐอเมริกาได้ปรับเปลี่ยนแผนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และสามารถแข่งขันในตลาดโลก มากขึ้น โดยวางแผนลดปริมาณการผลิตข้าวเมล็ดยาวลงร้อยละ 6 และส่งเสริมการผลิตข้าวเมล็ดสั้น เพื่อตอบสนองตลาดข้าวเมล็ดสั้นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่ในปี พ.ศ. 2539 เวียดนามได้ขยายการ ส่งออกข้าวและกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับสอง รองจากประเทศไทย แทนที่สหรัฐอเมริกาซึ่ง ครองอันดับสองมานาน (พรณี, 2540: 37)

การค้าข้าวของโลกในปี พ.ศ. 2540 เป็นการค้าข้าวคุณภาพดีมากกว่าข้าวคุณภาพรอง ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าข้าวคุณภาพดี เช่น ฮองกง สิงคโปร์ รวมทั้งสหรัฐอเมริกาที่ชะลอการนำเข้า ในปี พ.ศ. 2538 เพิ่มปริมาณการนำเข้าในปี พ.ศ. 2539 ประกอบกับจีน ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้าราย สำคัญ มีความต้องการนำเข้าข้าวคุณภาพดีเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ จึงเป็นผลให้ราคา ข้าวโดยรวมสูงขึ้น ดังนั้นแนวโน้มของการค้าข้าวในอนาคตสหรัฐอเมริกาจะลดความสำคัญใน การเป็นคู่แข่งของไทย เนื่องจากมีแนวโน้มจะลดการผลิตข้าวเมล็ดยาว และขยายการผลิตข้าว เมล็ดสั้นเพิ่มขึ้น และจะกลายเป็นคู่ค้าสำคัญในอนาคตของไทย ส่วนประเทศคู่แข่งสำคัญจะกลายเป็น ประเทศในแถบเอเชียด้วยกัน ได้แก่ เวียดนาม และอินเดีย ซึ่งประเทศทั้งสองมีความได้เปรียบ ในด้านต้นทุนการผลิตทำให้ราคาข้าวต่ำกว่าข้าวไทย แต่ข้าวส่วนใหญ่ที่ส่งออกจะเป็นข้าวคุณภาพ ต่ำและในด้านคุณภาพของข้าวนั้น ข้าวของไทยยังคงมีความได้เปรียบในเรื่องคุณภาพดี โดยเฉพาะ ข้าวหอมมะลิ ซึ่งทั้งเวียดนาม และอินเดียยังต้องใช้เวลาในการปรับปรุงพันธุ์และเทคโนโลยีหลัง การเก็บเกี่ยว (เช่น การสี การเก็บรักษา และการขนส่งข้าว เป็นต้น)

แนวโน้มของการค้าข้าวหอมมะลิในระยะสั้น

ในระยะสั้นคาดว่า ข้าวหอมมะลิไทยซึ่งมีตลาดประจำอยู่แล้วนั้น จะยังสามารถส่งออกได้ตามปกติ เนื่องจากปัจจุบันในตลาดส่งออกข้าวหอมมะลินั้น ประเทศไทยยังไม่มีคู่แข่งที่ชัดเจน และคุณภาพของข้าวหอมมะลิไทยนั้นเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ความต้องการบริโภคจึงยังคงมีสูงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2540 ได้เกิดปรากฏการณ์เอลนีโญ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ก่อให้เกิดความแห้งแล้งและได้เกิดขึ้นในหลายภูมิภาคทั่วโลก จึงได้ส่งผลกระทบต่อการผลิตพืชผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก กระทั่งทำให้ประเทศผู้ผลิตข้าวรายใหญ่หลายประเทศนั้นต้องประสบปัญหาเรื่องผลผลิตไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ซึ่งอินโดนีเซียนั้นมีความต้องการนำเข้าข้าวในปี พ.ศ. 2541 นี้ไม่ต่ำกว่า 2,000,000 ตัน จากปกติอินโดนีเซียเป็นประเทศผู้ผลิตข้าวรายใหญ่รายหนึ่ง แม้ว่าจะไม่ใช่ผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ แต่หากเหตุการณ์ปกติอินโดนีเซียจะไม่ใช่ประเทศผู้นำเข้าข้าว (ฐานเศรษฐกิจ, 2541: 17-18)

ดังนั้นแนวโน้มการค้าข้าวหอมมะลิในระยะสั้น เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์โดยทั่วไป ประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่จะมีการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มขึ้น ตลาดข้าวในอนาคตจะเป็นตลาดของผู้ขาย แต่ในขณะเดียวกันการแข่งขันในระหว่างผู้ส่งออกจะมีความรุนแรงมากขึ้นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาข้าวหอมมะลิในตลาดโลก และวิกฤตการณ์ทางการเงินของประเทศในแถบเอเชียจะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การแข่งขันในด้านราคาทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

แนวโน้มของการค้าข้าวหอมมะลิในระยะยาว

ในระยะยาวหากประเทศเวียดนาม และประเทศผู้ส่งออกข้าวที่สำคัญของโลกสามารถพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่มีอยู่ให้มีคุณภาพสูงเทียบเท่ากับข้าวหอมมะลิของไทยจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกแล้ว จะทำให้การค้าข้าวหอมมะลิของไทยเป็นไปอย่างยากลำบากมากยิ่งขึ้น ดังนั้นประเทศไทยในฐานะเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ จะต้องมีการพัฒนาระบบตลาดให้เป็นผู้นำ และเป็นศูนย์กลางการค้าข้าวของโลก (พรรณี, 2540: 47) เพราะฉะนั้นในระยะยาวไทยควรจะต้องมีการปรับโครงสร้างภายใน เช่น

1. พัฒนาพันธุ์และขยายการผลิตข้าวหอมมะลิ เนื่องจากความต้องการของตลาดนั้นยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และการผลิตข้าวให้มีคุณภาพพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่งนั้นจะเป็นวิธีหนึ่งที่จะลดความกดดันจากการแข่งขันด้านราคา ประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า และสร้างโอกาสที่ดีกว่าในตลาด จะครองความเป็นผู้นำในการค้า

2. พัฒนาการบรรจุหีบห่อ นับว่ามีความจำเป็นสำหรับการส่งออกข้าวหอมมะลิ ทั้งนี้เพราะประเทศผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจดี ซึ่งประเทศเหล่านี้จะคำนึงถึงคุณภาพและรูปแบบของสินค้ามากกว่าราคา รูปแบบการบรรจุหีบห่อโดยเฉพาะการบรรจุเพื่อขายปลีก ซึ่งต้องมีความสวยงาม ทันสมัย และต้องสอดคล้องกับระเบียบข้อบังคับด้านอาหารและสุขอนามัยของประเทศผู้นำเข้า นับว่าเป็นส่วนสำคัญในการขยายตลาดข้าวหอมมะลิในประเทศที่พัฒนาแล้ว

3. ส่งเสริมให้ผู้ค้ารวมตัวกันเพื่อร่วมกันแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง โดยที่รัฐบาลนั้นอำนวยความสะดวกในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตลาดซื้อขายล่วงหน้า ตลาดกลางกรุงเทพฯ ท่าเรือ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เป็นต้น

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด

จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยนั้นเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญเพียงประเทศเดียวในโลก จึงกล่าวได้ว่า ข้าวหอมมะลิไทยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 100 ของการส่งออกข้าวหอมมะลิในแต่ละตลาดที่ส่งออกไป สำหรับสหรัฐอเมริกาที่ผลิตข้าวหอมชื่อ จัสมิน 85 เพื่อจำหน่ายแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทยนั้นมีเพียงเล็กน้อย และเป็นเพียงการผลิตเบื้องต้นเพื่อป้อนตลาดภายในประเทศและยังไม่มีส่งออก ยังไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพกับข้าวหอมมะลิของไทยได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้สหรัฐอเมริกาเป็นคู่แข่งในตลาดข้าวคุณภาพดีของไทยที่สำคัญที่ครองส่วนแบ่งตลาดข้าวคุณภาพสูงร่วมกับไทย ซึ่งในอนาคตไทยอาจจะเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับสหรัฐอเมริกาได้ ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดข้าวคุณภาพดีเพื่อให้ทราบลักษณะการเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ จีน และฮ่องกง เพื่อให้เกิดการวางแผนด้านการตลาด เพื่อให้ไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดส่วนนี้ได้ โดยการวิเคราะห์นี้จะเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง คือ สหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลปริมาณการส่งออกรายปีเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2530–2534 และปี พ.ศ. 2535–2539 (ตารางที่ 24 และ 27)

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดจีน

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดจีน (ตารางที่ 25 และ 26) จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งตลาดของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวลดลงจากร้อยละ 87.69 เป็นร้อยละ 68.16 โดยปริมาณการส่งออกข้าวของไทยได้ลดลง 435.32 พันตัน ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายขนาดตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มขึ้น 608.83 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 139.86 และเป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดลดลง 173.51 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 39.86 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า สหรัฐอเมริกานั้นยังไม่สามารถจะเป็นคู่แข่งชั้นในตลาดนี้ได้ เนื่องจากมีส่วนแบ่งในตลาดนี้เพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไทย ส่งผลให้ไทยเป็นผู้ผูกขาดการส่งออกข้าวคุณภาพดีไปยังตลาดข้าวจีนเกือบทั้งหมดในขณะนี้ และเมื่อพิจารณาผลการเปลี่ยนแปลงการขยายขนาดของตลาดปรากฏว่า ไทยและสหรัฐอเมริกาได้ประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็นผลให้การส่งออกไปยังตลาดนี้เพิ่มขึ้น โดยที่ไทยได้ประโยชน์จากการขยายขนาดของตลาดนี้มากที่สุด ส่วนการลดลงของส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยในตลาดนี้ เป็นผลมาจากจีนได้ลดปริมาณการนำเข้าข้าวคุณภาพดีลง โดยหันมาบริโภคข้าวที่ผลิตได้ในประเทศซึ่งเป็นข้าวคุณภาพปานกลางและต่ำแทน

ตารางที่ 24 ปริมาณข้าวที่จีนนำเข้าจากไทยและสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539
(พันตันข้าวสาร)

ปี พ.ศ.	ปริมาณข้าวที่จีนนำเข้า		รวมทุกประเทศ
	จากไทย	จากสหรัฐอเมริกา	
2530	314.50	0.50	407.70
2531	369.70	0.10	388.00
2532	17.40	0.40	17.80
2533	54.40	0.40	61.50
2534	95.20	0.50	95.70
2535	114.70	0.30	115.00
2536	524.00	2.20	526.20
2537	522.40	0.20	958.10
2538	1,235.70	0.10	1,963.30
2539	631.00	0.40	879.60
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2530 – 2534	170.24	0.38	194.14
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2535 – 2539	605.56	0.64	888.44

ที่มา: (United Nations, 1998)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ปริมาณนำเข้าข้าวและส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกาในตลาดจีน
ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พันตันข้าวสาร)

ปี พ.ศ.	ปริมาณนำเข้าโดยเฉลี่ย			ร้อยละของส่วนแบ่งตลาดโดยเฉลี่ย		
	รวมทุกประเทศ	จากไทย	จากสหรัฐฯ	รวมทุกประเทศ	จากไทย	จากสหรัฐฯ
2530-2534	194.14	170.24	0.38	100.00	87.69	0.20
2535-2539	888.44	605.56	0.64	100.00	68.16	0.07

ที่มา: (จากตารางที่ 24)

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกา
ในตลาดจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พันตันข้าวสาร)

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากสหรัฐอเมริกา	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด	435.32	100.00	0.26	100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่ เกิดจากขนาดของตลาด	608.83	139.86	1.40	538.46
ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่ เกิดจากการแข่งขันในตลาด	-173.51	-39.86	-1.14	-438.46

ที่มา: (คำนวณจากข้อมูลในตารางที่ 24, 25 และภาคผนวก)

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดฮ่องกง

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดฮ่องกง (ตารางที่ 28 และ 29) พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 78.49 เป็นร้อยละ 87.45 โดยปริมาณการส่งออกข้าวของไทยเพิ่มขึ้น 9.26 พันตัน ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากขนาดของตลาดลดลง 16.42 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 177.32 และเป็นผลจากการแข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น 25.68

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 277.32 ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดข้าวของสหรัฐอเมริกาลดลงจากร้อยละ 1.92 เป็นร้อยละ 0.61 และจากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวในตลาดฮ่องกงนี้ จะเห็นว่า ส่วนแบ่งตลาดของไทยจะลดลงมากกว่าสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ ไทยลดลงร้อยละ 177.32 ส่วนสหรัฐอเมริกาลดลงร้อยละ 9.66 ทั้งนี้เป็นเพราะคู่แข่งรายอื่น ๆ เข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดฮ่องกงได้มากขึ้น จึงทำให้ขนาดตลาดของทั้งสองประเทศลดลง ส่วนทางด้านการแข่งขันนั้น ประเทศไทยได้เปรียบสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ ผลจากการแข่งขันในตลาดส่วนแบ่งตลาดของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 277.32 ในขณะที่สหรัฐอเมริกาเสียเปรียบทางด้านการแข่งขัน หรือมีส่วนแบ่งตลาดลดลงร้อยละ 90.34 สาเหตุที่ข้าวไทยได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน เป็นเพราะฮ่องกงนี้เป็นตลาดข้าวคุณภาพดีของไทยอยู่เดิม และข้าวคุณภาพดีนั้นถ้าเป็นที่นิยมในตลาดแล้ว โอกาสผู้บริโภคนั้นจะไปซื้อข้าวจากแหล่งอื่นที่มีคุณภาพทัดเทียมมาบริโภคแทนนั้นเป็นไปได้ยาก

ตารางที่ 27 ปริมาณข้าวที่ฮ่องกงนำเข้าจาก ไทยและสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2530–2539 (พันตันข้าวสาร)

ปี พ.ศ.	ปริมาณข้าวที่ฮ่องกงนำเข้า		รวมทุกประเทศ
	จากไทย	จากสหรัฐอเมริกา	
2530	191.90	11.50	203.40
2531	212.60	7.10	325.70
2532	256.60	5.00	305.30
2533	280.00	4.00	385.30
2534	265.60	1.90	317.70
2535	239.00	2.10	299.20
2536	243.60	1.80	284.80
2537	243.60	1.80	284.80
2538	255.10	1.70	279.10
2539	271.70	1.40	284.90
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2530 – 2534	241.34	5.90	307.48
เฉลี่ยปี พ.ศ. 2535 – 2539	250.60	1.76	286.56

ที่มา: (United Nations, 1998)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 ปริมาณนำเข้าข้าวและส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกาในตลาดฮ่องกง
ระหว่างปี พ.ศ. 2530-2539 (พันตันข้าวสาร)

ปี พ.ศ.	ปริมาณนำเข้าโดยเฉลี่ย			ร้อยละของส่วนแบ่งตลาดโดยเฉลี่ย		
	รวมทุกประเทศ	จากไทย	จากสหรัฐฯ	รวมทุกประเทศ	จากไทย	จากสหรัฐฯ
2530-2534	307.48	241.34	5.90	100.00	78.49	1.92
2535-2539	286.56	250.60	1.76	100.00	87.45	0.61

ที่มา: (จากตารางที่ 27)

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยและสหรัฐอเมริกา
ในตลาดฮ่องกง ระหว่างปี พ.ศ. 2530-2539 (พันตันข้าวสาร)

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด	จากไทย		จากสหรัฐอเมริกา	
	ปริมาณ	ร้อยละ	ปริมาณ	ร้อยละ
ผลการเปลี่ยนแปลง ส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด	9.26	100.00	-4.14	-100.00
ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่ เกิดจากขนาดของตลาด	-16.42	-177.32	-0.40	-9.66
ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดที่ เกิดจากการแข่งขันในตลาด	25.68	277.32	-3.74	-90.34

ที่มา: (คำนวณจากข้อมูลในตารางที่ 27, 28 และภาคผนวก)

การวิเคราะห์ ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สวอท (SWOT)

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สวอท (SWOT) เป็นการวิเคราะห์และประเมินว่าธุรกิจมีจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) อย่างไร เพื่อจะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ จะนำการวิเคราะห์สวอทนี้มาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินผลการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย รวมถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถในด้านต่างๆ ของประเทศไทย เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ต่อไป โดยจะทำการวิเคราะห์จากปัจจัยทางการตลาด ต่อไปนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง (strengths)

1. ประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ที่สมบูรณ์แบบเหมาะแก่การปลูกข้าวหอมมะลิให้ได้คุณภาพดีตรงตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเมื่อเทียบกับสหรัฐอเมริกาและเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับสองและสามของโลกตามลำดับแล้ว พบว่า แม้ทั้งสองประเทศนี้จะมีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับการปลูกข้าว แต่ก็ยังไม่สามารถจะผลิตข้าวหอมมะลิให้ได้คุณภาพดีตรงตามความต้องการของตลาด และมีปริมาณเพียงเล็กน้อยเท่านั้นไม่สามารถส่งออกได้
2. มีตลาดรองรับขนาดใหญ่ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จึงมีผู้นิยมบริโภคข้าวหอมมะลิเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมจากตลาดต่างประเทศกว่า 60 ประเทศที่มีการสั่งซื้อข้าวหอมมะลิจากประเทศไทย (จิตติยา, 2539: 33)
3. ผลิตข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศจีนสั่งซื้อข้าวหอมมะลิจากไทยเพิ่มขึ้นจาก 91,314 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2535 เป็น 239,120 ตันข้าวสาร ในปี พ.ศ. 2537 เป็นต้น
4. ประเทศไทยเป็นประเทศเดียวที่สามารถผลิตข้าวหอมมะลิส่งออกได้ ดังนั้นจึงค่อนข้างที่จะเป็นผู้ส่งออกที่ผูกขาดในตลาดข้าวหอมมะลิ
5. มีแรงงานและต้นทุนค่าแรงได้เปรียบประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงมีต้นทุนค่าแรงงานที่ค่อนข้างสูงกว่าประเทศไทย
6. การบริหารการค้า และการรองรับการส่งออกของภาครัฐกิจเอกชนที่มีประสิทธิภาพ และมีเครือข่ายข้อมูลที่กว้างขวาง ตลอดจนผู้ส่งออกของไทยนั้นได้รับความเชื่อถือจากประเทศคู่ค้าในการส่งมอบข้าวได้ในปริมาณที่สม่ำเสมอ และตรงต่อเวลาตามที่ตกลงกัน

จุดอ่อน (weaknesses)

1. ขาดแคลนแรงงานในด้านการเพาะปลูก เนื่องจากเกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรม ทำให้ค่าแรงงานในการทำนาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นโดยตลอด
2. ปัจจัยการผลิตยังไม่เพียงพอและมีราคาแพง ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีฐานะยากจน จึงขาดแคลนเงินทุนในการลงทุนในด้านปัจจัยการผลิต ทำให้การใช้ปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีในการผลิตข้าวยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้ปุ๋ย การใช้เมล็ดพันธุ์ดี และการใช้เครื่องจักรที่เป็นเครื่องทุ่นแรง
3. ประสิทธิภาพในการผลิตอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ผลิตข้าวที่สำคัญ เนื่องจากการผลิตยังเป็นการผลิตแบบดั้งเดิม
4. เกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการผลิต และการตลาด จึงทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างเหมาะสมทันกับสถานการณ์
5. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถด้านการตลาดในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการบริหารงานอย่างมีระบบ
6. ขาดการกระจายข่าวสารด้านการตลาดและเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งขาดเครื่องอำนวยความสะดวกทางการค้าที่ทันสมัย เช่น ตลาดซื้อขายล่วงหน้า ทำให้ไม่สามารถตอบสนองได้ทันต่อเหตุการณ์

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอก

โอกาส (opportunities)

1. ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก มีประเทศคู่ค้าอยู่มากมายทั่วโลก จึงน่าจะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการส่งออกข้าวสู่ตลาดโลกได้ในอนาคต
2. จากการจัดตั้งองค์การการค้าโลกนั้นทำให้การค้าข้าวของโลกเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้นนั้น ทำให้เกิดตลาดข้าวใหม่ๆ มากขึ้น เช่น ตลาดข้าวในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ เป็นต้น
3. แนวโน้มการบริโภคของประชากรทั้งในและต่างประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีผู้บริโภคชาวยุโรป และอเมริกาที่เคยนิยมบริโภคขนมปังซึ่งทำมาจากข้าวสาลี เริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคโดยหันมาบริโภคข้าวมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปสรรค (threats)

1. แผนการพัฒนาด้านการผลิตไม่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอที่จะแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง
2. อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ซบเซาไปทั่วโลกในปัจจุบัน ทำให้การค้าระหว่างประเทศค่อนข้างชะงักงัน และแต่ละประเทศมีการสนับสนุนให้ใช้ผลผลิตภายในประเทศมากขึ้น เพื่อทดแทนการนำเข้า
3. ประเทศคู่ค้าที่ต้องการสั่งซื้อข้าวจากไทยส่วนใหญ่นั้นล้วนเป็นประเทศประสบปัญหาด้านการเงินทั้งสิ้น จึงมีปัญหาในเรื่องของการชำระเงิน

กลยุทธ์ในการพัฒนาข้าวหอมมะลิ

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาผลผลิต

1. การปรับปรุงผลผลิตข้าวซึ่งควรพัฒนาการผลิตข้าวให้มีประสิทธิภาพ ควรเน้นการให้ความสำคัญในการผลิตข้าวคุณภาพดีโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ ทั้งนี้เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ มีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายการผลิตข้าวหอมมะลิที่ชัดเจน
2. ส่งเสริมให้มีการใช้ปุ๋ยให้เพียงพอต่อการผลิต ได้แก่ กำหนดมาตรฐานปุ๋ยให้มีคุณภาพมาตรฐาน โดยในระยะสั้นกำหนดให้มีมาตรฐานให้ได้มาตรฐานอาเซียน ระยะกลางให้ได้มาตรฐานเอเชีย-แปซิฟิก และในระยะยาวมีการผลิตในประเทศให้เพียงพอ

กลยุทธ์ด้านการตลาด

1. ส่งเสริมการจำหน่ายข้าวหอมมะลิของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยเน้นการส่งออกให้เพิ่มขึ้น ส่งเสริมให้มีการพัฒนาหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศได้
2. ให้มีการใช้ตราสินค้าของผู้ผลิตในประเทศไทยให้ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนการส่งออก ซึ่งถ้าตราสินค้านั้นสามารถจะแสดงถึงคุณลักษณะพิเศษของข้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอมมะลิของไทยได้อย่างชัดเจน จะทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภค จนกระทั่งก่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้า และไม่เปลี่ยนไปบริโภคข้าวชนิดอื่น

3. ให้ผู้ประกอบการผลิตเน้นความสำคัญของมาตรฐานของข้าวหอมมะลิ เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพในการส่งออก และขจัดปัญหาการปลอมปนข้าวหอมมะลิที่ทำให้ผู้บริโภคเสื่อมความนิยมลงไป

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1. สนับสนุนการรวมตัวของเกษตรกร ให้มีการรวมตัวของเกษตรกรเพื่อผลในการรับเทคโนโลยี ข้าวสาร และปัจจัยการผลิต ที่จะเป็นไปอย่างทั่วถึงและตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. กำหนดเป้าหมายบุคลากรภาคการเกษตร โดยส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจ ในการผลิตข้าวหอมมะลิให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวไทยที่มีชื่อเสียงและรู้จักกันทั่วโลกนั้น จัดเป็นข้าวคุณภาพพิเศษที่ประเทศไทยส่งออก และนำเงินตราเข้าประเทศเป็นมูลค่าหลายพันล้านบาท มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวหอมมะลิที่เพิ่มส่วนแบ่งของตลาดการจำหน่ายข้าวของไทยในต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2539 เป็นปีที่ปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิสูงที่สุดถึงร้อยละ 26.54 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ประเทศไทยส่งข้าวหอมมะลิไปยังทวีปเอเชียมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ทวีปอเมริกา ตะวันออกกลาง และทวีปยุโรป ตามลำดับ จากการศึกษาปริมาณการส่งออกข้าวหอมมะลิเป็นต้นข้าวสาร พบว่า ในระหว่างปี พ.ศ. 2531–2540 ทวีปที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ได้แก่ ทวีปเอเชีย และอเมริกา ส่วนทวีปยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และโอเชียเนีย มีปริมาณการส่งออกขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่แน่นอน

จีน เป็นประเทศที่นำเข้าข้าวหอมมะลิรายใหญ่ที่สุดของไทย ตลาดข้าวหอมมะลิไทยในจีนนั้นมีแนวโน้มขยายตัวอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการเปิดประเทศเสรี ทำให้เกษตรกรของจีนหันไปปลูกพืชชนิดอื่นๆ ได้ โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นข้าว ส่งผลให้ปริมาณการผลิตข้าวในประเทศลดลงทำให้ต้องหันมาพึ่งพาการนำเข้า สำหรับสหรัฐอเมริกานั้นได้มีการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วง 2–3 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ร้อยละ 80 ของข้าวที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยเป็นข้าวหอมมะลิ และความต้องการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ส่วนฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย เป็นตลาดส่งออกประจำเดิมของข้าวหอมมะลิไทยที่มีปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยในสัดส่วนค่อนข้างสูง

สำหรับปัญหาที่พบในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย ได้แก่ ปัญหาในเรื่องของราคาของข้าวหอมมะลิที่สูงเกินกว่าประเทศคู่ค้าบางประเทศจะยอมรับได้ เนื่องจากผลผลิตข้าวหอมมะลิที่ผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ซึ่งถ้าราคาข้าวยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจจะทำให้ผู้ซื้อหันไปซื้อจากประเทศคู่แข่งทดแทนได้ ปัญหาต่อมา คือ ปัญหาในเรื่องการขาดมาตรฐานของข้าวหอมมะลิ ทำให้เกิดการปลอมปนข้าว ก่อให้เกิดความนิยมข้าวหอมมะลิในต่างประเทศเสื่อม ซึ่งทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มีการจัดทำมาตรฐานข้าวหอมมะลิที่ระดับในประเทศและระดับการส่งออกแล้ว เพื่อควบคุมคุณภาพในการส่งออก สำหรับปัญหาสุดท้าย คือ ปัญหาในเรื่องที่

สหรัฐอเมริกาพยายามส่งเสริมข้าวพันธุ์จัสมานี เพื่อแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งแท้จริงแล้วข้าวจัสมานีไม่ได้เป็นพันธุ์ข้าวที่เกี่ยวข้องหรือเหมือนกับข้าวหอมมะลิไทยแต่อย่างใด เป็นเพียงใช้ชื่อเพื่อประโยชน์ทางการค้าเท่านั้น

จากการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย พบว่า ด้านการผลิตข้าวของไทยนี้มีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นแหล่งผลิตข้าวของโลก หรือแม้แต่เปรียบเทียบกับประเทศที่ปลูกข้าวในแถบเอเชียด้วยกันก็ตาม และการที่ผลผลิตต่อไร่อยู่ในเกณฑ์ต่ำนั้นหมายถึงว่าต้นทุนการผลิตข้าวของประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าประเทศต่างๆ ด้วยการที่ยังส่งออกได้ดี ก็เนื่องจากคุณภาพของข้าวที่ยังไม่มีใครพัฒนาได้ทัน โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ แต่ถ้าเป็นข้าวคุณภาพต่ำนั้นไทยไม่สามารถจะแข่งขันในการส่งออกได้แล้ว และสำหรับด้านการส่งออกนั้น พบว่า มีศักยภาพทางการบริหารการค้าและการรองรับการส่งออกของธุรกิจเอกชนมากกว่าศักยภาพด้านการผลิต เนื่องจากเอกชนส่วนใหญ่มีเครือข่ายข้อมูลที่กว้างขวางและดีกว่าประเทศคู่แข่ง

สำหรับแนวโน้มการค้าข้าวหอมมะลิในอนาคต เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์โดยทั่วไปสรุปได้ว่า ประเทศผู้นำเข้าส่วนใหญ่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น ตลาดข้าวหอมมะลิในอนาคตจึงยังเป็นของผู้ขาย แต่ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกจะมีความรุนแรงมากขึ้นส่งผลกระทบต่อราคาข้าวของโลก โดยเฉพาะวิกฤติการณ์ทางการเงินของประเทศในแถบเอเชียจะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การแข่งขันทางด้านราคาทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น สำหรับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในตลาดส่งออกข้าวหอมมะลิของไทย พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิที่สำคัญเพียงประเทศเดียวในโลก ดังนั้นข้าวหอมมะลิของไทยจึงมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 100 ของการส่งออกข้าวหอมมะลิในแต่ละตลาดที่ส่งออกไป สำหรับสหรัฐอเมริกาที่มีการผลิตข้าวหอมชื่อจัสมิน 85 เพื่อจำหน่ายแข่งขันกับข้าวหอมมะลิไทยนั้น มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้นและเป็นเพียงการผลิตเบื้องต้นเพื่อป้อนตลาดภายในประเทศยังไม่มีส่งออก เนื่องจากข้าวพันธุ์นี้ยังไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพกับข้าวหอมมะลิของไทยได้ และถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้สหรัฐอเมริกาเป็นคู่แข่งในตลาดข้าวคุณภาพดีของไทยที่สำคัญ ที่ครองส่วนแบ่งตลาดข้าวคุณภาพสูงร่วมกับไทย ซึ่งในอนาคตไทยอาจจะเสียส่วนแบ่งตลาดให้กับสหรัฐอเมริกาได้ แต่จากการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวคุณภาพดีในตลาดจีนและฮ่องกงของไทยเปรียบเทียบกับสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2530-2539 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดจีน ส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวลดลงจากร้อยละ 87.69 เป็นร้อยละ 68.16 และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าสหรัฐอเมริกานั้นยังไม่สามารถจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดนี้ได้ เนื่องจากมีส่วนแบ่งในตลาดนี้เพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไทย จึงส่งผลให้ไทยยังคง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นผู้ผูกขาดการส่งออกข้าวคุณภาพดีไปยังตลาดข้าวจีนเกือบทั้งหมดในขณะนี้ ส่วนการลดลงของ ส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยในตลาดนี้ เป็นผลมาจากจีนได้ลดปริมาณการนำเข้าข้าวคุณภาพดีลง โดยหันมาบริโภคข้าวที่ผลิตได้ในประเทศซึ่งเป็นข้าวคุณภาพปานกลางและต่ำแทน ส่วนผลการ วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยในตลาดฮ่องกง พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของไทยใน ช่วงเวลาดังกล่าวได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 78.49 เป็นร้อยละ 87 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับสหรัฐอเมริกา พบว่า ทั้งข้าวไทยและข้าวสหรัฐอเมริกามีขนาดตลาดลดลงทั้งสองประเทศ แต่ส่วนแบ่งตลาดของ ประเทศไทยจะลดลงมากกว่าสหรัฐอเมริกา เนื่องจากคู่แข่งชั้นรายอื่นๆ เข้ามามีส่วนแบ่งใน ตลาดฮ่องกงได้มากขึ้น จึงทำให้ขนาดตลาดของทั้งสองประเทศลดลง ส่วนทางด้านการแข่งขันนั้น ไทยได้เปรียบสหรัฐอเมริกา สาเหตุที่ข้าวไทยได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน เป็นเพราะฮ่องกงนี้เป็น ตลาดข้าวคุณภาพดีของไทยอยู่เดิม และข้าวคุณภาพดีนั้นถ้าเป็นที่นิยมในตลาดแล้ว โอกาสผู้บริโภค จะหันไปซื้อข้าวจากแหล่งอื่นที่มีคุณภาพดีเทียบมามีบริโภคแทนนั้นเป็นไปได้ยาก สรุปได้ว่า ประเทศไทยยังคงผูกขาดการครองส่วนแบ่งตลาดทั้งในตลาดข้าวหอมมะลิและข้าวคุณภาพดี โดย สหรัฐอเมริกามีส่วนแบ่งในตลาดนี้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า สหรัฐอเมริกายังไม่ สามารถเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยได้ในปัจจุบัน และถ้าประเทศไทยมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ในการพัฒนาข้าวหอมมะลิ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการผลิต กลยุทธ์ด้านการตลาด และกลยุทธ์ด้านการ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จะทำให้ในอนาคตไทยจะยังคงรักษาการครอง ส่วนแบ่งตลาดข้าวคุณภาพดีได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ด้านการผลิต

1. ส่งเสริมการปลูกข้าวหอมมะลิ โดยการขยายพื้นที่การปลูกข้าวหอมมะลิให้มากขึ้น เพื่อ รองรับกับความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ
2. พื้นที่ที่จะขยายการปลูกข้าวหอมมะลินั้น ควรมีการศึกษาและกำหนดพื้นที่เป้าหมายเพื่อ การเพิ่มผลผลิตข้าวหอมมะลิให้ชัดเจนจนถึงระดับตำบล และหมู่บ้าน เพื่อให้เหมาะสมกับพันธุ์ที่ ให้ผลผลิตต่อไร่สูง หรือพันธุ์ของข้าวหอมมะลิที่ปลูกควรจะเหมาะสมกับสภาพพื้นที่และสภาพ แวดล้อมของแต่ละเขต มีความทนทานโรคและแมลงเป็นอย่างดี โดยให้สามารถระบุเป็นปริมาณ พื้นที่เพาะปลูกได้ว่า เป็นเขตข้าวหอมมะลิ เขตข้าวเจ้าพันธุ์ทั่วไป และเขตข้าวนาปรัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เร่งรัดการวิจัยการขยายพันธุ์ หรือปรับปรุงคัดพันธุ์ใหม่ที่ดีกว่าเดิม และให้ความหลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และเพื่อหาช่องทางขยายตลาดการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

4. การพัฒนาการผลิต ควรจะส่งเสริมให้มีการคำนึงถึงสภาพแวดล้อม หรือควรมุ่งเน้นการอนุรักษ์ดินมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของดินนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตข้าวหอมมะลิให้ได้คุณภาพดี จึงควรมีการส่งเสริมให้มีการใช้ปุ๋ยพืชสดควบคู่กับการใช้ปุ๋ยเคมี เพื่อลดต้นทุนการผลิต และหลีกเลี่ยงปัญหาสารเคมีตกค้างในดิน

5. ควรมุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ในด้านการจัดการฟาร์มที่ดี เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงระบบธุรกิจฟาร์มและสามารถวางแผนการผลิตได้อย่างเหมาะสม เช่น การวางแผนเกี่ยวกับช่วงเวลาเพาะปลูก ช่วงเวลาเก็บเกี่ยว และการจำหน่ายผลผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในเวลานั้นๆ รวมทั้งควรส่งเสริมให้เกษตรกรใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรเพิ่มขึ้น โดยการสนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่เกษตรกรเพื่อนำไปใช้ในการผลิตด้านต่าง ๆ เช่น การซื้อเครื่องเก็บเกี่ยวและนวดข้าว สร้างฉางเก็บข้าวเปลือก เป็นต้น

ด้านการตลาดและการส่งออก

1. การขยายตลาดข้าวหอมมะลินั้นจากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันนี้ตลาดข้าวหอมมะลิในจีนเริ่มมีปัญหา เนื่องจากการใช้ผลผลิตในประเทศทดแทนการนำเข้า ซึ่งในอนาคตนั้นจีนอาจจะไม่ใช่ตลาดข้าวหอมมะลิรายใหญ่ที่สุดของไทยก็เป็นไปได้ แต่สำหรับตลาดข้าวในเอเชียก็ยังเป็นตลาดที่สำคัญของข้าวหอมมะลิไทย เนื่องจากประชากรนิยมบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก ดังนั้นตลาดที่น่าจะขยายออกไปคือ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตามสำหรับตลาดฮ่องกง และสิงคโปร์ น่าจะยังคงเป็นตลาดที่มีความสำคัญสำหรับข้าวหอมมะลิไทย เนื่องจากมีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการสูงเพราะไม่สามารถผลิตข้าวเองได้ นอกจากตลาดในแถบเอเชียแล้ว อีกตลาดที่น่าสนใจคือ ยุโรป และตะวันออกกลาง เนื่องจากประชกรมีรายได้ต่อหัวสูง การพิจารณาสั่งซื้อข้าวจะไม่เน้นทางด้านราคาแต่จะเน้นทางด้านคุณภาพ จึงน่าจะเป็นอีกตลาดที่น่าสนใจสำหรับข้าวคุณภาพดีอย่างข้าวหอมมะลิของไทย ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องมีการพัฒนาคุณภาพข้าวหอมมะลิให้มีคุณภาพตามความต้องการของตลาดต่อไป

2. ควรมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะระบบการตลาดไทย โดยที่ผู้ส่งออกจะต้องสร้างตลาดสินค้าด้วยมาตรการการตลาดต่างๆ เช่น ข้อกำหนด หรืออาศัยหลักเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์ที่เข้มงวดขึ้น มีการคัดค้านการบรรจุที่ทันสมัย สะดวกต่อการขนส่ง และควรที่จะมีการโฆษณาสินค้าต่อตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างประเทศเพิ่มขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะการทำตลาดแบบในระยะยาว โดยผู้ส่งออกจะเกิดทักษะเพิ่มขึ้น และควรจะเกิดขึ้นในทุกระดับ ไม่เฉพาะแต่ในระดับส่งออกเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยสามารถเป็นผู้ส่งออกข้าวคุณภาพดีแข่งขันในระดับตลาดโลกได้

3. ระบบข่าวสารข้อมูลการตลาดข้าวควรจะเป็นระบบที่ดี มีความแน่นอนสูง และสามารถตอบสนองได้ทันต่อเหตุการณ์ซึ่งจะช่วยในด้านการวางแผนนโยบาย และยังช่วยให้ผู้ส่งออกข้าวรายใหม่สามารถเรียนรู้ระบบตลาดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพทางการตลาด โดยการเน้นการพัฒนา ระบบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งทางด้านการผลิต และด้านการตลาด ทั้งที่เป็นข้อมูลภายในประเทศ และข้อมูลต่างประเทศ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของประเทศคู่แข่ง เพื่อที่จะได้นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางการค้า

4. ผู้ส่งออกควรพยายามติดตาม ตรวจสอบ ดูแลข้าวที่จำหน่ายตลอดระยะเวลาทางการจำหน่าย ตั้งแต่ต้นทางจนถึงผู้บริโภค เพื่อการรักษาภาพพจน์ทางการตลาด ตลอดจนการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในอนาคต รวมทั้งควรให้ความร่วมมือทางด้านข่าวสารแก่ทางราชการ เพื่อช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนา และขยายตลาด

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2536. นโยบายข้าวปี 2537-2544. กรุงเทพมหานคร.
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2537. สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปีเพาะปลูก 2536/37.
กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2540. เป้าหมายการผลิตสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญ ปี 2540/41.
กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2541 ก. เป้าหมายการผลิตสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญ ปี 2541/42.
กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์).

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2541 ข. การผลิตและการตลาดข้าวหอมมะลิของไทย ระหว่างปี พ.ศ.
2531-2540. กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา)

จิตติยา ปิยะตระกูลรัตน์. 2539. การผลิต การตลาด และการค้าข้าว. กรุงเทพมหานคร:
ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฐานเศรษฐกิจ. 2541. กรุงเทพมหานคร. 15-18 กุมภาพันธ์ 2541: น. 17-18.

ธนาคารกสิกรไทย. 2535. “ข้าวหอมมะลิ ตลาดสดใสแต่การผลิตยังมีปัญหา”. สรุปรายชื้อธุรกิจ.
23(21): น. 1-6.

ธรรมศักดิ์ ทองเกต. 2541. “ปัญหาปลอมปนในข้าวหอมมะลิกับการแก้ไขของรัฐ”.
ส่งเสริมการเกษตร. 28(122): น. 19-28.

ปัญญาภัทร ชาระวานิช. 2539. “ข้าวหอมมะลิ...สู่ทางการตลาดแจ่มใส”. มงเศรษฐกิจ.
1(176): น. 1-3.

ปัญญาภัทร ชาระวานิช. 2541. “ข้าวปี'41...ปีทองของกระดุกสันหลังของชาติ”. มงเศรษฐกิจ.
4(470): น. 1-4.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปรางทอง จินดา. 2536. การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดข้าวไทย. กรุงเทพมหานคร:
ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พรรณี บุญงามอนงค์. 2540. “แนวโน้มตลาดการส่งออกข้าวในอนาคต”. เศรษฐกิจการพาณิชย์.
28(265): น. 37-47.
- เลอศักดิ์ บูรณะธนีง. 2540. ผลกระทบการจัดตั้งองค์การการค้าโลก. กรุงเทพมหานคร:
ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2540 ก. “ข้าวปี’40 ราคาพุ่ง สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์”. กระแสทรรศน์.
3(449): น. 1-4.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2540 ข. “ข้าวหอมมะลิส่งออกช่วยชาติ...ทางรอดยามวิกฤติ”. กระแสทรรศน์.
3(505): น. 1-22.
- สุภา ไยเมือง. 2541. “ข้าวหอมดอกมะลิภูชาติ”. ฉลาดซื้อ. 4(25): น. 64-65.
- สมศักดิ์ ศรีสังข์. 2541. “สถานการณ์ข้าวและแนวโน้มปี 2541”. เศรษฐกิจการพาณิชย์. 29(269):
น. 39-43.
- โสภณ ทองปาร. 2540. รายงานการศึกษาโครงการสินค้ายุทธศาสตร์เกษตรกรรมข้าว.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- หยาดฝน รัชโชติกานต์. 2541. “ข้าวไทย ข้าวใคร ความเกี่ยวเนื่องเรื่องสิทธิบัตร”. กรีนเนท.
1(3): น. 3-7.
- อัมมาร สยามวาลา. 2537. อนาคตข้าวไทยในระยะ 10 ปีข้างหน้า. กรุงเทพมหานคร:
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- อารีย์ เชื้อเมืองพาน. 2536. ความเป็นไปได้เชิงเศรษฐกิจในการขยายการผลิตข้าวหอมมะลิ.
เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- United Nations. 1998. FAOSTAT. <http://www.fao.org>.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

ความสามารถในการส่งออก (ตลาดจีน)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2530–2534 ณ ระดับการส่งออกปี พ.ศ. 2535–2539 (S_T)

$$S_T = 0.8769 * 888.44 = 779.07$$

ส่วนแบ่งตลาดของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2530–2534 ณ ระดับการส่งออกปี พ.ศ.

2535–2539 (S_U)

$$S_U = 0.002 * 888.44 = 1.78$$

การคำนวณผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทย

$$\text{ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด} = 605.56 - 170.24 = 435.32$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (435.32/435.32) * 100 = 100.00$$

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากขนาดของตลาด} = 779.07 - 170.24 = 608.83$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (608.83/435.32) * 100 = 139.86$$

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด} = 435.32 - 608.83 = -173.51$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (-173.51/435.32) * 100 = -39.86$$

การคำนวณผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวสหรัฐอเมริกา

$$\text{ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด} = 0.64 - 0.38 = 0.26$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (0.26/0.26) * 100 = 100.00$$

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากขนาดของตลาด} = 1.78 - 0.38 = 1.40$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (1.40/0.26) * 100 = 538.46$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\begin{aligned} \text{ที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด} &= 0.26-1.40 = -1.14 \\ \text{คิดเป็นร้อยละ} &= (-1.14/0.26) * 100 = -438.46 \end{aligned}$$

ความสามารถในการส่งออก (ตลาดฮ่องกง)

ส่วนแบ่งตลาดของไทยในปี พ.ศ. 2530–2534 ณ ระดับการส่งออกปี พ.ศ. 2535–2539 (S_T)

$$S_T = 0.7849 * 286.56 = 224.92$$

ส่วนแบ่งตลาดของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2530–2534 ณ ระดับการส่งออกปี พ.ศ. 2535–2539 (S_U)

$$S_U = 0.0192 * 286.56 = 5.50$$

การคำนวณผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวไทย

$$\text{ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด} = 250.60-241.34 = 9.26$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (9.26/9.26) * 100 = 100.00$$

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากขนาดของตลาด} = 224.92-241.34 = -16.42$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (-16.42/9.26) * 100 = -177.32$$

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด} = 9.26-(-16.42) = 25.68$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (25.68/9.26) * 100 = 277.32$$

การคำนวณผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดข้าวสหรัฐอเมริกา

$$\text{ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด} = 1.76-5.90 = -4.14$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (-4.14/4.14) * 100 = -100.00$$

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากขนาดของตลาด} = 5.50-5.90 = -0.4$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (-0.4/4.14) * 100 = -9.66$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด

$$\text{ที่เกิดจากการแข่งขันในตลาด} = (-4.14) - (-0.40) = -3.74$$

$$\text{คิดเป็นร้อยละ} = (-3.74/4.14) * 100 = -90.34$$



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้