



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
 ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย
 A study on Production and Marketing of Rice Products of Thailand

ของ

นางสาววิราภรณ์ มณีรัตน์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2543

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

6 มี.ค. 43

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

กรรมการปัญหาพิเศษ

6 มี.ค. 43

(ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร)

หัวหน้าภาควิชาฯ

6 มี.ค. 43

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

๒๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๑๘530

๒54๓



เรื่อง

การศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย
A Study on Production and Marketing of Rice Products of Thailand



เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

ปพ. คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
๒๕๖๓ เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)
๒๕๔๓ พ.ศ. ๒๕๔๓

เลขหมู่...
เลขทะเบียน... ๑๗๙๘๔
วันเดือนปี...

สงวนลิขสิทธิ์... สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า...
สงวนลิขสิทธิ์... หงสน อักษร หามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาภาวะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

โดย: นางสาววิราภรณ์ มณีรัตน์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____, 6, 5, 63

(เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ข้าวในสัดส่วนที่สูง เนื่องจากสินค้าเกษตรกรรมส่วนใหญ่เป็นการส่งออกในรูปวัตถุดิบ ซึ่งผลผลิตการเกษตรจะเป็นไปตามฤดูกาล ทำให้เกิดการผันผวนทั้งปริมาณและราคา วิธีแก้ปัญหาคือการผลิตผลการเกษตรส่วนเกินนี้สามารถทำได้โดยการแปรรูปผลิตผลการเกษตร ปัจจุบันเกษตรกรต้องเผชิญกับปัญหาการแข่งขันด้านราคาของข้าวคุณภาพต่ำ วิธีหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหานี้ได้ คือ การแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อช่วยลดผลผลิตส่วนเกินและเพิ่มมูลค่าเพิ่มข้าวให้สูงขึ้น เนื่องจากมีวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต คือ ปลายข้าวที่มีอยู่อย่างมากมาย และกรรมวิธีการผลิตไม่ยุ่งยากมากนักอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวไทยสามารถส่งออกนารายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ผลิตภัณฑ์ข้าวส่งออกที่สำคัญของไทยได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ขนมปังกรอบและแป้งแผ่น วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย รวมไปถึงศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวไปยังประเทศคู่ค้า เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

ผลการศึกษาโดยทั่วไปพบว่า ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่ละชนิดมีคู่แข่งทางการขายตัวในการส่งออกแตกต่างกันไปในแต่ละตลาด กล่าวคือ แป้งข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่มีคู่แข่งทางการขายตัวในตลาดญี่ปุ่น ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว มีคู่แข่งทางการขายตัวในการส่งออกในแคนาดา สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ขนมปังกรอบมีคู่แข่งทางการขายตัวในการส่งออกในญี่ปุ่น ส่วนแป้งแผ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาและมีแนวโน้มในการขยายการส่งออกน้อยในทุกตลาด ค่า RCA ของไทยมีค่ามากกว่า 1 ในทุกตลาดยกเว้นตลาดแป้งแผ่นในสหรัฐอเมริกา แต่ค่า RCA ในทุกตลาดมีแนวโน้มลดลง ปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวไทยได้แก่ ปัญหาคุณภาพวัตถุดิบ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาด้านเทคโนโลยีการแปรรูป ปัญหาด้านสุขอนามัย ปัญหาการเข้าถึงข่าวสารการตลาด ปัญหาสิ่งแวดล้อม และปัญหาใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการควบคุมและส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว เช่น การควบคุมการจัดตั้งโรงงาน การวิจัยเพื่อพัฒนาวัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตและการชักชวนผู้ประกอบการชาวต่างประเทศมาร่วมลงทุน เป็นต้น

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรมีความร่วมมืออย่างจริงจังจากทุกฝ่าย ในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งในขั้นพื้นฐานและประยุกต์ รวมไปถึงการเผยแพร่ผลงานวิจัยให้เข้าถึงผู้ประกอบการ ควรมีการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมข้าวให้ชัดเจน ควรมีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารการตลาดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้องทันเวลา การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ประโยชน์จากผลพลอยได้และของเสีย การขยายตลาดผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศ การเจรจาต่อรองเพื่อผ่อนปรนมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า และทั้งนี้ผู้ประกอบการเองต้องพัฒนาและปรับปรุงกิจการของตัวเองด้วย เพื่อเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยในตลาดโลก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จด้วยความเรียบร้อย ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำและคำปรึกษาตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้นจาก อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์วิรัช กระแสจักร์กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการเรียบเรียงปัญหาพิเศษ และทำให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทางผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณบรรณารักษ์ประจำห้องสมุดกรมส่งเสริมการส่งออก ที่อนุเคราะห์ไมโครฟิล์ม ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์ ขอขอบคุณครอบครัวของผู้เขียน คุณกฤติกา จรุงเรืองไสว คุณรวิรัชชัย กิตติหิรัญวัฒน์ และเพื่อน ๆ ที่ช่วยเหลือด้านข้อมูลและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้หากปัญหาพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขออภัยมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัญหาพิเศษฉบับนี้ คงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาในธุรกิจผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

วิราภรณ์ มณีรัตน์

มีนาคม 2543

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา ✓	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ✓	4
ขอบเขตของการศึกษา ✓	4
นิยามศัพท์ ✓	5
วิธีการศึกษา ✓	6
การเก็บรวบรวมข้อมูล	6
วิธีการศึกษา	6
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	7
การตรวจเอกสาร ✓	7
แนวคิดทางทฤษฎี	10
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	10
นโยบายการปกป้องประเทศ	11
แนวความได้เปรียบด้านการแข่งขัน	12
บทที่ 3 สภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย	14
สภาพทั่วไปของการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย	14
ประเภทของผลิตภัณฑ์ข้าว	14
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย	14
โครงสร้างต้นทุน	15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญ	17
ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว	17
ผลิตภัณฑ์เส้นและแผ่น	20
ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ	30
สภาพทั่วไปของการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย	34
ลักษณะของการตลาด	34
ช่องทางการตลาด	35
การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าว	35
ตลาดต่างประเทศ	36
ปัญหาและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว	48
ปัญหาของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว	48
แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว	54
บทบาทและนโยบายของรัฐที่มีผลต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว	57
บทบาทการควบคุม	57
บทบาทการส่งเสริม	58
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย	64
ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว	64
ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว	73
ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ	81
ผลิตภัณฑ์แป้งแผ่น	85
คู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย	91
ประเทศญี่ปุ่น	91
ประเทศสหรัฐอเมริกา	92
ประเทศฮ่องกง	92
ประเทศแคนาดา	93

บทที่ 5 สรุปลงและข้อเสนอแนะ

หน้า

สรุป

94

94

ข้อเสนอแนะ

95

เอกสารอ้างอิง

98

ภาคผนวก

103

ภาคผนวก ก.

104

ภาคผนวก ข.

108

ภาคผนวก ค.

118

ภาคผนวก ง.

125



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนแรงงาน กำลังการผลิต เงินทุน และจำนวน โรงงานของ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยปี พ.ศ. 2539	16
2	มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 (ล้านบาท)	38
3	มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเหนียวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 (ล้านบาท)	39
4	มูลค่าการส่งออกแป้งเส้นหมี่ กว๊วยเตี๋ยวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 (ล้านบาท)	43
5	มูลค่าการส่งออกแป้งแป้งแผ่นไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 (ล้านบาท)	45
6	มูลค่าการส่งออกแป้งขนมปังกรอบไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541 (ล้านบาท)	47
7	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	66
8	ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าว ไปยังประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2532-2541	67
9	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศฮ่องกงระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	68
10	ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าว ไปยังประเทศฮ่องกง ปี พ.ศ. 2532-2541	69
11	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	71
12	ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าว ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2532-2541	72

13	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	74
14	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2532-2541	75
15	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศญี่ปุ่นระหว่าง ปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	77
16	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเข้า เส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2532-2541	78
17	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศแคนาดาระหว่าง ปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	79
18	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเข้า เส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศแคนาดาปี พ.ศ. 2532-2541	80
19	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศญี่ปุ่นระหว่าง ปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	83
20	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกขนมอบ ของประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2532-2541	84
21	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าแป้งแผ่นของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	86
22	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งแผ่น ของประเทศสหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. 2532-2541	87
23	มูลค่าและสัดส่วนของการนำเข้าแป้งแผ่นของประเทศแคนาดาระหว่าง ปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)	89
24	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งแผ่น ของประเทศแคนาดาปี พ.ศ. 2532-2541	90

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตแป้งข้าว	20
2	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตเส้นหมี่	24
3	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตก๋วยเตี๋ยว	26
4	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตก๋วยเตี๋ยวกิ่งสำเร็จรูป	28
5	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตแป้งแผ่น	29
6	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตอารารี่	32
7	แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตเซมเบ้	33



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จะเห็นว่าเศรษฐกิจของไทยมีอัตราการขยายตัวในระดับสูง กล่าวคือ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 เศรษฐกิจของประเทศไทยได้ฟื้นตัวและขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 10.50 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ร้อยละ 5.00 ต่อปี) ถึงหนึ่งเท่าตัว ในขณะที่เดียวกัน โครงสร้างระหว่างประเทศได้ปรับตัวในลักษณะที่เปิดกว้างเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจนานาชาติมากขึ้น เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกแยกตามกลุ่มสินค้าและประเภทธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าสินค้าส่งออกภาคเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 28.50 และมูลค่าการส่งออกภาคอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 55.70 ของมูลค่าการส่งออกรวม (กระทรวงพาณิชย์, 2542ก) เมื่อพิจารณาโครงสร้างการส่งออกของไทยปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าในอดีตภาคเกษตรกรรมมีบทบาทอย่างมากในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 สินค้าภาคอุตสาหกรรมกลับมีบทบาทมากขึ้น โดยภาคเกษตรกรรมมีมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลง คือ ในปี พ.ศ. 2532 คิดเป็นร้อยละ 28.50 ในปี พ.ศ. 2541 คิดเป็นร้อยละ 13.5 ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าเกษตรกรรมส่วนใหญ่เป็นการส่งออกในรูปวัตถุดิบ ทำให้เกิดความผันผวนในปริมาณและราคา อันเป็นผลมาจากความต้องการสินค้าเกษตรทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศประกอบกับผลิตผลทางการเกษตรเป็นไปตามฤดูกาล ผลิตผลบางชนิดไม่สามารถเก็บได้นาน ทำให้คุณภาพไม่สม่ำเสมอ วิธีการแก้ปัญหาผลิตผลทางการเกษตรนี้สามารถทำได้โดยการแปรรูปผลิตผลการเกษตรที่ส่งออก โดยมีการระบุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 และ 5 ซึ่งกำหนดเป็นนโยบายหลักที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมหลักที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลการเกษตร (agricultural processing industry) ซึ่งจะเปลี่ยนผลิตผลทางการเกษตรจากสินค้าขั้นปฐม (primary products) มาเป็นสินค้าขั้นสุดท้าย (final products) และในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ได้ตั้งเป้าหมายการส่งออกมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตผลการเกษตรนอกจากจะช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิต ยังเป็นการเพิ่มรายได้และช่วยสร้างการจ้างงานให้เกิดขึ้นทั้งในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตผลทางการเกษตรที่สำคัญของประเทศไทยตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน คือ ข้าว นอกจากจะผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศแล้ว ข้าวยังเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่นำรายได้มาสู่ประเทศคิดเป็นมูลค่าหลายพันล้านบาท ในแต่ละปีไทยสามารถผลิตข้าวรวมทั้งประเทศได้ประมาณ 17-22 ล้านตัน ข้าวเปลือก ใช้บริโภคภายในประเทศประมาณ 13 ล้านตันข้าวเปลือก และส่งออกประมาณ 4-6 ล้านตันข้าวสาร โดยที่ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งของโลกติดต่อกันหลายปี ซึ่งเคยส่งออกสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 40.66 ของปริมาณการค้าข้าวของโลกหรือประมาณ 6.14 ล้านตันข้าวสารในปี พ.ศ. 2532 (กระทรวงพาณิชย์, 2542ก) แต่ภายหลังพบว่าเกษตรกรไทยยังต้องเผชิญปัญหาทั้งด้านการผลิตและการตลาด โดยที่การแข่งขันในการส่งออกมีความรุนแรงมากขึ้นโดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำปรากฏว่าเวียดนามกับจีนสามารถผลิตและขายข้าวได้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาข้าวของไทยมาก ทำให้ข้าวไทยต้องลดราคาลงเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ จึงเป็นผลให้ราคาข้าวที่เกษตรกรขายได้ในช่วงหลังมีราคาต่ำมาก วิธีการแก้ปัญหาด้านราคาของข้าวคุณภาพต่ำวิธีหนึ่ง คือ การแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น

ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตค่อนข้างสูง เนื่องจากวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต คือ ปลายข้าวหรือข้าวหักมีอยู่อย่างมากและกรรมวิธีการผลิตไม่ยุ่งยากนัก ผลิตภัณฑ์ข้าวส่วนใหญ่ที่ทำการผลิต ได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว ขนมปังกรอบ และแป้งแผ่น การผลิตส่วนใหญ่ผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ ต่อมามีการผลิตเพื่อการส่งออก โดยในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้ง 5 ชนิดมีปริมาณรวม 1,384,559.57 ตัน คิดเป็นมูลค่า 4,134.00 ล้านบาท แยกเป็นมูลค่าการส่งออกแต่ละชนิด 395.58 1,285.65 940.05 1,446.51 และ 66.24 ล้านบาทตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 9.56 31.10 22.73 34.99 และ 1.60 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดตามลำดับ (ตารางผนวกที่ 1 2 และ 3) การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยมีโอกาสการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอด ยกเว้นในปี พ.ศ. 2538 2540 และ 2541 ที่มีการชะลอตัวของการส่งออกเนื่องจากราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ก็ยังมีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะขนมปังกรอบ ยกเว้นแป้งแผ่นมีแนวโน้มลดลง กระทรวงพาณิชย์ได้รายงานตัวเลขการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวเบื้องต้นปี พ.ศ. 2542 จนถึงเดือนสิงหาคมว่ามีปริมาณการส่งออกรวม 99,126.28 ตัน เป็นมูลค่ารวม 2,571.74 ล้านบาท โดยแยกเป็นการส่งออกแป้งข้าวเจ้าปริมาณ 13,538.84 ตัน มูลค่า 228.94 ล้านบาท แป้งข้าวเหนียวปริมาณ 33,229.44 ตัน มูลค่า 663.47 ล้านบาท เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยวปริมาณ 22,921.72 ตัน มูลค่า 631.88 ล้านบาท ขนมปังกรอบปริมาณ 28,456.80 ตัน มูลค่า 994.92 ล้านบาท แป้งแผ่นปริมาณ 973.69 ตัน มูลค่า 53.46 ล้านบาท (ตารางผนวกที่ 1 และ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทยที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้ข้าว เนื่องจากใช้ข้าวหักที่มีคุณภาพต่ำ ทำรายได้ให้กับประเทศในอัตราส่วนที่สูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของโลก มีมูลค่าการส่งออกปีละกว่า 3,000 ล้านบาท แต่ในภาวะการค้าข้าวในตลาดโลกปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตการแข่งขันนับวันทวีความรุนแรงมากขึ้น ในขณะที่ศักยภาพการแข่งขันด้านราคาของข้าวไทยมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำซึ่งส่งผลกระทบต่อ การส่งออก รวมทั้งราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรจะขายได้ การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตจากข้าวคุณภาพต่ำ นอกจากจะช่วยบรรเทาปัญหาดังกล่าว ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม (value added) ในสินค้าข้าวด้วย จึงมีความพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพและพัฒนารูปแบบใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยมีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับ และนิยมบริโภคจนสามารถขยายตลาดไปอย่างกว้างขวาง ผลิตภัณฑ์ข้าวมีอยู่หลากหลายชนิด แต่ยังคงขาดความสมบูรณ์ในการกำหนดกลยุทธ์ในการสนับสนุนส่งเสริมการส่งออกและรองรับการแข่งขันในอนาคต ปัจจุบันรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อการส่งออก ได้กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ข้าวให้เป็นสินค้าในโครงการพัฒนาศักยภาพการส่งออกข้าวไทย ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 โดยอยู่ในความรับผิดชอบของกรมการค้าต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดแนวทางส่งเสริม และขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่เชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศว่า ข้าวที่ส่งออกไปจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อดังกล่าวเป็นข้าวของไทย โดยทางราชการให้การรับรองเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการขยายตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานะตลาดและปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าว แต่การส่งเสริมการส่งออกจะเป็นไปได้ด้วยดีในอนาคตจะต้องศึกษา และจัดปัญหาต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิตและการตลาด เช่น ค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น วัตถุดิบ เป็นต้น รวมถึงนโยบายมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออก รวมทั้งระเบียบการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ การกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า เพื่อเป็นการพัฒนาการผลิตและเพิ่มศักยภาพการส่งออกและการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยในอนาคต ดังนั้นจึงน่าสนใจศึกษาวิเคราะห์การผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ตลอดจนปัญหาในการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย รวมทั้งลู่ทางการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย
2. เพื่อศึกษาความมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยไปยังประเทศคู่ค้า
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกของผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย
2. ทำให้ทราบถึงศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย และสู่ทางในการขยายตลาดส่งออกให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยทำการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออก รวมถึงแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย จะพิจารณาข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 โดยจะศึกษาประเภทผลิตภัณฑ์ข้าว ตามที่ระบุในรายการสินค้าเป้าหมายการส่งออกของไทยพ.ศ. 2534 โดยจะเลือกศึกษาตลาดต่างประเทศซึ่งเป็นตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญ ได้แก่

แป้งข้าวเจ้า	ญี่ปุ่น ฮองกง สหรัฐอเมริกา
แป้งข้าวเหนียว	ญี่ปุ่น ฮองกง สหรัฐอเมริกา
เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว	สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา
ขนมปังกรอบ	ญี่ปุ่น
แป้งแผ่น	สหรัฐอเมริกา แคนาดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

แป้งข้าวเจ้า หมายถึง แป้งที่ได้จากข้าวขาว ซึ่งข้าวขาว หมายถึง ข้าวทั้งที่เป็นข้าวเต็มเมล็ดต้นข้าว ข้าวหักใหญ่ ข้าวหักหรือปลายข้าว ที่ได้จากการสีข้าวเปลือกเจ้าของพืชที่มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า ออไรซา ซาไตวา แอล. (Oryza sativa L.) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2529ก)

แป้งข้าวเหนียว หมายถึง แป้งที่ได้จากข้าวเหนียวขาว ซึ่งข้าวเหนียวขาวหมายถึง ข้าวทั้งที่เป็นข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าว ข้าวหักใหญ่ ข้าวหักหรือปลายข้าว ที่ได้จากการสีข้าวเปลือกเหนียวของพืชที่มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า ออไรซา ซาไตวา แอล. (Oryza sativa L.) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2529ข)

เส้นหมี่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้าหรือแป้งข้าวเหนียวเพียงอย่างเดียวหรือมีแป้งชนิดอื่นผสมด้วยอยู่บางส่วน มีลักษณะเป็นเส้นกลมขนาดต่าง ๆ ที่ได้ทำให้สุกและแห้งแล้ว (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2524)

ก๋วยเตี๋ยว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าวเจ้าที่ต้มหรือแป้งข้าวเจ้า ซึ่งอาจมีแป้งชนิดอื่นผสมด้วยอยู่ด้วยก็ได้ ทำให้เป็นแผ่นบาง นึ่งให้สุก ตัดเป็นเส้นแล้วทำให้แห้ง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2533ก)

แป้งแผ่น หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าวเจ้าที่ต้มหรือแป้งข้าวเจ้า ซึ่งอาจมีแป้งชนิดอื่นผสมด้วยอยู่ด้วยก็ได้ ทำให้เป็นแผ่นบาง นึ่งให้สุก ทำให้แห้ง แล้วตัดให้ได้รูปและขนาดตามต้องการ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2533ข)

อาราเระ หมายถึง ขนมปังกรอบที่ทำมาจากข้าวเหนียว หรือแป้งข้าวเหนียว โดยการนำมาผสมน้ำผ่านการนึ่งด้วยไอน้ำ การขึ้นรูป การทำให้แห้ง การทอดหรือการอบ อย่างใดอย่างหนึ่ง จากนั้นจึงปรุงด้วยซอสถั่วเหลือง ซีอิ๊วญี่ปุ่น น้ำตาลและเครื่องเทศอื่น ๆ (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539ก)

เซมเบ้ หมายถึง ขนมปังกรอบที่ทำมาจากข้าวเจ้า หรือแป้งข้าวเจ้า โดยการนำมาผสมน้ำผ่านการนึ่งด้วยไอน้ำ การขึ้นรูป การทำให้แห้ง การทอดหรือการอบ อย่างใดอย่างหนึ่ง จากนั้นจึงปรุงด้วยซอสถั่วเหลือง ซีอิ๊วญี่ปุ่น น้ำตาลและเครื่องเทศอื่น ๆ (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539ก)

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย แนวโน้มการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวในประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการตลาด ข้อมูลอนุกรมเวลาที่เกี่ยวข้องกัปริมาณ และมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 ซึ่งได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ บทความ รายงานการศึกษาและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมโรงงานอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ธนาคารแห่งประเทศไทย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ผลในเชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยใช้สถิติอย่างง่ายในรูปร้อยละหรืออัตราส่วน แสดงเป็นตารางประกอบการอธิบาย
2. การศึกษาความมีศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยซึ่งนำเอาแนวความคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมาประยุกต์ใช้ โดยวิธีพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในผลิตภัณฑ์ข้าวแต่ละชนิดในตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญอย่างไร
3. การศึกษาแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยจะนำข้อมูลที่รวบรวมและผลการศึกษาวิเคราะห์ทั้งหมดมาสรุปและอธิบาย รวมไปถึงพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นและมาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลในการส่งเสริมการส่งออก เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข รวมทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้เป็นการนำเสนอการตรวจสอบเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (comparative advantage) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ใช้เปรียบเทียบความมีศักยภาพในการส่งออกของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง นโยบายปกป้องประเทศ ได้แก่ มาตรการทางภาษีศุลกากร (tariff measures) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (non tariff measures) และแนวความคิดได้เปรียบด้านการแข่งขัน (competitive advantage) เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

การตรวจสอบเอกสาร

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2537) ได้ทำโครงการผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ที่มีอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดประเภทของอาหารที่มีแนวโน้มจะพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมส่งออกได้ในอนาคต โดยมุ่งเน้นตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประชาคมยุโรป ศึกษาศักยภาพทางด้านวัตถุดิบและตลาดภายในของวัตถุดิบ ตลอดจนขั้นตอนการผลิตและความเป็นไปได้ในการผลิต จากการศึกษาสามารถคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเป็นตัวแทนได้ คือ ผลิตภัณฑ์จากข้าว ได้แก่ ขนมอบกรอบจากข้าว ญี่ปุ่นเป็นตลาดใหญ่ที่สุด แป้งแผ่น ประเทศที่นำเข้าที่สำคัญ คือ ออสเตรเลีย แคนาดา ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ ข้าวผัดแช่เยือกแข็งมูลค่าตลาดอาหารแช่แข็งในสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้น ญี่ปุ่นก็มีการบริโภคอาหารแช่เยือกแข็งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลิตภัณฑ์จากผลไม้ ได้แก่ น้ามะพร้าวพร้อมดื่ม ตลาดได้วันและสิงคโปร์มีความต้องการสูงมาก ผลิตภัณฑ์จากข้าวโพดหวาน ได้แก่ ข้าวโพดหวานปรุงรส

จริญญา สายหยุด (2539) ได้ทำการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยใช้ทฤษฎีอรรถประโยชน์และกฎของอุปสงค์ และทฤษฎีเศรษฐกิจด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองเชิงถดถอย จากผลการศึกษารูปได้ว่าผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยมีศักยภาพที่จะขยายการส่งออก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบในตลาดญี่ปุ่น แต่มีโอกาสน้อยมากในการเจาะตลาดสหรัฐอเมริกา และประเทศอุตสาหกรรมใหม่แถบเอเชียตะวันออก สำหรับแป้งข้าวและเส้นหมี่ก๊วยเตี๋ยวมียการขยายตัวของการส่งออกเช่นกันแต่ไม่มากนัก ขณะที่แป้งแผ่นมีแนวโน้มการส่งออกลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ได้แก่ ปัญหาคุณภาพวัตถุดิบ ปัญหาในด้านสุขอนามัย ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาสิ่งแวดล้อม และปัญหาในการส่งออก รัฐบาลมีบทบาทสำคัญทั้งในการควบคุมและส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว โดยทั่วไปตัวแปรประชากรและประเทศคู่ค้าที่สำคัญ มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยมากที่สุด ส่วนตัวแปรรายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ และราคาส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย มีผลกระทบรองลงมา จากผลการศึกษาการขยายตลาดหรือการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวในอนาคต ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ

ศิริพร สัจจามันท์ (2539) ได้ทำการศึกษาถึงการพัฒนารองเท้าของอุตสาหกรรมอาหารไทย พบว่า อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปได้รับการพัฒนาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 ซึ่งในระยะแรก (ช่วง พ.ศ. 2504-2515) เป็นการลงทุนที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อการทดแทนการนำเข้า (import substitution) เป็นหลัก แต่ในช่วง พ.ศ. 2515 ประเทศไทยเปลี่ยนทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นการสนับสนุนเพื่อการส่งออกมากขึ้น ปัจจุบันรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอาหารที่ผลิตเพื่อการส่งออกมาก โดยให้ความสำคัญกับสินค้าอาหารกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้ อาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง อาหารทะเลแช่แข็ง อาหารทะเลตากแห้ง อาหารทะเลแปรรูปอื่น ๆ ผักผลไม้สดและแปรรูป ได้แก่ ผัก ผลไม้สดและแช่แข็ง และแปรรูปแช่แข็ง อาหารอื่น ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าว ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี น้ำปลาและเครื่องปรุงรสอาหาร สมุนไพรและเครื่องเทศ การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของไทย โดยรวมแล้วมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มมากขึ้นในอนาคต แม้ว่าจะมีอุปสรรคด้านมาตรการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้ารายสำคัญและสูญเสียความได้เปรียบด้านค่าแรงให้กับประเทศคู่แข่งหลายประเทศ แต่ผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของไทยยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เอื้ออำนวยอยู่มาก เช่น การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ การได้รับการสนับสนุนการส่งออกในด้านต่าง ๆ จากภาครัฐบาล ความพยายามของผู้ประกอบการในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จึงเชื่อได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหารในตลาดโลกจะยังคงขยายตัวและนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยสูงขึ้น

กระทรวงพาณิชย์ (2541ก) ได้กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ข้าวให้เป็นสินค้าในโครงการพัฒนาศักยภาพการส่งออกข้าวไทย ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 โดยอยู่ในความรับผิดชอบของกรมการค้าต่างประเทศ วัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการในการกำหนดแนวทางส่งเสริมและขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ทำให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่เชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศว่า ข้าวที่ส่งออกไปจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อดังกล่าวเป็นข้าวของไทย เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการขยายตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็น

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาวะตลาดและปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าว มีวิธีการดำเนินงาน คือ จัดจ้างบริษัทที่ปรึกษาหรือสถาบันวิจัย ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ข้าวถึงการผลิต การตลาด การส่งออก และปัญหาอุปสรรค รวมทั้งระเบียบการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศ ผู้นำเข้าที่สำคัญ จัดกิจกรรมการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ดวงตราสัญลักษณ์ข้าวไทย จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดวงตราสัญลักษณ์ข้าวไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเป็นการส่งเสริมข้าวไทยในต่างประเทศให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยการกำหนดให้มีดวงตราสัญลักษณ์ข้าวไทยที่แสดงว่าข้าวที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศนั้นเป็นข้าวจากประเทศไทย และกำหนดแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ มีตลาดเป้าหมาย คือ สหรัฐอเมริกา ได้หวัน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย สหภาพยุโรป และสาธารณรัฐเกาหลี มีระยะเวลาดำเนินการในปีงบประมาณ 2541-2543 ผู้รับผิดชอบโครงการ คือ กองการค้าข้าวพืช

กระทรวงพาณิชย์ (2541ข) ได้ทำการวิจัยสรุปได้ว่า สินค้าไทยมีศักยภาพในการขยายตลาด จะต้องมึลักษณะความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลก ซึ่งใช้วิธีวัดด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของสินค้า เป็นการวัดศักยภาพการส่งออกกับต่างประเทศ โดยวัดสัดส่วนในการส่งออกสินค้าของ ไทยโดยเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้านั้นในตลาดโลก สินค้าที่มีศักยภาพและมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับตลาดโลกจะมีค่า $RCA > 1$ สินค้าที่สำคัญได้แก่ ข้าว ผลิตภัณฑ์ข้าว ยาง ผลิตภัณฑ์ยาง อาหารทะเลกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง โดยแบ่งกลุ่มสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการขยายตลาดได้ดังนี้ กลุ่มสินค้าเกษตรพื้นฐาน สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ไก่สด แช่แข็งและแช่เย็น ไบยาสูบ ผักสดและผลไม้ กลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูปที่สำคัญ ได้แก่ น้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์ข้าว ผลิตภัณฑ์ยาง ผักกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป อาหารทะเลสด และแช่แข็ง ปลากระป๋อง กลุ่มสินค้าที่ต้องการนำเข้าวัตถุดิบ ได้แก่ อาหารสัตว์ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ (วิสกี ไวน์ และเบียร์)

ดร.ณิ เอ็ดเวิร์ด (2542) เปิดเผยว่า ไบเทคได้รับงบประมาณจากกองทุนเงินกู้เพื่อกระตุ้น เศรษฐกิจ (มิยาซาวา) ในการทำโครงการนวัตกรรมอาหารเพื่อการศึกษา ปรับปรุงและนำวัตถุดิบ รวมทั้งวัตถุดิบเหลือใช้ภายในประเทศนำมาพัฒนาเป็นสูตรอาหารแบบใหม่ ซึ่งแต่ละเรื่องจะเน้น ความหลากหลายของวัตถุดิบให้สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภท ผลิตภัณฑ์ที่คิดว่า จะช่วยกระตุ้นฐานะของเกษตรกรและคนไทยหลาย ๆ กลุ่มที่ประสบปัญหาเศรษฐกิจอยู่ในขณะนี้ คือ การนำเข้าข้าวเจ้ามาแปรรูปเป็นขนมปังเพื่อส่งออกไปขายตลาดต่างชาติ ในอนาคตขนมปัง จากแป้งข้าวเจ้าจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของขนมปังที่ทำจากแป้งสาลี และทำการศึกษารื่องเพิ่มคุณค่า

ทางอาหารเพิ่มขึ้นไปในอาหารบางชนิด เช่น เส้นก๋วยเตี๋ยว เส้นขนมจีน การทำผลิตภัณฑ์ใส่กรอก จากวัตถุดิบพื้นบ้าน เป็นต้น

แนวคิดทางทฤษฎี

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้น ๆ

สินค้าไทยมีศักยภาพในการขยายตลาดจะต้องมีลักษณะความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ ด้านความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลก ซึ่งใช้วัดด้วยดัชนีความได้เปรียบที่เปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าเป็นการวัดศักยภาพการส่งออกกับต่างประเทศ โดยวัดสัดส่วนการส่งออกสินค้าของไทย โดยเปรียบเทียบกับสัดส่วนของสินค้านั้นในตลาดโลก

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ลักษณะของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับการผลิต และการค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ ได้

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ เป็นวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี (free trade) แต่ในความเป็นจริงประเทศต่าง ๆ พยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออก โดยกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตอุตสาหกรรมภายในประเทศ ได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น ค่าธรรมเนียม กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้าพิเศษและโควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้มีผลให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงของแต่ละประเทศตามแนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

จากแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏดังกล่าว สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปัจจัยแรงงานอุดมสมบูรณ์ ดังนั้นการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยซึ่งเน้นปัจจัยแรงงาน จึงเป็นการผลิตที่เหมาะสมกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศไทย ก็แสดงว่าประเทศไทยสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งกัน แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว

เครื่องชี้ที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเรียกว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ที่ปรากฏ มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ik} = (X_{ik} / X_i) / (X_{wk} / X_w)$$

โดยที่ RCA_{ik} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้า k ของประเทศ i ในประเทศ w

X_{ik} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w = มูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ w

ในที่นี้ k = ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่ละชนิด

i = ประเทศต่าง ๆ ที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อการส่งออก

ซึ่งค่า RCA ที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งมีค่าเท่ากับหนึ่ง ดังนั้นสามารถแปลความหมายของ RCA ได้คือ

ถ้า RCA_{ik} มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างในสินค้า k เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น และประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศ w เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

ถ้า RCA_{ik} น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศ i ไม่มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างในสินค้า k เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นและประเทศ i ไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า k ไปยังประเทศ w เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ

นโยบายการปกป้องระหว่างประเทศ

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่เศรษฐกิจการค้าของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้มีการตื่นตัวและดำเนินการก่อตั้งเขตการค้าเสรีและสหภาพเศรษฐกิจมากขึ้น เช่น สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (European Free Trade Association: EFTA) เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Area: NAFTA) และเขตการค้าเสรีอาเซียน (Asean Free Trade Area: AFTA) เป็นต้น การรวมกลุ่มทางการค้าเหล่านี้ เป็นเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มโอกาสทางการค้าของประเทศในกลุ่มเดียวกัน แต่จะเป็นการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้านอกกลุ่ม โดยการตั้งกำแพงภาษี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าเข้าและวิธีการอื่น ๆ เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศตนไว้ นโยบายการปกป้องทางการค้าระหว่างประเทศสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ

1. มาตรการทางภาษีศุลกากร เป็นภาษีที่เก็บจากสินค้าผ่านเขตแดนของประเทศ มาตรการที่สำคัญ ได้แก่ ภาษีสินค้าเข้า (import duties) เก็บจากสินค้าเข้าประเทศทุกชนิด เป็นภาษีศุลกากรที่สำคัญที่สุด จุดประสงค์เพื่อปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตต่างประเทศได้ หรือเพื่อสร้างรายได้ของรัฐและเป็นการปกป้องในกรณีของประเทศที่กำลังพัฒนา ภาษีสินค้าออก (export duties) ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่ส่งสินค้าขั้นปฐม (primary products) เป็นสินค้าออกเพื่อเป็นรายได้ของรัฐ หรือทำให้สินค้าในตลาดโลกขาดแคลน ราคาตลาดโลกจะได้สูงขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ จะพิจารณาว่าประเทศไทยมีการเก็บภาษีนำเข้าและภาษีขาออกของผลิตภัณฑ์ข้าวอย่างไรและมีผลกระทบต่อการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยหรือไม่

2. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร เป็นมาตรการที่ให้การคุ้มครองโดยตรง ปัจจุบันมาตรการนี้ใช้ในประเทศที่พัฒนาและกำลังพัฒนาหลายประเทศมาตรการที่สำคัญ ได้แก่ โควตา เป็นการจำกัดสินค้าทางปริมาณ (quantitative restriction) ที่สำคัญ และใช้มากในทางการค้าระหว่างประเทศ โควตา หมายถึง การจำกัดปริมาณสินค้าภายในระยะเวลาหนึ่ง โควตาที่ใช้บังคับมี 2 ประเภท คือ โควตาในการนำเข้า (import quota) และโควตาในการส่งออก (export quota) แต่ที่สำคัญ คือ โควตาสินค้าเข้า ในการศึกษามาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรนี้ จะพิจารณาประเทศคู่ค้าของไทยว่ามีมาตรการใดบ้างที่ใช้กับประเทศไทย เพื่อที่รัฐบาลของไทยจะได้ห้ามมาตรการช่วยผ่อนคลายให้กับผู้ส่งออกของไทยไม่ให้ได้รับผลกระทบจากมาตรการเหล่านี้มากนัก

แนวคิดความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (competitive advantage) เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏจะเป็นการพิจารณาความได้เปรียบจากต้นทุน การผลิตสินค้าจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศอย่างอุดมสมบูรณ์ แต่ความได้เปรียบด้านการแข่งขันจะพิจารณาปัจจัยในด้านอื่น ๆ ด้วย โดยปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศมีอยู่ 4 กลุ่มดังนี้

1. สภาพปัจจัยการผลิตในประเทศ (factor condition) ปัจจัยการผลิตในที่นี้แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ภายในประเทศ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติแรงงานที่ไม่มีทักษะและแรงงานกึ่งมีทักษะ ส่วนปัจจัยขั้นสูง หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่มีการสร้างขึ้นใหม่หรือพัฒนามาจากปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบโครงสร้างที่ทันสมัย แรงงานที่ได้รับการฝึกอบรมในระดับสูง โดยที่ความแตกต่างของปัจจัยทั้งสองประเภทนี้อยู่ที่ระดับของการพัฒนา โดยที่ความได้เปรียบด้านการแข่งขันจากปัจจัยพื้นฐานไม่ถาวร เพราะสามารถหาสิ่งอื่น ๆ ทดแทนได้จาก ส่วนปัจจัยขั้นสูงมีความยากมากกว่าที่จะพัฒนาให้ทดแทนได้ในระยะเวลาอันสั้น จะทำให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น โดยอาศัยความได้เปรียบนี้

2. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศ (related and supporting industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิต ให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นมากขึ้น

3. กลยุทธ์ของสถานประกอบการ และสภาพการแข่งขันในประเทศ (firm strategy and rivalry) การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมกับบริษัทผู้ผลิต ในอุตสาหกรรม และการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันในประเทศ จะทำให้การผลิตที่มีประสิทธิภาพ และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ การปฏิบัติตามการบริหารและการผลิต ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

4. สภาพอุปสงค์ในประเทศ (demand conditions) จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ

โดยทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น เป็นสิ่งที่กำหนดให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ โดยในที่นี้จะพิจารณาเปรียบเทียบกับลักษณะอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย เพื่อดูแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยในตลาดโลก

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

การศึกษาในบทนี้ เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยจะศึกษาผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว ซึ่งประกอบด้วย แป้งข้าวเจ้า และแป้งข้าวเหนียว ผลิตภัณฑ์เส้นและแผ่น ซึ่งประกอบด้วย เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยวกึ่งสำเร็จรูปและแป้งแผ่น ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ ซึ่งประกอบด้วย ขนมปังอาราเร่และเซมเบ้ ในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์จะทำการศึกษาด้านวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต กำลัการผลิต การส่งออก และศักยภาพการส่งออกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังทำการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว รวมถึงมาตรการต่าง ๆ และนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

สภาพทั่วไปของการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

ประเภทของผลิตภัณฑ์ข้าว

ผลิตภัณฑ์ข้าวจำแนกได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเพื่อการบริโภค เช่น เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมปังกรอบ ก๋วยเตี๋ยวกึ่งสำเร็จรูปและแป้งแผ่น เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเพื่อการอุปโภค เช่น แป้งที่ใช้เป็นส่วนผสมของยา แป้งที่ใช้เคลือบผ้าหรือเคลือบกระดาษ แป้งทาตัวเด็ก แป้งที่ใช้เคลือบถุงมือ แต่ยังไม่นิยมใช้แป้งข้าวผลิต เนื่องจากแป้งข้าวมีราคาสูงกว่าแป้งชนิดอื่น ๆ เช่น แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวโพด ถึงแม้ว่าแป้งข้าวจะมีคุณภาพดีกว่าแป้งอื่น ๆ ก็ตาม
3. ผลิตภัณฑ์ข้าวอื่น ๆ เช่น แป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียว เป็นต้น

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

โรงงานผลิตภัณฑ์ข้าวส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ใช้แรงงานเป็นหลักทำให้โรงงานที่จดทะเบียนมีน้อยกว่าความเป็นจริง แต่ในปัจจุบันการผลิตสินค้าได้เปลี่ยนจากอุตสาหกรรมขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมเส้นไหมักวียเต็ยมีจำนวนโรงงานมากที่สุด โดยโรงงานผลิตภักณ์ขำวมีการกระจายอยู่ทั่วประเทศ (ตารางที่ 1)

อุตสาหกรรมเบ็งขำวทั้งเบ็งขำวเจ้าและเบ็งขำวเหน็ยว ส่วนใหญ่มีโรงงานอยู่ในภาคกลาง ในบริเวณที่เป็นแหล่งปลูกขำว โดยภาคอื่นมีเพียงโรงงานขนาดเล็ก อุตสาหกรรมเส้นไหมักวียเต็ยมีจำนวนโรงงานมากที่สุด โดยกระจายอยู่ทั่วประเทศและยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างแรงงานและมีเงินทุนมากที่สุดของอุตสาหกรรมผลิตภักณ์ขำวด้วย แต่ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก และการผลิตไม่ได้มาตรฐาน โดยใช้ผลิตเพื่อบริโภคภายในท้องถิ่น จึงมีปัญหาในเรื่องของวัตถุดิบ แรงงานและคุณภาพของสินค้า ส่วนโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งประสบความสำเร็จในการส่งออกและมีการพัฒนามาโดยลำดับ อุตสาหกรรมเบ็งแผ่นมีจำนวนโรงงานน้อยที่สุด การผลิตเบ็งแผ่นในประเทศไทยเกิดขึ้นบริเวณที่มีชาวเวียดนามอาศัย ในระยะแรกจะเป็นการผลิตเพื่อบริโภคในหมู่ชาวเวียดนาม แต่ต่อมาการผลิตและการค้าได้ขยายตัวอย่างมาก อันเนื่องจากชาวเวียดนามอพยพไปอยู่ในประเทศตะวันตก เช่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา มากขึ้นทำให้ความต้องการมีมากขึ้น ประกอบการผลิตเบ็งแผ่นในประเทศที่อพยพเข้าไปอยู่ไม่สามารถทำได้เพราะค่าใช้จ่ายสูง จึงทำให้มีการนำเข้าทดแทน การผลิตเบ็งแผ่นในปัจจุบันเป็นลักษณะการใช้แรงงานเป็นหลัก

ปัจจุบันอุตสาหกรรมผลิตภักณ์ขำวประกอบด้วยอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยในการจำแนกขนาดของอุตสาหกรรม ได้ยึดเอาค่าจำกัดความของขนาดโรงงาน อุตสาหกรรม กรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทที่ใช้แรงงาน (พิศาล, 2530) เป็นเกณฑ์ ดังนี้

1. โรงงานขนาดเล็ก เป็นลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือน ส่วนใหญ่ใช้มือในการผลิต อาจมีเครื่องจักรบ้างเล็กน้อย มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน
2. โรงงานขนาดกลาง มีการนำเครื่องจักรมาใช้มากขึ้น มีการจ้างงานมากกว่า 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน
3. โรงงานขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อให้ปริมาณในการผลิตเพียงพอกับความต้องการของตลาด มีการจ้างงานมากกว่า 200 คนขึ้นไป

โครงสร้างต้นทุนการผลิต

โครงสร้างต้นทุนการผลิตของผลิตภักณ์ขำวของไทย จะแตกต่างกันตามกำลังการผลิต สถานที่ตั้ง และขนาดโรงงาน ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบร้อยละ 77 ค่าแรงงานร้อยละ 7 ค่าเชื้อเพลิงร้อยละ 2 ค่าใช้จ่ายทั่วไปร้อยละ 11 อื่น ๆ ร้อยละ 3 (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 จำนวนแรงงาน กำลังการผลิต เงินทุน และจำนวนโรงงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ปี พ.ศ. 2539

อุตสาหกรรม	แป้งข้าว			เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว			ขนมปังกรอบ			แป้งแผ่น			รวม		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่	เล็ก	กลาง	ใหญ่
จำนวนโรงงาน	40	6	2	486	12	6	102	26	1	8	1	-	636	45	9
แรงงาน (คน)	580	435	5,617	3,640	1,099	7,815	1,741	2,248	390	117	148	-	6,078	3,930	13,822
แรงงานต่อ โรงงาน(คน)	14.50	72.50	2,808.50	7.51	99.91	1,302.50	17.24	86.46	390.00	14.63	148.00	-	10	87	1,536
เงินทุน (ล้านบาท)	147.10	138.00	78.95	1,398.04	149.76	526.94	570.27	823.46	337.71	5.64	16.80	-	2,121	1,128	944
เงินทุนต่อ โรงงาน (ล้านบาท)	3.87	27.60	39.48	3.05	13.61	87.82	6.07	34.31	337.71	0.70	16.80	-	3.33	25.07	104.89
เครื่องจักร (พันแรงม้า)	17.05	10.73	34.04	157.65	20.85	65.10	15.80	30.17	5.81	1.33	0.14	-	192	62	105
เครื่องจักรต่อ โรงงาน (พันแรงม้า)	0.43	1.79	17.02	0.32	1.74	10.85	0.15	5.81	5.81	0.17	0.14	-	0.30	1.38	11.67

ที่มา: (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2539)

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวมีต้นทุนด้านวัตถุดิบมากที่สุด ความสามารถในการส่งออก จึงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ราคาข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต ปริมาณและราคาผลผลิตในขณะนั้น รองลงมา คือ ค่าแรงงาน อุตสาหกรรมนี้ใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ในการผลิต ในช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวเกิดการหมุนเวียนของงานสูงมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ให้ผลตอบแทนต่อหน่วยต่ำ ดังนั้น จึงต้องจัดหาแรงงานให้เพียงพอ เพราะอาจทำให้มีปัญหาต่อการผลิตได้ หรืออาจจัดหาเครื่องจักรที่มี ประสิทธิภาพ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านเงินทุน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญ

ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว

ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว ซึ่งประกอบด้วยแป้งข้าวเจ้า และแป้งข้าวเหนียว

แป้งข้าวเจ้า หมายถึง แป้งที่ได้จากข้าวขาว ซึ่งข้าวขาว หมายถึง ข้าวทั้งที่เป็นข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าว ข้าวหักใหญ่ ข้าวหักหรือปลายข้าวที่ได้จากการสีข้าวเปลือกเจ้าของพืชที่มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ ว่า ออไรซา ซาไตวา แอล. (Oryza sativa L.) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2529ก)

แป้งข้าวเหนียว หมายถึง แป้งที่ได้จากข้าวเหนียวขาว ซึ่งข้าวเหนียวขาว หมายถึง ข้าวทั้งที่เป็นข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าว ข้าวหักใหญ่ ข้าวหักหรือปลายข้าว ที่ได้จากการสีข้าวเปลือกเหนียวของพืชที่มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า ออไรซา ซาไตวา แอล. (Oryza sativa L.) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2529ข)

คุณลักษณะที่ต้องการมีหลายอย่าง เช่น ต้องมีสีข้าวหรือข้าวขาว มีกลิ่นตามธรรมชาติ ของแป้งข้าวเจ้า และแป้งข้าวเหนียว ไม่มีกลิ่นอับ หืน เหม็นเปรี้ยว หรือกลิ่นไม่พึงประสงค์อื่น ต้องปราศจากสิ่งที่มาปะปนในแป้งข้าวเจ้าหรือแป้งข้าวเหนียว ได้แก่ สิ่งแปลกปลอมอินทรีย์ เช่น ดิน ทราย เศษโลหะ และสิ่งแปลกปลอมอินทรีย์ เช่น แมลง ชิ้นส่วนของแมลง ขนสัตว์ ส่วนของ พืชที่ไม่ใช่แป้ง ซึ่งตรวจได้ตรวจสอบได้โดยการพินิจ ลักษณะเม็ดแป้ง เมื่อดูด้วยกล้องจุลทรรศน์ (microscopic appearance) ต้องไม่พบเม็ดแป้งอื่น นอกจากเม็ดแป้งข้าวเจ้าหรือแป้งข้าวเหนียว ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ ประกอบด้วยเม็ดแป้งจับกันเป็นกลุ่ม หรือเป็นอิสระแต่ละเม็ดมี ขนาด 2 ถึง 9 ไมโครเมตร และมีลักษณะเป็นรูปทรงหลายเหลี่ยม แป้งข้าวเจ้าหรือแป้งข้าวเหนียว ต้องเป็นผงละเอียด ไม่จับกันเป็นก้อน คุณลักษณะอื่น ๆ ที่ต้องการนั้น ความชื้น เถ้าและอะมิโลส สำหรับวัตถุดิบอาหารต้องมีซัลเฟอร์ไดออกไซด์ไม่เกิน 30 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัมของแป้ง ส่วนใน ด้านสุขลักษณะ จุลินทรีย์ต้องไม่เกิน 1×10^6 โคโลนีต่อกรัม และราไม่เกิน 100 โคโลนีต่อกรัม

วัตถุดิบ

ข้าวเจ้าเป็นวัตถุดิบที่ผลิตแป้งข้าวเจ้า แหล่งผลิตที่สำคัญจะอยู่ในบริเวณที่ราบลุ่มในเขตภาคเหนือตอนล่าง ภาคกลางตอนบน และเขตปริมณฑลรอบนอก เช่น พิจิตร พิษณุโลก ชัยนาท อุทัย สุพรรณบุรี นครปฐม ปทุมธานี และบริเวณที่ราบสูง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เช่น สุรินทร์ บุรีรัมย์ ในเขตที่ราบลุ่มภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางตอนบน รวมถึงปริมณฑลรอบนอก เป็นเขตที่ได้รับน้ำชลประทานขนาดใหญ่ ทั้งโครงการเจ้าพระยาใหญ่และแม่กลองใหญ่ ผลผลิตต่อไร่จึงอยู่ในเกณฑ์สูง โดยเฉพาะการปลูกข้าวนาปรัง การเพาะปลูกในบริเวณนี้จะเป็นการเพาะปลูกที่ใช้ปัจจัยทุนทั้งสารเคมี และเครื่องจักรกลในอัตราสูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ นอกจากนี้ในบางท้องที่ของภาคกลางตอนบนและปริมณฑลรอบนอกยังสามารถทำการเพาะปลูกข้าวได้ถึง 3 ครั้งต่อปี อย่างไรก็ตามก็ดีภาวะตกต่ำของราคาข้าว ภาวะการขาดแคลนแรงงานและข้อจำกัดทางทรัพยากรน้ำที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน จะมีผลให้การปลูกข้าวในลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นกระทำได้น้อยลง สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง แม้จะมีผลิตภาพต่ำกว่าในเขตที่ราบลุ่มค่อนข้างมาก ทั้งนี้ยังทำการเพาะปลูกได้น้อยครั้งกว่า แต่ผลผลิตข้าวที่ได้รับนี้เป็นข้าวคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ

ข้าวเหนียวเป็นวัตถุดิบที่นำมาผลิตแป้งข้าวเหนียว การผลิตแป้งข้าวเหนียวส่วนใหญ่จะทำได้ในช่วงหน้าปี ผลผลิตข้าวเหนียนาปรังในแต่ละปีจะมีไม่ถึง 100,000 ตัน ซึ่งนับว่าน้อยมาก แหล่งผลิตข้าวเหนียวที่สำคัญจะอยู่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและภาคเหนือตอนบน ซึ่งเป็นเขตที่ประชากรบริโภคข้าวเหนียวมากกว่าข้าวเจ้า จังหวัดที่มีการปลูกข้าวเหนียวที่สำคัญ เช่น อุตรดิตถ์ สกลนคร มหาสารคาม ขอนแก่น ลำปาง พะเยา แต่แหล่งผลิตทั้งสองมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมากในเรื่องผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ โดยพื้นที่ในเขตภาคเหนือตอนบนจะมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่อยู่ในช่วง 400-500 กิโลกรัมต่อไร่ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จะอยู่ในช่วง 250-300 กิโลกรัมต่อไร่ ทั้งนี้เป็นเพราะสัดส่วนในพื้นที่เพาะปลูกที่ได้รับน้ำชลประทานในเขตภาคเหนือตอนบนสูงกว่าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

กรรมวิธีผลิตแป้งข้าว

กรรมวิธีการผลิตแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียวในระดับอุตสาหกรรม มีกรรมวิธีผลิต 3 วิธี คือ วิธีไม่เปียก วิธีไม่แห้ง และวิธีผสม วิธีไม่เปียกหรือไม้น้ำ แช่ว้าวสารเจ้าหรือข้าวสารเหนียวในน้ำจืดข้าวอ่อนตัวประมาณ 4-5 ชั่วโมง แล้วนำมาโม่ด้วยเครื่องไฟฟ้า ต่อจากนั้นนำไปหมუნเหียง

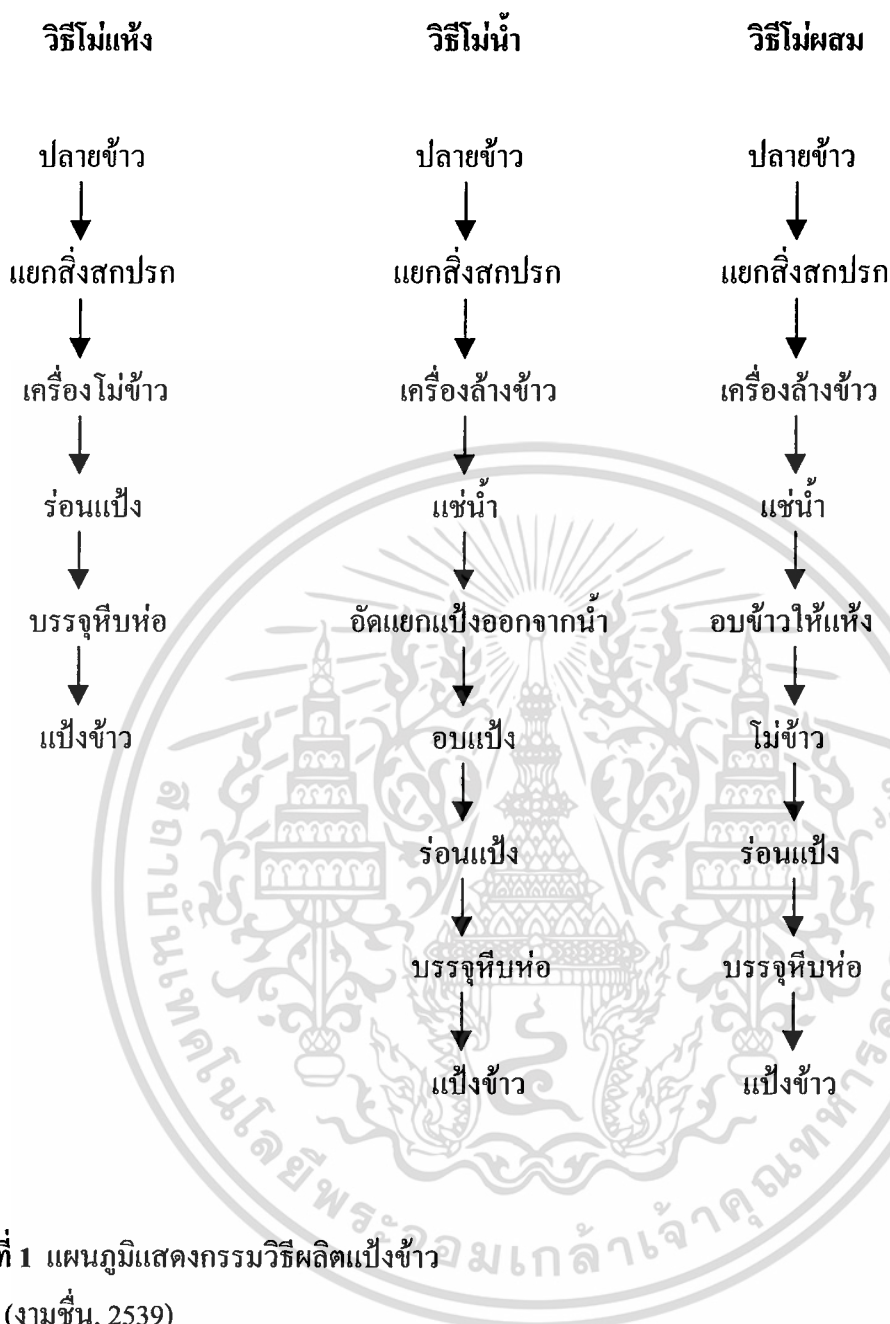
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยเครื่องหมุนเวียนเหวี่ยงเพื่อแยกเอาน้ำออกแล้วอบในเครื่องจนเหลือความชื้นประมาณร้อยละ 10-30 จึงบรรจุถุงเพื่อจำหน่ายต่อไป (ภาพที่ 1)

วิธีไม่แห้ง โมข้าวสารเจ้า หรือข้าวสารเหนียวที่แยกเอาสิ่งสกปรกต่าง ๆ ออกจนหมดด้วยเครื่องโม่ไฟฟ้าซึ่งมีตะแกรงละเอียดกั้นเอาไว้ แป้งที่บดละเอียดเล็กกว่ารูตะแกรงแล้วเท่านั้นจึงจะผ่านตะแกรงมาได้ แป้งที่ใหญ่กว่ารูตะแกรงจะถูกบดหรือโม่ซ้ำอีกจนละเอียดผ่านรูตะแกรงได้ นำแป้งที่บดจนได้ขนาดแล้วไปอบจนเหลือความชื้นประมาณร้อยละ 10-30 แล้วจึงบรรจุถุงเพื่อจำหน่ายต่อไป ในการนี้วัตถุดิบ 1 กิโลกรัม จะผลิตเป็นแป้งได้ประมาณ 0.80 กิโลกรัม บางบริษัทนิยมใช้ข้าวท่อน ซึ่งก็คือข้าวหัก 2 ส่วน หรือ 3 ส่วน เพราะปลายข้าวมีสิ่งเจือปนมาก แม้จะมีราคาถูกก็ตาม

แป้งที่ได้จากการโม่แห้งมีคุณภาพค่อนข้างต่ำกว่าการผลิตแบบโม่ น้ำ เนื่องจากเมล็ดข้าวแข็งและหยาบโดยเฉพาะบริเวณจมูกข้าว มีสิ่งเจือปนสูง การบดจะให้ละเอียดนั้นทำได้ยากมาก และมีอายุการเก็บรักษาสั้นประมาณ 3 เดือน เพราะเกิดกลิ่นหืนและถูกทำลายจากแมลงง่าย การโม่แห้งจึงใช้ค่าใช้จ่ายสูงกว่าการโม่ น้ำ การโม่ น้ำเป็นวิธีการผลิตแป้งข้าวในปัจจุบัน แป้งข้าวมีคุณภาพดีมีความละเอียดและมีสิ่งเจือปนน้อย มีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานกว่าประมาณ 1 ปี เนื่องจากการกรำข้าวบางส่วนที่ยังหลงเหลืออยู่บริเวณผิวของเมล็ดข้าวจะถูกชะล้างออกไป เทคโนโลยีการผลิตแป้งข้าวโดยวิธีโม่ น้ำได้รับการพัฒนามาช้านาน ซึ่งพันธุ์ข้าวดั้งเดิมส่วนใหญ่จะมีอะมิโลสสูง ดังนั้นการผลิตแป้งในปัจจุบันยังคงมุ่งเน้นแป้งข้าวเจ้าชนิดอะมิโลสสูง การผลิตโม่ แป้งแบบวิธีผสมเป็นการโม่ แป้งจากข้าวที่แช่น้ำและอบแห้งด้วยความร้อน แป้งในเมล็ดข้าวจะถูกทำให้สุกก่อนโม่ แป้งชนิดนี้มีคุณภาพสูงและนำไปทำขนมเฉพาะอย่าง เช่น ขนมโก๋จากแป้งข้าวเหนียว แป้งที่ผ่านการโม่ แป้งนี้ นิยมใช้ผลิตขนมทอดหรือขนมอบกรอบ ส่วนแป้งที่ผ่านการโม่ น้ำนิยมใช้ทำผลิตภัณฑ์ประเภทอบหรือหนึ่ง รวมทั้งใช้ในโรงงานผลิตก๋วยเตี๋ยว ในกรณีที่โรงงานนั้นมีวัตถุดิบไม่เพียงพอ

ลักษณะการผลิตแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียวนั้น แต่ละบริษัทจะผลิตหลายยี่ห้อ แม้ว่าจะเป็นยี่ห้อเดียวกันแต่ส่งไปคนละแหล่งก็มีคุณภาพไม่เหมือนกัน โดยผู้ซื้อจะระบุคุณภาพที่ต้องการและวัตถุประสงค์ของการใช้แป้ง ซึ่งการผลิตแป้งให้มีคุณภาพแตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้าวท่อน หรือข้าวหักที่นำมาใช้ในการผลิตแล้ว ระยะเวลาในการแช่ ล้างข้าว และการให้ความร้อนในการอบแป้งให้แห้งนั้นมีผลอย่างมากต่อคุณภาพของแป้งที่ผลิตได้ เนื่องจากระยะเวลาการแช่ข้าวที่นานพอเหมาะทำให้เมล็ดข้าวอ่อนนุ่มสามารถบดละเอียดได้มาก ส่วนการอบแห้งนั้นอุณหภูมิมีผลต่อการทำให้แป้งเปียกแตกตัวเป็นผงแป้งแห้งได้ดีมากน้อยเพียงใด



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงกรรมวิธีผลิตแป้งข้าว

ที่มา: (งามชื่น, 2539)

ผลิตภัณฑ์เส้นและแผ่น

ผลิตภัณฑ์เส้นและแผ่นที่ทำจากข้าวนั้น ประกอบด้วย เส้นหมี ก๋วยเตี๋ยว เส้นหมีกิ่งสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยวกิ่งสำเร็จรูปและแป้งแผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นหมี่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้าหรือแป้งข้าวเหนียวเพียงอย่างเดียวหรือมีแป้งชนิดอื่นผสมด้วยอยู่บางส่วน มีลักษณะเป็นเส้นกลมขนาดต่างๆ ที่ได้ทำให้สุกและแห้งแล้ว (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2524)

ก๋วยเตี๋ยว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าวเจ้าที่ต้มหรือแป้งข้าวเจ้า ซึ่งอาจมีแป้งชนิดอื่นผสมด้วยอยู่ด้วยก็ได้ ทำให้เป็นแผ่นบาง นึ่งให้สุก ตัดเป็นเส้นแล้วทำให้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2533ก)

เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยเส้นหมี่และเครื่องปรุงในอัตราส่วนที่เหมาะสม รวมบรรจุในภาชนะเดียวกันรับประทานได้หลังจากผ่านวิธีการง่าย ๆ โดยใช้เวลานึ่ง ส่วนเครื่องปรุงหมายถึง วัตถุที่ใช้เพิ่มกลิ่น รส และคุณค่าทางอาหารในเส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป เช่น ซุปแห้งหรือโปรตีนเข้มข้น เกลือ พริกไทย พริกป่น กระเทียม (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2532)

ก๋วยเตี๋ยวกึ่งสำเร็จรูป หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยเส้นก๋วยเตี๋ยว และเครื่องปรุงในอัตราส่วนที่เหมาะสมบรรจุในภาชนะเดียวกัน รับประทานได้หลังจากผ่านวิธีการง่าย ๆ โดยใช้เวลานึ่ง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2531)

แป้งแผ่น หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าวเจ้าที่ต้มหรือแป้งข้าวเจ้า ซึ่งอาจมีแป้งชนิดอื่นผสมด้วยอยู่ด้วยก็ได้ ทำให้เป็นแผ่นบาง นึ่งให้สุก ทำให้แห้ง แล้วตัดให้ได้รูปและขนาดตามต้องการ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2533ข)

คุณลักษณะที่ต้องการมีหลายอย่าง เช่น ต้องมีสีขาวหรือขาวนวล มีกลิ่นตามธรรมชาติ ไม่มีกลิ่นหืน หรือกลิ่นไม่พึงประสงค์อื่น ลักษณะเนื้อต้องนุ่มหรือเหนียว ไม่เปื่อยยุ่ย ไม่เกาะติดกัน ภายในภาชนะบรรจุเดียวกัน ต้องปราศจากสิ่งแปลกปลอม เช่น ชิ้นส่วนพืช ขนสัตว์ ซากแมลง และสัตว์ ความชื้นไม่เกินร้อยละ 10 สำหรับเส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูปและก๋วยเตี๋ยวกึ่งสำเร็จรูป ไม่เกินร้อยละ 12 สำหรับเส้นหมี่และก๋วยเตี๋ยว ไม่เกินร้อยละ 16 สำหรับแป้งการปนเปื้อนได้ ที่ภาชนะบรรจุต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียด เช่น น้ำหนักสุทธิ เดือนปีที่ทำ ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ผลิต พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายที่มีการจดทะเบียนและประเทศที่ทำ

วัตถุดิบ

วัตถุดิบในการทำเส้นหมี่ คือ ข้าวสารท่อนหรือข้าวท่อน ข้าวท่อนชนิดที่เหมาะสมในการทำเส้นหมี่จะต้องเป็นข้าวเมล็ดแข็งเป็นหลัก จึงจะได้เส้นที่เหนียว โดยทั่วไปนิยมใช้ข้าวที่ปลูกในนาดินทราย ไม่นิยมใช้ข้าวในนาปรัง ถ้าจำเป็นต้องใช้จะต้องเก็บข้าวไว้ข้ามปี วัตถุดิบข้าวที่จะใช้ในลักษณะเดียวกับวัตถุดิบของก๋วยเตี๋ยว ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญและจำเป็นของการทำเส้นหมี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที. คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

อย่างไรก็ตามความเหนียวของเส้นหมี่ยังมีส่วนมาจากกรรมวิธีการผลิตด้วย เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตเส้นหมี่ในปัจจุบันนี้ ได้นำเครื่องจักรมาใช้ ซึ่งเป็นเครื่องจักรที่ผลิตภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องขัดสิ่งสกปรก เครื่องขัดข้าว เครื่องล้างและแช่ข้าว เครื่องโม่หินไฟฟ้า เครื่องอัดแยกน้ำแป้งออก (filter press) เครื่องตีก้อนแป้งดิบ เครื่องอัดแป้งดิบ เครื่องนึ่งก้อนแป้งสุกดิบ เครื่องรีดแผ่นแป้ง เครื่องอัดเป็นเส้น เครื่องนึ่งเส้นให้สุก อ่างน้ำและเครื่องอบ

วัตถุดิบข้าวเจ้าที่ใช้ทำเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ ข้าวสารหัก หรือข้าวสารท่อน 50 เปอร์เซ็นต์ ข้าวสารหักชนิดที่เหมาะสมในการทำก๋วยเตี๋ยวนั้นคือ ข้าวเก่าที่มีอายุเก็บไม่น้อยกว่า 4 เดือน ข้าวเก่ามีคุณสมบัติดีกว่าข้าวใหม่ คือ แป้งเมื่อนึ่งแล้วจะร่วนไม่ติดเครื่องนึ่ง และเมื่อนำไปประกอบอาหารเส้นจะไม่อมน้ำ เหนียวและไม่ขาดง่าย แต่แผ่นก๋วยเตี๋ยวที่ทำจากข้าวใหม่ แผ่นจะติดสายพานเครื่องนึ่ง และเมื่อใช้ประกอบอาหารเส้นจะดูคาวมาก ข้าวสารหักชนิดที่นิยมใช้ทำก๋วยเตี๋ยว ได้แก่ ข้าวชนิดเมล็ดแข็ง มีอะมิโลสสูงกว่าร้อยละ 28 หรือข้าวชนิดที่ปลูกในดินนาทราย ข้าวชนิดนี้จะเก็บไว้ประมาณ 3-6 เดือน ก็จะมีคุณลักษณะเหมือนข้าวเก่า แต่ถ้าเป็นข้าวอ่อน หรือข้าวนาปรัง หรือข้าวที่ปลูกในนาดินเหนียว ข้าวชนิดนี้ต้องเก็บไว้ค้างปี จึงเป็นข้าวเก่าและนำมาใช้ได้ นอกจากนี้ข้าวชนิดแข็ง ยังทำให้ได้เนื้อก๋วยเตี๋ยวมากกว่า เพราะข้าวแข็งมีคุณสมบัติดูดน้ำและขยายตัวได้สูงกว่า อัตราการสูญเสียน้ำที่เกิดจากการล้างน้ำน้อยกว่า อย่างไรก็ตามการใช้ข้าวเก่าทั้งหมดอาจจะทำให้เส้นก๋วยเตี๋ยวแข็งกระด้างเกินไป จึงมีการเจือปนข้าวใหม่ข้างเล็กน้อย บางโรงงานอาจมีการเจือแป้งชนิดอื่น เช่น แป้งมันสำปะหลัง ส่วนผสมนี้ไม่อาจจะกำหนดแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับ การทดลองนึ่งเล็กน้อยก่อน แล้วจึงผสมน้ำแป้งจนได้ส่วนผสมที่พอเหมาะ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงงานผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวนั้น ในปัจจุบันจะเป็นเครื่องจักรที่ประกอบขึ้นในประเทศ เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องเป่า เครื่องอบแห้ง เครื่องล้าง เครื่องอบไอน้ำ (อุโมงค์ไอน้ำ) เครื่องโม่หินไฟฟ้า ขนาดของเครื่องจักรมีแตกต่างกันไป คือ ความยาวของอุโมงค์ไอน้ำ เครื่องจักรส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่ง คือ เครื่องอบแห้ง ซึ่งจะมีขนาดชั้นของการอบแห้งแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังประกอบด้วยเครื่องตัดก๋วยเตี๋ยว

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแป้งแผ่น คือ ข้าวสารหักทั้งข้าวท่อน และปลายข้าวแต่นิยมใช้ข้าวท่อนมากกว่าเนื่องจากมีส่วนสกปรกปนน้อยกว่า ข้าวสารเจ้าหักที่เหมาะสมจะนำมาใช้ทำแป้งแผ่นควรเป็นข้าวสารเจ้าหักชนิดแข็งเท่านั้น ข้าวสารชนิดอ่อน รวมทั้งข้าวหอมมะลิไม่เหมาะต่อการนำมาทำแป้งแผ่น เนื่องจากคุณสมบัติทางเคมีของข้าวทั้งสองชนิดแตกต่างกัน กล่าวคือ ข้าวสารหักชนิดแข็งมีโมเลกุลของเม็ดแป้งละลายน้ำได้น้อยกว่าข้าวสารเจ้าหักชนิดอ่อน ขณะเดียวกันก็ดูดน้ำได้มากทำให้เมื่อนำข้าวหักมาไม่เป็นน้ำแป้ง และผ่านความร้อนแล้วผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีความคงรูป

เหนียว ไม่ขาดง่าย และจะให้ผลผลิตมากกว่าข้าวสารเจ้าหักชนิดอ่อน นอกจากนี้ในขั้นตอนการล้างข้าวสารเจ้าหักยังมีการสูญเสียน้อยกว่าข้าวสารเจ้าชนิดอ่อน (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2537)

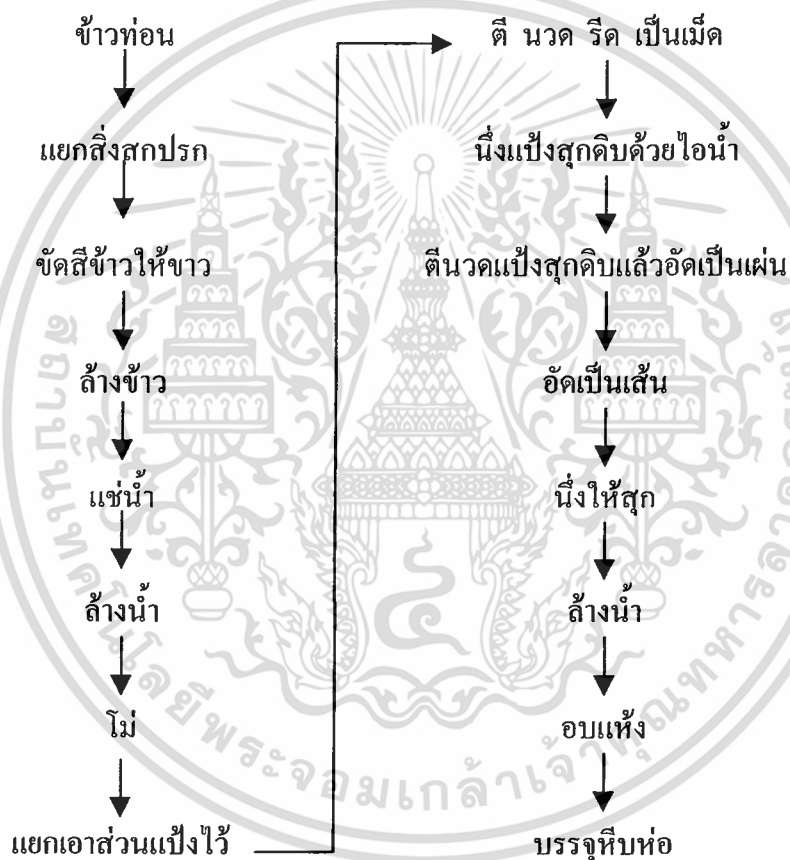
กรรมวิธีการผลิตเส้นหมี่

1. ทำความสะอาด (ภาพที่ 2) นำข้าวเจ้าท่อนมาแยกเอาสิ่งเจือปนออกด้วยเครื่องแยก แล้วนำเข้าเครื่องขัดรำที่ติดมาออก เพื่อให้ได้ข้าวท่อนที่มีสีขาว
2. ล้างและแช่ ในการล้างข้าวจะใช้เครื่องทุบแรงล้าง เครื่องล้างจะช่วยขัดสีผิวของเมล็ดขณะที่หมุน เมื่อล้าง 3-4 ครั้งแล้ว จึงแช่ข้าวนาน 1-2 ชั่วโมง เพื่อให้เมล็ดข้างพอง ระยะเวลาแช่แล้วแต่ชนิดของข้าวที่ได้มาในแต่ละครั้ง เมล็ดข้าวที่ล้างสะอาดจริง ๆ มีผลให้ได้เส้นหมี่ที่ขาวและสะอาดปราศจากสีและสิ่งเจือปนอื่นเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์
3. โม่ ข้าวท่อนที่แช่น้ำจนพองตัวจะนุ่มง่ายต่อการโม่ การโม่จะใช้เครื่องโม่ไฟฟ้าจะต้องโม่ให้ละเอียด เช่นเดียวกับการทำเส้นก๋วยเตี๋ยว หลังจากการโม่แล้วจะได้น้ำแป้งข้น
4. การแยกแป้ง น้ำแป้งข้นจะเข้าเครื่องอัดแยกส่วนที่เป็นน้ำออก ด้วยเครื่องอัดที่เรียกว่าฟิวเตอร์เพรส (filter press) จะได้ก้อนแป้งที่มีความชื้นอยู่
5. การตีแป้ง นวดและอัดเป็นเม็ด ก้อนแป้งจะถูกนำเข้าเครื่องตีแป้งและนวดไปด้วยผ่านเข้าเครื่องอัดเม็ด การนวดมีผลต่อความเหนียวของแป้งด้วย จึงมีความจำเป็นต้องนวดจนกว่าจะได้อความเหนียวที่ต้องการ
6. การนึ่งแป้งสุกดิบ เม็ดแป้งจะเข้าสู่เครื่องนึ่งไอน้ำด้วยระบบสายพานเครื่องนึ่งไอน้ำจะปรับอุณหภูมิให้มีความร้อนที่จะทำให้เม็ดสุกเพียงร้อยละ 50 (สุกดิบ) จุดนี้มีความสำคัญมากและมีผลต่อความเหนียวที่ต้องการ
7. นวดด้วยเครื่องและรีดเป็นเส้น แป้งที่นึ่งสุกดิบแล้ว จะผ่านเข้าเครื่องนวดพร้อมกับรีดเป็นแผ่นแป้งบาง ๆ แล้วจึงเคลื่อนผ่านไปตามสายพานเข้าเครื่องอัดเป็นเส้นหมี่ออกมา จุดนวดแป้งสุกดิบในช่วงนี้มีผลต่อความเหนียวของเส้นเช่นเดียวกัน
8. การนึ่งเส้นหมี่ เส้นหมี่จะถูกตัดเป็นท่อน ๆ ด้วยเครื่องแล้วจึงวางไว้บนราวเรียงไว้เป็นจำนวนมาก จากนั้นจึงนำเข้าเครื่องนึ่งไอน้ำเพื่อนึ่งเส้นหมี่ให้สุก
9. การอบแห้ง นำเส้นหมี่สุกแล้ว ผึ่งไว้ระยะหนึ่งแล้วจึงนำไปล้างน้ำเพื่อให้เส้นหมี่แยกออกจากกัน หยิบเส้นหมี่ใส่ลงถาดหรือกระเช้า โดยพับเส้นหมี่ 2 ด้าน กระเช้าจะพาเส้นหมี่เคลื่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปตามสายพานเข้าสู่ตู้อบแห้ง อุณหภูมิ 50 องศาเซลเซียส การออกแบบจะต้องใช้เวลาพอดีที่จะทำให้เส้นหมี่แห้งเมื่อออกจากตู้อบ

10. การบรรจุเส้นหมี่ที่แห้ง นำเส้นหมี่ที่แห้งไปบรรจุถุงและวางเรียงในกล่องเพื่อส่งออกจำหน่ายต่อไป กรณีผลิตเป็นเส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป ก็มีขั้นตอนเช่นเดียวกัน เพียงแต่ขั้นตอนการหีบเส้นหมี่ใส่กระเช้าเพื่ออบแห้ง จะหีบในปริมาณน้อย เพื่อออกมาบรรจุเป็นห่อเล็ก และมีช่องเครื่องปรุงในห่อดังกล่าวด้วย



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงกรรมวิธีการผลิตเส้นหมี่

ที่มา: (อรพิน, 2533)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรรมวิธีการผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว

1. การทำความสะอาด (ภาพที่ 3) ข้าวเจ้าท่อนที่ล้างซั้วมาจะมีสิ่งสกปรกเกือบปนมาด้วยอาจจะมีการวดทรายเศษผงต่าง ๆ ดังนั้นจึงต้องเอาสิ่งสกปรกออกด้วยเครื่องจักร หรือแรงคน ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงงาน

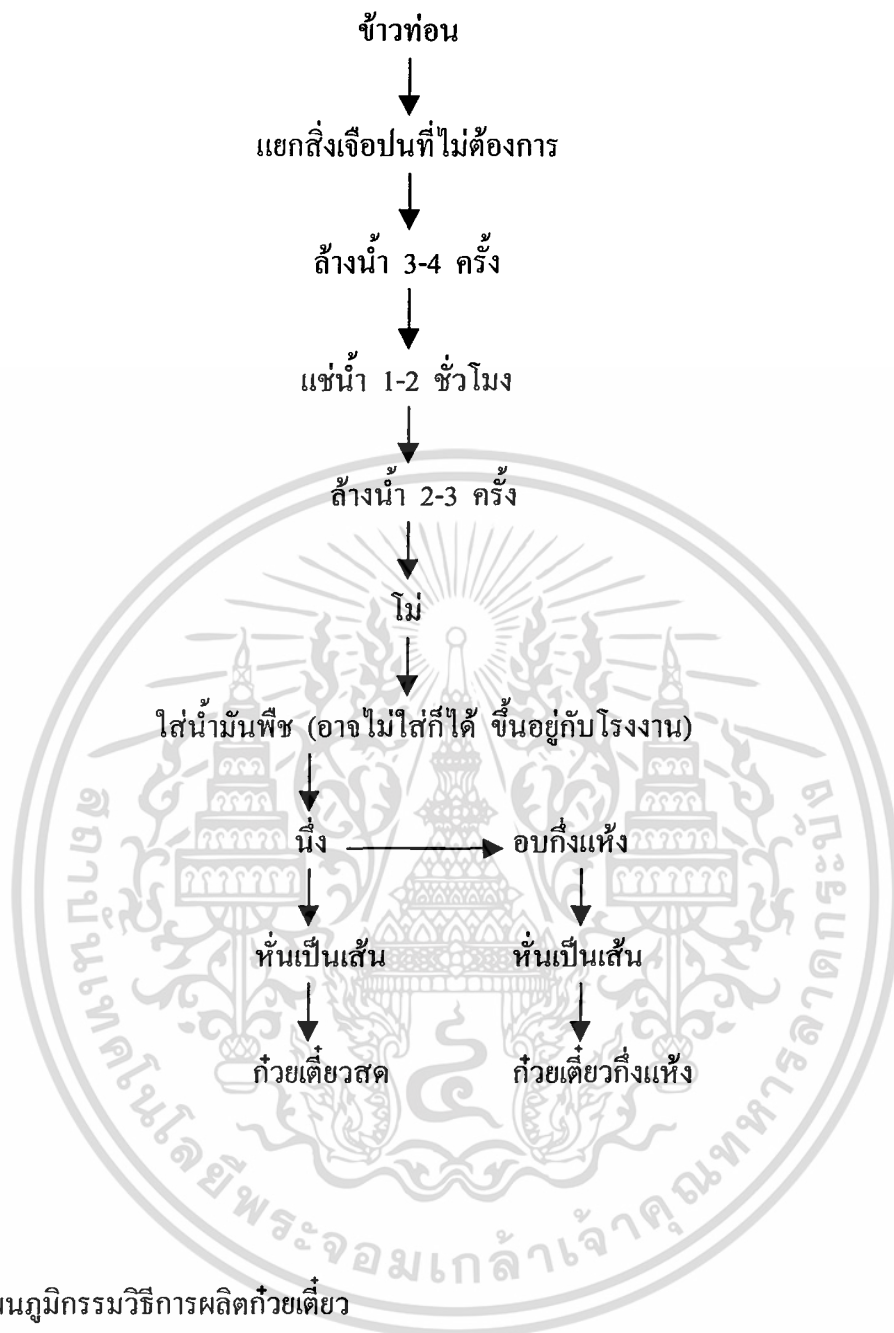
2. ล้างและแช่ การล้างแบบเก่าจะใช้แรงงานคนซึ่งจะใช้มือถู การล้างแบบนี้จะไม่สะอาดพอและเสียเวลา ในปัจจุบันนี้จึงนิยมใช้เครื่องล้าง ซึ่งจะทุ่นแรงและเป็นการล้างที่สมบูรณ์ขึ้น เพราะเครื่องล้างจะขัดสีผิวภายนอกของเมล็ดข้างขณะที่หมุน ซึ่งใช้เวลาครั้งละ 10-15 นาที เมล็ดข้าวสะอาดแล้วอาจจะล้างเพียง 3 ครั้ง การล้างต้องขัดสีข้าวให้ขาว ปราศจากเศษรำที่ติดอยู่เมล็ดข้าวที่ล้างสะอาดจริง ๆ เมื่อนำไปเข้ากรรมวิธีจะได้เส้นก๋วยเตี๋ยวที่ขาวสะอาด เส้นไม่เปื่อยยุ่ย ไม่ขาดง่าย

3. โม่ ข้าวที่ผ่านการล้างและแช่ 1-2 ชั่วโมง ข้าวจะพองตัวและนุ่มทำให้โม่ง่ายขึ้น ข้าวที่แข็งมากอาจต้องแช่นานขึ้น การโม่จะใช้เครื่องโม่ไฟฟ้า ซึ่งสามารถปรับช่องระหว่างหินโม่จะทำให้โม่แป้งได้หยาบหรือละเอียด การทำก๋วยเตี๋ยวจะต้องโม่ให้ละเอียด อย่างไรก็ตามการโม่แป้งละเอียดโดยการปรับหินโม่ให้ชิดกันทำให้หินโม่สึกกร่อนเร็วจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเขาระองหินโม่ให้มากขึ้น แต่เป็นวิธีที่ทำให้เส้นก๋วยเตี๋ยวมีความเหนียวตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

4. ผสมน้ำแป้ง นำน้ำแป้งจากข้าวชนิดต่าง ๆ ที่โม่แล้วมาผสมกัน ในกรณีที่ใช้ข้าวเจ้าต่างกันหรือการใช้แป้งอื่น สัดส่วนที่ผสมกันนี้ไม่กำหนดตายตัว แล้วแต่ความเหมาะสมของข้าวแต่ละชนิดที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ ต้องทดลองนำน้ำแป้งที่ผสมแล้วมาเข้าเครื่องนึ่งดู ก่อนที่จะทำการผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ มีบางโรงงานผสมน้ำมันพืชเข้าไปในน้ำแป้งประมาณ 0.5 ลิตรต่อข้าวหนึ่งกระสอบ เพื่อให้เส้นมีความมันเงาเส้นไม่ติดเครื่อง ในกรณีนี้ต้องกวนน้ำแป้งตลอดเวลา

5. นึ่ง โรงงานผลิตก๋วยเตี๋ยวส่วนมากจะนิยมใช้เครื่องจักร ซึ่งมีลักษณะเป็นอุโมงค์ไอน้ำ โดยเครื่องหนึ่งจะมีเครื่องคูดน้ำแป้งขึ้นบนถัง และภายในถังจะมีเครื่องกวนเพื่อไม่ให้แป้งตกตะกอนแล้วเปิดท่อให้น้ำแป้งไหลลงให้ติดลูกกลิ้ง นำไปปาดลงบนสายพานลำเลียงที่ทำด้วยเหล็กสแตนเลส แล้วจึงเคลื่อนเข้าอุโมงค์นึ่ง ภายในอุโมงค์นึ่งจะมีความร้อนจากไอน้ำทำให้แผ่นก๋วยเตี๋ยวสุกได้ ในขณะที่ลูกกลิ้งสัมผัสกับน้ำแป้งจะมีพัดลมคอยเป่าเพื่อให้หน้าแป้งเรียบ

6. การตัดเส้นก๋วยเตี๋ยว เมื่อสายพานแผ่นเครื่องก๋วยเตี๋ยวสุกผ่านอุโมงค์ไอน้ำแผ่นก๋วยเตี๋ยวเคลื่อนไปตามสายพานอีก โดยมีพัดลมคอยเป่าเป็นระยะ ๆ ให้แห้งจนถึงจุดตัดแผ่นก๋วยเตี๋ยวแผ่นใหญ่ตรงจุดนี้จะมีช่องที่ทำให้น้ำมันพืชหยดสัมผัสกับเส้นก๋วยเตี๋ยว เพื่อไม่ให้แผ่นก๋วยเตี๋ยวติดกันเมื่อซ้อนกันหลังจากที่ทำการตัด อย่างไรก็ตามการตัดจะแตกต่างกันไปตามชนิดของก๋วยเตี๋ยว



ภาพที่ 3 แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตก้วยเตี๊ยะว
ที่มา: (อรพิน, 2533)

6.1 ในกรณีของก้วยเตี๊ยะวสัด ก่อนตัดควรนำมาเรียงกันแล้วควรนำเข้าเครื่องตัดเป็นเส้นก้วยเตี๊ยะวสัดเพื่อจำหน่ายภายใน 1 วัน

6.2 เส้นก้วยเตี๊ยะวแห้ง จะมีกรรมวิธีผลิตเดียวกันกับทำก้วยเตี๊ยะวสัด จนถึงขั้นที่แผ่นก้วยเตี๊ยะวออกจากอุโมงค์ไอน้ำ จากนั้นจะเคลื่อนสู่อุโมงค์อบแห้ง ซึ่งจะมีลักษณะยาวเหมือนอุโมงค์โดยสายพานจะพาแผ่นก้วยเตี๊ยะวเคลื่อนที่ไปเป็นชั้น ๆ ภายในอุโมงค์เครื่องอบโดยสายพาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจจะเคลื่อนไปที่ถึง 7-13 ชั้น แล้วแต่การออกแบบเครื่องอบที่จะทำให้แผ่นก้วยเดี่ยวแห้งขนาดที่ ต้องการ คือ แผ่นก้วยเดี่ยวมีลักษณะแห้ง แล้วจึงนำแผ่นก้วยเดี่ยวแขวนผึ่งบนราวไม้ โดยมีพัดลม เป่า บางแห่งก็ตากไว้บนราวไม้ในห้องที่มีพัดลมโดยตรงเลยทีเดียว จากนั้นจึงนำเข้าเครื่องตัดเป็น เส้นจำหน่ายต่อไป ก้วยเดี่ยวประเภทนี้สามารถเก็บได้ประมาณ 2-3 วัน

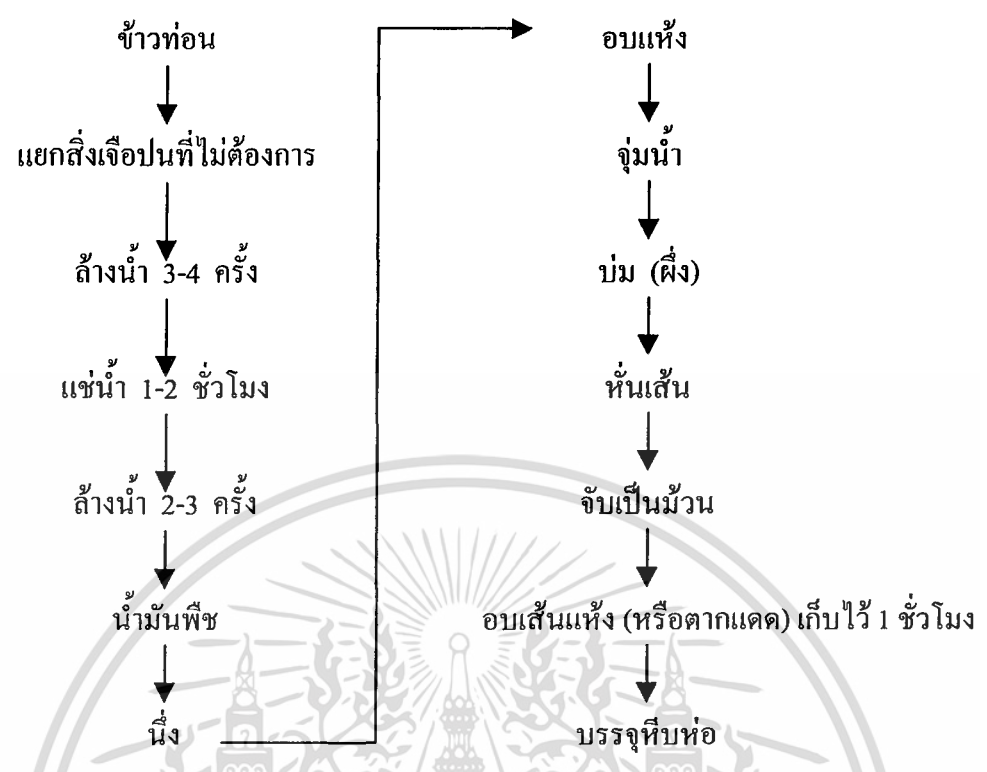
6.3 สำหรับการผลิตก้วยเดี่ยวกึ่งสำเร็จรูปนั้น มีขั้นตอนการผลิตแตกต่างกันไป เมื่อทำการนึ่งก้วยเดี่ยวสุกแล้ว ทำการนึ่งแผ่นก้วยเดี่ยวไว้ระยะหนึ่ง ตัดเป็นเส้นแล้วจึงนำไปล้าง น้ำเย็น แล้วนำเส้นก้วยเดี่ยวใส่ถาดหรือกระเช้าที่เป็นซุด แล้วปล่อยให้เคลื่อนเข้าสู่คูบอบแห้ง จนกระทั่งได้ก้วยเดี่ยวแห้งสนิท จึงผ่านเข้าเครื่องบรรจุห่อพร้อมเครื่องปรุง ก้วยเดี่ยวกึ่งสำเร็จรูปนี้ สามารถเก็บรักษาได้นาน 6-12 เดือน (ภาพที่ 4)

อย่างไรก็ตามขั้นตอนการผลิตเส้นก้วยเดี่ยวสดให้ได้คุณภาพดี จะมีขั้นตอนที่แตกต่างจะมี ขั้นตอนการผลิตที่แตกต่างจากการผลิตก้วยเดี่ยวแห้งอยู่บ้าง โดยก้วยเดี่ยวสดมีสองชนิดคือ เส้นเล็ก และเส้นใหญ่ มักนิยมเรียกก้วยเดี่ยวกึ่งแห้ง ซึ่งก้วยเดี่ยวทั้งสองชนิดมีอายุการเก็บรักษาได้นาน ประมาณ 3 วัน นอกจากนี้ในขั้นตอนการผลิตก้วยเดี่ยวเส้นใหญ่ไม่ต้องมีการอบหรือตากแห้งเพื่อ ลดความชื้นก่อนนำไปตัดเส้น แผ่นแป้งจึงมีความบางมากกว่าก้วยเดี่ยวเส้นเล็ก ประกอบผู้บริโภค นิยมเส้นที่มีลักษณะเหนียวนุ่ม การทำก้วยเดี่ยวเส้นใหญ่จึงใช้เวลาในการแช่ข้าวานประมาณ 8-12 ชั่วโมง เทียบกับระยะเวลาในการแช่ปลายข้าวเพื่อผลิตก้วยเดี่ยวเส้นเล็ก

ในการผลิตเส้นก้วยเดี่ยวและเส้นหมี่ คาดว่าเกือบทั้งหมดเป็นการผลิตชนิดแห้ง อันเป็น ผลมาจากการผลิตก้วยเดี่ยวสดนั้นมีอายุการเก็บรักษาเพียง 3 วันเท่านั้น ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดในการขนส่ง การผลิตและการจำหน่ายส่วนมากอยู่ในท้องถิ่นเท่านั้น โดยมีการผลิตใน 2 ลักษณะ คือ เส้นแห้ง ห่อใหญ่ และแบบกึ่งสำเร็จรูป

ดังนั้นอาจจะกล่าวสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมก้วยเดี่ยวและเส้นหมี่โดยทั่วไปมีลักษณะเป็น อุตสาหกรรมในครัวเรือนหรืออุตสาหกรรมขนาดย่อม เนื่องจากเป็นอาหารสดที่มีอายุการเก็บรักษา สั้น ประกอบกับราคาต่อน้ำหนักค่อนข้างต่ำ การผลิตเส้นก้วยเดี่ยวจึงมักเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย วันต่อวัน โดยเน้นการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคท้องถิ่นและผู้บริโภคที่อยู่ในท้องถิ่นใกล้เคียง ยกเว้น โรงงานที่ทำการผลิตก้วยเดี่ยว และเส้นหมี่ผ่านกระบวนการทำแห้ง สามารถยืดอายุการเก็บรักษา

ปลายข้าว 1 กระสอบหรือ 100 กิโลกรัม จะผลิตก้วยเดี่ยวแห้งได้ประมาณ 80-85 กิโลกรัม ส่วนการผลิตเส้นก้วยเดี่ยวสดนั้น ปลายข้าว 1 กระสอบหรือ 100 กิโลกรัม จะผลิตก้วยเดี่ยวสดได้ ประมาณ 180-200 กิโลกรัม ผู้ผลิตบางรายผลิตได้มากกว่า 200 กิโลกรัม แต่เส้นก้วยเดี่ยวมีคุณภาพ ไม่ดี คือ เปื่อยยุ่ยง่าย เนื่องจากผสมน้ำมากเกินไป และผลิตเส้นเล็กได้ประมาณ 125-130 กิโลกรัม



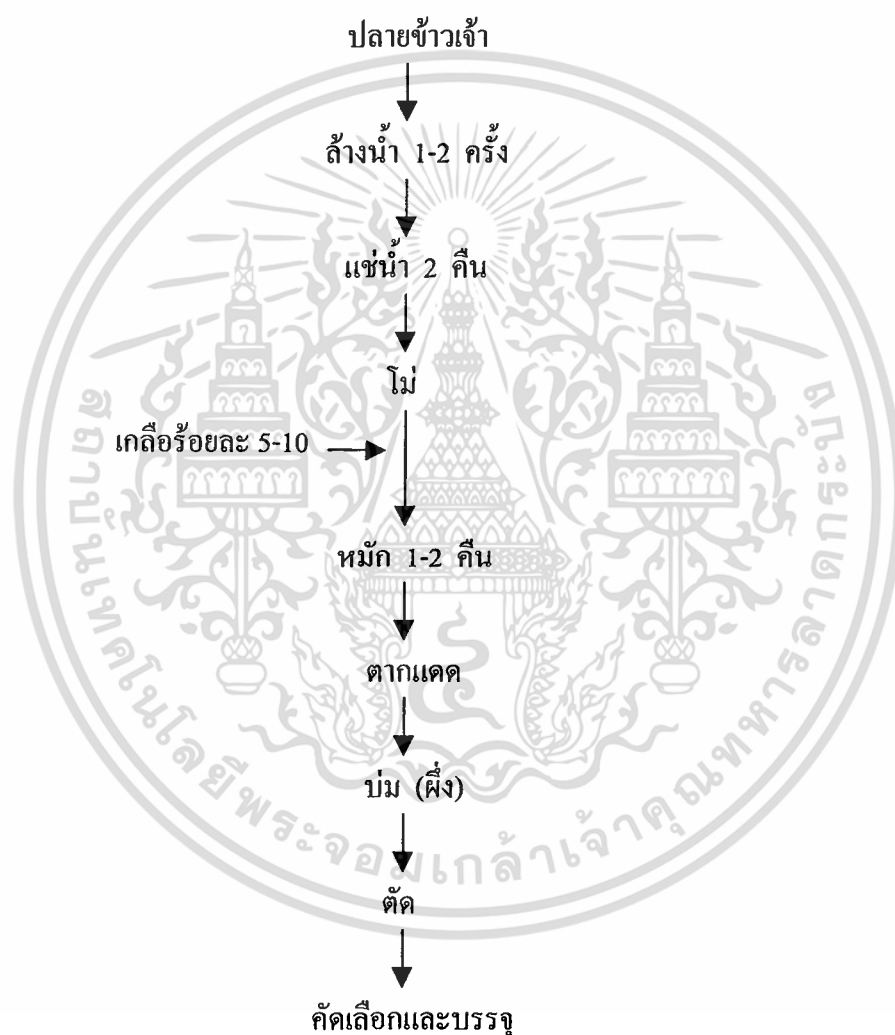
ภาพที่ 4 แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตก๋วยเตี๋ยวกิ่งสำเร็จรูป
ที่มา: (อรพิน, 2533)

กรรมวิธีการผลิตแป้งแผ่น

การผลิตแป้งแผ่น มีลักษณะขั้นตอนคล้ายกับการผลิตก๋วยเตี๋ยว การล้างทำความสะอาด ปลายข้าว หรือข้าวสารเจ้าหักจะทำก่อนหรือหลังจากการแช่ข้าวก็ได้ การแช่ข้าวจะแช่ทิ้งไว้ 1-2 คืน เพื่อทำให้ข้าวสารอ่อนตัวลง จากนั้นจึงนำไปโม่เป็นน้ำแป้ง อัตราส่วนระหว่างข้าวกับน้ำต้องให้พอเหมาะ เมื่อได้น้ำแป้งจะหมักทิ้งไว้ 2-3 คืน ในขั้นตอนนี้จะมีการเติมน้ำเกลือลงไปความเข้มข้นของเกลือประมาณร้อยละ 5-10 การหมักถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพราะหากหมักนานเกินไปจะทำให้มีกลิ่นรสเปรี้ยวคล้ายข้าวบูด ฉะนั้นบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนน้ำ ต่อจากนั้นนำน้ำแป้งไปนึ่งให้สุก โดยภาชนะที่ใช้ต้องมีลักษณะการทำข้าวเกรียบปากหม้อ แต่มีขนาดใหญ่กว่าเป็นหม้อตั้งน้ำ มีเส้นผ่านศูนย์กลาง 16-32 ซม. มีฝาซึ่งปิดปากหม้ออยู่ด้านบน ตักน้ำแป้งที่หมักแล้วด้วยภาชนะที่ทำขึ้น โคนเฉพาะเทลงบนผ้าและเกลี่ยเป็นแผ่นบาง ๆ ใช้เวลาในการเกลี่ยเพียง 10 วินาที และไอน้ำจากด้านล่างจะนึ่งให้แป้งสุกใช้เวลาประมาณ 15 วินาที จากนั้นลอกแผ่นแป้งที่สุกแล้ววางบน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะแกรงไม้ไผ่ขัดตะะ แล้วนำไปตากแดดประมาณ 1 ชั่วโมงถ้าแดดดี จะต้องไม่ให้แผ่นแป้งแห้งเกินไปเพราะจะทำให้แผ่นแป้งแตกได้ เสร็จแล้วนำไปผึ่งในที่ร่มที่จัดทำขึ้นภายในที่ร่มจะมีพัดลมเป่าที่วิ่งไว้ประมาณ 1-2 ชั่วโมง แล้วจึงนำมาจัดเรียงแล้วตัดขอบด้วยเครื่องให้เป็นวงกลม ขั้นตอนสุดท้าย คือ การนำมารวมเป็นมัด ๆ ละ 100 แผ่น หรือบรรจุเป็นถุง ๆ ละประมาณ 10 กิโลกรัมเพื่อส่งต่อยังตัวแทนจำหน่ายต่อไป (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 แผนภูมิกรรมวิธีการผลิตแป้งแผ่น

ที่มา: (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรม, 2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ

ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบที่ประเทศไทยส่งออกส่วนใหญ่่นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบที่รู้จักกันดีในนามของ อาราเร่ และเซมเบ้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของประเทศญี่ปุ่น แต่เดิมนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อการถนอมอาหาร ต่อมาภายหลังจึงมีการเพื่อเป็นขนมรับประทานเล่น

อาราเร่ (Arare) หมายถึง ขนมปังกรอบที่ทำมาจากข้าวเหนียว หรือ แป้งข้าวเหนียว โดยการนำมาสมน้ำผ่านการนึ่งด้วยไอน้ำ การขึ้นรูป การทำให้แห้ง การทอดหรือการอบ อย่างไรก็ตามอย่างหนึ่งจากนั้นจึงปรุงด้วยซอสถั่วเหลือง ซีอิ๊วญี่ปุ่น น้ำตาลและเครื่องเทศอื่น ๆ (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539ก)

เซมเบ้ (Sembei) หมายถึง ขนมปังกรอบที่ทำมาจากข้าวเจ้า หรือแป้งข้าวเจ้า โดยการนำมาสมน้ำผ่านการนึ่งด้วยไอน้ำ การขึ้นรูป การทำให้แห้ง การทอดหรือการอบ อย่างไรก็ตามอย่างหนึ่งจากนั้นจึงปรุงด้วยซอสถั่วเหลือง ซีอิ๊วญี่ปุ่น น้ำตาลและเครื่องเทศอื่น ๆ (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539ก)

ขนมปังกรอบอาราเร่มีขนาดเล็กพอดีคำ ส่วนขนมปังกรอบเซมเบ้จะมีขนาดใหญ่กว่า และมีรูปร่างกลม ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่ และเซมเบ้นั้นมีอยู่มากมายหลายรูปแบบ ตามขนาดรสชาติ ความกรอบ และส่วนผสมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนมปังกรอบที่มีรสเค็มเล็กน้อย และทอดในน้ำมันสลัดก็เป็นผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่ และเซมเบ้ที่ได้รับความนิยมไม่น้อยหรือผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ ในรูปของตะวันตกที่มีการปรุงด้วยมายองเนสหรือซอสมะเขือเทศก็ได้รับความนิยมเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีส่วนประกอบอื่น ๆ เข้าไปด้วย เช่น การทอดด้วยสาหร่ายทะเล เรียกว่า โนริมากิ (Norimaki) หรืออาจมีการผสมถั่วอัลมอนด์ ปลาตัวเล็กและถั่วลิสง เช่น ขนมปังกรอบอาราเร่ที่เรียกว่าคากิโนทานะ (Kaki-no-tane) ซึ่งได้รับความนิยมสูงนั้น เป็นขนมปังกรอบอาราเร่ที่อบเป็นรูปเมล็ดคล้ายเมล็ดถั่วแดง (Persimmon) ผสมกับถั่วลิสง ในตลาดญี่ปุ่นจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ชนิดใหม่่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตคือ

1. วัตถุดิบที่เป็นข้าวเหนียว แยกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้เรียกว่าอาราเร่ ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะนุ่มละลายได้ง่ายในปาก สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ตามขนาด คือ อาราเร่ที่มีขนาดใหญ่เรียกว่า โอคากิ (Okaki) กับชนิดที่มีขนาดเล็กเรียกว่า อาราเร่ (Arare)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วัตถุดิบที่เป็นข้าวเจ้า ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีลักษณะแข็ง มีเนื้อหยาบ โดยทั่วไปจะเรียกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้เรียกว่า เซมเบ้ อย่างไรก็ตามยังมีผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกับอาหารที่ทำจากข้าวเจ้าเรียกว่า อาหารข้าวเจ้า

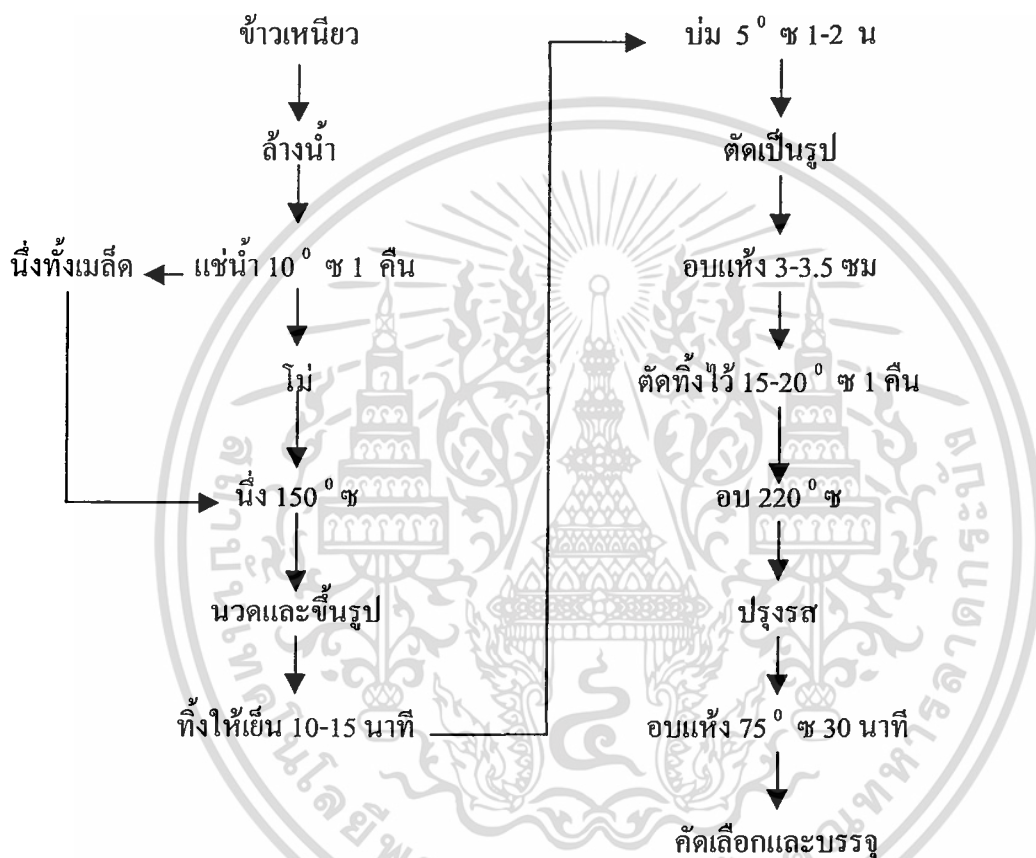
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่สำคัญคือ ข้าว ซอสถั่วเหลืองและส่วนผสมที่ให้กลิ่นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ คุณภาพของข้าวที่มีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเทคนิคที่ใช้ในการผลิตความสม่ำเสมอของคุณภาพของข้าว จะทำให้ได้เนื้อแป้งโมจิที่มีความสม่ำเสมอได้ตามมาตรฐานการทำงาน ขั้นตอนต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต เช่น การนึ่ง การนวด เป็นต้น ปัจจัยที่พิจารณา ได้แก่ ชนิดของข้าว ข้าวเจ้าหรือข้าวเหนียว พันธุ์ข้าว แหล่งที่ปลูกซึ่งเกี่ยวกับอุณหภูมิที่ข้าวเจริญ ปัจจัยดังกล่าวนี้จะมีผลต่อข้าวเจ้าในขั้นตอนของการโม่แป้งและการนึ่งแป้งเช่นกัน ในพื้นที่ที่มีอุณหภูมิต่อข้าวจะมีการพองตัวที่ไม่ดีมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างได้ง่าย ในขั้นตอนการรีดหรือยัด ขณะที่ข้าวที่ปลูกในอุณหภูมิที่สูงจะมีการพองตัวได้ดี และไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างในขั้นตอนการยัด ในกรณีของข้าวเหนียว ความแตกต่างของแหล่งที่ปลูกโดยเฉพาะของแหล่งปลูก จะมีผลต่อโครงสร้างของแป้ง พบว่าถ้าอุณหภูมิสูงพื้นระของ โม่เกล็ดจะยาวทำให้แป้งเปียกน้ำได้ยาก (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม, 2537)

กรรมวิธีการผลิต

กรรมวิธีการผลิตอาหาร เริ่มจากการนำข้าวเหนียวที่คัดคุณภาพอย่างดีมาล้างทำความสะอาดด้วยน้ำที่ปรับปรุงคุณภาพแล้ว นำมาล้างสิ่งเจือปนที่ติดมากับข้าวเหนียวให้สะอาดต่อจากนั้นจะแช่ข้าวในน้ำเย็นที่มีอุณหภูมิ 10 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 1 คืน ข้าวเหนียวจะดูดความชื้นได้ร้อยละ 27-36 รวมความชื้นทั้งหมดประมาณร้อยละ 46-47 เดิมมีความชื้นร้อยละ 9 นำไปโม่โดยเครื่องเพื่อทำเป็นแป้งข้าวเหนียว นำแป้งที่ได้มาทำการอบด้วยไอน้ำโดยใช้ความดันร้อยละ 0.3 ในอุณหภูมิ 150 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 20-25 นาที เพื่อให้ความชื้นและน้ำที่มีอยู่ในแป้งลดลง แล้วนำแป้งสุกไปนวดต่อด้วยเครื่องนวดอัตโนมัติหรือทำการรีดให้เป็นเส้นด้วยเครื่อง ที่หึงไว้ให้เย็นประมาณ 10-15 นาที แล้วนำไปเก็บไว้ที่ 5 องศาเซลเซียสเป็นเวลา 2 วัน เพื่อให้ความแข็งพอเหมาะจึงนำมาตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ ตามขนาด นำมาอบแห้งนาน 3-3.5 ชั่วโมง ทำให้ความชื้นลดลงเป็นร้อยละ 42 และหลังจากนั้นนำไปเก็บในห้องเย็นเพื่อให้ความชื้นคงที่ ที่อุณหภูมิ 15-20 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 1 คืน ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแช่เย็น (rice pellet) สามารถส่งออกเป็นสินค้าได้เลย นำไปทอดหรืออบจะได้ขนมอบกรอบที่ไม่มีกลิ่นรส (ภาพที่ 6)

การเตรียมเครื่องปรุงที่ใช้ในการปรุงรสจะเตรียมโดยการผสมซีอิ้ว แป้งมัน แป้งข้าวโพด คาราเมล น้ำตาล เกลือและอื่น ๆ ที่อุณหภูมิ 85 องศาเซลเซียส ปริมาณของเครื่องปรุงที่ใช้เคลือบ

ประมาณร้อยละ 10 และน้ำหนักของขนมอบกรอบจากข้าว สำหรับขนมอบกรอบจากข้าวชนิดที่มีการห่อด้วยสาหร่าย จะนำไปห่อสาหร่ายและนำไปอบเป็นครั้งสุดท้ายประมาณ 30 นาที ที่อุณหภูมิ 75 องศาเซลเซียส เพื่อให้ความชื้นลดลงอีกร้อยละ 2.3 จากร้อยละ 10 ก่อนทำการบรรจุจะนำผลิตภัณฑ์ไปทำการตรวจสอบเพื่อหาสิ่งแปลกปลอม



ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงกรรมวิธีการผลิตอาราเร่

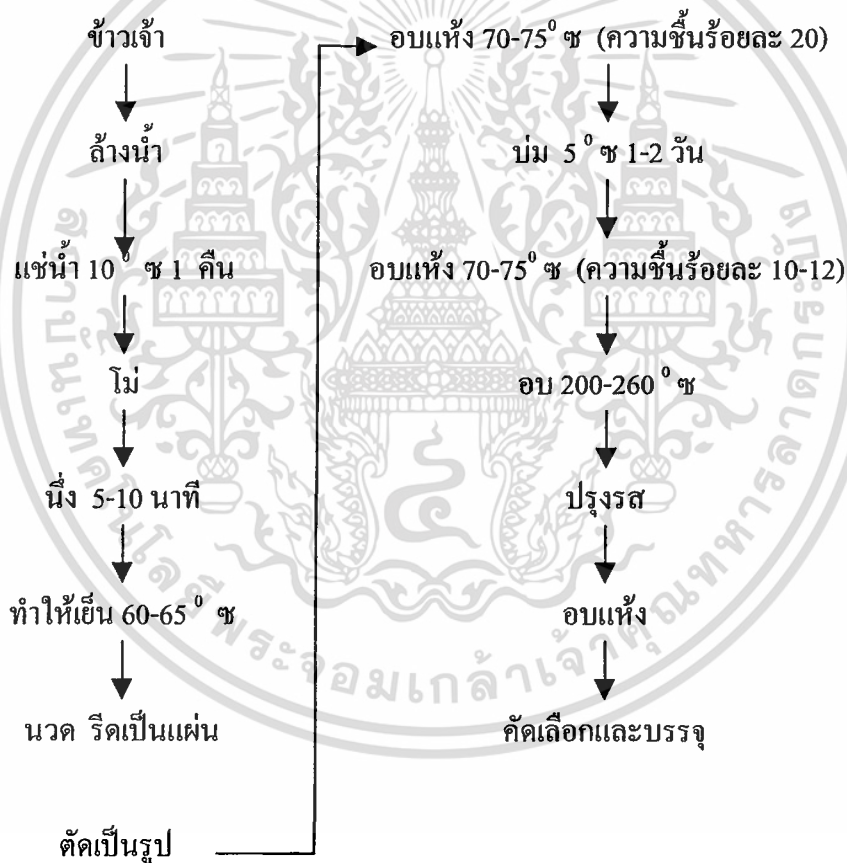
ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม, 2537)

สำหรับการผลิตขนมเบ้จะมีส่วนคล้ายกับการผลิตอาราเร่ คือ จะเริ่มด้วยการล้างทำความสะอาดข้าวเจ้า การแช่ข้าวเพื่อปรับความชื้นเป็นร้อยละ 20-30 จึงนำมาม่ ระหว่างนี้มีการเติมน้ำลงบางส่วน นำแป้งที่นึ่งเป็นเวลา 5-10 นาที แล้วทำให้เย็นจนมีอุณหภูมิประมาณ 60-65 องศาเซลเซียส จึงนำมาม้วนและอัดเพื่อขึ้นเส้นและตัดเป็นรูปที่ต้องการ นำไปอบโดยใช้ลมร้อนที่มีอุณหภูมิ 70-75 องศาเซลเซียส เพื่อให้ความชื้นลดลงเหลือร้อยละ 20 และทิ้งไว้ที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลา 10-20 ชั่วโมง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงทำการอบอีกครั้งเพื่อลดความชื้นให้เหลือประมาณร้อยละ 10-12 แล้วนำไปอบอุณหภูมิของตู้อบประมาณ 200-260 องศาเซลเซียสและทำการปรุงรสด้วยวิธีการเดียวกับการผลิตอาราเร่ (ภาพที่ 7)

ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งสอง คือ การลดอุณหภูมิการผลิตที่ใช้แป้งข้าวเจ้าสามารถใช้อุณหภูมิและทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนคล้ายอาราเร่ อย่างไรก็ตามในกระบวนการผลิตที่ใช้ข้าวเหนียว สามารถไม่ผลิตโดยไม่จำเป็นต้องใช้อุณหภูมิ ดังนั้นจึงอาจกล่าวโดยทั่วไปได้ว่าสามารถใช้ข้าวได้หลายชนิด ในการผลิตของว่างที่ทำมาจากข้าวโดยที่ความแตกต่างของอัตราส่วนระหว่างอะมิโลเพคตินกับอะมิโลส ซึ่งจะมีผลต่ออัตราการขยายตัวของแป้งที่ได้และมีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 7 แผนภูมิแสดงกรรมวิธีการผลิตขนมเบ๊

ที่มา: (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม, 2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพทั่วไปของการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

ลักษณะทางการตลาด

ชนิดของผลิตภัณฑ์ข้าว ส่วนใหญ่ที่นิยมบริโภคภายในประเทศ คือ เส้นหมี่ก้วยเตี๋ยว และขนมจีน นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีขนมไทยชนิดต่าง ๆ ที่ทำจากแป้งข้าวเจ้า และแป้งข้าวเหนียว แต่ขาดแคลนผู้มีฝีมือในการทำ ขาดแคลนอุปกรณ์ การผลิตขนมไทยจึงเป็น ธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก

แป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียว เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันทั้งในแง่การบริโภคโดยตรง และนำไปประกอบอาหาร ซึ่งตลาดของแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียวนั้นมีทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากการสำรวจของบริษัทผู้ผลิตแป้งข้าวเพื่อการส่งออก ปรากฏว่าประมาณร้อยละ 70-80 ของปริมาณการผลิตแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียวจะส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ และส่วนที่เหลือจะจำหน่ายเพื่อบริโภคภายในประเทศ ซึ่งคาดว่ามีความต้องการปีละประมาณ 70,000-80,000 ตัน และเมื่อรวมกับการส่งออกแล้วคาดว่าในแต่ละปี ปริมาณการผลิตแป้งข้าวเจ้า และแป้งข้าวเหนียวประมาณ 200,000-300,000 ตัน โดยส่วนมากตลาดในประเทศนิยมใช้แป้งข้าวเจ้าในการทอด ส่วนแป้งข้าวเหนียวจะใช้ในการต้มหรือนึ่ง

เส้นหมี่ ก้วยเตี๋ยว เป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยมบริโภคอย่างแพร่หลายในประเทศ ดังจะเห็นได้ว่ามีร้านจำหน่ายอาหารประเภทนี้กระจายอยู่ทั่วไป การผลิตเส้นก้วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ใช้ปลายข้าวและข้าวหักเป็นวัตถุดิบการผลิตที่สำคัญ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทนี้นับว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวคุณภาพต่ำเป็นอย่างดี ประมาณว่าในแต่ละปีมีการผลิตก้วยเตี๋ยวและเส้นหมี่ 250,000-300,000 ตัน โดยใช้บริโภคภายในประเทศ 200,000 ตัน และส่งออกปีละ 50,000-60,000 ตัน โดยการส่งออกมี 2 ประเภทคือ ประเภทธรรมดา และชนิดกึ่งสำเร็จรูป โดยมีสัดส่วนการส่งออกเส้นก้วยเตี๋ยวธรรมดาร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

แป้งแผ่น หรือใบเมี่ยง หรือใบกะยอ เป็นอาหารประจำชาติชนิดหนึ่งของชาวเวียดนามที่ผลิตขึ้นจากข้าวเจ้า มีลักษณะคล้ายแผ่นปอเปี๊ยะแต่มีขนาดใหญ่กว่า ทำการผลิตได้แม้แต่การผลิตในครัวเรือน ขณะเดียวกันในด้านการตลาดก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมในประเทศและยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศได้ด้วย

ขนมจีน เป็นผลิตภัณฑ์จากแป้งข้าวเจ้าที่เป็นที่นิยมบริโภคกันมาก โดยตลาดในประเทศนิยมรับประทานขนมจีนสด ปริมาณการบริโภคไม่ได้ลดลง แม้ในช่วงเศรษฐกิจซบเซาก็ตาม แม้ว่า

ปัจจุบันยังไม่มี การส่งออกขมจีน แต่มีการคิดค้นผลิตขมจีนแห้งเพื่อจุดประสงค์ในการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ซึ่งเท่ากับเป็นการขยายตลาดขมจีนให้กว้างขวางมากขึ้น

ขมปังกรอบ เดิมขมประเภทนี้เป็นขมพื้นบ้านของญี่ปุ่น การบริโภคในประเทศมีเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยประเทศไทยเป็นผู้รายใหญ่ส่งให้ญี่ปุ่น ถึงแม้ขมปังกรอบจะผลิตมาจากข้าว ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นผลิตจากปลายข้าวหรือข้าวหัก ทำให้มีต้นทุนสูง แต่ประเทศผู้นำเข้าระบุชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และยอมซื้อในราคาสูงกว่าเพื่อต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ

ช่องทางการตลาด

ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าว ในปัจจุบันมีทั้งอุตสาหกรรมในครัวเรือน และโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ภายในประเทศจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 3 ทางด้วยกัน คือ

1. อุตสาหกรรมในครัวเรือนผลิตเพื่อจำหน่ายในท้องถิ่น และโรงงานจะจำหน่ายให้แก่อุตสาหกรรมที่ใช้ภายในประเทศ
2. อุตสาหกรรมในครัวเรือนและโรงงานผลิตให้แก่พ่อค้าคนกลางเพื่อจำหน่ายปลีกภายในประเทศหรือเพื่อส่งออก
3. โรงงานผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นผู้ส่งออก

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวให้มีการนำเข้าอย่างเสรี โดยมีอัตราภาษีขาเข้า ตามประกาศพิกัดอัตราศุลกากร กรมศุลกากร โดยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าอัตราภาษีขาเข้ามีอัตราสูงมาก การนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าว นั้นจึงมีน้อย เพราะสามารถผลิตเพียงพอต่อความต้องการในประเทศ มีเพียงการนำเข้าขมปังกรอบ ในช่วง 5 ปีระหว่างปี พ.ศ. 2536-2540 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 34 โดยส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย ตามลำดับ โดยมีอัตราภาษี คือ แป้งข้าว เก็บตามราคาร้อยละ 40 ตามสภาพ 2.75 บาทต่อกิโลกรัม เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวเก็บตามราคาร้อยละ 60 ตามสภาพ 20.00 บาทต่อกิโลกรัม ขมปังกรอบเก็บตามราคาร้อยละ 60 ตามสภาพ 50.00 บาทต่อกิโลกรัม แป้งแผ่นเก็บตามราคาร้อยละ 60 ตามสภาพ 50.00 บาทต่อกิโลกรัม (กระทรวงพาณิชย์, 2542ข)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญส่วนใหญ่ได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เส้นหมี่ก้วยเตี่ยว ขนมปังกรอบ และแป้งแผ่น การผลิตส่วนใหญ่ผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศ ต่อมา มีการผลิตเพื่อการส่งออก

ตลาดส่งออกที่สำคัญในปัจจุบันสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย แบ่งได้ 4 ตลาด เรียงลำดับตามความสำคัญ ประกอบด้วย ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวที่ใหญ่ที่สุดของไทย กลุ่มอเมริกาเหนือ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่อันดับ 2 และแคนาดา สหภาพยุโรป ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเยอรมันนี และกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในแถบเอเชียตะวันออก ได้แก่ มาเลเซีย ฮองกงและสิงคโปร์

ในตลาดต่างประเทศ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวมีการพัฒนามากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับประเทศคู่แข่งมากขึ้น แต่ไทยยังคงมีความได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ซึ่งแม้ประเทศที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยก็ยังไม่สามารถเป็นคู่แข่งกับไทยได้ เนื่องจากต้องนำเข้าวัตถุดิบมาทำการผลิต จึงทำให้ต้นทุนสูง ประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทยสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าว ส่วนใหญ่เป็นแถบประเทศทางเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ข้าวประเภทแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียวเป็นสินค้าควบคุมการส่งออก ดังนั้นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวดังกล่าวจึงต้องขออนุญาตการส่งออก จากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพราะมีการกำหนดมาตรฐานเพื่อการส่งออก นอกจากนี้ยังต้องขอใบรับรองคุณภาพจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ทุกครั้งที่มีการส่งออก ผลิตภัณฑ์ข้าวยังเป็นสินค้าที่กำหนดไว้ในเป้าหมายการส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จึงได้รับการดูแลเป็นพิเศษ

เมื่อพิจารณาการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ในปี พ.ศ. 2541 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว ปริมาณ 138,455.95 ตัน ลดลงจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 2.50 โดยมีมูลค่าการส่งออก 4,134.00 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 11.11 ในขณะที่ราคาข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตมีราคาสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 12.3 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากปัญหาราคาข้าวมีราคาสูงขึ้น แต่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเนื่องจากอัตราการแลกเปลี่ยนทำให้มูลค่าสินค้าเมื่อคิดเป็นเงินบาทจะสูงขึ้น เพราะการซื้อขายจะใช้เงินเหรียญสหรัฐ

การส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าว

เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญมาก โดยเฉพาะแป้งข้าวเหนียว เป็นรายการที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าว แป้งข้าวเจ้าเป็นรายการที่มีความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากแป้งข้าวเหนียว การบรรจุแป้งส่งออกจำหน่ายต่างประเทศบรรจุถุงละ 20 25 และ 30 กิโลกรัม โดยมีการบรรจุทั้งในถุงกระดาษ และถุงพลาสติก หรือกระสอบข้าวสาร ทั้งนี้แล้วแต่ผู้นำเข้า และประเทศที่นำเข้า เช่น การส่งออกไปญี่ปุ่นมีทั้งบรรจุถุงกระดาษ และถุงพลาสติก

แป้งข้าวเจ้า

เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้า ต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดมีแนวโน้มลดลง อัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกมีความผันผวน โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการส่งออก 187.87 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.75 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2531 ร้อยละ 11.67 และในปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออก 262.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.42 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2537 ร้อยละ 18.68 ทั้งนี้เนื่องจากข้าวคุณภาพปานกลางและต่ำมีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับประเทศคู่ค้าส่งเสริมให้มีการผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น แต่ในปี พ.ศ. 2541 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 395.58 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.56 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมด มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 2.41 (ตารางผนวกที่ 2 3 และ 4) ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของแป้งข้าวเจ้า ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 136.10 70.91 59.82 33.25 และ 16.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.48 17.95 15.14 8.41 และ 4.10 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวเจ้าทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 2 ตารางผนวกที่ 5 และ 6)

แป้งข้าวเหนียว

เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเหนียว ต่อของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการส่งออก 482.73 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.32 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2531 ร้อยละ 16.84 แต่ในปี พ.ศ. 2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศไทยส่งออกแป้งข้าวเหนียวมูลค่า 880.91 คิดเป็นร้อยละ 31.63 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมด มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2537 ร้อยละ 27.63 ทั้งนี้เพราะต้นทุนข้าวเหนียวมีแนวโน้มสูงขึ้น สำหรับปี พ.ศ. 2541

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541
(ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ฮ่องกง	64.80	76.38	90.78	112.95	127.25	136.10
สิงคโปร์	60.65	59.18	51.28	60.44	72.84	70.91
สหรัฐอเมริกา	25.52	33.75	35.85	33.98	50.69	59.82
มาเลเซีย	27.56	32.24	26.55	43.45	41.25	33.25
ญี่ปุ่น	86.54	80.21	11.44	17.55	29.95	16.23
ออสเตรเลีย	7.88	8.62	8.41	10.52	12.26	15.82
แคนาดา	7.64	8.23	6.92	8.24	11.83	13.25
ฝรั่งเศส	4.64	4.96	5.14	6.71	8.22	7.94
เดนมาร์ก	0.25	0.15	0.75	1.52	6.85	6.84
ลาว	1.06	1.94	2.85	3.05	5.12	5.85
อื่น ๆ	11.09	17.37	22.84	22.25	20.62	29.95
มูลค่ารวม	297.18	322.54	262.35	320.21	386.45	395.65

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ค)

ไทยส่งออกแป้งข้าวเหนียวเพิ่มขึ้น โดยมีมูลค่าการส่งออก 1,285.65 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.10 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 0.40 (ตารางผนวกที่ 2 3 และ 4) ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของแป้งข้าวเหนียวได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ฮ่องกง สหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์ โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 726.14 197.95 143.11 67.35 และ 34.43 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 56.53 15.41 11.22 5.25 และ 2.71 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวเหนียวทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 3 ตารางผนวกที่ 7 และ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเหนียวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541
(ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ญี่ปุ่น	730.54	934.05	557.34	740.04	706.35	726.14
มาเลเซีย	109.14	136.11	136.55	153.78	204.64	197.95
ฮ่องกง	48.85	58.31	68.85	96.05	143.34	143.11
สหรัฐอเมริกา	35.44	32.82	42.14	38.64	57.36	67.35
สิงคโปร์	18.86	20.14	20.88	25.34	53.19	34.43
ไต้หวัน	5.78	5.87	13.39	19.25	51.65	32.54
จีน	0.34	0.28	6.34	22.62	14.44	24.84
แคนาดา	8.89	9.45	8.05	10.45	10.84	15.96
ออสเตรเลีย	5.45	5.04	5.44	5.84	6.96	8.55
ฝรั่งเศส	3.34	3.14	3.84	4.21	6.18	6.05
อื่น ๆ	73.82	12.35	19.25	18.91	26.15	29.24
มูลค่ารวม	1,039.95	1,217.23	881.65	1,134.85	1,280.55	1,285.74

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ง)

การส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวเหนียวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 โดยผลิตภัณฑ์แป้งของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ที่สำคัญ พบว่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียวไปฮ่องกงเพิ่มขึ้น อัตราการขยายตัวของแป้งข้าวเหนียวเพิ่มขึ้น แต่อัตราการขยายตัวของแป้งข้าวเจ้ามีการลดลงบ้างเล็กน้อย โดยในปี พ.ศ. 2541 ฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกแป้งข้าวเจ้าอันดับหนึ่งของไทย มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 34.48 ของมูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าทั้งหมดและส่งออกแป้งข้าวเหนียวเป็นอันดับสามรองจากญี่ปุ่นและมาเลเซีย มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 11.22 ของมูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเหนียวทั้งหมด โดยไทยมีส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์แป้งข้าวในฮ่องกงถึงร้อยละ 73.28 การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวไปฮ่องกงมีมูลค่าสูงกว่าประเทศอื่น เนื่องจากเป็นแหล่งที่อยู่ของชาวจีน แต่ในขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันจากแป้งของจีนด้วย แต่มีคุณภาพต่ำกว่าแป้งของไทยและราคาสูงกว่า นับว่าเป็นคู่แข่งของไทยที่จะขยายตลาดในฮ่องกง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าของไทยไปสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน สัดส่วนเป็นรองเพียงฮ่องกงและสิงคโปร์โดยในปี พ.ศ. 2541 ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์แป้งข้าวในสหรัฐอเมริกาถึงร้อยละ 77.14 และไทยยังสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้มาตลอด ประเทศสหรัฐอเมริกามีการเก็บภาษีผลิตภัณฑ์ข้าวจากประเทศผู้นำเข้า ภายใต้ข้อผูกพันการค้าโลก โดยมีฐานภาษี 0.2 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2538 และในปี พ.ศ. 2542 มีอัตราภาษีผูกพัน 0.09 เซ็นต์ต่อกิโลกรัม สหรัฐอเมริกามีมาตรการการตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยสินค้าที่นำเข้าต้องมีการผ่านการตรวจสอบหาร่องรอยจากการเน่าเปื่อย เชื้อรา เชื้อโรค การตรวจสอบบรรจุภัณฑ์และการปิดป้ายฉลากซึ่งแต่แสดงรายละเอียดเป็นภาษาอังกฤษ เริ่มใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2537 ดังนั้นผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด และต้องพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด

มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวเหนียวไปญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่การส่งออกแป้งข้าวเจ้ามีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยไทยส่งออกแป้งข้าวเหนียวไปญี่ปุ่นเป็นอันดับหนึ่งและส่งออกแป้งข้าวเจ้าเป็นอันดับสาม การส่งออกแป้งข้าวเหนียวนั้นมีมูลค่าสูงกว่าประเทศอื่น โดยญี่ปุ่นนำไปบริโภคโดยตรงในลักษณะของอาหารขบเคี้ยว และอาหารที่ทำจากแป้งทอดและนึ่ง โดยร้อยละ 90 ของการใช้แป้งในญี่ปุ่นใช้ในการประกอบอาหาร ส่วนที่เหลือร้อยละ 10 ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีการเก็บภาษีแป้งข้าว ในอัตรานำเข้าร้อยละ 25 ของมูลค่าการนำเข้า แต่ผู้นำเข้าแป้งข้าวจากไทยบางรายเห็นว่าแป้งข้าวของไทยมีคุณสมบัติไม่เหมาะสมกับตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากมีขั้นตอนในการผลิตไม่เหมือนกัน รวมทั้งมีกลิ่นเฉพาะตัวซึ่งผู้นำเข้าไม่ชอบสำหรับประเทศญี่ปุ่นแล้ว แป้งข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ เป็นสินค้าภายใต้โควตาการนำเข้ายกเว้นขมกรอบขบเคี้ยว ซึ่งกำหนดไว้ประมาณปีละ 1,200-1,680 ตัน ซึ่งไม่สอดคล้องความต้องการของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ดังนั้นผู้นำเข้าจึงต้องใช้วิธีนำเข้าแป้งข้าวที่มีส่วนผสมของสารปรุงแต่งซึ่งตามระเบียบอนุญาตให้นำเข้าแป้งข้าวที่มีส่วนผสมของสารปรุงแต่งอื่นเกินร้อยละ 15 ได้อย่างเสรี จึงมีการนำเข้าในรูปของแป้งผสมแล้วจึงนำมาแยกแป้งและน้ำตาลออกจากกันอีกครั้ง ก่อนนำไปผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและขนมต่อไป แป้งข้าวที่ปรุงแต่งแล้วจะนำเข้าประเทศญี่ปุ่นได้ ต้องมีการควบคุมไม่ให้มีการปรุงแต่งอาหารเกินกว่าปริมาณที่กำหนด และผ่านการตรวจสอบ ซึ่งเป็นไปตามระเบียบที่สินค้านำเข้าต้องผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยตามกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น โดยหลักการสำคัญคือ เมื่อถึงปลายทางต้องไม่สามารถแยกส่วนผสมได้ด้วยการร่อนด้วยตะแกรง เช่น กรณีการส่งออกข้าวเหนียวผสมน้ำตาลร้อยละ 20 ของน้ำหนัก เป็นต้น

ประเทศอินโดนีเซียมีการนำเข้าจากประเทศไทยลดลง เนื่องจากอินโดนีเซียซึ่งเดิมเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ และนำเข้าประมาณร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกของไทยหันไปสนับสนุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้มีการตั้งโรงงานผลิตแป้งข้าวเจ้าในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้าแป้งข้าวเจ้าจากไทย อย่างไรก็ตาม ข้าวของอินโดนีเซียไม่เหมาะสมกับการทำแป้งข้าว จึงต้องนำเข้าข้าวท่อนจากประเทศไทยบางส่วน เพื่อใช้ในการผลิต รวมทั้งยังคงมีการนำเข้าแป้งข้าวเพื่อชดเชยการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่วนมาเลเซียมีความต้องการบริโภคแป้งข้าวเจ้ามากเช่นกัน แต่มีมาตรการห้ามนำเข้าทั้งนี้เพื่อคุ้มครองแก่ผู้ปลูกข้าว ข้าวแต่ของมาเลเซียไม่เหมาะสมที่จะผลิตเป็นแป้งเช่นเดียวกับอินโดนีเซีย จึงต้องนำเข้าข้าวท่อนจากประเทศไทยเพื่อใช้ในการผลิตแทน สิงคโปร์มีความต้องการแป้งข้าวเจ้ารองจากฮ่องกงซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่ของชาวจีนเช่นกัน แต่เป็นประเทศที่มีประชากรหรือขนาดตลาดไม่ใหญ่มากนัก จึงทำให้อัตราการเติบโตค่อนข้างคงที่

ลักษณะของความต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวจากประเทศไทย มีลักษณะแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยแบ่งตามลักษณะของการใช้งานได้ออกเป็น 2 กลุ่ม ด้วยกัน คือ กลุ่มแรกเป็นการนำเข้าผลิตภัณฑ์แป้งข้าวเพื่อใช้ในอุตสาหกรรม หรือเพื่อนำไปแปรรูปสินค้าอื่น ๆ เรียกว่า ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มที่ 2 เป็นการนำเข้าผลิตภัณฑ์แป้งข้าวเพื่อใช้ในการบริโภคภายในครัวเรือนเรียกว่า ตลาดสินค้าสำหรับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์แป้งข้าวยังมีการขยายตัวคงไม่สูงนักเพราะผู้แปรรูปและผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะหันไปลงทุน และบริโภคผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปมากขึ้น ประเทศไทยจะยังคงถือส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ไว้ได้ เพราะมีความได้เปรียบในเรื่องวัตถุดิบ แต่จะมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง หากไม่สามารถปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันทางด้านคุณภาพจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการกับตลาดทั้งสองได้เป็นอย่างดี ดังนั้นประเทศไทยจึงควรให้ความสนใจ ในการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในแต่ละตลาดให้มากขึ้น โดยสำหรับในตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ควรจะเน้นการปรับปรุงคุณภาพให้มีความเหมาะสมในการใช้งานกับอุตสาหกรรมนั้น โดยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ดีขึ้น มีการร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น และมีบริษัทญี่ปุ่นมาลงทุนตั้งโรงงานผลิตในไทย ทำได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนวัตถุดิบและแรงงาน แล้วนำแป้งข้าวที่ผลิตได้ไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น ในส่วนของตลาดสินค้าผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญกับการบรรจุหีบห่อ และการกระจายสินค้าให้มากกว่าที่เป็นอยู่ จึงจะคงรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเองไว้ได้

การส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว

การส่งออกเส้นหมี่และก๋วยเตี๋ยวส่วนใหญ่เป็นการส่งออกในรูปแบบของเส้นแห้ง และเส้นกึ่งสำเร็จรูป ในการส่งออกจะมีบริษัทผู้ส่งออกไปติดต่อกับโรงงานผู้ผลิตโดยตรงหรือยี่ห้อของตนเอง เพื่อใช้ในการส่งออก อาจเป็นของผู้ส่งออกหรือใช้ตราของโรงงานผู้ผลิตเองก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตราของผู้ส่งออก กรณีที่ใช้ตราของโรงงานมักเป็นโรงงานที่ผลิตและเป็นผู้ส่งออกเองซึ่งในกรณีนี้มีไม่มากนัก เนื่องจากโรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลางและโรงงานขนาดเล็ก ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกจะมีการบรรจุในซองพลาสติกเรียบร้อย เช่นเดียวกับการจำหน่ายในประเทศ แต่รูปร่างลวดลาย สี สัน และเครื่องหมายการค้าแตกต่างกันตามที่ประเทศผู้นำเข้าต้องการ

เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเส้นหมี่ก้วยเตี่ยว ต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมดมีความผันผวน แต่อัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกนั้นเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการส่งออก 255.59 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.70 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2531 ร้อยละ 39.72 จากนั้นอัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จนถึงปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าการส่งออก 690.55 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2538 ร้อยละ 26.77 แต่สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกเส้นหมี่ก้วยเตี่ยวต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าวทั้งหมดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21.1 ในปี พ.ศ. 2533 แล้วชะลอตัวลงเรื่อยมาจนในปี พ.ศ. 2537 มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 15.33 แล้วสัดส่วนกลับเพิ่มขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2538 และ 2539 เป็นร้อยละ 19.82 และ 22.19 ตามลำดับ (ตารางผนวกที่ 2 3 และ 4) การผลิตเส้นหมี่ก้วยเตี่ยวเพื่อการส่งออก ประสบปัญหาหลักในเรื่องการจ้างแรงงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงาน ทำให้ราคามีการผันแปรตามค่าจ้างและปัญหาแรงงานมากกว่าปัญหาวัตถุดิบ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของเส้นหมี่ก้วยเตี่ยว ได้แก่ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฮองกง และแคนาดา โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 226.74 188.83 134.25 68.98 และ 63.47 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.47 21.23 13.56 11.15 และ 6.55 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ก้วยเตี่ยวทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 4 ตารางผนวกที่ 9 และ 10)

การส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ก้วยเตี่ยวไปยังประเทศต่าง ๆ พบว่าการส่งออกไปสหรัฐอเมริกา มีมูลค่ามากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 24 ในปี พ.ศ. 2541 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ก้วยเตี่ยวนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจ แต่ไทยยังมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาน้อยมาก

สหรัฐอเมริกานั้นมีชาวเอเชียอาศัยอยู่จำนวนมาก ซึ่งนับเป็นจุดแรกของการขยายผลิตภัณฑ์เข้าไปในตลาด อีกทั้งไม่มีการเก็บภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ จึงเป็นโอกาสดีสำคัญในการขยายตัวการส่งออกในตลาดนี้

การส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ก้วยเตี่ยวไปยังมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับสามและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยไทยมีสัดส่วนการส่งออกไปญี่ปุ่นร้อยละ 14.3 ของมูลค่าการส่งออกเส้นหมี่ก้วยเตี่ยว ในปี พ.ศ. 2541 ตลาดในญี่ปุ่นมีความน่าสนใจเช่นกัน เพราะประเทศญี่ปุ่นนั้นมีพฤติกรรมนิยมบริโภคเส้นก้วยเตี่ยว เส้นหมี่เป็นอาหารประจำวัน ประกอบกับเวลาในการประกอบอาหารน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกเส้นไหม กว๊ายเตี่ยวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2542
(ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
มาเลเซีย	74.47	88.38	107.68	146.58	177.78	188.84
สหรัฐอเมริกา	10.34	118.38	118.25	154.44	189.98	226.73
ญี่ปุ่น	65.94	72.14	75.76	92.97	113.99	134.25
ฮ่องกง	25.55	42.45	64.99	76.54	70.36	68.95
แคนาดา	33.68	38.25	37.59	45.15	49.65	63.47
สิงคโปร์	19.34	20.84	29.65	35.34	38.88	36.48
เนเธอร์แลนด์	9.94	15.21	19.34	21.02	31.02	39.25
สหราชอาณาจักร	6.65	11.34	14.12	15.91	26.75	17.72
ออสเตรเลีย	13.85	15.12	17.61	23.81	27.38	43.53
ฝรั่งเศส	16.65	17.65	20.01	21.83	27.14	37.14
อื่น ๆ	40.16	44.08	47.74	57.56	68.74	84.19
มูลค่ารวม	408.86	483.45	552.23	690.89	821.05	940.05

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541จ)

นับว่าเป็นส่วนกระตุ้นให้ปริมาณการบริโภคอาหารกึ่งสำเร็จรูปมากยิ่งขึ้น ญี่ปุ่นมีเก็บภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์เส้นไหม กว๊ายเตี่ยวในอัตรา 40 เซนต์ต่อกิโลกรัมซึ่งเป็นอัตราที่ไม่สูงมากนัก การขยายตลาดในญี่ปุ่นจึงมีความเป็นไปได้ โดยไทยมีสัดส่วนการส่งออกไปญี่ปุ่นร้อยละ 7.05 ของมูลค่าการส่งออกเส้นไหม กว๊ายเตี่ยว ในปี พ.ศ. 2541 การส่งออกไปแคนาดามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศไทยถูกเก็บภาษีในอัตราพิเศษ โดยเสียภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์เส้นไหม กว๊ายเตี่ยวในอัตราร้อยละ 5 แต่ไทยยังมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยมากในตลาดนี้ คือ 2.46 ในปี พ.ศ. 2541 การส่งออกไปยังประเทศมาเลเซียเป็นตลาดที่สำคัญอีกตลาดหนึ่ง ปัจจุบันมีตลาดการส่งออกของเส้นไหม กว๊ายเตี่ยวมีมูลค่าสูงรองจากสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วน 20.17 ของมูลค่าการส่งออกเส้นไหม กว๊ายเตี่ยว ในปี พ.ศ. 2541 แต่มาเลเซียมีการเก็บภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์เส้นไหม กว๊ายเตี่ยวร้อยละ 20 จึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของการส่งออกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ของไทย คือ เกาหลีใต้ จีน และฮ่องกง สินค้าของเกาหลีใต้เป็นผลิตภัณฑ์ในลักษณะเดียวกัน แต่ผู้บริโภคมองว่ามีมาตรฐานสูงกว่าการบรรจุหีบห่อทันสมัยและสวยงาม โดยให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องรายละเอียดของฉลากและมีการระบุส่วนผสม คุณค่าทางอาหาร วิธีการใช้หรือวิธีการทำอาหารซึ่งใช้สินค้านั้น นอกจากนั้นลักษณะของผลิตภัณฑ์ของเกาหลีใต้มีความหลากหลายโดยเฉพาะมีเส้นที่มีส่วนผสมอื่น ๆ เข้าไปด้วย ดังนั้นผลิตภัณฑ์จากทั้งสองประเทศราคาอยู่ในเกณฑ์สูง ส่วนสินค้าจากจีนและไทย มีลักษณะการบรรจุเป็นห่อขนาดใหญ่ที่ทำมาจากพลาสติก มีรายละเอียดชื่อสินค้า บริษัทผู้ผลิต และส่วนผสมเท่านั้น จึงควรปรับปรุงพัฒนาการบรรจุหีบห่อให้ทันสมัย และให้สำคัญในเรื่องรายละเอียดของฉลากให้มากขึ้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดนั้น ๆ

การส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งแผ่น

เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกแป้งแผ่นต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด และอัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกนั้น พบว่ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการส่งออก 202.81 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดร้อยละ 14.84 อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2531 ร้อยละ 56.84 จนถึงปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออก 74.91 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดร้อยละ 2.69 อัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2537 ร้อยละ 22.58 ส่วนในปี พ.ศ. 2541 มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวลดลง 66.24 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดร้อยละ 1.60 อัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกลดลงจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 5.86 (ตารางผนวกที่ 2 3 และ 4) ผู้ประกอบการประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานในกระบวนการแปรรูป จนผู้ประกอบการบางรายต้องเลิกกิจการ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของเส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยวได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส แคนาดา และญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 22.33 8.95 5.24 4.77 และ 4.55 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 33.82 7.91 7.152 และ 6.83 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งแผ่นทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 5 ตารางผนวกที่ 11 และ 12)

การส่งออกแป้งแผ่นไปยังประเทศต่าง ๆ นั้น พบว่ามูลค่าการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าสูงสุด ถึงแม้อัตราการขยายตัวจะลดลงแต่มีสัดส่วนร้อยละ 33.81 ของมูลค่าการส่งออกแป้งแผ่นทั้งหมด แต่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยมากเพียง 1.08 สหรัฐอเมริกานั้นไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเก็บภาษีอากรสินค้าเข้าสำหรับผลิตภัณฑ์แปงแผ่น จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจอีกตลาดหนึ่งในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับจากประเทศผู้นำเข้าในอนาคต การส่งออกผลิตภัณฑ์แปงแผ่นไปยังแคนาดามีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด ในตลาดนี้ไม่มีการเก็บภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์แปงแผ่นเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกแปงแผ่นไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541
(ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ฝรั่งเศส	47.98	29.2	21.87	26.17	16.48	5.23
สหรัฐอเมริกา	66.64	31.3	24.18	24.18	12.04	22.45
ออสเตรเลีย	8.85	6.3	4.45	7.87	8.27	8.94
เนเธอร์แลนด์	4.64	5.7	5.84	5.34	9.38	4.57
แคนาดา	12.97	7.7	7.21	9.05	4.97	4.75
ญี่ปุ่น	1.58	1.9	1.41	2.12	4.58	4.59
เยอรมันนี	3.99	1.7	1.54	1.01	2.19	2.35
พม่า	0.05	0.0	0.02	0.20	1.78	1.44
นิวซีแลนด์	0.72	0.8	0.75	0.70	1.15	0.75
เบลเยียม	1.85	1.2	1.43	0.75	1.14	0.65
อื่นๆ	12.95	12.8	6.96	12.50	9.01	11.08
มูลค่ารวม	161.55	98.7	75.39	89.56	70.35	66.25

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541จ)

การส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นและแผ่นที่ทำจากข้าวนั้น มีศักยภาพในการส่งออกไม่มากนัก ยกเว้นในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และอินโดจีน ทั้งนี้เพราะการส่งออกผลิตภัณฑ์เส้นและแผ่นยังมีการขยายตัวที่ไม่มากนัก ถึงแม้ว่าอาหารเอเชียจะได้รับความนิยมมากในตะวันตกก็ตาม เนื่องจากการประกอบอาหารของเอเชีย ยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคชาวตะวันตกไม่คุ้นเคย ผู้บริโภคชาวตะวันตกจึงนิยมบริโภคอาหารเอเชียสำเร็จรูปแทน ขณะเดียวกันการขยายการส่งออกหรือการเพิ่มส่วนแบ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดก็ต้องพบกับอุปสรรคหลายประการ อุปสรรคที่สำคัญที่สุดคือผู้ประกอบการยังมีขีดจำกัดด้านปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการแปรรูปและการตลาดของผู้ประกอบการชาวไทย เพราะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และมีปัญหาในหลายด้าน เช่น ปัญหาแรงงาน และการขาดแคลนเงินทุน นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางส่วนไม่เห็นความจำเป็นหรือความสำคัญ ในการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับกับตลาดเหล่านี้มากนัก เนื่องจากมีโชตลาดใหญ่ของตนเอง แนวทางในอนาคตนั้นควรให้ความสนใจเรื่องการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และภาชนะบรรจุ และให้ความสำคัญในการส่งออกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งน่าจะสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

การส่งออกผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ

ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ นับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการส่งออกขนมปังกรอบ ต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดและอัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการส่งออก 237.73 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.39 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2531 ร้อยละ 23.31 จากนั้นอัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น จนถึงปี พ.ศ. 2538 มีมูลค่าการส่งออก 1,014.98 มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2537 ร้อยละ 1.68 คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกขนมปังกรอบ ต่อมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมดถึงร้อยละ 36.44 ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงที่สุดของผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 1440.51 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.99 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2538 ร้อยละ 24.56 (ตารางผนวกที่ 2 3 และ 4) ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของขนมปังกรอบ ได้แก่ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และซาอุดีอาระเบีย โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 630.34 174.78 132.95 116.80 และ 87.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43.67 12.25 9.25 8.10 และ 6.03 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบทั้งหมดตามลำดับ (ตารางที่ 6 ตารางผนวกที่ 13 และ 14)

โดยรวมถือว่าขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการส่งออกในอนาคต เนื่องจากยังมีอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอีกมาก การบริโภคขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ในประเทศญี่ปุ่นยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี การนำเข้าขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ของญี่ปุ่น ยังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับการผลิตในประเทศและประเทศไทยเองก็มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ในส่วนของตลาดอื่น ๆ ที่น่าสนใจ คือ สหภาพยุโรป

ตารางที่ 6 มูลค่าการส่งออกขมมปังกรอบประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541
(ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ญี่ปุ่น	479.79	732.48	579.88	620.67	618.77	630.34
เนเธอร์แลนด์	59.55	66.79	91.97	88.08	118.27	176.78
สหรัฐอเมริกา	58.04	46.25	70.18	67.89	96.95	132.95
พม่า	4.31	15.18	16.89	18.77	43.88	20.40
สิงคโปร์	23.50	31.86	60.35	36.05	43.62	47.74
ซาอุดีอาระเบีย	6.40	12.60	15.26	40.08	39.40	87.10
ฮ่องกง	26.32	24.02	26.90	33.14	33.00	46.32
ออสเตรเลีย	14.61	21.15	25.90	29.61	30.64	116.85
ไต้หวัน	3.15	10.40	23.42	19.50	28.90	23.24
แคนาดา	6.14	9.12	12.94	10.12	19.92	28.47
อื่น ๆ	47.60	62.95	91.87	105.40	88.53	136.78
มูลค่ารวม	729.23	1032.3	1015.08	1068.83	1161.50	1446.55

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ช)

ซึ่งเป็นตลาดใหม่ ประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยมาก เพราะประเทศไทยมักจะส่งออกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วนำไปแปรรูปในประเทศญี่ปุ่น ก่อนส่งออกไปตลาดไปสหภาพยุโรปอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการในไทยสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ที่สามารถส่งออกตรงไปยังตลาดสหภาพยุโรปได้ ก็เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าของไทยให้มากขึ้น ในตลาดอื่น ๆ นั้นประเทศไทยมีความจำกัดในการแข่งขันโดยเฉพาะในระยะสั้น เพราะตลาดสหรัฐอเมริกาและประเทศแถบเอเชียใหม่ ได้มีโรงงานแปรรูปซึ่งเป็นการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวญี่ปุ่นอยู่แล้ว และได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดจนเข้ากับความต้องการในตลาดนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้จากประเทศไทย จึงมีโอกาสในการเจาะตลาดไม่มากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้ในอนาคต ควรเน้นให้ความสำคัญกับการขยายการส่งออกในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้มากขึ้น และควรเพิ่มความพยายามในการหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้มากขึ้น โดยดำเนินการไปพร้อมกับการคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดและการขยายตัวของ การส่งออกในตลาดเดิมไว้ โดยต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. การควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบอาราเร่และเซมเบ้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในต่างประเทศให้มากที่สุด การควบคุมคุณภาพจะต้องดำเนินการในทุกจุดตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น เช่น การควบคุมมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Point)

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการชาวไทยจะต้องให้ความสำคัญ กับการติดตามความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในญี่ปุ่น อันจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับการผลิตในประเทศไทยอย่างถูกต้องรวดเร็ว เพื่อจะได้นำไปปรับตัวในขบวนการผลิตและการตลาด ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และควรจะให้ ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปให้มากที่สุด

3. การร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น การร่วมลงทุนกับกับนักลงทุนชาวญี่ปุ่นเป็นสิ่งที่จำเป็นในช่วงเวลานี้ เพราะนักลงทุนชาวญี่ปุ่นจะเป็นผู้ดำเนินการทางการตลาดการหาช่องทาง การจำหน่าย รวมไปถึงการจัดหาเทคโนโลยี เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการผลิต การดำเนินการด้วยตัวเองจึงอาจจะประสบปัญหาทั้งการผลิตและการตลาด สำหรับในอนาคตนั้นความจำเป็นในการร่วมลงทุน ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถในการพึ่งพาตนเองทางเทคโนโลยี การตลาดของผู้ประกอบการและนักวิชาการในประเทศไทย ซึ่งขีดความสามารถดังกล่าวจะเกิดขึ้นมากน้อย หรือรวดเร็วเพียงใดก็คงจะอยู่ที่การรับและการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศไทยเป็นสำคัญ

ปัญหาและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว

การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยที่กล่าวถึงต่อไปนี้เป็น การศึกษาปัญหาโดยรวม มากกว่าจะเน้นปัญหาของแต่ละผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะในหลาย ๆ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะปัญหาที่คล้ายคลึงกัน จึงเหมาะแก่การสรุปปัญหาดังกล่าวโดยภาพรวมมากกว่า อย่างไรก็ตาม จะมีการนำเสนอตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีความรุนแรงของปัญหาในแต่ละปัญหา เพื่อให้เห็นภาพของปัญหาชัดเจนขึ้น ผลการศึกษาพบว่าปัญหาในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญมีดังนี้ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านวัตถุดิบ

1. ความไม่แน่นอนของคุณภาพวัตถุดิบ เพราะพันธุ์ข้าวที่ปลูกกันในประเทศไทยมีอยู่มากมาย ผลผลิตข้าวแต่ละพันธุ์จะมีคุณภาพทางเคมีที่แตกต่างกัน เมื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่แตกต่างกันไปด้วย คุณสมบัติทางเคมีที่สำคัญสำหรับการแปรรูปข้าวนั้นจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพในการหุงต้ม ซึ่งสามารถกำหนดประเภทของพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพในการหุงต้มต่าง ๆ กันออกเป็น 3 ระดับ ตามปริมาณของอะมิโลส (amylose)

2. ผู้ผลิตไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบตามพันธุ์ที่เหมาะสมมาใช้ในการแปรรูปได้ เนื่องจากกระบวนการค้าของไทย มิได้มีการแบ่งคุณภาพข้าวตามคุณภาพการหุงต้มหรือแบ่งตามพันธุ์ แต่แบ่งตามคุณภาพทางกายภาพ คือ ความยาวของเมล็ด และสัดส่วนของข้าวหัก ดังนั้นผู้แปรรูปมักได้ข้าวที่มีคุณภาพทางกายภาพเหมือนกัน แต่มีคุณสมบัติทางเคมีแตกต่างกัน จึงเป็นปัญหาอย่างยิ่งต่อการแปรรูปในระบบอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการบางรายสามารถระบุให้ผู้จัดหาวัตถุดิบจัดหาข้าวตามพันธุ์ที่ต้องการได้

3. ผู้ประกอบการไม่มีข้อมูลที่เพียงพอว่าพันธุ์ข้าวชนิดใดที่เหมาะสมกับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวแต่ละชนิด การเผยแพร่การวิจัยถึงพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับการแปรรูปแต่ละชนิดยังมีข้อจำกัดและไม่สามารถถ่ายทอดไปสู่ผู้แปรรูปอย่างทั่วถึง การขาดข้อมูลจึงทำให้มีการใช้พันธุ์ข้าวหลายพันธุ์ และการใช้ข้าวบางพันธุ์อาจมีคุณสมบัติที่ไม่ดี และมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ

4. การสีข้าวในการสีข้าวของโรงสีขนาดเล็ก ไม่ได้แยกเครื่องจักรที่ใช้ในการสีข้าวเจ้าหรือข้าวเหนียว ทำให้เกิดการปะปนของข้าวเจ้าและข้าวเหนียวที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปได้ และไทยยังไม่มีการผลิตวัตถุดิบแยกตามพันธุ์ข้าวเพื่อป้อนโรงงานโดยตรง ยกเว้นข้าวหอมมะลิที่แยกพันธุ์ปลูกเนื่องจากมีราคาสูง แต่ข้าวหอมมะลิหักไม่สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวในปัจจุบันได้

ด้านการผลิต

1. ธุรกิจขนาดเล็กโดยส่วนใหญ่มีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่า เพราะมีการประหยัดทางขนาดน้อยกว่าอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ อีกทั้งส่วนใหญ่โรงงานยังใช้กำลังการผลิตไม่เต็มที่ เพราะวัตถุดิบมีไม่เพียงพอตลอดทั้งปี ขณะเดียวกันธุรกิจขนาดเล็กยังไม่มีควมคุ้มทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปขั้นสูง หรือเทคโนโลยีเพื่อทดแทนแรงงาน รวมถึงการจ้างพนักงานที่มี

ความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนาขบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีขีดความสามารถในการเข้าหาแหล่งเงินทุน

2. ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาการขาดแคลนแรงงานเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศอย่างรวดเร็วได้มีผลให้การขยายการจ้างงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะการจ้างงานในอุตสาหกรรมและภาคบริการ การขาดแคลนแรงงานเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปแต่มีความรุนแรงไม่เท่ากันในแต่ละพื้นที่ในแต่ละอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตผลิตภัณฑ์มีมูลค่าต่อหน่วยต่ำ และมูลค่าเพิ่มต่อหน่วยต่ำ จึงไม่สามารถให้ผลตอบแทนแก่แรงงานได้เท่ากับอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มต่อแรงงานสูงได้ แรงงานในอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว มีการเคลื่อนย้ายไปสู่อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีผลตอบแทนสูงกว่า การหมุนเวียนของคนงานสูงมากจนเกิดปัญหาในกระบวนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของผลผลิตลดลง เพราะความไม่ชำนาญของแรงงาน บางโรงงานแก้ปัญหาโดยมีการนำเอาแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานอย่างไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ปัญหาการขาดแคลนแรงงานจะเป็นปัญหาที่สำคัญในอนาคต มีผู้ประกอบการ โรงงานก๋วยเตี๋ยวและขนมจีนบางรายมีแนวคิดที่จะเลิกกิจการ เพราะไม่สามารถหาแรงงานมาใช้ในกระบวนการแปรรูปได้ โดยเฉพาะโรงงานทั้งสองประเภทจะต้องมีการจ้างงานในช่วงเวลาดกลางคืน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สด ป้อนสู่ตลาดในช่วงเช้า จึงหาแรงงานได้ยากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยในยุคปัจจุบันแรงงานมีทางเลือกในการทำโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้มาก อุตสาหกรรมที่ผลตอบแทนต่ำ และมีการทำงานในช่วงเวลาผิดปกติจึงไม่เป็นที่ปรารถนาของแรงงานอีกต่อไป

3. ปัญหาด้านเทคโนโลยีการแปรรูปและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การแปรรูปข้าวในประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านเทคโนโลยีพอสมควร ทั้งในด้านของเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต (hardware) และในด้านของความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิต คือ ความรู้ที่ใช้ในกระบวนการผลิต (software) โดยศึกษาพบว่า โรงงานแปรรูปข้าวหลายประเภทส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น โรงงานแป้งข้าว โรงงานก๋วยเตี๋ยว และมักเป็นโรงงานที่มีการสร้างหรือมีอายุมานานแล้ว เครื่องจักรส่วนใหญ่จึงเป็นเครื่องจักรเก่า และขาดการบำรุงรักษาอย่างดีเท่าที่ควร ประสิทธิภาพของเครื่องจักรจึงถดถอยลงไปจากที่ควรเป็น ทำให้มีผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ และโรงงานเหล่านี้ก็ไม่มีเงินทุน ความรู้ความมั่นใจเพียงพอที่จะลงทุนซื้อเครื่องจักร หรือปรับปรุงเครื่องจักรเดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัญหาดังกล่าวกลายเป็นปัญหาที่สำคัญปัญหาหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว

4. ความรู้ในกระบวนการผลิตพบว่า ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่มักจะใช้ความรู้ที่ได้รับ การถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และความชำนาญในการผลิต เป็นผู้ที่ทราบขบวนการผลิตที่ สมบูรณ์เพียงคนเดียว มากกว่าที่จะใช้ขบวนการผลิตที่แน่ชัด ดังนั้นโรงงานที่ใช้ระบบดังกล่าว จึงมักประสบปัญหาในด้านความสม่ำเสมอของคุณภาพ และการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีขีดจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในส่วนของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เครื่องจักรและความรู้ในขบวนการผลิตเหล่านั้นมัก จะเป็นเทคโนโลยีที่ได้มาจากต่างชาติ โดยผ่านการซื้อเครื่องจักร การร่วมลงทุน หรือการซื้อทั้ง โครงการ การรับเทคโนโลยีต่างรวมทั้งยังมีผลให้ประเทศไทยต้องนำเข้าสินค้าทุนเพิ่มขึ้นอีกด้วย จาก ข้อมูลในปัจจุบันและความคาดหมายในอนาคตพบว่า อุตสาหกรรมเหล่านี้ยังต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีจาก ต่างชาติต่อไป เพราะกลไกการเรียนรู้ การพัฒนา การถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปข้าวนั้นสูง ในอุตสาหกรรมของประเทศไทยยังไม่ดีเท่าที่ควร

เมื่อรวมปัญหาเทคโนโลยีในการแปรรูปข้าวกับปัญหาทางวัตถุดิบ และปัญหาด้านแรงงาน แล้ว จึงทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปที่ผลิตได้มักมีปัญหาอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นปัญหา คุณภาพของการออกแบบ ปัญหาคุณภาพในการผลิตตามแบบ และ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหา ความสม่ำเสมอของคุณภาพ

5. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาที่สำคัญมากของอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว ในประเทศไทย โดยเฉพาะความสม่ำเสมอของคุณภาพและสุขอนามัย ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ ข้าวแปรรูปจากบางประเภท เช่น แป้งข้าว ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นสินค้าคุณภาพดี แต่ก็ยังพบ ว่าความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพและมีสิ่งปนเปื้อนมาอยู่เสมอ การแก้ปัญหาด้านคุณภาพเป็น ปัญหาใหม่สำหรับอุตสาหกรรมการแปรรูปข้าว

6. ปัญหามาตรฐานในด้านสุขอนามัย เพราะผู้บริโภคโดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในการบริโภค และผลกระทบต่อสุขภาพของตนมาก หน่วยงานในประเทศดังกล่าวจึงมีการกำหนดระบบมาตรฐานที่จะคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศ โดยเป็นระบบมาตรฐานที่ครอบคลุมการตรวจสอบในทุกขั้นตอนการแปรรูป ที่อาจจะมีผลต่อ ความปลอดภัยและสุขภาพของการบริโภคแทนที่จะตรวจสอบเฉพาะผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายดังที่เคย ปฏิบัติมา เช่น ระบบ HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Point) ของประเทศ สหรัฐอเมริกา เป็นต้น ซึ่งเป็นระบบที่มีแนวโน้มที่จะขยายไปสู่ประเทศอื่น ๆ และคาดว่าจะได้รับ การยอมรับจากองค์การการค้าโลกให้เป็นมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศอย่างหนึ่งในเวลาไม่ นานนี้ ซึ่งย่อมกระทบต่อผู้แปรรูปที่ไม่สามารถปรับตัวกับระบบมาตรฐานใหม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ประเภท เช่น พระราชบัญญัติอาหารฉบับ พ.ศ. 2522 มีความล้าสมัยอยู่หลายด้าน ในขณะที่อุตสาหกรรมอาหารของโลกที่ปรับเปลี่ยนไป มาตรฐานสินค้าขององค์การอาหารและยา (อย.) ยังมีข้อจำกัดไม่ตรงกับมาตรฐานของผู้นำเข้าที่ต้องการ ทำให้เสียเวลามาก นอกจากนี้การบริการด้านการจัดฉลากโภชนาการยังมีจำกัด เช่น สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ตัวอย่างสินค้าแต่ละตัวต้องรอเวลา 1-2 เดือนเป็นอย่างเร็ว ส่วนกรมวิทยาศาสตร์บริการก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ช่วยขยายบริการการขอย. ที่เพิ่มขึ้นแต่ไม่เพียงพอ จึงเป็นอุปสรรคอย่างยิ่ง (วิบูลย์เกียรติ, 2539)

ด้านการตลาด

1. ปัญหาทางด้านการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในด้านการบริโภค ปัญหาดังกล่าวส่งผลต่ออุตสาหกรรมขนาดเล็กในชนบท เนื่องจากผู้บริโภคได้มีความนิยมที่จะบริโภคอาหารทางตะวันตกมากขึ้น และยังนิยมบริโภคอาหารที่มีตราสินค้าระดับประเทศมากกว่าสินค้าที่มีตราสินค้าระดับท้องถิ่น อันเนื่องมาจากกระแสของการโฆษณา และการขยายตัวของเมือง รวมถึงการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะให้ผลต่ออุตสาหกรรมขนาดเล็ก และอุตสาหกรรมที่ผลิตอาหารและขนมพื้นบ้านโดยภาพรวม อีกทั้งตลาดในแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมการบริโภคเช่นกัน

2. ปัญหาความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่สำคัญมากสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก คือ ธุรกิจขนาดเล็กมีขีดความสามารถในการกระจายสินค้าและการโฆษณาได้ต่ำกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

3. ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการตลาด ปัญหานี้มีความสำคัญมาก เพราะเป็นปัญหาที่ส่งผลไม่เฉพาะการแข่งขันในปัจจุบัน หากแต่ส่งผลถึงการแข่งขันของธุรกิจในอนาคตอีกด้วย เพราะการมีข้อมูลข่าวสารที่จำกัด หรือไม่มีความเที่ยงตรง แม่นยำและทันเวลา จะทำให้ธุรกิจไม่สามารถกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างทันท่วงที หากพิจารณาเฉพาะตลาดต่างประเทศ ปัญหาดังกล่าวคงไม่มีความสำคัญมากนักเพราะธุรกิจขนาดใหญ่สามารถหาข้อมูลทางการตลาดได้จากเครือข่ายผู้ขายส่ง และผู้ค้าปลีกจำนวนมากที่สามารถให้ข้อมูลย้อนกลับมาสู่ผู้แปรรูป

ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลที่สำคัญมาก เมื่อพิจารณาในแง่ของตลาดต่างประเทศ ผู้ประกอบการชาวไทย ซึ่งมักได้รับเทคโนโลยีและต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีจากต่างชาติ หากยังต้องได้รับข้อมูลข่าวสารการตลาดจากผู้นำเข้า หรือนายหน้าชาวต่างประเทศอีก ผู้ประกอบ

การหรือผู้แปรรูปชาวไทยก็คงไม่ต่างไปจากผู้รับจ้างผลิตนั่นเอง ซึ่งหากวันใดวันหนึ่งผู้นำเข้าสามารถหาผู้รับจ้างผลิตที่มีต้นทุนต่ำกว่า ก็คงจะหันไปหาผู้ผลิตรายนั้นต่อไป

4. ปัญหาการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว ถึงแม้ว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งด้านปริมาณและมูลค่าการส่งออก แต่ยังมีอุปสรรคในการส่งออก ได้แก่ การกีดกันทางการค้าจากตลาดที่สำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา มีการกำหนดมาตรฐานสุขอนามัยสูงสำหรับผลิตภัณฑ์บางรายการ เช่น เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว ญี่ปุ่นได้กำหนดโควตาการนำเข้าแป้งข้าว เป็นต้น ทำให้ประเทศมีการเสียเปรียบด้านการแข่งขัน ทั้งประเทศที่มีการรวมกลุ่มหรือมีการตกลงกับประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ และการที่สินค้าไทยมีต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากราคาวัตถุดิบสูงขึ้น และตลาดส่งออกมีค่อนข้างจำกัด เฉพาะกลุ่มชาวเอเชียทำให้สินค้าของไทยมีการกระจายน้อยและมีผลทำให้สินค้าไทยมีราคาแพงกว่าคู่แข่งในแถบเอเชีย

5. นอกจากนี้ไทยยังขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ การพิมพ์ฉลากเพื่อการส่งออก โดยผู้ผลิตต้องให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าให้ชัดเจนเป็นภาษาท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อผู้ผลิต น้ำหนักสุทธิ สารอาหารที่ใช้ปรุงแต่ง การเก็บรักษา วันผลิต และวันหมดอายุ และข้อมูลอื่น ๆ เช่น สารอาหารที่ได้รับ และปริมาณพลังงาน

ด้านสิ่งแวดล้อม

ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวหลายอุตสาหกรรม เพราะมักจะเกี่ยวข้องกับการใช้และการปล่อยน้ำเสียจำนวนมากลงสู่ลำคลองและแม่น้ำธรรมชาติ อันมีผลก่อให้เกิดมลภาวะกับพื้นที่ใกล้เคียง เช่น โรงงานขนมจีน และเส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว นอกจากนี้ในบางอุตสาหกรรม เช่น โรงงานแป้ง ยังอาจมีปัญหากลิ่นและฝุ่นอีกด้วย ปัญหาดังกล่าวมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น ประการแรก เพราะสาธารณะชนและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้น ประการที่สอง การขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็วทำให้โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว ซึ่งอาจเคยอยู่นอกเมืองกลายมาอยู่ในเขตเมือง การสร้างมลภาวะของโรงงานดังกล่าว จึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการไม่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากประชาชนรอบข้าง ประการสุดท้าย คือ โรงงานขนาดเล็กมีผลกำไรต่อหน่วยต่ำเกินไปที่จะนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น เทคโนโลยีในการบำบัดน้ำเสียมาใช้

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว

ด้านวัตถุดิบ

1. ควรมีความร่วมมืออย่างจริงจังของสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการและภาคเอกชน ในการวิจัยขั้นพื้นฐานในด้านวัตถุดิบ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตวัตถุดิบให้สูงขึ้น และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง วิจัยสายพันธุ์ของวัตถุดิบให้ได้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพ รวมไปถึงเผยแพร่งานวิจัย ถ่ายทอดเทคโนโลยีไปยังผู้แปรรูปอย่างทั่วถึง

2. ส่งเสริมให้ผู้ผลิตใช้ปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม โดยจัดหาและผลิตวัตถุดิบตามสายพันธุ์ ให้เหมาะสมกับการแปรรูป และควรมีการแบ่งประเภทของข้าวที่ต้องการใช้เป็นวัตถุดิบให้แน่นอน มีการกำหนดเป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น คุณสมบัติทางเคมีวัตถุดิบของที่ใช้แปรรูปแทนคุณสมบัติทางกายภาพ เพื่อกำจัดปัญหาความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพในช่วงเวลาที่แตกต่างกันด้วย

3. ควรผลิตวัตถุดิบตามแยกตามพันธุ์ข้าวป้อนโรงงานโดยตรง เพื่อให้ได้วัตถุดิบตรงตามที่ต้องการและมีคุณภาพสม่ำเสมอแต่อาจทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้นได้

4. ควรมีการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมข้าวให้ชัดเจน โดยมีการแยกภาระหน้าที่ของอุตสาหกรรมออกเป็นส่วนย่อย (segment) คือการให้โรงงานแปรรูปข้าวเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนโรงงานแปรรูป ไม่ว่าจะเป็นโรงงานเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ขนมปังกรอบ หรือแป้งแผ่น การใช้เทคโนโลยีการนำแป้งข้าวไปผลิตแทนการใช้ข้าวหัก แม้ว่าต้นทุนของแป้งข้าวจะสูงกว่าข้าวหัก แต่จะประหยัดต้นทุนในการเก็บรักษาข้าว และยังสามารถขนส่งก้อนหมักข้าวไปทำให้ประหยัดต้นทุนในการบำบัดของเสีย

ด้านการผลิต

1. การจัดหาแรงงานให้เพียงพอต่อความต้องการผลิต โดยการดึงดูดให้เข้ามาทำงาน เช่น การให้สวัสดิการ ให้ค่าจ้างในอัตราที่เป็นธรรม หรืออาจลดกำลังการผลิตให้เหมาะสมกับแรงงาน และเงินทุนที่มีอยู่ เพื่อไม่ให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงเกินไป รวมไปถึงการจัดหาเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูงและมีประสิทธิภาพมาทดแทนแรงงาน แต่ยังมีข้อจำกัดสำหรับโรงงานขนาดเล็ก การจัดหาแรงงานต่างด้าวนั้นต้องทำให้ถูกต้องตามกฎหมาย มีการขออนุญาตจากกรมแรงงานและสวัสดิการสังคม เพราะปัจจุบันมีการผลักดันแรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมายออกนอกประเทศ เพื่อคุ้มครองแรงงานในประเทศ ซึ่งการจ้างแรงงานที่ผิดกฎหมายจะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้ประกอบการโรงงานขนาดเล็กควรปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร โดยการซ่อมบำรุงรักษา หรือเปลี่ยนเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัย จะทำให้ปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มากขึ้น แต่ประสบปัญหาในด้านเงินทุน จึงควรมีการจัดหาเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ

3. ความรู้ในกระบวนการผลิตควรกำหนดเป็นสูตรแน่นอน ซึ่งผ่านการศึกษาระบบการผลิตทางวิทยาศาสตร์ และอาจจ้างพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตมาพัฒนา

4. การได้รับเทคโนโลยีที่ได้มาจากต่างชาติ แม้จะมีผลดีในด้านความรวดเร็วในการศึกษากระบวนการผลิต แต่ก็สร้างข้อจำกัดในด้านค่าน้ำและพัฒนาระบบการผลิต เพราะขาดความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการแปรรูปนั้น ๆ จึงควรมีการพัฒนาเรียนรู้กระบวนการผลิตและการแปรรูปเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองแทนที่จะพึ่งพิงเทคโนโลยีจากต่างชาติตลอดไป การวิจัยพัฒนาเครื่องจักรใช้เองเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อลดการนำเข้าสินค้าทุน ทั้งนี้ควรมีการกำหนดนโยบายที่แน่ชัดในการพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง และควรมีการเชื่อมโยงในการค่าน้ำและพัฒนาเทคโนโลยีระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันทางวิชาการ

5. ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์ควรได้รับการแก้ปัญหาตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบ เทคโนโลยีการแปรรูป หรือแม้แต่ปัญหาแรงงานเพราะมีความเกี่ยวข้องกัน และมีผลต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรมีความซื่อสัตย์ในการไม่ปนเปื้อนสิ่งแปลกปลอมในผลิตภัณฑ์ และควรรักษาคุณภาพไว้เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้นำเข้า

6. การผลิตของไทยส่วนมากยังไม่ได้มาตรฐาน จึงควรมีการเผยแพร่และทำความเข้าใจกับผู้ประกอบ รวมทั้งการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด เพื่อลดการกีดกันทางการค้าอีกทางหนึ่ง เพราะการจัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจการค้าต่าง ๆ หันมาใช้มาตรการด้านต่าง ๆ มากขึ้น เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยกับผลิตภัณฑ์อาหาร

7. มาตรฐานของไทยเองยังมีข้อจำกัดไม่ตรงกับมาตรฐานของผู้นำเข้าที่ต้องการ ผู้ผลิตเองจึงพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามมาตรฐานของประเทศนั้น ๆ

8. การแก้ไขกฎระเบียบของทางราชการที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกมีความสำคัญ การมีหน่วยงานของรัฐที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตสินค้าหลายหน่วยงาน ทำให้เกิดความยุ่งยากและสิ้นเปลืองสำหรับผู้ผลิต กลายเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น การขออนุญาตต่าง ๆ ควรมีความสะดวกรวดเร็วไม่เปิดโอกาสให้ส่วนราชการแสวงหาผลประโยชน์โดยตรง เช่น การขอใบรับรองต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการปฏิบัติ ควรมีหน่วยงานรับผิดชอบน้อยที่สุดสำหรับสินค้าส่งออกโดยเน้นความสะดวกรวดเร็ว

ด้านการตลาด

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ ให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคของผู้บริโภค เช่น อุตสาหกรรมขนมไทยที่สร้างตลาดเฉพาะของตัวเอง การผลิตเส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยวกิ่งสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองการบริโภคในปัจจุบันที่ไม่มีเวลาในการเตรียมอาหาร ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและวัฒนธรรมของแต่ละตลาด และสามารถวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการออกสู่ตลาดได้

2. ธุรกิจขนาดเล็กแต่ละหน่วยควรต้องพยายามหาจุดเด่นหรือจุดแข็งของตนเองในการต่อสู้ทางธุรกิจ เช่น การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะ การสร้างสัมพันธ์กับผู้บริโภคในท้องถิ่น และการแสวงหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ เป็นต้น

3. ควรมีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารการตลาดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้องทันเวลา จึงควรมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดหน่วยงานกลางในการประสานและรับผิดชอบการสร้างฐานข้อมูลทางการตลาด ระเบียบ กฎเกณฑ์ และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มความต้องการของตลาดในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อกระจายต่อผู้ประกอบการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด อีกทั้งยังรวมไปถึงความเคลื่อนไหวของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ซึ่งในอนาคตภายใต้องค์การการค้าโลก จะมีการค้าเสรีและการแข่งขันที่สูงมาก จึงควรใช้เทคโนโลยีทางสารสนเทศมาช่วย จะเอื้ออำนวยให้การแข่งขันของภาคเอกชนให้มีศักยภาพสูงขึ้น ปัจจุบันการแข่งขันในด้านราคาหรือต้นทุนนั้นไม่มีความยั่งยืนแต่อย่างใด จึงควรหันมาหาการพัฒนาคุณภาพและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อแข่งขันในเรื่องของคุณภาพแทน และสิ่งที่สำคัญที่สุดในการปรับตัวดังกล่าวคือ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการตลาดที่เที่ยงตรง ถูกต้อง และทันเวลา

4. ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ การปิดป้ายฉลากมากขึ้น โดยให้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าให้ชัดเจนเป็นภาษาท้องถิ่น เช่น ชื่อผู้ผลิต วันหมดอายุ สารอาหารที่ได้รับ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกของไทยควรมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพกลางและมีการตรวจสอบและออกหนังสือรับรองคุณภาพ เพื่อให้คุณภาพสินค้าที่ส่งออกไปจำหน่ายมีความสม่ำเสมอ และผู้นำเข้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพ

5. แนวทางการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย และการขยายตลาดผลิตภัณฑ์รัฐบาลควรจัดให้มีคณะทำงานที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ ในการแก้ปัญหาของกฎระเบียบที่ผู้นำเข้า

ต่างประเทศกำหนดขึ้นเป็นมาตรการกีดกันสินค้านำเข้า และควรเข้าไปมีบทบาทในการผ่อนคลาย มาตรการกีดกันการนำเข้า และเจรจาเปิดตลาดกับประเทศที่จำกัดการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวไทย

6. มีการนำผลิตภัณฑ์ข้าวไทยไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ หรือเชิญชวนและนำ คณะผู้ซื้อจากต่างประเทศมาเยือนประเทศไทย และชมงานแสดงสินค้าที่ประเทศไทยเป็นประจำ ทุกปี เพื่อส่งเสริมเผยแพร่ให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. สร้างระบบน้ำเสียและการจัดการสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่สร้างมลภาวะให้กับชุมชนและ บริเวณใกล้เคียง ผู้ประกอบการควรมีความรับผิดชอบมากขึ้น แต่ด้วยเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมักเป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาสำหรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ การพัฒนาเทคโนโลยีในการบำบัด น้ำเสียที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมขนาดเล็กยังมีการวิจัยและพัฒนาน้อยมากในประเทศไทย จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจศึกษา

2. การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ประโยชน์จากผลพลอยได้และของเสีย รวมถึงการสร้าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพราะมีการตื่นตัวในการอนุรักษ์ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาของเสียที่เกิดขึ้นและส่งผลดีต่ออุตสาหกรรม

บทบาทและนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว

บทบาทและนโยบายของรัฐในด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยมี ดังนี้

บทบาทการควบคุม

1. ตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2512 ได้กำหนดให้โรงงานก๋วยเตี๋ยว และผลิตภัณฑ์ แป้งอื่น ๆ ที่มีเครื่องจักรเกิน 2 แรงม้า หรือจ้างแรงงานเกินกว่า 7 คน ต้องยื่นขอใบอนุญาตตั้งและ ประกอบกิจการโรงงานต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งจะต้องมีระบบ กำจัดน้ำทิ้ง ตลอดจนระบบกำจัดกลิ่น ฟุ้งและควันต่าง ๆ ด้วย

2. เนื่องจากผลิตภัณฑ์แป้งที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นอาหารบริโภคตามพระราชบัญญัติ อาหาร พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้ผู้ตั้งโรงงานผลิตอาหารเพื่อจำหน่าย จะต้องยื่นขออนุญาตจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กองควบคุมอาหารและยา เพื่อออกไปอนุญาตให้ผลิตอาหารเพื่อจำหน่าย หรือ ออ. โดยการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องระบุรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (country of origin) ผู้ประกอบการต้องยื่นขอใบอนุญาต (อรพิน, 2533)

3. พระราชบัญญัติผู้คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานกฤษฎีกา มีอำนาจและหน้าที่พิจารณาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบการ คำนึงการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค รวมทั้งโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเดือดร้อนแก่สิทธิของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากแป้งจำเป็นต้องให้ความสำคัญและควบคุมความถูกต้องของมาตรฐานสินค้าที่ผลิตอยู่เสมอ การควบคุมดังกล่าวจะมีผลคุ้มครองผู้บริโภคไทย แต่การควบคุมมาตรฐานสินค้าก็อาจจะส่งผลต่อการส่งออกได้

บทบาทการส่งเสริมและพัฒนา

1. มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ข้าว โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ทำให้ผู้ประกอบการให้ความสนใจปรับปรุงมาตรฐานสินค้าที่ผลิตขึ้น ทั้งนี้มีการปรับปรุงโดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดการประหยัดในขนาด และมั่นใจในสุขภาพและสุขอนามัยผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน สมอ. มีการประกาศใช้เป็นเชิงแนะนำ หรือเป็นแนวทางเพื่อการพัฒนายกระดับมาตรฐานสินค้า หากผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติได้ตามมาตรฐานก็จะช่วยขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวได้

2. มีการสนับสนุนด้านเทคนิคการผลิต โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้สนับสนุนให้มีการลงทุนร่วมระหว่างผู้ประกอบการชาวไทยและผู้ร่วมลงทุนชาวต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น ทำให้มีการนำเทคโนโลยีการผลิตจากต่างชาติมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพผลิตภัณฑ์ (กระทรวงพาณิชย์, 2539)

3. คณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ มีโครงการสนับสนุนงบประมาณในการวิจัยการแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สร้างเพิ่มมูลค่าเพิ่มและสนับสนุนให้เอกชนนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ หน่วยงานรับผิดชอบ คือ กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาข้าว ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2539) โดยมีโครงการต่าง ๆ ดังนี้

3.1. จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดแนวทางพัฒนา และกำกับดูแลการแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 จัดตั้งโครงการการแปรรูปข้าวให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

3.3 จัดโครงการวิจัยชนิดข้าวที่เหมาะสมในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีโครงการที่ไม่ต้องใช้งบประมาณของรัฐ โดยสนับสนุนให้เอกชนศึกษาวิจัยพัฒนาในการแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ โดยลดภาษีนำเข้าอุปกรณ์เครื่องมือที่นำเข้ามาใช้ในการวิจัยการแปรรูปเพื่อจะสามารถพัฒนาการแปรรูปได้รวดเร็ว

3.4 มาตรการไม่เก็บภาษีนำเข้าอุปกรณ์ เครื่องมือ รวมทั้งอะไหล่ เครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว

3.5 มาตรการไม่เก็บภาษีนำเข้า เครื่องมือ อุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการบำบัดน้ำเสียของโรงงานแปรรูปข้าว

3.6 มาตรการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบหรือเครื่องปรุงรสเพื่อใช้ในการแปรรูปข้าว

4. มีการศึกษาเพื่อให้เกิดการพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้าอาหารและการผลิตอาหารที่ปลอดภัยและถูกสุขอนามัยเพื่อการบริโภคทั้งภายในและการขยายการส่งออก โดยคณะวิจัยโครงการพัฒนา และยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรส่งออก ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2539 (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539ข)

5. กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดผลิตภัณฑ์ข้าวไว้ในเป้าหมายการส่งออก ปี พ.ศ. 2534 ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวได้รับการดูแลเป็นพิเศษ เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้า ๆ ที่เกิดขึ้น หรืออาจจะเกิดกับผลิตภัณฑ์ข้าวได้ และส่งเสริมการส่งออกไปยังต่างประเทศอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น (ศิริพร, 2539)

6. มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยให้ตลาดต่างประเทศรู้จัก โดยมีคณะทำงานโครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรส่งออก เพื่อติดต่อกับผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวในต่างประเทศและปรึกษาในรายละเอียดเพื่อขยายผลในการส่งออก

7. กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง ให้มีการขอคืนภาษีอากรตามมาตรา 19 ทวิ หากนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อการผลิต ผสม ประกอบหรือบรรจุใหม่เป็นสินค้าเพื่อการส่งออก โดยเสียภาษีเป็นภาษีอากรขาเข้าเป็นเงินสด หรือใช้การรับรองของธนาคาร (bank guarantee) มาค้ำประกันเพื่อผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้วให้นำหลักฐานมาขอคืนภาษีอากรได้ ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ธุรกิจ มีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ ทำให้ขยายการผลิตและการส่งออก

8. โครงการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว กรมการค้าต่างประเทศเป็นหน่วยงานรับผิดชอบ โดยมีหลักการและเหตุผล ประการแรก คือ ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย มีมูลค่าส่งออกปีละกว่า 3,000 ล้านบาท ในภาวะการค้าข้าวในตลาดโลกปัจจุบันและแนวโน้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนาคต การแข่งขันนับวันทวีความรุนแรงมากขึ้น ในขณะที่ศักยภาพการแข่งขันทางด้านราคาของข้าวไทยมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำซึ่งส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรจะขายได้ การส่งเสริมสนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวซึ่งส่วนใหญ่ผลิตจากข้าวคุณภาพต่ำ นอกจากจะช่วยบรรเทาปัญหาดังกล่าวแล้ว ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มในสินค้าข้าวด้วย ผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยมีหลากหลายชนิด แต่ยังคงขาดความสมบูรณ์ในข้อมูลที่จะใช้กำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการสนับสนุนส่งเสริมการส่งออก และรองรับการแข่งขันในอนาคตจึงเห็นควรให้มีการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางดังกล่าว

กรมการค้าต่างประเทศได้จดทะเบียนการค้าดวงตราสัญลักษณ์ข้าวไทยไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเป็นการส่งเสริมข้าวไทยในต่างประเทศ ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายโดยกำหนดให้มีดวงตราสัญลักษณ์ข้าวไทยที่แสดงว่าข้าวที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศนั้นเป็นข้าวจากประเทศไทย และได้อนุญาตให้ผู้ส่งออกมาใช้ดวงตราสัญลักษณ์ข้าวไทย โดยจะพิจารณาคุณสมบัติของผู้ประกอบการส่งออกว่า จะต้องเป็นผู้ที่ไม่เคยประกอบการใด ๆ ให้เป็นที่เสียหายแก่การค้าระหว่างประเทศมาก่อน หรือเคยเป็นกรรมการหรือเป็นผู้จัดการของนิติบุคคลผู้ที่เคยประกอบการใด ๆ ให้เป็นที่เสียหายแก่การค้าระหว่างประเทศมาก่อน วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการกำหนดแนวทางส่งเสริมการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ทำให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักในตลาดมากขึ้น เพื่อเป็นที่เชื่อถือของผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศว่า ข้าวที่ส่งออกไปจำหน่ายแก่ผู้ซื้อดังกล่าวเป็นข้าวของประเทศไทย โดยทางราชการให้การรับรองเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาวะตลาดและปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าว ตลาดเป้าหมาย คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย อินโดนีเซีย ใต้หวัน สาธารณรัฐเกาหลี และสหภาพยุโรป ผลที่คาดว่าจะได้รับ คือ ได้ข้อมูลซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งจะใช้ประโยชน์ในการดำเนินการกลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมสนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวต่อไป ผู้ส่งออกข้าวไทยที่ใช้ดวงตราสัญลักษณ์ได้รับความเชื่อมั่น และเป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพในตลาดต่างประเทศมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยสามารถขยายตลาดได้เพิ่มขึ้น ผู้ส่งออกไทยที่ได้รับอนุญาตตระหนักถึงคุณค่าจึงรักษาคุณภาพข้าวไทย ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวด้วย

จากบทบาทและนโยบายของรัฐบาลทั้งบทบาทการควบคุมและบทบาทการส่งเสริม มีผลต่อการผลิตและการส่งออกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวอย่างมาก จากบทบาทการควบคุมตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2512 ทำให้โรงงานผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดตามกฎหมายระเบียบ ส่งผลดีต่อโรงงานเองเพราะมีการควบคุมความปลอดภัยในโรงงานและผู้ที่อาศัยใกล้เคียงลดมลภาวะอากาศเสีย และน้ำเสีย ตลอดจนกำหนดแนวทางในการควบคุมมลภาวะ แต่โรงงานเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องมีการระบบจัดการภายในโรงงาน เช่น ระบบกำจัดน้ำทิ้ง ตลอดจนระบบกำจัดกลิ่น ผุ่นและควันต่าง ๆ ด้วย ในปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับการใช้และการปล่อยน้ำเสียจำนวนมากลงสู่ลำคลองและแม่น้ำธรรมชาติ อันมีผลก่อให้เกิดมลภาวะกับพื้นที่ใกล้เคียง และมีปัญหากลิ่นและผุ่นอีกด้วย ปัญหาดังกล่าวมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น โรงงานแปรรูปข้าวส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กยังมีข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีการจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้เพราะส่วนใหญ่เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาสำหรับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จึงควรมีการวิจัยพัฒนาหาทางนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้กับอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และควรให้การสนับสนุนเงินทุน เพราะโรงงานขนาดเล็กมีผลกำไรต่อหน่วยต่ำและมีข้อจำกัดด้านเงินทุนแม้จะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น แต่จะส่งผลดีต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวในอนาคต เพราะแสดงให้เห็นว่าไทยมีมาตรฐานด้านพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้ประเทศผู้นำเข้าไม่สามารถนำเรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นข้ออ้างในการกีดกันทางการค้าในอนาคต หากผู้ประกอบการถือปฏิบัติอย่างจริงจัง

การให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อการบริโภค ต้องยื่นขออนุญาตผลิตอาหารเพื่อการจำหน่ายและการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ข้าวนั้น ส่งผลดีให้ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และทำให้ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับการปรับปรุงมาตรฐานสินค้าที่ผลิต ทั้งนี้มีการปรับปรุงโดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด และมั่นใจในคุณภาพและสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์ แต่มาตรฐานของไทยเองยังมีข้อจำกัดและไม่ตรงกับมาตรฐานของประเทศผู้นำเข้าบางประเทศ จึงต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญของมาตรฐาน ผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับมาตรฐานที่กำหนด เพราะมีการตรวจสอบมาตรฐานในทุก ๆ จุด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานต่าง ๆ แก่ผู้ผลิต แต่มาตรฐานสินค้าของประเทศไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดีพอยังมีสิ่งปนเปื้อนในสินค้า ผู้ผลิตจึงต้องปรับปรุงและรักษาคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้นำเข้า ทั้งนี้การควบคุมมาตรฐานเพื่อป้องกันการกีดกันทางการค้าและส่งเสริมต่อการขยายการส่งออกในอนาคต และควรแก้ไขกฎระเบียบของทางราชการที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกมีความสำคัญเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ส่งออก

การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการแปรรูปข้าวนั้น มีผลทำให้ทราบแนวทางพัฒนาและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้ผู้ผลิตและผู้บริโภค แต่การวิจัยและพัฒนาจะมีประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการหากได้นำไปปฏิบัติจริง แต่ยังมีข้อจำกัดในการเผยแพร่ให้เข้าถึงผู้ประกอบการน้อยหรือผู้ประกอบการเองไม่สามารถปฏิบัติได้จริง เพราะการพัฒนาปรับปรุงนั้นส่วนใหญ่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินทุน โรงงานส่วนใหญ่ยังเป็นโรงงานขนาดเล็กและมีข้อจำกัดในเรื่องนี้ ถึงแม้จะมีมาตรการการลดภาษีการนำเข้าเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมนี้ก็ตาม จึงควรมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดให้เงินทุนกู้ยืมเงินดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการ การพัฒนาวิจัยปรับปรุงจึงควรได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพื่อให้ผลงานวิจัยมีประโยชน์มากกว่าเป็นผลเพียงในห้องปฏิบัติการ

การจัดนโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ โดยให้ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยใช้ตราสินค้าของไทย และการจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ แต่การขยายตลาดในต่างประเทศนั้นผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยเองต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของแต่ละตลาด โดยศึกษาวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานที่กำหนด เช่น ด้านสุขอนามัย ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถขยายตลาดและรักษาส่วนแบ่งในตลาดต่างประเทศได้

การพัฒนาวัตถุดิบเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะสถานการณ์การค้าผลิตภัณฑ์ข้าวขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต ข้าวของไทยเป็นข้าวคุณภาพดี แต่การแปรรูปข้าวยังมีปัญหาในเรื่องวัตถุดิบ คือ ข้าวปลายหักหรือปลายข้าว เพราะไทยยังไม่มีมีการแยกการผลิตตามพันธุ์ ทำให้มีการปะปนของข้าวหลาย ๆ ประเภท ทำให้คุณภาพไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบถือเป็นเรื่องสำคัญ แต่การนำมาผลิตควรกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปตามที่ต้องการ

การลดภาษีนำเข้าอุปกรณ์เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัยการแปรรูป อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว อุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการบำบัดน้ำเสีย มาตรการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบหรือเครื่องปรุงรสเพื่อใช้ในการแปรรูปข้าว และการให้มีการขอคืนภาษีอากรตามมาตรา 19 ทวิ หากมีการนำเข้าวัตถุดิบ มีส่วนช่วยแก้ปัญหาด้านเงินทุนในอุตสาหกรรมการผลิตอย่างมาก ช่วยเสริมสภาพคล่องให้ธุรกิจ มีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ สามารถพัฒนาการแปรรูปได้รวดเร็ว และทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง สามารถแข่งขันและขยายโอกาสในตลาดโลกได้

ปัจจุบันการร่วมตัวทางการค้าของแต่ละกลุ่มประเทศเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจมากขึ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างมาก เพราะในแต่ละกลุ่มจะมีการกีดกันทางการค้ากับประเทศนอกกลุ่มทั้งมาตรการภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย การเจรจาเพื่อผ่อนปรนภาษี การเพิ่มโควตา และมาตรการกีดกันต่าง ๆ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคีทำได้ยากมากในทางปฏิบัติ ไทยเองจึงควรมีการร่วมกลุ่มกับประเทศอื่น ๆ เช่น เขตการค้าเสรีอาเซียน เพื่อสร้างอำนาจต่อรอง และช่วยเหลือทางการค้าในกลุ่มประเทศ โดยขณะนี้ในเขตการค้าเสรีอาเซียนมีการลดภาษีจากภาษีนำเข้าในปี พ.ศ. 2536-2541 ร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 5 ภายในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งจะช่วยขยายตัวมากขึ้นในเขตการค้านี้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามต้องปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐานคุณภาพสม่ำเสมอและเป็นที่ต้องการของตลาด การลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สินค้ามีราคาต่ำสามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แข่งขันและมีโอกาสเจาะตลาดในต่างประเทศได้ รวมไปถึงการศึกษาสำรวจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของตลาดโลกและสถานการณ์การค้าที่ทันต่อเหตุการณ์ มีความสำคัญอย่างยิ่ง

นโยบายและมาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนา และการแก้ปัญหาในอุตสาหกรรมนี้ สามารถปฏิบัติจริงเพียงบางส่วนเท่านั้น เพราะยังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ และขาดผู้ปฏิบัติอย่างจริงจัง อีกทั้งยังขาดปัจจัยสำคัญ คือ เงินลงทุน เพราะผลงานวิชาการมักเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยจึงมีราคาสูง ผู้ประกอบการเล็กและเกษตรกรไม่มีเงินทุนมากพอ และข้อจำกัดในการเผยแพร่ผลงานการวิจัยเข้าถึงให้ผู้ประกอบการและเกษตรกร นโยบายมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดออกมา จะมีประสิทธิภาพจึงควรได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและหาทางแก้ไขอย่างถูกต้อง เพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ของไทยต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย โดยทำการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบ ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยในตลาดที่สำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ และศึกษาช่องทางในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย ซึ่งจะพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ส่วนแบ่งการตลาด อัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าว และค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มาเป็นตัววัดความสามารถในการแข่งขันในด้านการผลิตและการส่งออกของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกหรือประเทศคู่แข่งรายอื่น ๆ ซึ่งเป็นแนวทางให้เห็นถึงช่องทางในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อให้มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติการค้าจะเป็นวิธีการที่สามารถศึกษาศักยภาพทางการตลาดได้กับสินค้าเกือบทุกชนิด แต่วิธีนี้ยังมีข้อจำกัดในการศึกษา เช่น ในแต่ละประเทศมีความแตกต่างในการกำหนดรหัสและชนิดของสินค้าทำให้ยากต่อการเปรียบเทียบ นอกจากนี้ยังมีการรวมสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันไว้ในรหัสเดียวกัน ทำให้ไม่สามารถกำหนดชนิดของสินค้าที่แน่นอนลงไปได้ เช่น ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว จะถูกกำหนดรวมอยู่ในประเภทเส้น (pasta) ซึ่งไม่ได้แยกโดยตรงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากข้าวหรือธัญพืชอื่น ๆ เช่น ข้าวสาลี แป้งข้าวโพด เป็นต้น โดยในการวิเคราะห์จะแยกผลิตภัณฑ์ข้าวออกเป็น ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบ และผลิตภัณฑ์แป้งแผ่น ดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์แป้งข้าว

ผลิตภัณฑ์แป้งข้าวของไทยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮังการี มาเลเซีย และสิงคโปร์ สำหรับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ซึ่งเป็นคู่แข่งของไทย ได้แก่ แคนาดา โคลัมเบีย เม็กซิโก และจีน เป็นต้น

1. ประเทศญี่ปุ่น มีแนวโน้มโดยรวมเพิ่มขึ้น มีเพียงในปี พ.ศ. 2533 และ 2537 ที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งลดลง และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2538 และลดลงอีกในปี พ.ศ. 2540 กล่าวคือในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวเท่ากับ 877 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าแป้งเพิ่มเป็น 1,244 1,459 1,158 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 2539 และ 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามลำดับ และลดลงในปี พ.ศ. 2541 คือ 826 พันเหรียญสหรัฐ โดยเป็นการนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด คือคิดเป็นมูลค่า 774 และ 812 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 และ 2541 ตามลำดับ ซึ่งไทยสามารถครองตลาดได้เกือบทั้งหมด คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยร้อยละ 88.27 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อันดับรองลงมา คือ การนำเข้าแป้งข้าวจากประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 94 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 เพิ่มขึ้นเป็น 170 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 แล้วลดลงเป็น 14 พันเหรียญสหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยร้อยละ 9.60 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังมีการนำเข้าแป้งข้าวจากประเทศจีนเป็นอันดับสามแต่ยังมีมูลค่าน้อยมาก และไม่มีการนำเข้าแป้งข้าวจากจีนในปี พ.ศ. 2540 และ 2541 คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดเฉลี่ยประมาณ 0.74 เท่านั้น (ตารางที่ 7 และตารางผนวกที่ 15)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าวไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 33.7327 รองลงมาคือสหรัฐอเมริกา โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.0705 สำหรับแนวโน้มค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าไทยและสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มค่า RCA เคลื่อนไหวขึ้นลง จีนมีแนวโน้มค่า RCA ลดลง โดยทุกประเทศมีค่า RCA ลดลงในปี พ.ศ. 2541 แต่ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ตารางที่ 8)

2. ประเทศฮ่องกง มีการนำเข้าแป้งข้าวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวเท่ากับ 9,481 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าแป้งเพิ่มเป็น 11,065 และ 13,269 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2535 และ 2539 ตามลำดับ และลดลงในปี พ.ศ. 2540 และ 2541 คือ 10,962 และ 10,035 พันเหรียญสหรัฐ โดยเป็นการนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด คือคิดเป็นมูลค่า 4,393 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 5,435 และ 8,493 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2535 และ 2540 ตามลำดับ และลดลงในปี พ.ศ. 2541 คือ 7,354 พันเหรียญสหรัฐ โดยอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของไทยร้อยละ 5.6 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2536 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.03 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2541 ทั้งนี้เนื่องจากฮ่องกงมีการเพิ่มการนำเข้าแป้งข้าวรองลงมาเป็นการนำเข้าแป้งข้าวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 13.98 9.89 และ 0.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 9 และตารางผนวกที่ 16)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าวไปยังประเทศฮ่องกง พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 46.9151 รองลงมาคือญี่ปุ่น จีน และสหรัฐอเมริกา โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.7886 0.3472 และ 0.0121 ตามลำดับ โดยที่ไทยเท่านั้นที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2541 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 7 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	94 (10.72)	56 (8.01)	104 (10.53)	93 (9.24)	96 (9.39)	126 (14.58)	170 (13.67)	225 (15.42)	32 (2.76)	14 (1.69)
จีน	2 (0.23)	-	2 (0.20)	14 (1.39)	15 (1.47)	8 (0.93)	14 (1.13)	30 (2.06)	-	-
ไทย	774 (88.26)	611 (87.41)	877 (88.77)	889 (88.28)	911 (89.14)	713 (82.52)	1,020 (81.99)	1,179 (80.81)	1,126 (97.24)	812 (98.31)
ประเทศอื่นๆ	7 (0.80)	32 (4.58)	5 (0.51)	11 (1.09)	-	17 (1.97)	40 (3.22)	25 (1.71)	-	-
รวมทั้งหมด	877 (100.00)	699 (100.00)	988 (100.00)	1,007 (100.00)	1,022 (100.00)	864 (100.00)	1,244 (100.00)	1,459 (100.00)	1,158 (100.00)	826 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ
ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ซ)

ตารางที่ 8 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแข่งขันไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	0.5258	0.4088	0.5410	0.4700	0.4931	0.7862	0.7530	0.6751	0.1232	0.0705
จีน	N.A.	N.A.	0.0470	0.2777	0.2248	0.1181	0.1328	0.1776	N.A.	N.A.
ไทย	54.1735	51.9285	41.0295	36.2192	34.213	29.4576	28.934	27.6313	34.4109	33.7327

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 7 และตารางผนวกที่ 24)

ตารางที่ 9 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศฮ่องกงระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	141 (1.49)	28 (0.28)	55 (0.48)	10 (0.09)	51 (0.61)	95 (0.97)	115 (1.04)	114 (0.85)	11 (0.10)	9 (0.08)
ญี่ปุ่น	355 (3.74)	399 (3.93)	272 (2.39)	414 (3.82)	446 (5.34)	934 (9.51)	941 (8.50)	906 (6.82)	1,180 (10.76)	993 (9.89)
จีน	2,404 (25.36)	3,175 (31.29)	3,113 (27.35)	3,224 (29.77)	2,002 (23.98)	2,533 (25.79)	2,541 (22.96)	2,565 (19.33)	1,194 (10.89)	1,403 (13.98)
ไทย	4,393 (46.33)	4,211 (41.50)	4,976 (43.72)	5,435 (50.19)	4,899 (58.68)	5,669 (57.72)	6,550 (59.20)	8,493 (64.00)	8,423 (76.83)	7,354 (73.28)
ประเทศอื่น ๆ	2,188 (23.08)	2,335 (23.01)	2,965 (26.05)	1,745 (16.12)	951 (11.39)	590 (6.01)	918 (8.30)	1,191 (8.97)	154 (1.40)	276 (2.75)
รวมทั้งหมด	9,481 (100.00)	10,148 (100.00)	11,381 (100.00)	10,828 (100.00)	8,349 (100.00)	9,821 (100.00)	11,065 (100.00)	13,269 (100.00)	10,962 (100.00)	10,035 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ณ)

ตารางที่ 10 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าว ไปยังประเทศฮ่องกงระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	0.1824	0.0375	0.0659	0.0141	0.0972	0.1545	0.1577	0.1096	0.0130	0.0121
ญี่ปุ่น	0.2344	0.2481	0.1469	0.2276	0.3268	0.5984	0.5913	0.5094	0.8003	0.7886
จีน	0.8354	0.9690	0.8537	0.9797	1.5079	1.2894	1.2303	0.5274	0.2956	0.3472
ไทย	42.5869	33.3823	32.7407	41.1358	41.8313	39.4536	39.0791	41.9572	48.5054	46.9151

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 9 และตารางผนวกที่ 27)

3. ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าแป้งข้าวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวเท่ากับ 3,680 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าแป้งเพิ่มเป็น 4,690 และ 11,860 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2535 และ 2538 ตามลำดับ และลดลงในปี พ.ศ. 2539 2540 และ 2541 คือ 11,801 10,962 และ 4,186 พันเหรียญสหรัฐ โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.93 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2536 และร้อยละ 3.75 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2541 ตามลำดับ สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าแป้งข้าวจากประเทศไทยมากที่สุด โดยมีมูลค่านำเข้าเท่ากับ 1,023 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 1,916 และ 3,229 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2535 และ 2541 ตามลำดับ ซึ่งพบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดแป้งข้าวในสหรัฐอเมริกาคงลดลงเล็กน้อย กล่าวคือ ส่วนแบ่งการตลาดลดลงจากร้อยละ 39.76 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2536 เหลือร้อยละ 39.67 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2540 โดยในปี พ.ศ. 2541 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าแป้งข้าวจากไทยมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 3,229 พันเหรียญสหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 77.14 รองลงมาเป็นนำเข้าแป้งข้าวจากแคนาดา เม็กซิโก ญี่ปุ่น โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 14.50 1.65 และ 0.41 ตามลำดับ (ตารางที่ 11 และตารางผนวกที่ 17)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 52.1421 รองลงมาคือ แคนาดา เม็กซิโก และแคนาดา โดยมีค่า RCA เท่ากับ 0.7697 0.1620 และ 0.0913 ตามลำดับ โดยที่ไทยเท่านั้นที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 (ตารางที่ 12)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกแป้งข้าวของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกรายอื่น ๆ พบว่าประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกแป้งข้าวรายใหญ่ ที่มีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดในตลาดต่าง ๆ มากที่สุด โดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ไทยยังมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสูงที่สุด แสดงว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์แป้งข้าว ทั้งนี้เพราะไทยมีความได้เปรียบในวัตถุดิบและแรงงานที่มีราคาถูกกว่า แต่เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวจากไทยของประเทศต่าง ๆ พบว่าอัตราการขยายตัวไม่มากนัก เนื่องจากมีการขยายตัวการส่งออกของประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีเทคโนโลยีการผลิตแป้งข้าวดีกว่าไทย กล่าวคือ แป้งข้าวที่ปรุงแต่งแล้วของสหรัฐอเมริกา สามารถนำมาแยกส่วนผสมของน้ำตาลและแป้งได้ง่ายกว่าแป้งข้าวที่ปรุงแต่งแล้วของไทย โดยเฉพาะแป้งข้าวของสหรัฐอเมริกาสามารถนำไปผลิตขนมได้โดยตรง นอกจากนี้สหรัฐอเมริกามีการใช้เทคนิคขั้นสูงในการใช้น้ำที่มีคุณสมบัติพิเศษล้างข้าว ทำให้ไม่สูญเสียคุณค่าทางอาหาร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ญี่ปุ่นมีการนำเข้าแป้งข้าวจากสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 11 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
แคนาดา	643 (17.47)	730 (16.03)	949 (25.61)	1,439 (30.68)	1,656 (29.42)	3,387 (46.83)	2,868 (24.18)	4,096 (34.71)	327 (6.55)	607 (14.50)
โคลัมเบีย	266 (7.23)	213 (4.68)	149 (4.02)	285 (6.08)	414 (7.35)	229 (3.17)	922 (7.77)	500 (4.24)	6 (0.12)	2 (0.05)
เม็กซิโก	1,247 (33.89)	1,740 (38.21)	98 (2.65)	152 (3.24)	177 (3.14)	116 (1.60)	3,357 (28.31)	2,346 (19.88)	95 (1.90)	69 (1.65)
ญี่ปุ่น	62 (1.68)	21 (0.46)	100 (2.70)	64 (1.36)	42 (0.75)	80 (1.11)	69 (0.58)	63 (0.53)	28 (0.56)	17 (0.41)
ไทย	1,023 (27.80)	1,454 (31.93)	1,924 (51.93)	1,916 (40.85)	2,606 (46.30)	2,310 (31.94)	3,341 (28.17)	2,998 (25.40)	3,654 (73.15)	3,229 (77.14)
ประเทศอื่น ๆ	467 (12.69)	390 (8.56)	552 (14.89)	881 (18.78)	764 (13.57)	1,040 (14.38)	1,145 (9.65)	1,622 (13.74)	714 (14.29)	271 (6.47)
รวมทั้งหมด	3,680 (100.00)	4,554 (100.00)	3,705 (100.00)	4,690 (100.00)	5,629 (100.00)	7,233 (100.00)	11,860 (100.00)	11,801 (100.00)	4,995 (100.00)	4,186 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541)

ตารางที่ 12 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งข้าวไปยังประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	31.4783	31.5140	43.5241	30.9910	34.9120	23.1644	21.4527	17.6054	50.3177	52.1421
แคนาดา	1.0092	0.8704	1.3635	1.6364	1.5201	2.3811	0.1220	1.7771	0.3431	0.7697
โคลัมเบีย	14.3853	8.0468	7.2399	12.3638	14.7212	6.8377	16.9305	7.6557	0.2143	0.0913
เม็กซิโก	8.8672	12.2211	0.7176	0.9612	0.4429	0.7206	3.2785	2.1933	0.1960	0.1620

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 11 และตารางผนวกที่ 25)

เพิ่มมากขึ้นทั้งที่มีราคาสูงกว่าแป้งข้าวจากไทยก็ตาม ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรมีการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต โดยเฉพาะการถนอมคุณค่าทางอาหารและความสะดวกในการแยกส่วนผสมของแป้งและน้ำตาล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ให้ได้

ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว

ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวของไทย มีตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา ฮองกง และมาเลเซีย โดยมีผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ได้แก่ อิตาลี เกาหลี และจีน เป็นต้น

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวเท่ากับ 133,998 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวเพิ่มเป็น 275,557 279,766 และ 296,064 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 2540 และ 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากอิตาลีมากที่สุด โดยมีการมูลค่านำเข้าเท่ากับ 61,801 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มเป็น 54,441 และ 161,490 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 และ 2541 ตามลำดับ ซึ่งถือได้ว่าอิตาลีเป็นประเทศผู้ส่งออกเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวรายใหญ่ที่สุดไปยังสหรัฐอเมริกาดลอดมา โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 48.71 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อันดับรองลงมาเป็นการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากแคนาดา เม็กซิโก จีน โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 17.50 4.89 และ 4.69 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 6,444 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 เพิ่มเป็น 11,873 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 และลดลงเล็กน้อย 9,605 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 ตามลำดับ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.52 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว จากไทยมีแนวโน้มลดลง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา (ตารางที่ 13 และตารางผนวกที่ 18)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศอิตาลีมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 23.5061 รองลงมาคือ ไทย เกาหลี และแคนาดา โดยมีค่า RCA เท่ากับ 2.1930 1.2633 และ 0.9289 ตามลำดับ ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ อิตาลี ไทย และเกาหลี ซึ่งค่า RCA มีแนวโน้มลดลง ส่วนประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ เม็กซิโก จีน และแคนาดา (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าเส้นไหม กว๊วเดี่ยวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
แคนาดา	11,623 (8.67)	14,856 (9.57)	13,209 (7.52)	11,105 (5.81)	13,665 (7.00)	15,914 (6.33)	12,904 (4.84)	18,242 (6.62)	23,658 (8.46)	51,814 (17.50)
เม็กซิโก	3,149 (2.35)	3,727 (2.40)	4,495 (2.56)	4,943 (2.59)	5,318 (2.72)	7,140 (2.84)	8,132 (3.05)	16,516 (5.99)	15,633 (5.58)	14,504 (4.89)
จีน	7,218 (5.39)	6,163 (3.97)	7,163 (4.08)	8,650 (4.52)	9,752 (4.99)	10,010 (3.98)	15,736 (5.90)	15,979 (5.79)	12,612 (4.51)	13,887 (4.69)
ไทย	6,444 (4.81)	8,512 (5.48)	9,857 (5.61)	9,515 (4.98)	9,223 (4.72)	10,302 (4.10)	10,260 (3.85)	11,873 (4.31)	11,399 (4.05)	9,605 (3.24)
อิตาลี	61,801 (46.12)	72,483 (46.68)	76,891 (43.75)	87,910 (45.99)	94,695 (48.48)	137,743 (54.77)	154,441 (57.89)	157,958 (57.32)	167,386 (59.83)	161,490 (54.54)
ประเทศอื่น ๆ	43,763 (32.65)	49,528 (31.89)	64,129 (36.65)	69,046 (36.12)	62,660 (32.08)	70,366 (27.98)	65,306 (24.48)	54,989 (19.96)	49,078 (17.54)	44,545 (15.05)
รวมทั้งหมด	133,998 (100.00)	155,269 (100.00)	175,744 (100.00)	191,169 (100.00)	195,313 (100.00)	251,475 (100.00)	266,779 (100.00)	275,557 (100.00)	279,766 (100.00)	296,064 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ก)

ตารางที่ 14 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวไปยังประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
แคนาดา	0.5010	0.5195	0.4001	0.3098	0.3615	0.3218	0.0244	0.3389	0.4432	0.9289
เม็กซิโก	0.6150	0.7678	0.6939	0.7669	0.3835	1.2758	0.3531	0.6613	0.5760	0.4815
จีน	6.0278	3.9650	3.3705	2.9146	1.7752	1.2775	1.8387	0.8716	0.6151	0.5899
ไทย	5.4455	5.4110	4.7009	3.7758	3.5610	2.9714	2.9288	2.9859	2.8026	2.1930
อิตาลี	187.4989	18.7752	19.0407	20.5878	21.1341	25.6032	26.6623	24.6666	26.6221	23.5061

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 13 และตารางผนวกที่ 25)

2. ประเทศญี่ปุ่น มีการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้นในปี พ.ศ. 2536 โดยมีมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวเท่ากับ 48,346 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 และมีมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวเท่ากับ 100,780 102,073 และ 111,772 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 2540 และ 2541 ตามลำดับ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.53 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 ญี่ปุ่นมีการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากประเทศอิตาลีมากที่สุด โดยมีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 34,998 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 41,772 58,180 และ 72,966 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2535 2538 และ 2539 ตามลำดับ และลดลงเป็น 68,610 และ 71,450 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2540 และ 2541 คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 69.66 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อันดับรองลงมาเป็นการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากจีน ไทย เกาหลี และสหรัฐอเมริกา โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 15.18 5.14 2.84 และ 1.21 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากไทย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 949 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 เพิ่มขึ้นเป็น 3,822 และ 7,884 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 และ 2541 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 5.14 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 ซึ่งพบว่าแม้ประเทศญี่ปุ่นจะมีอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวทั้งหมดเพิ่มขึ้น แต่มีอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวของไทย กลับลดลง (ตารางที่ 15 และตารางผนวกที่ 19)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเส้นไหม กว้างเดียวไปยังประเทศญี่ปุ่นพบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 2.4204 รองลงมาคือ จีน สหรัฐอเมริกา และเกาหลี โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.2845 0.1952 และ 0.1410 ตามลำดับ ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ จีนและไทย (ตารางที่ 16)

3. แคนาดา มีการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวเท่ากับ 25,599 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวเพิ่มขึ้นเป็น 61,707 58,216 และ 63,674 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 2540 และ 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวร้อยละ 11.24 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 แคนาดามีการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยมีมูลค่านำเข้าเท่ากับ 6,879 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 27,990 และ 35,875 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 และ 2541 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 43.85 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 ซึ่งถือได้ว่าสหรัฐอเมริกาน่าจะเป็นประเทศผู้ส่งออกเส้นไหม กว้างเดียวรายใหญ่ที่สุดไปยังแคนาดาโดยตลอด อันดับรองลงมาเป็นการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดียวจากอิตาลี จีน เกาหลี และไทย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 30.30 4.19 3.26 และ 2.46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าเส้นไหม กว้ายเดี่ยวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	541 (1.12)	384 (0.75)	267 (0.75)	243 (0.41)	398 (0.68)	1,513 (2.17)	1,002 (1.21)	1,557 (1.54)	2,853 (2.78)	5,245 (4.69)
จีน	8,016 (16.58)	8,678 (16.90)	8,018 (14.31)	8,390 (14.00)	8,627 (14.84)	9,737 (13.98)	11,719 (14.12)	14,068 (13.96)	16,526 (16.16)	18,975 (16.97)
ฮ่องกง	87 (0.18)	60 (0.12)	78 (0.14)	83 (0.14)	211 (0.36)	194 (0.28)	81 (0.10)	90 (0.09)	28 (0.02)	4 (0.03)
ไทย	949 (1.96)	1,490 (2.90)	2,355 (4.20)	3,465 (5.78)	3,363 (5.79)	3,885 (5.58)	3,822 (4.61)	5,150 (5.11)	8,619 (8.43)	7,884 (7.05)
อิตาลี	34,998 (72.39)	38,760 (75.49)	40,840 (72.89)	41,722 (69.61)	38,414 (66.10)	46,369 (66.59)	58,180 (70.11)	72,966 (72.40)	68,610 (67.01)	71,540 (64.01)
ประเทศอื่น ๆ	1,705 (3.53)	562 (1.09)	2,645 (4.72)	3,247 (5.42)	3,726 (6.41)	5,665 (8.14)	6,514 (7.85)	5,938 (5.89)	4,787 (4.68)	7,479 (6.69)
รวมทั้งหมด	48,346 (100.00)	51,344 (100.00)	56,026 (100.00)	59,941 (100.00)	58,114 (100.00)	69,629 (100.00)	82,980 (100.00)	100,780 (100.00)	102,273 (100.00)	111,772 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ก)

ตารางที่ 16 คำนวณความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเข้าเส้นไหม กว๊ายเดี่ยวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	0.0549	0.0382	0.0245	0.0206	0.0360	0.1172	0.0665	0.0676	0.1244	0.1952
จีน	4.1421	4.4147	3.3195	2.7955	2.2735	1.7837	1.6664	1.2054	1.3075	1.2845
เกาหลี	0.6608	0.5114	0.6241	0.9363	1.2134	0.6624	0.3946	0.2196	0.1931	0.1410
ไทย	1.2049	1.7240	1.9429	2.3716	2.2211	1.9917	1.6253	1.7473	2.9824	2.4204

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 15 และตารางผนวกที่ 24)

ตารางที่ 17 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าเส้นไหม กว้างตัวของประเทศแคนาดา ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	6,879 (26.87)	10,056 (31.98)	17,129 (4.094)	21,978 (48.50)	20,298 (43.73)	27,150 (48.55)	28,168 (45.76)	27,990 (45.36)	29,380 (50.46)	35,875 (56.34)
จีน	1,465 (16.58)	1,611 (16.90)	2,672 (14.31)	2,413 (14.00)	3,065 (14.84)	2,556 (13.98)	3,978 (14.12)	3,981 (6.45)	3,394 (5.83)	2,669 (4.19)
เกาหลี	4,230 (16.52)	4,171 (13.26)	4,167 (9.96)	3,067 (6.77)	3,235 (6.97)	2,703 (4.83)	3,521 (5.72)	2,183 (3.53)	1,368 (2.35)	2,078 (3.26)
ไทย	1,402 (5.48)	1,564 (4.97)	2,180 (5.21)	1,927 (4.25)	1,708 (3.68)	2,318 (4.15)	2,369 (3.85)	2,627 (4.26)	1,646 (2.83)	1,566 (2.46)
อิตาลี	8,341 (32.58)	9,335 (29.68)	10,043 (24.00)	9,801 (21.63)	12,953 (27.91)	15,723 (28.12)	16,753 (27.21)	20,042 (32.48)	19,514 (33.25)	19,294 (30.30)
ประเทศอื่น ๆ	3,282 (12.82)	4,712 (14.98)	5,650 (13.50)	6,126 (13.52)	5,158 (11.12)	5,469 (9.78)	6,770 (10.99)	4,884 (7.92)	2,914 (5.01)	2,192 (3.44)
รวมทั้งหมด	25,599 (100.00)	31,449 (100.00)	41,841 (100.00)	45,312 (100.00)	46,417 (100.00)	55,919 (100.00)	61,559 (100.00)	61,707 (100.00)	58,216 (100.00)	63,674 (100.00)

หมายเหตุ ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ฐ)

ตารางที่ 18 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเข้าเส้นไหม กว๊วเดี่ยวของประเทศแคนาดาระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	0.6548	0.4922	0.6302	0.7351	0.6459	0.7088	0.6623	0.6713	0.7470	0.8266
เกาหลี	10.2623	9.2162	7.2448	5.3075	6.8825	5.2628	5.2368	3.0231	2.2610	2.9370
ไทย	21.4832	19.5539	1.0454	12.0125	9.6365	11.0604	10.2435	9.5112	6.5561	5.7623
อิตาลี	24.4462	23.8794	21.0732	21.1252	25.5796	24.4282	20.9369	27.8422	29.7783	26.0510

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 17 และตารางผนวกที่ 26)

ตามลำดับ สำหรับไทยมีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดลดลง โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 5.18 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2536 และลดลงเหลือ 3.77 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2540 (ตารางที่ 17 และ ตารางผนวกที่ 20)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเส้นไหม กว้างเดี่ยวไปยังประเทศแคนาดาพบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศอิตาลีมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 26.0510 รองลงมาคือ ไทย เกาหลี และสหรัฐอเมริกา โดยมีค่า RCA เท่ากับ 5.7632 2.9570 และ 0.8266 ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ อิตาลี ไทย ซึ่งค่า RCA มีแนวโน้มลดลง ส่วนประเทศที่ไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 18)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกเส้นไหม กว้างเดี่ยวของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกรายอื่น ๆ พบว่าประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกเส้นไหม กว้างเดี่ยวรายเล็ก ที่มีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดในตลาดต่าง ๆ ไม่มากนักโดยประเทศที่มีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดี่ยวจากไทยเพิ่มขึ้นได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และญี่ปุ่น แต่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดี่ยวจากไทยน้อยมากเมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว้างเดี่ยวของแต่ละตลาด ยกเว้นญี่ปุ่น สำหรับค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทย พบว่ามีค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาดที่ทำการศึกษามีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้พบว่า การส่งออกเส้นไหม กว้างเดี่ยวของไทยส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหารเอเชีย โดยมักจัดจำหน่ายในร้านขายของชำในทวีปอเมริกาและยุโรป และจะเน้นผู้บริโภคที่มีเชื้อสายเอเชียเป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะหันไปนิยมบริโภคอาหารประเภทเส้น ที่ทำจากข้าวสาลีมากขึ้นตามกระแสการนิยมบริโภคอาหารตามแบบตะวันตกอีกด้วย ประเทศคู่แข่งในการส่งออกเส้นไหม กว้างเดี่ยวของไทย คือ อิตาลี และจีน

ผลิตภัณฑ์ขนมอบกรอบ

ผลิตภัณฑ์ขนมอบกรอบของไทย มีตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ โดยมีผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ได้แก่ อังกฤษ เดนมาร์ก อิตาลี เกาหลี เป็นต้น

1. ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้าขนมอบกรอบจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าขนมอบกรอบเท่ากับ 43,897 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าขนมอบกรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มเป็น 137,839 และ 133,869 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 และ 2540 และลดลงเป็น 122,064 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าขนมปังกรอบเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 ญี่ปุ่นมีการนำเข้าขนมปังกรอบจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยมีการมูลค่านำเข้าเท่ากับ 9,812 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 39,072 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 และลดลงเป็น 31,490 และ 27,745 พันเหรียญสหรัฐ ซึ่งถือได้ว่าสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้ส่งออกขนมปังกรอบรายใหญ่ไปยังญี่ปุ่นตลอดมา โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 23.67 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อันดับรองลงมาเป็นการนำเข้าขนมปังกรอบจากไทย เดนมาร์ก เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 4.18 3.25 และ 2.75 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าขนมปังกรอบจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 7,858 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 เพิ่มขึ้นเป็น 27,667 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2540 และลดลงเล็กน้อย 26,560 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 ตามลำดับ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 22.88 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าขนมปังกรอบจากไทยมีแนวโน้มลดลง กล่าวคือ ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 18.47 และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 27.94 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2536 ลดลงเป็น 22.88 และ 11.74 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2540 และมาชะลอตัวในปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 3.68 (ตารางที่ 19 และตารางผนวกที่ 21)

ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกขนมปังกรอบ ไปยังประเทศญี่ปุ่นพบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศเดนมาร์กมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 8.1425 รองลงมาคือ ไทย เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยมีค่า RCA เท่ากับ 7.4918 3.4489 และ 0.9453 ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ เดนมาร์ก ไทย และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งค่า RCA มีแนวโน้มขึ้นลงส่วนประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ เกาหลี และเยอรมันนี โดยเกาหลีเพิ่งเริ่มสูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2537 (ตารางที่ 20)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกขนมปังกรอบของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกรายอื่น ๆ พบว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดสูงในตลาดญี่ปุ่น แต่ในตลาดอื่นไทยยังมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดไม่มากนัก สำหรับค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในญี่ปุ่น ทั้งนี้เพราะมีการร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น และไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนค่าวัตถุดิบและแรงงานถูกกว่า อย่างไรก็ตามไทยเองจะต้องพัฒนาการผลิตและการส่งออกในรูปแบบ

ตารางที่ 19 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าเส้นขนมอบกรอบของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	9,812 (22.35)	10,331 (23.77)	10,469 (19.89)	13,998 (27.96)	14,451 (22.15)	21,335 (20.79)	39,072 (27.96)	35,280 (25.59)	31,490 (23.52)	27,745 (22.72)
เกาหลี	4,460 (10.16)	4,125 (9.49)	3,455 (6.56)	6,298 (12.58)	3,409 (5.23)	4,072 (3.97)	4,393 (3.14)	4,075 (2.95)	3,761 (2.81)	2,023 (1.65)
ไทย	7,858 (17.90)	7,980 (18.36)	11,678 (22.18)	13,247 (26.46)	19,926 (30.55)	31,929 (31.12)	27,544 (19.71)	27,600 (20.02)	27,667 (20.67)	26,650 (21.83)
เดนมาร์ก	8,971 (20.44)	4,609 (10.61)	3,928 (7.46)	15,702 (31.37)	4,886 (7.49)	6,245 (6.09)	9,751 (6.98)	8,380 (6.08)	7,021 (5.24)	5,084 (4.17)
เนเธอร์แลนด์	391 (0.89)	939 (2.16)	1,263 (2.40)	704 (1.41)	1,091 (1.67)	2,020 (1.97)	2,857 (2.04)	3,759 (2.72)	2,347 (1.75)	2,752 (3.25)
ประเทศอื่นๆ	12,379 (28.20)	14,898 (34.28)	20,947 (39.79)	5,995 (11.98)	19,529 (29.94)	33,771 (32.91)	53,055 (37.96)	55,685 (40.39)	58,521 (43.72)	50,365 (41.26)
รวมทั้งหมด	43,897 (100.00)	43,460 (100.00)	52,641 (100.00)	50,061 (100.00)	65,234 (100.00)	102,611 (100.00)	139,743 (100.00)	137,839 (100.00)	133,869 (100.00)	122,064 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541๗)

ตารางที่ 20 คำนวณความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกขนมอบกรอบของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	1.0965	1.2129	1.0222	1.4229	1.1628	1.1210	1.5406	1.1204	1.0486	0.9453
เกาหลี	1.5834	1.7677	1.2589	2.5298	1.0919	0.8077	0.6193	0.6473	0.6528	0.3851
ไทย	10.9881	10.9082	10.2541	10.8564	11.7238	11.1074	6.9555	6.8467	7.3139	7.4918
เดนมาร์ก	39.1224	22.6648	14.6437	43.6572	13.3710	1.2737	15.9763	12.4675	10.4885	8.1425
เนเธอร์แลนด์	2.0237	5.1313	5.2074	2.9537	3.2871	4.0567	4.0504	4.5281	3.0369	3.4489

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 19 และตารางผนวกที่ 24)

ของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเข้าไปในตลาดญี่ปุ่นให้มากขึ้น และพิจารณาการขยายตลาดในประเทศ เนเธอร์แลนด์และกลุ่มสหภาพยุโรป เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการส่งออกให้สูงขึ้น

ผลิตภัณฑ์แป้งแผ่น

ผลิตภัณฑ์แป้งแผ่นของไทย มีตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และ ฝรั่งเศส โดยมีผู้ส่งออกรายอื่น ๆ ได้แก่ เม็กซิโก เดนมาร์ก ญี่ปุ่นและฮ่องกง เป็นต้น

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าแป้งแผ่นจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นเท่ากับ 277,255 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นเพิ่มเป็น 454,209 และ 488,866 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 และ 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นร้อยละ 6.64 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 มีการนำเข้าแป้งแผ่นจากประเทศแคนาดามากที่สุด โดยมีการมูลค่านำเข้าเท่ากับ 125,483 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 210,547 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2539 และลดลงเป็น 177,932 และ 147,391 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2540 และ 2541 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 43.39 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อันดับรองลงมา เป็นการนำเข้าแป้งแผ่นจากเม็กซิโก เดนมาร์ก และญี่ปุ่น โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 17.94 5.67 และ 4.10 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 1,489 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 เพิ่มเป็น 5,256 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 ตามลำดับ พบว่าส่วนแบ่งการตลาดของไทยมีน้อยมาก คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 1.00 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยมีแนวโน้มลดลง โดยลดลงจากร้อยละ 35.55 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2536 ลดลงเป็น 3.31 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2540 (ตารางที่ 21 และตารางผนวกที่ 22)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งแผ่น ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศเดนมาร์กมีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 21.5844 รองลงมาคือ เม็กซิโก แคนาดา ไทย และเกาหลี โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.7648 1.6003 0.7268 และ 0.5779 ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ เดนมาร์ก เม็กซิโก และแคนาดา ซึ่งค่า RCA มีแนวโน้มขึ้นลง ส่วนประเทศที่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ ญี่ปุ่น ไทยและเกาหลี (ตารางที่ 22)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าแป้งแผ่นของสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
แคนาดา	125,483 (45.26)	124,317 (45.61)	140,264 (46.85)	158,004 (47.13)	172,790 (47.79)	189,352 (45.30)	204,655 (45.06)	210,547 (43.92)	177,932 (36.40)	147,391 (30.15)
เม็กซิโก	16,509 (5.95)	13,088 (4.80)	20,659 (6.90)	28,104 (8.38)	31,775 (8.79)	47,029 (11.25)	57,277 (11.61)	73,536 (15.34)	82,281 (16.83)	87,771 (17.94)
ญี่ปุ่น	14,392 (5.19)	14,392 (6.23)	16,988 (6.21)	18,601 (5.98)	20,053 (5.41)	19,546 (4.81)	20,124 (4.30)	16,702 (3.48)	18,459 (3.78)	20,028 (4.10)
ไทย	1,489 (0.54)	2,873 (1.05)	2,723 (0.91)	3,291 (0.98)	4,397 (1.22)	4,850 (1.16)	4,167 (0.92)	5,159 (1.07)	5,124 (1.05)	5,256 (1.08)
เดนมาร์ค	36,128 (13.03)	37,482 (13.75)	31,355 (10.47)	29,166 (8.73)	27,552 (7.62)	36,111 (8.64)	38,278 (8.43)	37,369 (7.79)	42,033 (8.60)	27,730 (5.67)
ประเทศอื่น ๆ	73,296 (26.44)	70,154 (27.74)	77,324 (25.82)	77,635 (23.16)	95,666 (26.46)	109,372 (26.17)	119,728 (26.36)	123,828 (25.83)	152,062 (31.11)	187,656 (38.38)
รวมทั้งหมด	277,255 (100.00)	272,570 (100.00)	299,384 (100.00)	335,256 (100.00)	361,526 (100.00)	417,956 (100.00)	454,209 (100.00)	479,337 (100.00)	488,796 (100.00)	488,866 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ข)

ตารางที่ 22 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแปงแผ่นของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
แคนาดา	2.6141	2.4764	2.4939	2.5136	2.4696	2.3037	0.2273	2.2490	1.9080	1.6003
เม็กซิโก	1.5582	1.5358	1.8721	2.4862	1.2381	5.0560	1.4606	1.6926	1.7352	1.7648
ญี่ปุ่น	0.2731	0.3545	0.3430	0.3434	0.3068	0.2796	4.4444	0.2415	0.2729	0.3093
ไทย	0.6081	1.0404	0.7623	0.7447	0.9172	0.8417	0.6986	0.7459	0.7211	0.7268
เดนมาร์ค	42.6521	44.0828	35.8571	27.8937	27.5462	34.9996	33.2536	28.6756	34.7074	21.5844

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 21 และตารางผนวกที่ 25)

2. ประเทศแคนาดา มีการนำเข้าแป้งแผ่นจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยในปี พ.ศ. 2532 มีมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นเท่ากับ 65,966 พันเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นเพิ่มเป็น 230,067 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 และโดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นร้อยละ 15.37 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 แคนาดามีการนำเข้าแป้งแผ่นจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยมีการมูลค่านำเข้าเท่ากับ 52,864 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 210,036 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 87.73 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อันดับรองลงมาเป็นการนำเข้าแป้งแผ่นจากอังกฤษ เยอรมันนี ไทย และญี่ปุ่น โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 2.43 0.50 0.43 และ 0.41 ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 499 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2532 เพิ่มเป็น 998 พันเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2541 ตามลำดับ พบว่าส่วนแบ่งการตลาดของไทยมีน้อยมาก คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 0.56 ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 อัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยเฉลี่ยร้อยละ 3.44 ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2540 (ตารางที่ 23 และตารางผนวกที่ 23)

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกแป้งแผ่น ไปยังประเทศแคนาดา พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ประเทศสหรัฐอเมริกามีค่า RCA สูงสุด เท่ากับ 1.3393 รองลงมาคือ อังกฤษ ไทย เยอรมันนีและญี่ปุ่น โดยมีค่า RCA เท่ากับ 1.1655 1.0062 0.2436 และ 0.0865 ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มค่า RCA ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541 พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ อังกฤษ โดยมีแนวโน้มค่า RCA ลดลง ไทย และสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มค่า RCA เคลื่อนไหวขึ้นลง ส่วนประเทศที่ไม่มี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ได้แก่ เยอรมันนีและญี่ปุ่น (ตารางที่ 24)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกแป้งแผ่นของประเทศไทยไปยังตลาดต่างประเทศสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกรายอื่น ๆ พบว่าประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกแป้งแผ่น รายเล็ก ที่มีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดในตลาดต่าง ๆ ไม่มากนัก โดยประเทศที่มีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยเพิ่มขึ้น ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา สำหรับค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของไทย พบว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในแคนาดา แต่มีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เนื่องจากประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งการผลิตแป้งแผ่นเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้แรงงานคนเป็นหลัก ผู้ผลิตจึงลดการผลิตลงเป็นจำนวนมากและมีการเลิกการผลิตไปในบางครัวเรือน นอกจากนี้คุณภาพแป้งแผ่นยังไม่สม่ำเสมอ มีการเสื่อมเสียคุณภาพง่ายและปนเปื้อนสิ่งแปลกปลอม ดังนั้นไทยจะต้องมีการปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตและพัฒนา

ตารางที่ 23 มูลค่าและสัดส่วน¹ของการนำเข้าแป้งมันของประเทศแคนาดาระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (พันเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	52,864 (80.14)	74,214 (80.64)	91,089 (83.07)	124,770 (88.40)	140,670 (89.66)	156,760 (90.40)	166,872 (91.28)	180,438 (91.42)	191,715 (90.97)	210,036 (91.29)
ญี่ปุ่น	1,341 (2.03)	1,428 (1.55)	2,319 (2.11)	1,541 (1.09)	1,714 (1.09)	1,379 (0.80)	897 (0.49)	581 (0.29)	736 (0.35)	933 (0.41)
ไทย	502 (0.76)	499 (0.54)	754 (0.69)	723 (0.51)	837 (0.53)	1,001 (0.58)	1,044 (0.57)	1,008 (0.51)	903 (0.43)	988 (0.43)
เยอรมัน	1,495 (2.27)	2,074 (2.25)	1,973 (1.80)	2,228 (1.58)	1,487 (0.95)	1,268 (0.73)	1,036 (0.57)	978 (0.49)	1,136 (0.54)	1,152 (0.50)
อังกฤษ	3,327 (5.04)	4,256 (4.62)	4,520 (4.12)	5,067 (3.59)	5,098 (3.25)	4,989 (2.88)	4,762 (2.60)	5,460 (2.76)	6,103 (3.23)	5,599 (2.43)
ประเทศอื่น ๆ	6,437 (9.76)	9,560 (10.39)	8,998 (8.21)	6,816 (4.83)	7,090 (4.52)	8,019 (4.62)	8,194 (4.48)	8,918 (4.52)	10,154 (4.82)	11,359 (4.94)
รวมทั้งหมด	65,966 (100.00)	92,031 (100.00)	109,653 (100.00)	141,145 (100.00)	156,896 (100.00)	173,416 (100.00)	182,805 (100.00)	197,383 (100.00)	210,747 (100.00)	230,067 (100.00)

หมายเหตุ¹ สัดส่วนมีหน่วยเป็นร้อยละ

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ณ)

ตารางที่ 24 ดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศผู้ส่งออกเป็งแผ่นของประเทศแคนาดา ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	1.9528	1.2414	1.2787	1.3396	1.3243	1.3197	1.3212	1.3530	1.3465	1.3393
ญี่ปุ่น	0.3491	0.2774	0.3549	0.1942	0.2345	0.2035	0.1382	0.0657	0.0758	0.0865
ไทย	2.9851	2.1319	0.1380	1.4469	1.3971	1.5401	1.5202	1.1409	0.9935	1.0062
เยอรมันนี	0.9732	0.9315	0.7292	0.7387	0.5384	0.4073	0.3238	0.2396	0.2717	0.2436
อังกฤษ	1.6650	1.6341	1.6692	1.6192	1.4878	1.4982	1.4932	1.0912	1.2237	1.1655

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 23 และตารางผนวกที่ 26)

เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ เพื่อทำให้แป้งแผ่นมีคุณภาพสม่ำเสมอและปราศจากการปนเปื้อน โอกาสในการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกแป้งแผ่นของไทยในต่างประเทศน่าจะเพิ่มขึ้น

สู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งการตลาดและค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวประเภทต่าง ๆ ของไทยกับผู้ส่งออกออกรายอื่น ๆ ไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮองกง และแคนาดา สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว และแสดงให้เห็นถึงสู่ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยในตลาดต่างประเทศแต่ละตลาด ว่าผลิตภัณฑ์ข้าวประเภทใดมีการขยายตัวดีในตลาดใด ซึ่งสรุปได้ว่า

ประเทศญี่ปุ่น

1. แป้งข้าว ญี่ปุ่นมีการนำเข้าแป้งข้าวโดยเฉพาะแป้งข้าวเหนียวจากไทยเพิ่มขึ้น โดยไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ สามารถครองตลาดแป้งข้าวในญี่ปุ่นได้ เมื่อเปรียบเทียบค่า RCA กับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น พบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นเริ่มมีการนำเข้าแป้งข้าวจากสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นแต่ไม่มากนัก เนื่องจากสหรัฐอเมริกาผลิตแป้งข้าวที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการมากกว่า ดังนั้นการขยายการส่งออกแป้งข้าวของไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้นำเข้าต้องการ และสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดไว้ให้ได้

2. เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ญี่ปุ่นมีมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากไทยเพิ่มขึ้นแต่ส่วนแบ่งการตลาดของเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวของไทยมีเพียงเล็กน้อย และมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าจากไทยลดลง ในปี พ.ศ. 2541 เมื่อพิจารณาค่า RCA ของไทยยังน้อยมาก ดังนั้นการขยายส่วนแบ่งการตลาดเป็นไปได้น้อย

3. ขนมปังกรอบ ญี่ปุ่นมีมูลค่าการนำเข้าขนมปังกรอบจากไทยเพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งการตลาดของขนมปังกรอบของไทยเป็นรองเพียงสหรัฐอเมริกา แต่เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าสหรัฐอเมริกา ทั้งในด้านต้นทุนวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงาน ดังนั้นโอกาสที่ไทยจะขยายการส่งออกขนมปังกรอบไปยังญี่ปุ่นยังมีอยู่สูง ทั้งนี้ไทยจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศสหรัฐอเมริกา

1. แป้งข้าว สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าแป้งข้าวจากไทยเพิ่มขึ้น ถือว่าไทยเป็นผู้ส่งออกแป้งข้าวรายใหญ่ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด แต่ส่วนแบ่งการตลาดของแป้งข้าวจากไทยมีแนวโน้มลดลง โดยมีประเทศเม็กซิโกและแคนาดา เป็นคู่แข่งที่สำคัญ เมื่อพิจารณาค่า RCA กับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น พบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดแต่มีแนวโน้มลดลง ดังนั้นไทยต้องเร่งหาแนวทางแก้ไข เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้

2. เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว สหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากไทยเพิ่มขึ้น แต่ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าลดลง และเมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีแนวโน้มลดลงเช่นกัน ในขณะที่อิตาลีซึ่งเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่มีค่า RCA เพิ่มขึ้น (ลดลงในบางปี) ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มหันมานิยมบริโภคอาหารประเภทเส้นที่ทำมาจากข้าวสาลีมากขึ้น ดังนั้นช่องทางในการขยายการส่งออกเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจึงมีไม่มากนัก

3. แป้งแผ่น สหรัฐอเมริกามีมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยเพิ่มขึ้นแต่ไม่มาก และมีส่วนแบ่งการตลาดไม่มากนัก โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ แคนาดาและเม็กซิโก เมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในตลาดสหรัฐอเมริกา ช่องทางในการขยายการส่งออกแป้งแผ่นของไทยมีโอกาสน้อย ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเพราะไทยมีปัญหาในด้านการขาดแคลนแรงงานในการผลิต วิธีหนึ่งที่น่าจะช่วยได้ คือ มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตเพื่อลดการใช้แรงงานลง และยังเป็นการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความสม่ำเสมออีกด้วย

ประเทศฮ่องกง

แป้งข้าว ฮ่องกงมีการนำเข้าแป้งข้าวจากไทยมากที่สุด โดยถือว่าไทยเป็นผู้ส่งออกแป้งข้าวรายใหญ่ และยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ แต่มีอัตราการขยายตัวไม่มากนัก เมื่อพิจารณาค่า RCA กับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ พบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดแต่มีแนวโน้มเคลื่อนไหวขึ้นลง ดังนั้นไทยจึงมีช่องทางในการขยายการส่งออก และต้องเร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้

ประเทศแคนาดา

1. เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว แคนาดามีมูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวจากไทยไม่มากนัก จึงมีส่วนแบ่งการตลาดของไทยน้อย แต่มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นโดยตลอด และเมื่อพิจารณาค่า RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นรองเพียงอิตาลีเท่านั้น ดังนั้นเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวของไทยจึงมีโอกาสขยายตัวได้อีก โดยทั้งภาครัฐและผู้ส่งออกควรร่วมมือกันจัดนิทรรศการอาหารเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และมีการติดต่อผู้นำเข้าในแคนาดาโดยตรง

2. แป้งแผ่น แคนาดามีมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นจากไทยไม่มากนัก ในขณะที่ส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับเดิม มีประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา สำหรับค่า RCA พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบรองจากสหรัฐอเมริกา ดังนั้นช่องทางในการขยายตลาดการส่งออกแป้งแผ่นของไทยไปแคนาดายังมีโอกาสเพิ่มได้ โดยไทยต้องพัฒนาเทคนิคการผลิตเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น ทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ข้าวแต่ละชนิด มีช่องทางในการขยายตัวในการส่งออกแตกต่างกันไปในแต่ละตลาด กล่าวคือ แป้งข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่มีช่องทางขยายตัวดีในทุกตลาดที่ทำการศึกษา ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว มีช่องทางขยายตัวในการส่งออกในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และญี่ปุ่น ขนบปังกรอบมีช่องทางขยายตัวในการส่งออกในญี่ปุ่น ส่วนแป้งแผ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาและมีแนวโน้มในการขยายการส่งออกน้อยในทุกตลาดที่ศึกษา

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ปัจจุบันสถานการณ์เศรษฐกิจได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ซึ่งปัจจัยที่ผลักดันให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือ การขยายตัวการส่งออก โครงสร้างสินค้าส่งออกในปัจจุบันสินค้าเกษตรกรรมมีความสำคัญลดลง ในขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมมีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากส่วนใหญ่สินค้าเกษตรกรรมเป็นการส่งออกในรูปวัตถุดิบ ซึ่งผลผลิตจะเป็นไปตามฤดูกาล ทำให้เกิดการผันผวนทั้งปริมาณและราคา จากการที่ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญของไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คือ ข้าว ซึ่งในปัจจุบันเกษตรกรไทยต้องเผชิญกับปัญหาการแข่งขันด้านราคาของข้าวคุณภาพต่ำ วิธีหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาได้ คือ การแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ข้าว เพื่อช่วยลดผลผลิตส่วนเกินและเพิ่มมูลค่าเพิ่มข้าวให้สูงขึ้น เนื่องจากมีวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตคือ ปลายข้าวที่มีอยู่อย่างมากมายและกรรมวิธีการผลิตไม่ยุ่งยากมากนัก ผลิตภัณฑ์ข้าวสามารถส่งออกนำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่เพิ่มมูลค่าให้แก่ข้าว ในสัดส่วนที่สูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก ผลิตภัณฑ์ข้าวส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว ขนมปังกรอบ และแป้งแผ่น

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย รวมไปถึงศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวไปยังประเทศคู่ค้า เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย

จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏข้างต้น ทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ข้าวแต่ละชนิด มีคู่ทางการขยายตัวในการส่งออกแตกต่างกันไปในแต่ละตลาดกล่าวคือ แป้งข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ และมีคู่ทางการขยายตัวดีในทุกตลาดที่ทำการศึกษา ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว มีคู่ทางการขยายตัวในการส่งออกในแคนาดา สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ขนมปังกรอบมีคู่ทางการขยายตัวในการส่งออกในญี่ปุ่น ส่วนแป้งแผ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหาและมีแนวโน้มในการขยายการส่งออกน้อยในทุกตลาดที่ศึกษา ค่า RCA ของไทยมีค่ามากกว่า 1 ในทุกตลาดยกเว้นตลาดแป้งแผ่นในสหรัฐอเมริกา แต่ค่า RCA ในทุกตลาดมีแนวโน้มลดลง จะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังคงมีศักยภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการแข่งขันในตลาดโลกสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าว แต่ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีการรวมกลุ่มทางการค้าเพื่อกีดกันประเทศนอกกลุ่ม อีกทั้งปัญหาเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวไทย ได้แก่ ปัญหาความไม่แน่นอนของคุณภาพวัตถุดิบ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และการหมุนเวียนของค่างานสูงมากทำให้ประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของผลผลิตลดลง ปัญหาด้านเทคโนโลยีการแปรรูป อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กไม่มีความเป็นไปได้ที่จะจ้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ หรือมีความสามารถในการพัฒนากระบวนการผลิต ปัญหาในด้านสุขอนามัย เพราะผู้บริโภคโดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้วให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในการบริโภค และผลกระทบต่อสุขภาพของตนมาก ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพ ปัญหาทางด้านการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในด้านการบริโภค ปัญหาความได้เปรียบในการแข่งขัน ธุรกิจขนาดเล็กโดยส่วนใหญ่มีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าเพราะมีการประหยัดทางขนาดน้อยกว่าอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารซึ่งรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างทันทั่วถึง ส่งผลถึงการแข่งขันของธุรกิจในอนาคตอีกด้วย ปัญหาสิ่งแวดล้อม และปัญหาในการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าว ได้แก่ การกีดกันการค้าจากตลาดที่สำคัญ ความเสียเปรียบทางการแข่งขันจากประเทศที่มีการรวมกลุ่ม หรือความตกลงกับประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ สามารถสร้างเสถียรภาพให้กับระบบเศรษฐกิจโดยรวมได้ดี ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในตลาด แต่การค้าในปัจจุบันนั้นมีความรุนแรงทุกขณะ และต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยต้องเตรียมรับมือ พร้อมหาทางแก้ไขพัฒนาและปรับปรุง เพื่อสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ จึงได้เสนอข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวและเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกและการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในอนาคตดังนี้

1. ควรมีความร่วมมืออย่างจริงจังของสถาบันการศึกษาหน่วยงานราชการ และภาคเอกชน เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในการวิจัยขั้นพื้นฐาน เช่น ด้านวัตถุดิบ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตวัตถุดิบให้สูงขึ้นและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง วิจัยพันธุ์ของวัตถุดิบให้ได้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพ และการวิจัยพัฒนาในเชิงประยุกต์ที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว การแข่งขันในธุรกิจและความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ โดยให้สอดคล้องและเป็นไปตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการผลิต และเผยแพร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานการวิจัยพัฒนาให้ผู้ประกอบการ จะทำให้ประสิทธิผลของการพัฒนาเพิ่มขึ้น งานวิจัยที่มีคุณค่าทางวิชาการ และเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

2. ควรมีการกำหนดทิศทางการของอุตสาหกรรมข้าวให้ชัดเจน โดยมีการแยกภาระหน้าที่ของอุตสาหกรรมออกเป็นส่วนย่อย (segment) คือการให้โรงงานแป้งข้าวเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนโรงงานแปรรูป ไม่ว่าจะเป็นโรงงานเส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ขนมปังกรอบ หรือแป้งแผ่น การใช้เทคโนโลยีการนำแป้งข้าวไปผลิตแทนการใช้ข้าวหัก แม้ว่าต้นทุนของแป้งข้าวจะสูงกว่าข้าวหัก แต่จะประหยัดต้นทุนในการเก็บรักษาข้าว และยังผ่านขั้นตอนการหมักข้าวไปทำให้ประหยัดต้นทุนในการบำบัดของเสีย และทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอและตรงกับความต้องการ ในเรื่องของวัตถุดิบกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรมีการแนะนำการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพตามที่ตลาดต้องการ โดยกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3. ควรมีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารการตลาดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้องทันเวลา และควรมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดหน่วยงานกลางในการประสานและรับผิดชอบการสร้างฐานข้อมูลทางการตลาด ระเบียบ กฎเกณฑ์ และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด แนวโน้มความต้องการของตลาดในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อกระจายต่อผู้ประกอบการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด อีกทั้งยังรวมไปถึงความเคลื่อนไหวของประเทศคู่ค้าที่สำคัญซึ่งในอนาคตภายใต้ข้อตกลงการค้าโลก (WTO) จะมีการค้าเสรีและการแข่งขันที่สูงมาก จึงควรใช้เทคโนโลยีทางสารสนเทศมาช่วย จะเอื้ออำนวยการแข่งขันของภาคเอกชนให้มีศักยภาพสูงขึ้น

4. การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ประโยชน์จากผลพลอยได้และของเสีย รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพราะมีการตื่นตัวในเรื่องอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงต้นทุนทางสังคมด้วย อันรวมไปถึงการจัดการทางด้านสิ่งแวดล้อมให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาของเสียที่เกิดขึ้นและส่งผลดีต่ออุตสาหกรรม โดยอยู่ในความดูแลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

5. แนวทางการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย และการขยายตลาดผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ควรจัดให้มีคณะทำงานที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาของกฎระเบียบที่ผู้นำเข้าต่างประเทศกำหนดขึ้นเป็นมาตรการกีดกันทางการค้า ควรเข้าไปมีบทบาทในการผ่อนคลายนโยบายกีดกันการนำเข้า และเจรจาเปิดตลาดกับประเทศที่จำกัดการนำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวไทย มีการนำผลิตภัณฑ์ข้าวไทยไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ หรือเชิญชวนและนำคณะผู้ซื้อจากต่างประเทศมาเยือนประเทศไทย และจัดงานแสดงสินค้าที่ประเทศไทยเป็นประจำทุกปี เพื่อส่งเสริมเผยแพร่ให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย พบว่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผลิตภัณฑ์ข้าวไปยังตลาดนำเข้าที่สำคัญมีแนวโน้มลดลง และมีความเคลื่อนไหวขึ้นลง การพยายามที่จะทำให้เพิ่มศักยภาพอาจทำได้โดยการเจรจาเพื่อผ่อนคลายมาตรการกีดกันการนำเข้า ทั้งมาตรการที่เป็นภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีซึ่งในทางปฏิบัติเป็นไปได้ยาก เพราะมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเพื่อกีดกันการนำเข้าและปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศ ไทยเองจึงควรมีการร่วมกลุ่มทางการค้ากับประเทศอื่น ๆ มากขึ้น เพื่อสร้างอำนาจต่อรอง และช่วยเหลือทางการค้าในกลุ่มประเทศ แต่อย่างไรก็ตามต้องปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐานคุณภาพสม่ำเสมอ การพยายามลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สินค้ามีราคาต่ำสามารถแข่งขันและมีโอกาสเจาะตลาดในต่างประเทศได้ ผู้ส่งออกต้องพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของประเทศผู้นำเข้า รวมไปถึงปรับปรุงกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ และคุณภาพให้ได้มาตรฐานที่กำหนด เช่น ด้านสุขอนามัย เพราะประเทศผู้นำเข้าที่พัฒนาแล้วได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ การบรรจุหีบห่อคงทน สวยงาม ทันสมัย มีฉลากโภชนาการ (nutrition labeling) และวิธีการประกอบอาหาร เพื่อขยายตลาดส่งออกให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

7. ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ คือ ใช้วิธีวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเชิงสถิติหรือคงที่ โดยกำหนดให้ตัวแปรต่าง ๆ มีค่าคงที่ แต่ในความเป็นจริงแล้วสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความผันผวนอย่างมากเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น นโยบายราคา ภาวะเงินเพื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เป็นต้น และการเปลี่ยนแปลงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนี้ไม่สามารถบอกได้ว่าเกิดจากสาเหตุใด ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏแบบพลวัต และควรใช้ร่วมกับวิธีวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด เพราะสามารถบอกได้ว่าเราได้เปรียบหรือเสียเปรียบเพราะเหตุใด

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. 2539. ผลิตภัณฑ์ข้าว. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ก. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544).
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ข. ศักยภาพการส่งออกของไทย. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ค. มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ.
2536-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ง. มูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเหนียวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ.
2536-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541จ. มูลค่าการส่งออกเส้นหมี่ กว๊วยเดี่ยวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2536-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฉ. มูลค่าการส่งออกแป้งมันไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ.
2536-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ช. มูลค่าการส่งออกขนมปังกรอบไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี พ.ศ.
2536-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ซ. มูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ณ. มูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศฮ่องกงระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระทรวงพาณิชย์. 2541ญ. มูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ.

2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฎ. มูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ กว๊วยเดี่ยวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี

พ.ศ. 2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฏ. มูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ กว๊วยเดี่ยวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ.

2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฐ. มูลค่าการนำเข้าเส้นหมี่ กว๊วยเดี่ยวของประเทศแคนาดาระหว่างปี พ.ศ.

2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฑ. มูลค่าการนำเข้าขนมปังกรอบของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ.

2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ฒ. มูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ.

2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ณ. มูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นของประเทศแคนาดาระหว่างปี พ.ศ.

2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ด. มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศญี่ปุ่นระหว่าง

ปี พ.ศ. 2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ต. มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2541ถ. มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศแคนาดา

ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระทรวงพาณิชย์. 2541ท. มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศฮ่องกง
ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ก. โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ข. ทิศทางการค้าผลิตภัณฑ์ข้าวของไทย. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุ
สำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ค. ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยปี พ.ศ. 2532-2542.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2542ง. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยปี พ.ศ. 2532-2542.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2524. เส้นไหม (มอก.400-2524). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงาน
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2529ก. แป้งข้าวเจ้า (มอก. 638-2529). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วน
จำกัดภาพพิมพ์.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2529ข. แป้งข้าวเหนียว (มอก. 639-2529). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วน
จำกัดภาพพิมพ์.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2531. กว๊วยเดี่ยวกิ่งสำเร็จรูป (มอก. 832-2531). กรุงเทพมหานคร: บริษัท
ประชาชน จำกัด.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2532. เส้นไหมกิ่งสำเร็จรูป (มอก. 694-2532). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
พับลิตบิสิเนสพริ้น จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2533ก. ก๋วยเตี๋ยว (มอก. 959-2533). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด
พี เอ็น. จำกัด

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2533ข. แป้งแผ่น (มอก. 993-2533). กรุงเทพมหานคร: ศรีเมืองการพิมพ์

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2539. จำนวนแรงงาน กำลัการผลิต เงินทุน และจำนวนโรงงานของ
อุตสาหกรรมไทยปี พ.ศ. 2539. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2539. แนวทางพัฒนาข้าวในช่วงแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544). กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2539ก. การศึกษาลินค้ายุทธศาสตร์:กรณีข้าว.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2539ข. โครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐาน
สินค้าอุตสาหกรรมส่งออก. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

งามชื่น คงเสรี. 2539. รายงานวิชาการครบรอบ 80 ปีศูนย์วิจัยข้าวปทุมธานี. กรุงเทพมหานคร:
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

จริญญา สายหยุด. 2539. การวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อการส่งออกของไทย.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ครุณี เอ็ดเวิร์ด. 2542. “ไบโอเทคยังคงขมบ่งข้าวเจ้าลุลตลาดต่างประเทศ”. มติชน (26 สิงหาคม 2542):
น. 17.

บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2537. ผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ที่มีอนาคต.
กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิศาล คงสำราญ. 2530. คำจำกัดความของอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่.
กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (อัคราเนา)

วิบูลย์เกียรติ โมฬีรัตนนท์. 2539. “ทัศนะของผู้ประกอบการต่อศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารไทย”.
สุโขทัยธรรมาธิราช. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2539): น. 49-55.

ศิริพร สัจจานนท์. 2539. “พัฒนาการของอุตสาหกรรมอาหารไทย”. สุโขทัยธรรมาธิราช
(พฤษภาคม-สิงหาคม 2539): น. 26-32.

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2541. แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ
ของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีอุตสาหกรรมอาหาร. กรุงเทพมหานคร:
(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

อรพิน ภูมิภมร. 2533. สถานการณ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากแป้ง. รายงานเสนอศูนย์บริการข้อมูล
อุตสาหกรรมชนบท กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542

ตารางผนวกที่ 1 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542 (ตัน)

ผลิตภัณฑ์	ปี พ.ศ.										
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542 ¹
แป้งข้าวเจ้า	19,951.56	20,200.07	32,694.84	33,165.02	25,478.65	26,701.49	21,429.09	22,521.61	21,880.10	20,179.39	13,538.84
แป้งข้าวเหนียว	46,709.24	52,767.22	59,608.57	71,187.76	83,441.42	90,843.79	64,661.22	74,133.37	67,755.34	58,624.74	33,229.44
เส้นหมี่ก้วยเตี๋ย	16,557.01	18,912.77	19,388.92	28,946.29	21,241.90	31,822.04	29,672.78	29,368.58	29,613.70	37,912.30	22,921.72
ขนมปังกรอบ	5,961.88	6,771.33	7,654.62	9,984.97	13,582.58	16,387.45	26,249.05	15,705.80	14,711.25	20,720.64	28,456.80
แป้งแผ่น	5,493.32	5,182.73	4,753.12	4,535.37	4,159.67	2,153.68	1,629.32	1,762.09	114.67	1,024.88	973.69
รวม	94,673.02	103,834.11	124,100.05	147,819.38	147,904.21	167,908.45	143,641.46	143,491.43	135,076.36	138,455.95	99,126.28

หมายเหตุ¹ ปี พ.ศ. 2542 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงสิงหาคม
ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2542ค)

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542 (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	ปี พ.ศ.										
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542 ¹
แป้งข้าวเจ้า	187.87	192.06	274.81	358.08	297.10	322.56	262.31	320.24	386.44	395.58	228.94
แป้งข้าวเหนียว	482.73	529.41	607.81	786.39	1,303.93	1,217.23	880.91	1,134.77	1,280.57	1,285.65	663.47
เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว	255.59	315.77	353.87	362.36	408.69	483.25	552.15	690.55	821.04	940.05	631.88
ขนมปังกรอบ	237.73	274.47	327.32	479.93	729.16	1,032.33	1,014.98	1,068.80	1,161.55	1,446.51	994.92
แป้งแผ่น	202.81	182.89	181.96	180.61	158.30	96.76	74.91	89.48	70.34	66.24	53.46
รวม	1,366.74	1,494.57	1,745.76	2,167.37	2,633.17	3,152.14	2,785.26	3,303.84	3,719.80	4,134.00	2,571.74

หมายเหตุ ¹ ปี พ.ศ. 2542 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงสิงหาคม
ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2542ง)

ตารางผนวกที่ 3 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542 (ร้อยละ)

ผลิตภัณฑ์	ปี พ.ศ.										
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
แป้งข้าวเจ้า	13.75	12.85	15.74	16.52	11.28	10.23	9.42	9.83	10.38	9.56	8.89
แป้งข้าวเหนียว	35.32	35.42	34.82	36.28	39.49	38.62	31.63	31.70	34.42	31.10	25.79
เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว	18.70	21.13	20.27	16.72	15.52	15.33	19.82	22.19	22.07	22.73	24.56
ขนมปังกรอบ	17.39	18.36	18.75	22.14	27.69	32.75	36.44	33.28	31.22	34.99	38.67
แป้งแผ่น	14.84	12.23	10.42	8.33	6.01	3.07	2.69	3.01	1.88	1.60	2.07
รวม	100.0	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	0										

ที่มา: (คำนวณจากตารางผนวกที่ 2)

ตารางผนวกที่ 4 อัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2532-2542 (ร้อยละ)

ผลิตภัณฑ์	ปี พ.ศ.										
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542
แป้งข้าวเจ้า	-11.67	2.22	43.09	30.30	-17.03	8.57	-18.68	18.19	20.71	2.41	-11.23
แป้งข้าวเหนียว	16.84	9.67	14.81	29.38	32.24	17.05	-27.63	13.52	12.85	0.40	-16.85
เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยว	39.72	23.55	12.07	2.40	12.79	18.24	14.26	26.77	18.90	14.55	1.32
ขนมปังกรอบ	23.31	15.45	19.26	46.62	51.93	41.58	-1.68	3.45	8.72	24.56	1.84
แป้งแผ่น	56.84	-9.84	-0.49	-0.74	-12.35	-38.87	-22.58	26.84	-21.42	-5.86	11.74
รวม	20.85	9.35	16.81	24.15	21.49	19.71	-11.64	12.27	12.60	11.11	-1.45

ที่มา: (คำนวณจากตารางผนวกที่ 2)

ภาคผนวก ข.

สัดส่วนและอัตราการขยายตัวของการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
ระหว่างปี พ.ศ. 2536-2541

ตารางผนวกที่ 5 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเจ้าไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่าง
ปี พ.ศ. 2536-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ฮ่องกง	21.88	23.78	34.67	35.27	32.98	34.48
สิงคโปร์	20.45	18.35	19.58	18.98	18.84	17.95
สหรัฐอเมริกา	8.66	10.44	13.74	10.69	13.11	15.14
มาเลเซีย	9.34	10.01	10.11	13.55	10.75	8.41
ญี่ปุ่น	29.19	24.92	4.35	5.53	7.70	4.10
ออสเตรเลีย	2.62	2.70	3.20	3.32	3.22	4.08
แคนาดา	2.51	2.60	2.62	2.66	3.14	3.30
ฝรั่งเศส	1.54	1.55	1.94	2.14	2.15	2.04
เดนมาร์ก	0.10	0.03	0.35	0.52	1.87	1.78
ลาว	0.35	0.66	1.14	0.95	1.32	1.59
อื่นๆ	3.70	5.71	8.76	6.91	5.43	7.58
มูลค่ารวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 6 อัตราการขยายตัวของการส่งออกแป้งข้าวเจ้าไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2537-2541(ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
ฮ่องกง	17.88	18.88	24.57	12.77	6.98
สิงคโปร์	-2.64	-13.34	18.04	20.55	-2.65
สหรัฐอเมริกา	32.00	6.48	-5.27	48.98	18.47
มาเลเซีย	16.85	-17.81	63.94	-5.05	19.47
ญี่ปุ่น	-7.31	-85.85	53.45	70.83	-45.89
ออสเตรเลีย	9.34	-2.44	25.72	16.26	29.57
แคนาดา	9.02	-16.33	19.30	43.99	11.88
ฝรั่งเศส	7.89	3.51	30.61	22.44	-3.65
เดนมาร์ก	33.95	436.00	121.56	353.31	0.00
ลาว	90.90	47.02	5.15	70.00	13.75
อื่น ๆ	58.27	31.75	-2.74	-6.75	44.45
มูลค่ารวม	8.67	-18.71	22.14	2.44	2.36

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 7 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกแป้งข้าวเหนียวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2536-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ญี่ปุ่น	70.25	76.77	63.27	65.28	55.25	56.53
มาเลเซีย	10.58	11.28	15.55	13.54	15.98	15.41
ฮ่องกง	4.77	4.85	7.82	8.55	11.27	11.22
สหรัฐอเมริกา	3.44	2.74	4.80	3.44	4.54	5.25
สิงคโปร์	1.85	1.70	2.41	2.20	4.17	2.71
ไต้หวัน	0.51	0.52	1.50	1.72	4.00	2.58
จีน	0.02	0.00	0.72	2.05	1.12	1.98
แคนาดา	0.80	0.81	0.91	0.90	0.89	1.25
ออสเตรเลีย	0.58	0.45	0.64	0.55	0.56	0.75
ฝรั่งเศส	0.37	0.34	0.45	0.45	0.59	0.45
อื่น ๆ	7.12	1.00	2.23	1.76	2.00	2.32
มูลค่ารวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 8 อัตราการขยายตัวของการส่งออกแป้งข้าวเหนียวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2537-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
ญี่ปุ่น	27.98	-40.37	32.88	-4.64	2.88
มาเลเซีย	24.74	0.45	12.65	33.15	-3.34
ฮ่องกง	19.45	18.12	39.46	49.36	-0.15
สหรัฐอเมริกา	-7.22	28.35	-8.32	48.49	17.56
สิงคโปร์	7.11	3.23	21.61	109.95	-35.25
ไต้หวัน	2.80	127.66	44.40	168.72	1.23
จีน	-37.92	2848.29	261.25	-36.30	72.25
แคนาดา	6.75	-15.04	30.44	3.81	47.24
ออสเตรเลีย	-8.12	9.15	7.51	18.92	23.25
ฝรั่งเศส	-4.85	22.34	9.72	45.23	-38.12
อื่น ๆ	-83.34	55.85	-1.80	38.15	11.86
มูลค่ารวม	17.00	-27.65	28.70	12.84	0.45

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 9 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า กว้างเดี่ยวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่าง
ปี พ.ศ. 2536-2541(ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
มาเลเซีย	18.25	18.38	19.58	21.24	21.74	20.17
สหรัฐอเมริกา	25.38	24.55	21.49	22.45	23.18	24.13
ญี่ปุ่น	16.19	14.98	13.74	13.56	13.89	14.36
ฮ่องกง	6.26	8.89	11.85	11.19	8.55	7.35
แคนาดา	8.25	7.95	6.82	6.55	6.00	6.75
สิงคโปร์	4.74	4.34	5.46	5.11	4.75	3.85
เนเธอร์แลนด์	2.43	3.12	3.53	3.02	3.75	4.26
สหราชอาณาจักร	1.62	2.35	2.30	2.36	3.26	1.99
ออสเตรเลีย	3.45	3.10	3.22	3.55	3.39	4.65
ฝรั่งเศส	4.14	3.63	3.60	3.29	3.34	3.94
อื่นๆ	9.88	9.12	8.65	8.33	8.45	8.96
มูลค่ารวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 10 อัตราการขยายตัวของการส่งออกเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญ
ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
มาเลเซีย	18.77	21.95	36.15	15.14	6.24
สหรัฐอเมริกา	14.65	-0.14	30.76	29.66	19.45
ญี่ปุ่น	9.36	5.12	22.79	22.69	17.86
ฮ่องกง	66.39	52.91	17.94	-8.18	-1.93
แคนาดา	13.96	-1.93	20.32	9.95	27.81
สิงคโปร์	7.98	42.38	19.00	9.95	12.40
เนเธอร์แลนด์	54.00	26.84	8.95	47.64	26.55
สหราชอาณาจักร	72.25	24.65	12.94	71.76	36.31
ออสเตรเลีย	9.69	16.56	35.46	13.53	34.82
ฝรั่งเศส	6.46	13.59	8.99	22.50	-33.30
อื่น ๆ	9.78	8.44	20.74	19.62	21.83
มูลค่ารวม	18.24	14.25	25.15	18.80	14.56

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 11 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกแบ่งแผ่นดินไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่าง
ปี พ.ศ. 2536-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ฝรั่งเศส	29.64	29.65	29.00	30.14	23.38	7.93
สหรัฐอเมริกา	41.36	31.73	32.15	28.39	17.15	33.85
ออสเตรเลีย	5.45	6.46	5.94	8.34	11.64	13.44
เนเธอร์แลนด์	2.93	5.72	7.75	5.74	13.25	6.87
แคนาดา	8.09	7.81	9.66	9.98	7.16	7.25
ญี่ปุ่น	0.95	2.05	1.85	2.35	6.33	6.82
เยอรมันนี	2.44	1.74	2.19	1.16	2.92	3.56
พม่า	0.00	0.00	0.00	0.29	2.50	2.10
นิวซีแลนด์	0.42	0.85	0.92	0.75	1.50	1.13
เบลเยียม	1.14	1.21	1.85	0.84	1.51	1.10
อื่นๆ	8.05	13.06	9.10	14.04	12.80	16.65
มูลค่ารวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 12 อัตราการขยายตัวของการส่งออกแบ่งแผนไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2537-2541(ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
ฝรั่งเศส	-38.95	-25.48	19.84	-37.24	-68.37
สหรัฐอเมริกา	-53.08	-22.95	-0.19	-50.25	-87.58
ออสเตรเลีย	-28.66	-29.44	75.94	5.15	8.55
เนเธอร์แลนด์	23.02	2.69	-8.95	75.56	-51.64
แคนาดา	-40.40	-5.96	23.86	-45.54	-4.11
ญี่ปุ่น	32.43	-29.95	53.73	114.35	0.00
เยอรมันนี	-56.40	-9.00	-36.02	110.00	9.55
พม่า	0.02	-100.00	0.00	750.04	-17.65
นิวซีแลนด์	15.25	-9.25	-5.14	57.14	-36.46
เบลเยียม	-33.74	13.56	-47.00	57.18	-45.54
อื่น ๆ	-0.30	-46.54	82.95	-27.74	254.45
มูลค่ารวม	-38.96	-23.73	18.96	-21.54	-5.86

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 13 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกขนมปังกรอบไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2536-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					
	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ญี่ปุ่น	65.87	70.95	57.15	58.10	53.30	43.67
เนเธอร์แลนด์	8.28	6.54	9.14	8.22	10.25	12.25
สหรัฐอเมริกา	8.05	4.53	6.90	6.35	8.33	9.15
พม่า	0.60	1.56	1.72	1.83	3.86	1.41
สิงคโปร์	3.22	3.19	5.95	3.46	3.89	3.33
ซาอุดีอาระเบีย	0.90	1.25	1.56	3.79	3.44	6.15
ฮ่องกง	3.62	2.32	2.79	3.14	2.85	3.26
ออสเตรเลีย	2.06	2.06	2.56	2.85	2.66	8.19
ไต้หวัน	0.44	1.03	2.34	1.83	2.55	1.63
แคนาดา	0.86	0.90	1.35	0.96	1.72	1.95
อื่น ๆ	6.59	6.11	9.00	9.94	7.61	9.54
มูลค่ารวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

(ที่มา: คำนวณจากตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 14 อัตราการขยายตัวของการส่งออกขนมปิ้งกรอบไปประเทศคู่ค้าที่สำคัญระหว่างปี
พ.ศ. 2536-2541 (ร้อยละ)

ประเทศ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
ญี่ปุ่น	52.78	-20.88	7.07	-0.37	1.94
เนเธอร์แลนด์	2.15	37.75	-4.28	34.31	49.55
สหรัฐอเมริกา	-20.34	51.78	-3.39	42.95	37.26
พม่า	254.95	10.79	11.85	134.23	-53.49
สิงคโปร์	35.16	89.66	-40.36	21.16	9.45
ซาอุดีอาระเบีย	96.74	20.54	163.37	-1.57	3.14
ฮ่องกง	-8.65	12.27	22.95	-0.38	40.35
ออสเตรเลีย	44.48	22.78	14.56	3.45	281.66
ไต้หวัน	236.36	125.59	-17.05	7.64	-19.75
แคนาดา	49.05	41.36	-21.89	97.02	42.78
อื่น ๆ	32.12	46.00	14.88	-16.00	54.59
มูลค่ารวม	41.65	-1.75	5.36	8.73	24.54

ที่มา: (คำนวณจากตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค.

ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวของประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ข้าวที่สำคัญ

ตารางผนวกที่ 15 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
สหรัฐอเมริกา	9.58	11.61	1.69	9.60	14.77	3.19	-56.25	4.54
จีน	0.57	1.03	0.00	0.74	126.79	10.65	0.00	64.25
ไทย	88.37	85.64	98.31	88.27	6.58	8.11	-27.89	6.53
ประเทศอื่น ๆ	1.39	1.73	0.00	1.39	73.19	24.26	0.00	52.22
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	6.11	6.29	-28.67	2.33

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 7)

ตารางผนวกที่ 16 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศฮ่องกงระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
สหรัฐอเมริกา	0.59	0.74	0.09	0.60	86.12	26.38	-18.18	47.98
ญี่ปุ่น	3.84	8.90	9.89	5.48	10.13	34.17	-15.85	17.93
จีน	27.55	19.74	13.98	23.07	-1.05	-6.42	17.50	-1.38
ไทย	48.08	64.44	73.28	57.15	5.65	15.03	-12.69	7.78
ประเทศอื่น ๆ	19.93	4.67	2.75	12.11	-13.31	-9.92	19.22	-8.19
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	-2.14	-6.76	17.22	-2.04

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 9)

ตารางผนวกที่ 17 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าแป้งข้าวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
แคนาดา	17.71	28.08	14.50	24.60	27.57	10.00	85.63	26.21
โคลัมเบีย	5.87	3.83	0.05	4.47	21.64	28.34	-66.67	14.81
เม็กซิโก	16.23	12.92	1.65	13.45	4.18	658.36	-27.37	291.42
จีน	0.65	2.50	0.19	1.34	-12.81	-2.87	-39.29	-11.33
ไทย	39.76	39.67	77.14	43.56	27.51	11.22	-11.63	15.96
ประเทศอื่น ๆ	13.69	11.71	6.47	12.71	24.48	-6.02	-62.05	7.53
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	12.93	-3.75	-16.20	2.28

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 11)

ตารางผนวกที่ 18 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว๊วยเดี่ยวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
แคนาดา	7.71	6.56	17.50	14.34	5.96	17.15	119.01	23.49
เม็กซิโก	2.52	4.37	4.89	3.50	14.13	36.48	-7.22	21.69
จีน	4.59	5.05	4.69	4.78	8.78	10.08	10.11	9.51
ไทย	5.12	4.08	3.24	4.52	10.34	5.74	15.74	5.40
อิตาลี	46.20	57.45	54.54	51.54	11.35	17.33	-3.52	12.36
ประเทศอื่น ๆ	33.88	21.00	15.05	27.44	10.27	-3.26	-9.24	2.75
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	10.00	9.92	5.83	9.50

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 13)

ตารางผนวกที่ 19 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าสินค้า กัญชาเขียวของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
สหรัฐอเมริกา	0.69	1.93	4.69	1.59	-1.17	76.14	83.84	42.63
จีน	15.33	14.55	16.97	15.18	2.03	17.68	14.82	8.76
เกาหลี	4.14	1.77	0.58	2.84	18.02	-28.65	-24.12	-1.40
ฮ่องกง	0.19	0.12	0.00	0.14	39.90	-31.02	-85.71	-50.24
ไทย	4.13	5.93	7.05	5.14	39.81	29.00	-8.53	29.64
อิตาลี	71.29	69.03	64.01	69.66	2.58	16.53	4.27	8.97
ประเทศอื่น ๆ	4.23	6.64	6.69	5.44	85.28	9.70	56.24	48.46
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	4.81	18.81	9.29	11.53

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 15)

ตารางผนวกที่ 20 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าเส้นไหม กว๊ายเดี่ยวของประเทศแคนาดา ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
สหรัฐอเมริกา	38.40	47.53	56.34	43.85	34.30	10.46	22.11	22.35
จีน	5.83	5.82	4.19	5.67	23.28	6.09	-21.36	10.67
เกาหลี	10.70	4.11	3.26	7.32	-5.60	-15.23	3.26	-8.89
ไทย	4.72	3.77	2.46	4.11	1.22	2.87	-4.86	1.27
อิตาลี	27.16	30.26	30.30	28.72	12.31	11.23	-1.13	10.34
ประเทศอื่น ๆ	13.19	7.43	3.44	10.31	14.03	14.65	-24.78	14.37
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	16.66	6.28	9.38	11.24

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 17)

ตารางผนวกที่ 21 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าขนมปังกรอบของประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
สหรัฐอเมริกา	23.22	24.47	22.72	23.67	10.89	27.58	-11.89	15.78
เกาหลี	8.80	3.22	1.65	5.85	3.17	3.10	-46.21	-2.35
ไทย	23.09	22.88	21.83	22.88	27.94	11.74	-3.68	17.22
เดนมาร์ก	15.47	6.10	4.17	10.10	41.87	13.40	-27.59	19.35
เนเธอร์แลนด์	1.71	2.12	3.25	2.03	46.34	30.15	17.26	35.91
ประเทศอื่น ๆ	28.84	39.25	41.26	34.04	53.83	25.23	-13.93	37.94
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	11.39	22.31	-8.82	14.00

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 19)

ตารางผนวกที่ 22 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าแป้งแผ่นของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
แคนาดา	46.53	42.67	30.15	43.39	8.48	1.26	-17.16	2.42
เม็กซิโก	6.96	17.27	17.94	12.18	21.31	27.52	6.60	22.43
ญี่ปุ่น	5.80	4.09	4.10	4.95	8.21	-0.98	8.50	4.15
ไทย	0.94	1.05	1.08	1.00	35.55	3.31	2.57	17.56
เดนมาร์ก	10.72	8.37	5.67	9.27	-6.28	11.79	-34.03	-1.33
ประเทศอื่น ๆ	25.52	27.37	38.38	27.55	7.39	6.56	23.41	8.80
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	6.99	7.95	0.01	6.64

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 21)

ตารางผนวกที่ 23 ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าแบ่งแผ่นดินของประเทศแคนาดาระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541 (ร้อยละ)

ประเทศผู้ส่งออก	ส่วนแบ่งการตลาด				อัตราการขยายตัว			
	2532-36	2537-40	2541	2532-41	2532-36	2537-40	2541	2532-41
สหรัฐอเมริกา	84.38	91.02	91.29	87.73	28.21	8.07	9.56	17.18
ญี่ปุ่น	1.57	0.48	0.41	1.02	11.64	1.85	26.76	8.97
ไทย	0.61	0.52	0.43	0.56	2.89	2.51	9.41	3.44
เยอรมันนี	1.77	0.58	0.50	1.17	3.38	-5.62	14.08	0.57
อังกฤษ	4.12	2.87	2.43	3.45	11.71	6.00	-8.26	6.95
ประเทศอื่น ๆ	7.54	4.61	4.94	6.11	4.48	9.49	11.87	8.03
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00	100.00	24.64	7.65	9.17	15.37

ที่มา: (จากการคำนวณตารางที่ 23)

ภาคผนวก ง.

มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ตารางผนวกที่ 24 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศคู่ค้าในช่วงปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	42,751,564	46,129,934	46,110,831	45,836,339	46,030,246	51,051,576	60,959,638	79,771,031	76,006,418	67,479,593
เกาหลี	13,456,797	12,637,879	12,355,839	11,599,454	11,564,397	13,522,851	17,048,846	15,948,887	14,583,289	12,076,008
จีน	8,394,633	9,010,985	10,217,776	11,678,713	15,776,654	21,578,615	28,466,685	40,436,102	41,875,223	37,088,487
ไทย	3,416,517	3,961,923	5,127,353	5,685,225	6,295,303	7,710,491	9,518,269	10,212,084	9,574,516	8,178,334
อินโดนีเซีย	9,302,771	10,923,442	10,766,813	10,760,524	11,171,991	10,929,041	12,288,297	15,193,831	14,638,105	10,843,616
เดนมาร์ก	1,095,495	1,101,315	1,207,656	1,675,768	1,353,496	13,151,887	1,467,002	1,702,742	1,694,288	1,435,492
เยอรมันนี	8,127,439	10,801,447	9,992,503	9,423,855	9,516,383	11,118,060	13,156,514	14,661,664	12,420,524	10,694,297
เนเธอร์แลนด์	923,034	991,058	1,091,958	1,110,494	1,229,342	1,335,652	1,695,403	2,102,989	1,956,065	1,834,512
ออสเตรเลีย	9,753,885	10,368,343	11,439,988	10,731,848	10,497,641	11,589,986	12,164,100	14,587,690	14,581,690	13,014,273
รวมทั้งหมด	209,715,000	235,368,000	236,999,000	233,246,000	241,624,000	275,235,000	335,882,000	349,186,135	338,830,498	280,633,885

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ค)

ตารางผนวกที่ 25 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
ไทย	4,353,058	5,237,783	6,065,426	7,301,899	8,002,052	9,502,262	10,122,327	11,798,399	13,055,715	13,970,539
เกาหลี	20,694,543	19,419,818	18,607,609	18,153,128	18,218,621	20,703,449	24,343,751	23,297,384	23,797,593	24,804,800
ญี่ปุ่น	93,703,290	90,881,494	92,090,807	96,489,127	106,353,276	118,706,206	122,024,092	117,962,870	124,265,674	125,089,626
จีน	4,404,887	5,175,334	6,147,516	8,599,389	16,972,686	21,474,852	24,728,644	54,396,461	65,811,607	75,094,922
เคนมาร์ค	1,505,920	1,612,705	1,484,830	1,727,604	1,669,490	1,701,378	1,953,558	2,222,863	2,224,997	2,481,723
สิงคโปร์	10,427,146	11,233,998	11,653,790	13,392,981	15,062,492	18,092,740	21,589,972	20,648,255	20,368,091	18,653,950
แคนาดา	85,343,313	95,216,625	95,500,651	103,858,842	116,783,855	135,541,940	1,528,205,100	159,691,182	171,330,632	177,916,433
เม็กซิโก	18,836,894	16,163,181	18,738,257	18,676,931	42,838,073	15,338,521	66,552,283	74,108,156	87,119,804	96,074,631
โคลัมเบีย	2,476,819	3,005,000	2,823,832	2,722,519	3,014,798	3,191,260	3,539,538	4,525,007	5,033,787	4,939,565
อิตาลี	1,212,486	12,854,214	11,681,180	12,372,599	13,843,432	14,744,648	16,737,232	19,000,971	20,182,285	21,913,522
รวมทั้งหมด	492,922,000	516,987,000	508,363,000	553,923,000	603,438,000	689,215,000	770,852,000	817,627,201	898,025,527	944,350,146

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ต)

ตารางผนวกที่ 26 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศแคนาดา ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	47,971,143	78,130,098	79,055,139	83,216,903	91,864,527	103,642,225	113,259,643	115,537,870	132,420,793	137,109,746
ญี่ปุ่น	6,806,933	6,726,462	7,251,165	7,089,578	6,320,862	5,913,459	5,819,557	7,661,759	9,030,294	9,431,326
ฮ่องกง	807,519	688,983	645,383	648,374	612,003	539,891	558,957	838,603	906,632	846,215
เกาหลี	1,882,252	1,730,788	1,672,882	1,608,312	1,374,032	1,389,709	1,790,428	2,001,077	2,037,101	2,235,059
อังกฤษ	3,540,963	3,403,733	3,005,262	2,796,027	2,963,288	2,905,316	2,859,828	4,334,852	4,638,473	4,200,215
ไทย	298,011	305,885	6,065,426	446,468	518,128	567,066	615,843	765,398	845,294	858,512
เยอรมันนี	2,722,332	2,909,797	3,002,703	2,694,984	2,388,356	2,716,141	2,869,304	3,536,135	3,888,434	4,135,265
อิตาลี	1,558,085	1,495,015	1,386,116	1,291,256	1,480,281	1,741,544	2,130,756	1,994,816	2,206,327	2,339,623
เนเธอร์แลนด์	653,385	511,097	444,553	466,055	509,550	541,654	610,012	683,291	761,658	785,030
รวมทั้งหมด	116,898,000	120,271,000	121,694,000	126,112,000	135,689,000	151,304,000	163,925,000	171,001,193	196,004,433	201,145,290

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ก)

ตารางผนวกที่ 27 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่าง ๆ ไปยังประเทศฮ่องกงระหว่างปี พ.ศ. 2532-2541

ประเทศผู้ส่งออก	ปี พ.ศ.									
	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541
สหรัฐอเมริกา	5,883,865	6,074,434	7,348,240	8,113,106	8,711,876	10,127,353	12,704,139	15,785,669	16,444,400	13,847,920
ญี่ปุ่น	11,525,575	13,071,885	16,314,613	20,734,103	22,666,747	25,712,897	27,725,068	26,982,508	28,690,407	23,358,731
จีน	21,900,567	26,630,093	32,121,938	37,512,229	22,049,707	32,360,964	35,983,427	73,776,020	78,597,436	74,966,265
เกาหลี	3,374,586	3,779,949	4,769,043	5,909,029	6,430,766	8,014,737	10,681,996	10,844,338	10,934,275	9,434,450
ไทย	785,051	1,025,192	1,338,808	1,506,093	1,944,988	2,366,908	2,920,075	3,070,629	3,378,868	2,907,892
อินโดนีเซีย	543,255	617,751	703,182	881,102	900,361	1,321,494	1,657,059	1,631,080	1,709,849	1,928,080
เยอรมันนี	1,801,737	1,949,234	2,119,313	2,736,762	3,009,530	3,586,038	4,037,776	4,391,654	5,005,392	4,228,678
อิตาลี	1,291,029	1,473,686	1,575,327	2,069,090	2,664,398	3,139,440	3,867,222	4,117,945	4,007,330	3,033,953
อังกฤษ	1,804,203	2,201,388	2,444,105	2,850,476	3,487,703	3,482,687	4,192,893	4,699,646	5,621,296	4,180,191
ออสเตรเลีย	1,238,025	960,278	1,423,127	1,645,821	1,733,408	1,813,086	2,015,712	2,185,922	2,665,531	2,266,397
รวมทั้งหมด	72,155,000	82,474,000	100,255,000	123,430,000	138,658,000	161,777,000	192,774,000	201,285,554	213,296,726	186,159,312

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541ท)