ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ : ในทัศนะของผู้ส่งออก

สารนิพนธ์

ของ

นางสาววรนุช เกิดมงคลธรรม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

กุมภาพันธ์ 2547

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ : ในทัศนะของผู้ส่งออก

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววรนุช เกิดมงคลธรรม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
กุมภาพันธ์ 2547

วรนุช เกิดมงคลธรรม. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้* : ในทัศนะของผู้ส่งออก. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์. ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ กับปริมาณการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก ซึ่งปัจจัยภายในประเทศมุ่งศึกษาด้านคุณภาพข้าว ด้านปริมาณของข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศมุ่งศึกษา ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ด้านประเทศคู่แข่งขัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ส่งออกข้าวทั้งหมดที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกข้าวของไทย โดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากรและรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ โดยสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก การเก็บรวบรวมข้อมูลมีแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวข้อข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของบริษัทผู้ส่งออก ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก 2 ด้านคือ ด้านปัจจัยภายในประเทศ และด้านปัจจัยภายนอกประเทศ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทยในตลาดโลกเกี่ยวกับเรื่องแนวโน้มปริมาณการส่งออกในปัจจุบัน พร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ โดยเป็นคำถามปลายเปิดและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ภูมิภาคของการส่งออกที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. คุณภาพของข้าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ปริมาณข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์เชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. โควต้าการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. ศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์เชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

12. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าว ด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควต้าการส่งออกข้าวมีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการส่งออก ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในต่างประเทศ ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง และด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ฉะนั้น ควรที่ผู้ส่งออกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเพื่อพัฒนาการส่งออกให้เพิ่มสูงขึ้น และเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิม ตลอดจนถึงเพิ่มส่วนแบ่งตลาดใหม่

FACTORS EFFECTING THE TREND OF THAI RICE EXPORTS IN THE GLOBAL ECONOMY ON THAI EXPORTERS' OPINION

AN ABSTRACT

BY

MISS VORANUCH KEOTMONGKOLTHAM

Presented in partial fulfillment of the requirements

for the Master of Business Administration in Management

at Srinakharinwirot University

February 2004

Voranuch Keotmongkoltham. (2004). *Factors Effecting the Trend of Thai Rice Exports In the Global Economy on Thai Exporters' Opinion*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Asst. Prof. Dr. Apiruth Tangkrachang.

The objectives of this research are to investigate Factors Affecting on the Trend of Thai Rice Exports in the Global Economy on Thai Exporters' Opinion. This research studies the relationship of the internal, the external factors and the amount of Thai rice exports in global economy. The internal factors include the quality of rice, the amount of Thai rice exports, and the price of rice in Thailand. The external factors focus on the Trade barriers of counterpart country, the economy of counterpart country, the consumed amount of importer, and the competitor country. The sampling is the Whole Thai Rice exporter of Thailand in 1999 which is listed by the department of business economics incorporated with thai customs department. And the listed must be the member of Thai Rice Exporters Association by using convenience sampling method. The data obtains from the questionnaires which consists of 3 sections as follows :

Section 1 : Exporters' general information

Section 2 : Questionnaires regarding exporters' view on affecting factors of Thai rice exports in the Global Economy

Section 3 : Questionnaires regarding exporter' view on the trend of the amount of thai rice to Global Economy. And open – ended question on problems and recommendation for exporting of Thai rice.

The data is processed by the SPSS. Analytical statistics use in this study are percentage, mean, standard deviation and correlation, while statistical differences were analyzed by F-test independent. One way Analysis of Variance and pair comparison were arranged by Least Significant Difference (LSD.) The analysis of statistical correlation was examined by Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The result of study are as follows :

1. There is different of the size of the investment in fix assets to the global market at the significance level of 0.05.

2. There is different of the type of business's the counterpart country to the global market at the significance level of 0.05.

3. There is different of the export's region to the global market at the significance level of 0.05

4. There is positive correlation of the quality of rice to global market at the significance level of 0.05

5. There is positive correlation of quantity of rice to global market at the significance level of 0.05

6. There is negative correlation of the price of rice to global market at the significance level of 0.05

7. There is positive correlation of the quota of export rice to global market at the significance level of 0.05

8. There is negative correlation of the trade barriers of counterpart country to global market at the significance level of 0.05

9. There is positive correlation of the economy of counterpart country to global market at the significance level of 0.05

10. There is positive correlation of the consumed amount of importer to global market at the significance level of 0.05

11. There is negative correlation of the competitor country to global market at the significance level of 0.05

12. There is negative correlation of the exchange rate to global market at the significance level of 0.05

The study has shown that the internal factor in quality of rice, the quantity of rice, the price of rice in Thailand and the quota of export rice affecting the amount of exporting Thai rice to global market. Additionally the external factor in the trade barriers of counterpart country, the economy of counterpart country, the consumed amount of importer, the competitor country and the exchange rate affecting the amount of exporting Thai rice to global market. In conclusion, exporters and related organization should consider the above factor for maintaining and increasing market share for Thai rice to global market.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ : ในทัศนะของผู้ส่งออก

สารนิพนธ์

ของ

นางสาววรนุช เกิดมงคลธรรม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

กุมภาพันธ์ 2547

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลือตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ประธานควบคุมสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บังคับบัญชาที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนในการศึกษา และผู้บริหารของบริษัทผู้ส่งออกข้าวทุกท่านที่อนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบิดามารดาและพี่ ๆ ที่ให้การสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัย จนกระทั่งประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

วรนุช เกิดมงคลธรรม

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ 1

ภูมิหลัง 1

ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 3

ขอบเขตของการวิจัย..... 3

ประชากร..... 3

กลุ่มตัวอย่าง..... 3

ตัวแปรที่ศึกษา..... 3

นิยามศัพท์เฉพาะ..... 4

กรอบแนวความคิด..... 6

สมมติฐานในการวิจัย..... 7

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 8

ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ..... 8

วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ..... 12

บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ .....
15

แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ 16

แนวความคิดทางการตลาด..... 24

แนวความคิดทางทฤษฎีอุปสงค์..... 28

ทฤษฎีความคิดเห็น 30

สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ 31

ความหมายและประเภทของข้าว 33

การส่งออกข้าวของไทย..... 49

กระบวนการในการผลิตและส่งออกข้าว 49

ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกข้าวของไทย..... 52

บทบาทและมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออกข้าวของไทย 55

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 56

3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า 59

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง..... 59

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 59

การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 62

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล..... 62

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน..... 65

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ **หน้า**

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 66
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 66
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 67

5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 96
ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 96
ขอบเขตของการวิจัย..... 96
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 97
การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 97
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า..... 98
การอภิปรายผล..... 105
ข้อเสนอแนะทั่วไป..... 108
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป..... 109

บรรณานุกรม..... 110

ภาคผนวก..... 113

ภาคผนวก ก..... 114
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย..... 115
การวิเคราะห์แบบสอบถาม..... 116

ภาคผนวก ข..... 120
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม..... 122

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์..... 123

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออกข้าว	67
2	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของชนิดของข้าวที่ส่งออก	69
3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแหล่งผลิตของข้าวที่ส่งออก	69
4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	70
5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านคุณภาพข้าว	70
6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านปริมาณข้าว	71
7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านราคาข้าวภายในประเทศ	71
8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านโควต้าการส่งออกข้าว	72
9	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	72
10	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการส่งออก	73
11	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	73
12	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ	74
13	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	75
14	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	75
15	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	76
16	จำนวน และร้อยละแนวโน้มการส่งออกข้าวของบริษัทผู้ส่งออกข้าว	77
17	จำนวน และร้อยละแนวโน้มการส่งออกข้าวของตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย	77
18	ผลการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามรูปแบบกิจการ	78

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	ผลการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร.....	78
20	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างรายคู่ของขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่มีขนาดแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก.....	79
21	ผลการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้.....	79
22	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างรายคู่ของลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่มีความแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก.....	80
23	ผลการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามภูมิภาคของการส่งออก.....	80
24	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างรายคู่ของภูมิภาคการส่งออกข้าวที่มีความแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก.....	81
25	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	82
26	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าว เรื่องการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรมผู้ปลูกข้าว เรื่องการใช้ยาปราบศัตรูพืช เรื่องการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	82
27	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	83
28	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าว เรื่องการเกิดโรคระบาดข้าว เรื่องภูมิอากาศที่แปรปรวน เรื่องการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	84
29	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	85
30	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าว สำหรับกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ เรื่องราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น เรื่องราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง เรื่องการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ เรื่องความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	85
31	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก.....	86

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าว สำหรับการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว เรื่องโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก	87
33	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	88
34	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สำหรับการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว เรื่องผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก	89
35	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	90
36	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เรื่องการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เรื่องความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก	90
37	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	91
38	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ สำหรับผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	92
39	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	93
40	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งสำหรับประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	93
41	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	94

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ..... 12

2 ตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ..... 19

3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ..... 28

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทยที่สร้างรายได้เข้าประเทศเกือบ 70,000 ล้านบาท ในแต่ละปี (ที่มา : EXIM BANK. 2545) ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก ด้วยปริมาณการส่งออกถึง 7.5 ล้านตัน หรือประมาณ 1 ใน 3 ของปริมาณการค้าข้าวในตลาดโลก ตลาดที่สำคัญได้แก่ ประเทศแถบเอเชีย โดยเฉพาะในกลุ่มสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations : ASEAN) เอเชียแปซิฟิค เช่น จีนและฮ่องกง ประเทศแถบตะวันออกกลาง รวมทั้งสหรัฐอเมริกา และประเทศแถบแอฟริกา เนื่องจากข้าวไทยเป็นข้าวที่มีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ประกอบกับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของไทยได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาข้าวไทยให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เช่น การปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคการผลิต การสี การเก็บรักษาคุณภาพข้าวที่ดี รวมถึงการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ทำให้ข้าวไทย สามารถครองตลาดไปทั่วโลก โดยข้าวที่ส่งออกกว่าร้อยละ 60 เป็นข้าวคุณภาพสูง ที่เหลือประมาณร้อยละ 40 เป็นข้าวคุณภาพปานกลางและข้าวคุณภาพต่ำ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งเป็นข้าวที่มีคุณภาพดีและมีเอกลักษณ์อันโดดเด่น เป็นที่นิยมของผู้บริโภคมาตลอด ยากที่จะมีข้าวคุณภาพดีจากแหล่งอื่นมาเปรียบเทียบได้

กระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าต่างประเทศได้จัดทำเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย คือ มีลักษณะเป็นวงกลม มีข้อความ “THAI HOM MALI RICE ORIGINATED IN THAILAND DEPARTMENT OF FOREIGN TRADE” เรียงเป็นวงกลมทึบภายใน ซึ่งเป็นภาพของรวงข้าว 3 ใบประกอบด้วยเมล็ดข้าว 6 เมล็ด และภาษาไทยคำว่า “ข้าวหอมมะลิไทย” เพื่อให้ผู้ส่งออกไทยนำไปประทับบนภาชนะหีบห่อบรรจุภัณฑ์ข้าวร่วมกับเครื่องหมายการค้าของตน เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้บริโภคว่าเป็นข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐาน โดยได้เริ่มโครงการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ เครื่องหมายดังกล่าวมาตั้งแต่ปี 2542 ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และเมื่อเดือนกรกฎาคม 2544 กระทรวงพาณิชย์ได้จัดงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย ที่ประเทศฮ่องกง ซึ่งได้รับความสนใจจากภาคเอกชนของฮ่องกงเป็นอย่างยิ่ง สำหรับกิจกรรม เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้าวหอมมะลิไทยในปี 2543 คือ การประกวดสูตรอาหารนานาชาติที่ปรุงจากข้าวหอมมะลิไทย เพื่อส่งเสริมการส่งออกและการบริโภคข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งเป็นพันธุ์ข้าวดั้งเดิมจากประเทศไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ข้าวที่ส่งออกถ้าแบ่งตามคุณภาพข้าวแล้ว สามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

1. ข้าวคุณภาพสูง เป็นข้าวคุณภาพ คือ ข้าวขาว 100% (ไม่มีเมล็ดหัก) และข้าวขาว 5 % (มีเมล็ดหักร้อยละ 5 ของปริมาณข้าวทั้งหมด) ข้าวที่มีคุณภาพดีและสร้างชื่อเสียงมากที่สุด ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 80 ของการส่งออกข้าวคุณภาพสูงทั้งหมด ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ จีน ฮ่องกง อิหร่าน สหรัฐ และสิงคโปร์

2. ข้าวคุณภาพปานกลาง เป็นข้าวขาว 10-15% และข้าวเหนียว มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่าส่งออกข้าวทั้งหมด ตลาดที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย แอฟริกา และมาเลเซีย

3. ข้าวคุณภาพต่ำ เป็นข้าวขาวที่มีเมล็ดหัก มากกว่า 20% ปลายข้าวและข้าวนึ่ง มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 ของมูลค่าส่งออกข้าวทั้งหมด ตลาดที่สำคัญ คือ ประเทศแถบแอฟริกาและตะวันออกกลาง (ที่มา : EXIM BANK. 2545).

แม้ว่าประเทศไทย จะเป็นผู้นำในการส่งออกข้าว แต่การส่งออกโดยรวมกลับมีแนวโน้มลดลง อย่างต่อเนื่องตามภาวะ การค้าข้าว ในตลาดโลกที่ชะลอตัวลง ประกอบกับปัญหาการแข่งขันด้านราคาที่ทวีความรุนแรงขึ้นทั้งในตลาดข้าวคุณภาพสูง คุณภาพปานกลาง และคุณภาพต่ำ โดยไทยเริ่มสูญเสียความได้เปรียบ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของดิน ซึ่งทำให้ต้องใช้ปุ๋ย ต้นทุนการผลิตของไทยจึงสูงกว่าประเทศคู่แข่งขันที่เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวรายใหม่ คือ เวียดนามและจีน ทำให้ประเทศผู้นำเข้าข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาแถบแอฟริกาซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำหันไปนำเข้าข้าวราคาถูกจากเวียดนามและจีนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มูลค่าส่งออกข้าวของไทยลดลงแทบทุกชนิด ส่วนข้าวคุณภาพสูงนั้นมีจุดอ่อนที่มีการปลอมปนและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทำให้ขยายตลาดได้ไม่ดีเท่าที่ควร

เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน ไทยควรมุ่งพัฒนาข้าวคุณภาพสูงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เนื่องจากตลาดข้าวคุณภาพสูงมีกำลังซื้อมาก มีโอกาสขยายตัวได้ดี และมีเสถียรภาพมากกว่าตลาดข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ รวมทั้งควรหันมาแปรรูปข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออก โดยมีแนวทางดังนี้

- การเร่งพัฒนาพันธุ์ข้าวคุณภาพดี ควบคู่กับการเพาะปลูก ตามหลักการผลิตทางการเกษตร อย่างถูก ต้องและเหมาะสม (Good Agricultural Practice : Gap) เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพแน่นอนและปลอดจากสารเคมี เช่น การผลิตข้าวอินทรีย์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศพัฒนาแล้ว เช่นประเทศในแถบยุโรป
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการหีบห่อข้าว ให้มีขนาดและรูปแบบสอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละตลาด
- การทำฉลากกำกับสินค้าข้าวส่งออก โดยมีข้อความแสดงคุณค่าทางอาหาร ข้อความแนะนำวิธีการหุงหรือต้มข้าว สำหรับผู้ที่ยังไม่คุ้นเคยกับการบริโภคข้าว เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภค ซึ่งจะส่งเสริมตลาดข้าวในต่างประเทศให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น
- เร่งส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวที่มีแนวโน้มขยายตัวดี เช่น ข้าวนึ่ง เป็นข้าวคุณภาพต่ำของไทยที่สามารถแข่งขันได้ และเป็นที่ต้องการมากในตลาดประเทศกำลังพัฒนา
- การแปรรูปข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เส้นก๋วยเตี๋ยว แป้งทำอาหาร และอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถพัฒนาคุณภาพจนเป็นที่ยอมรับและมีมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกข้าวจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงอุปสรรคสำคัญในการส่งออกข้าว และการขยายตลาดส่งออกข้าวในตลาดโลก ซึ่งจะช่วยพัฒนาการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสอบถามผู้ส่งออกข้าว ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก” สามารถใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มองเห็นและนำไปแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ต้องการ เพื่อที่จะกระตุ้นและส่งเสริมให้มีการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น และให้รักษาส่วนแบ่งหรือเพิ่มส่วนแบ่งยอดส่งออกข้าวในตลาดโลกต่อไปได้อีก

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกข้าวของไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

3.เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยโครงการนี้จะสามารถอำนวยประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านผู้ประกอบการส่งออกข้าว สามารถนำผลการศึกษาของโครงการสารนิพนธ์นี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้

2. ด้านรัฐบาล ทำให้สามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกข้าวของไทย ในการส่งข้าวไปยังตลาดโลกที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่จะทำให้ประเทศไทย สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ในการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกได้ และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจนสามารถครองความเป็นอันดับหนึ่งสำหรับประเทศผู้ส่งออกข้าวของโลกได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทย ไปยังตลาดโลกว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจส่งออกข้าวในประเทศไทย ซึ่งเป็นรายชื่อผู้ส่งออกข้าวของไทยที่มียอดการส่งออกข้าวในรอบปี 2544 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 – 31 ธันวาคม 2544 มีจำนวนทั้งหมด 137 ราย โดยได้รายชื่อจาก กรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศด้วย

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรเป้าหมาย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 137 ราย

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว

3.1.1.1 ขนาดของบริษัทส่งออกข้าว

3.1.1.2 ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกข้าว

3.1.1.3 ชนิดของข้าวที่ส่งออก

3.1.1.4 ภูมิภาคของการส่งออกข้าว

3.1.2 ปัจจัยภายในประเทศ

3.1.2.1 คุณภาพของข้าว

3.1.2.2 ปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศ

3.1.2.3 ราคาข้าวสารภายในประเทศ

3.1.2.4 การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล

3.1.3 ปัจจัยภายนอกประเทศ

3.1.3.1 การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า

3.1.3.2 สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

3.1.3.3 ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า

3.1.3.4 ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง

3.1.3.5 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.2 ตัวแปรตาม

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1.การส่งออก หมายถึง การส่งสินค้า หรือบริการ จากประเทศหนึ่งไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อให้ดุลการค้าของประเทศไทยเป็นบวก และช่วยเพิ่มเงินตราต่างประเทศเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ และเป็นการช่วยลดการขาดดุลการชำระเงินกับประเทศคู่ค้า

2.ปริมาณการส่งออก หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่ผู้ส่งออกได้จำหน่ายไปยังต่างประเทศ ในที่นี้ คือ มูลค่าการส่งออกข้าวไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ

3.ผู้ส่งออก หมายถึง บริษัทหรือผู้ที่ดำเนินธุรกิจในการส่งสินค้า หรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ทั้งนี้วิธีการส่งออกสามารถกระทำได้ทั้งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ ซึ่งในที่นี้ ผู้ส่งออก คือ บริษัทส่งออกข้าวไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยในการศึกษา โครงการนี้มุ่งแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ในระดับบริหารของบริษัทส่งออกข้าว

4.ความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทย หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกของผู้ส่งออกข้าวของไทย โดยอาศัยพื้นความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา

5.ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลหรือมีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปตลาดโลก โดยศึกษา 2 ด้าน คือปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศ

6.ปัจจัยภายในประเทศ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของ ไทยไปยังตลาดโลก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเกิดขึ้นภายในประเทศเท่านั้น ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ คุณภาพของข้าว ปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศ ราคาข้าวสารภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล

7.ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร หมายถึง การลงทุนโดยการซื้อสินทรัพย์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์แก่บริษัท เช่น ซื้อที่ดิน อาคาร เครื่องจักร หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ

8.คุณภาพของข้าว หมายถึงประสิทธิภาพของข้าวที่มีความแตกต่างกันในด้านพันธุ์ข้าว การเพาะปลูก การปรับปรุงคุณภาพข้าว เพื่อให้ได้มาตรฐานเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยัง ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

9.การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล หมายถึง ประโยชน์ที่ผู้ส่งออกข้าวของไทย ได้รับจาก การสนับสนุนของรัฐบาลไทย เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวไปประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

10.ปัจจัยภายนอกประเทศ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ ประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

11.ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งขันในธุรกิจการส่งออกข้าว ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง คู่แข่งขันทุก ๆ ประเทศ ที่ส่งออกข้าวเช่นเดียวกับประเทศไทย

12.มาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้า หมายถึง ข้อกำหนดและเงื่อนไขของประเทศลูกค้าที่ประเทศไทยส่งออกข้าวไปจำหน่าย ที่ควบคุมปริมาณการส่งออกของผู้ส่งออกจากต่างประเทศ

13.สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า หมายถึง สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2544 – ปัจจุบัน) ของประเทศลูกค้าที่ประเทศไทยส่งออกข้าวไปจำหน่าย

14.อัตราแลกเปลี่ยน หมายถึง จำนวนเงินในสกุลหนึ่ง ซึ่งแลกเปลี่ยนเป็นเงิน 1 หน่วยในอีกสกุลหนึ่ง ซึ่งจะใช้ในการเปรียบเทียบราคาและต้นทุนของสินค้าและบริการระหว่างประเทศ

15.ประเทศคู่ค้า หมายถึง ประเทศที่มีการค้าขายระหว่างกัน (ลูกค้า) โดยเกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง และมีมูลค่าของสินค้าเกิดขึ้นในที่นี้คือประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

16.ประเทศคู่แข่ง หมายถึง ประเทศที่มีการขายสินค้าคล้ายกัน ทำให้เกิดสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกด้วยกัน

17. มาตรฐานสินค้าข้าว (Rice Standards) หมายถึง ข้อกำหนดขั้นต่ำสำหรับข้าวแต่ละประเภทและชนิด สำหรับการค้าภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศ ในที่นี้ คือมาตรฐานสินค้าข้าวที่เป็นการค้าระหว่างประเทศ

18.ข้าว หมายถึง ข้าวเจ้าและข้าวเหนียว (Oryza Sativa L.) ไม่ว่าจะอยู่ในรูปใด

19.ข้าวกล้อง (Cargo Rice, Loonzain Rice, Brown Rice, Husked Rice) หมายถึง ข้าวที่ผ่านการกะเทาะเอาเปลือกออกเท่านั้น

20.ข้าวขาว (White Rice) หมายถึง ข้าวที่ได้จากการนำข้าวกล้องเจ้าไปขัดเอารำออกแล้ว

21.ข้าวเหนียวขาว (White Glutinous Rice) หมายถึง ข้าวที่ได้จากการนำข้าวกล้องเหนียวไปขัดเอารำออกแล้ว

22.ข้าวนึ่ง (Parboiled Rice) หมายถึง ข้าวเจ้าที่ได้ผ่านกระบวนการทำข้าวนึ่งและขัดเอารำออกแล้ว

23.ข้าวเต็มเมล็ด (Whole Kernels) หมายถึง เมล็ดข้าวที่อยู่ในสภาพเต็มเมล็ดไม่มีส่วนใดหักและให้รวมถึงเมล็ดข้าวที่มีความยาวตั้งแต่ 9 ส่วนขึ้นไป

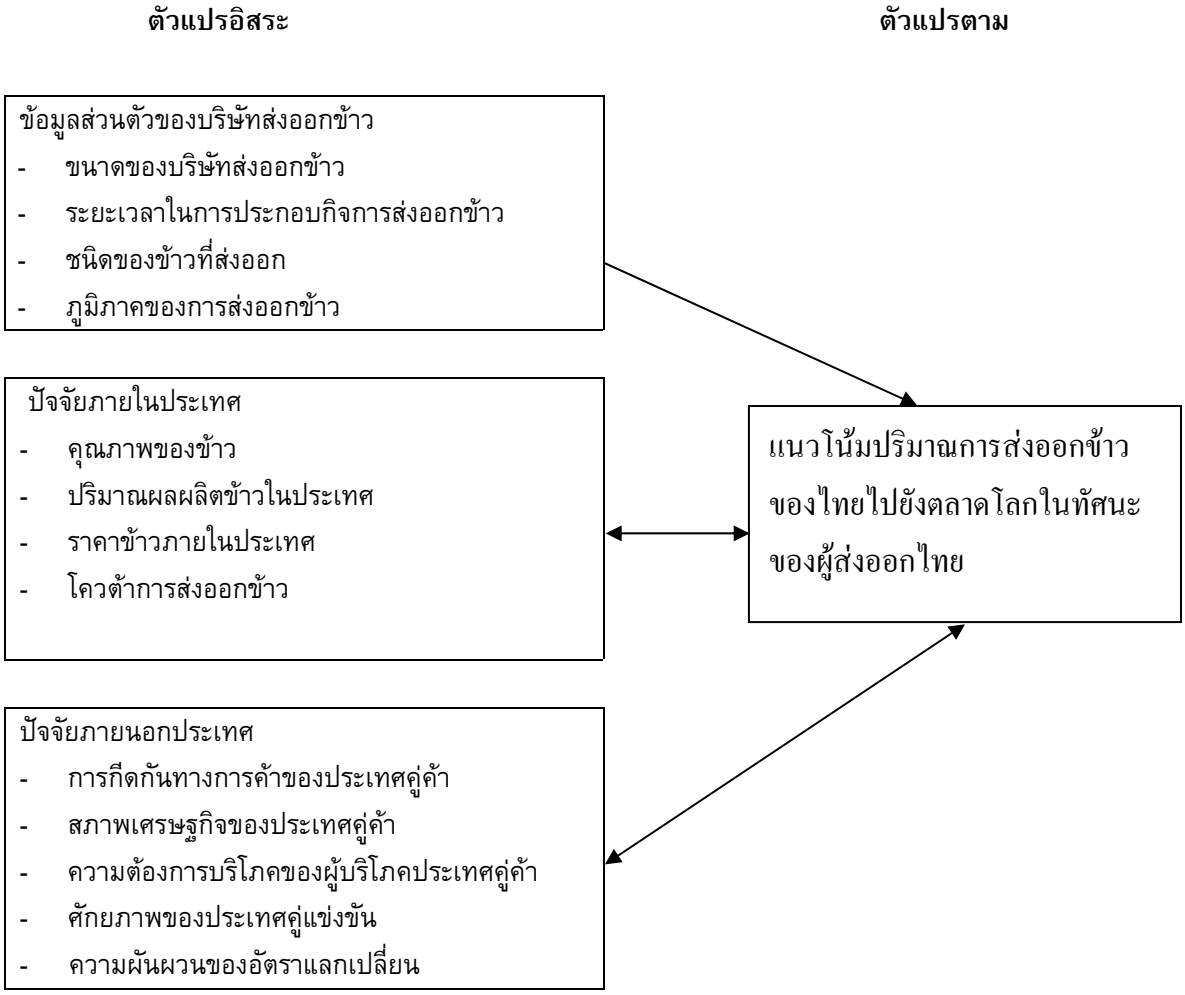
24.ข้าวเมล็ดเสีย (Damaged Kernels) หมายถึง เมล็ดข้าวที่เสียอย่างเห็นได้ชัดแจ้ง ด้วยตาเปล่า ซึ่งเกิดจากความชื้น ความร้อน เชื้อรา แมลง หรืออื่น ๆ

25.ความต้องการบริโภคของผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เกี่ยวกับเรื่องรูปแบบของการบริโภคข้าว ที่อาจเปลี่ยนแปลงการบริโภคจากรูปแบบข้าว ที่ยังไม่ได้หุงให้สุกเป็นข้าวกระป๋องหุงสุกพร้อมรับประทาน

26.ข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทส่งออกข้าว หมายถึง ข้อมูลบริษัทส่งออกข้าวของไทยที่ทำการส่งออกข้าวไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก” มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



สมมุติฐานในการทำวิจัย

1.ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกข้าว ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ชนิดของข้าวที่ส่งออก และภูมิภาคของการส่งออกข้าว ส่งผลกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก แตกต่างกัน

2.ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของข้าวภายในประเทศ คุณภาพของข้าวที่ส่งออก ปริมาณผลผลิตข้าวภายในประเทศ และโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

3.ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ
2. วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ
3. บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ
4. แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
5. แนวความคิดทางการตลาด
6. แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์
7. ทฤษฎีความคิดเห็น
8. สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ
9. ความหมายและประเภทของข้าว
10 การส่งออกข้าวของไทย
11. กระบวนการในการผลิตและส่งออกข้าว
12. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกข้าวของไทย
13. บทบาทและมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออกข้าวของไทย
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

ในอดีตกาล มนุษย์อยู่อย่างกระจัดกระจายเป็นกลุ่มเล็ก ๆ โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนคนน้อยมากและต้องทำการผลิตสินค้าต่าง ๆ ขึ้นใช้เองภายในกลุ่ม ท่ามกลางความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งการผลิตในยุคแรกมีลักษณะที่เรียกว่า การผลิตแบบพอยังชีพ หรือพึ่งพาตนเอง ต่อมาเมื่อมนุษย์เกิดมากขึ้น แต่ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรเริ่มลดลง และจากการที่มนุษย์มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุดรวมทั้งมีความต้องการแตกต่างกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า ที่ตนผลิตได้กับสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ตนผลิตไม่ได้ ซึ่งในระบบเศรษฐกิจแบบของแลกของมีปัญหาอุปสรรคมากจนมนุษย์เริ่มรู้จักคิดค้นใช้เงินมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ระบบเศรษฐกิจที่ใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนดังเช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

เหตุผลจากการเกิดขึ้นของการค้าระหว่างประเทศไม่ได้แตกต่างจากเหตุผลของการค้าระหว่างบุคคล กล่าวคือ การค้าระหว่างบุคคลเกิดขึ้นจากการแบ่งงานกันทำ โดยยึดความชำนาญที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่มาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น การค้าระหว่างประเทศก็เกิดขึ้นจากเหตุผลอย่างเดียวกัน กล่าวคือการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าได้ด้วย ต้นทุนที่แตกต่างกัน เพราะแต่ละประเทศต่างก็มีทรัพยากรและความชำนาญในการผลิตไม่เหมือนประเทศที่มีทรัพยากรมาก ก็มักจะได้เปรียบในการผลิตสินค้าซึ่งต้องใช้ทรัพยากรนั้นๆ อย่างไรก็ตามความมากน้อยของทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่ก็ไม่ใช่สิ่งที่กำหนดต้นทุนและความได้เปรียบในการผลิตเสมอไป ประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน

โดยทั่วไป การค้าระหว่างประเทศจะอยู่ในลักษณะที่ว่าแต่ละประเทศจะผลิตสินค้าที่ตนเองมีความถนัดซึ่งเป็นสินค้าออก ขณะเดียวกันก็จะสั่งเข้าของสินค้าที่ตนเองผลิตไม่ได้หรือผลิตได้แต่ต้นทุนสูงกว่า จึงเสมือนกับการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ ทำให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด

การค้าระหว่างประเทศจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ ได้รับประโยชน์ร่วมกัน ทำให้ประชาชนต่าง ๆ ทั่วโลก มีมาตรฐานการครองชีพโดยเฉลี่ยสูงขึ้น

ความหมายของคำว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

นิพัทธ์ จิตรประสงค์ (2531:1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็นธุรกิจของเอกชนหรือของรัฐที่ดำเนินงานข้ามประเทศ ถ้าเป็นธุรกิจเอกชนการประกอบธุรกิจก็เพื่อหวังกำไร แต่ถ้าเป็นธุรกิจของรัฐบาลอาจมีเป้าหมายที่จะหวังทำกำไรหรือไม่ก็ได้

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง (2543:13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการดำเนินธุรกรรมทุกประเภททั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ซึ่งเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2543:1) ได้ให้ความมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็นธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาลซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543:58) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมองค์การที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่าหนึ่งประเทศโดยเป็นบริษัท ซึ่งผูกมัดกับการค้าระหว่างประเทศหรือการลงทุนข้ามเขตแดนหรือข้ามประเทศ

บอล (ศิริพร ปัญญาบาล. 2535 :1 ; อ้างอิงจาก Ball.n.d.) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็นธุรกิจซึ่งมีกิจกรรมเกี่ยวพันกับการข้ามพรมแดนของชาติ และมิได้ประกอบขึ้นเฉพาะการค้าและการผลิตระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการบริการทางด้านอุตสาหกรรม เช่นการขนส่ง การท่องเที่ยว การธนาคาร การโฆษณา การก่อสร้าง การค้าปลีก การค้าส่ง การติดต่อสื่อสาร

บัญญัติ จุลนาพันธุ์ (2527:7) ให้ความหมายว่า เป็นการทำหน้าที่ทางการตลาด ข้ามเขตไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งไม่จำเป็นต้องให้สินค้าย้ายข้ามเขตจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเสมอไป

จอห์นและลี (Daniels and Radebaugh. 1998:8) ให้ความหมายว่าเป็นรายการทางธุรกิจทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลและเอกชน โดยมีการเกี่ยวพันกันตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป ขณะที่เอกชนจะเกี่ยวข้องกับผลกำไร และรัฐบาลจะเกี่ยวข้องกับผลกำไรหรือไม่ก็ตาม

ดังนั้นจะกล่าวโดยสรุปว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ จะหมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป โดยที่จะเป็นการทำการตลาดข้ามเขตแดนซึ่งจะมุ่งหวังผลกำไรหรือไม่หวังผลกำไรในการดำเนินกิจกรรมก็ได้

ซึ่งกลยุทธ์การขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศมี 5 ทิศทางคือ (Daniels and Radebaugh .1998:25)

1. การขยายตัวในเชิงรับหรือเชิงรุก (Passive to Active Expansion) ตามแกน A เป็นลักษณะที่บริษัทใหม่ ๆ ส่วนใหญ่ที่เริ่มทำการค้าก็จะมีเชิงรับมุ่งการค้าขายที่ตลาดภายในประเทศจนกว่าโอกาสทางการตลาดโดยต่างประเทศ เช่น ลูกค้าบางคนที่นิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์ก็มีการชวนธุรกิจให้ก้าวสู่ตลาด

ต่างประเทศ และการขยายในเชิงรุกเป็นลักษณะของธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศโดยเร็วเพื่อทำให้ต้นทุนถูกลงเพราะการประหยัดจากขนาดการผลิต

2. การดำเนินการด้วยผู้อื่นหรือตนเอง (External to Internal Handling of Operation) คือ แกน B การดำเนินการด้วยผู้อื่นเป็นการใช้คนกลางเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน และเมื่อประสบความสำเร็จ บริษัทแม่จะเข้าดำเนินการเอง เพราะความเสี่ยงลดลง

3. ความซับซ้อนของการปฏิบัติการ (Deepening Mode of Commitment) คือ แกน C ในการเริ่มต้นธุรกิจระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการเริ่มต้นของธุรกิจการส่งออกและนำเข้า เพราะเป็นระดับที่มีความเสี่ยงน้อย ต่อมาเมื่อมีความมั่งคงมากขึ้นก็จะเป็นลักษณะของการสร้างฐานการผลิตในแต่ละประเทศเป็นลักษณะการลงทุนในต่างประเทศ

4. การกระจายไปตามภูมิภาค (Geographic Diversification) คือ แกน D เมื่อธุรกิจเริ่มธุรกิจระหว่างประเทศจะเริ่มเพียงประเทศเดียวเนื่องจากยังไม่มีความคุ้นเคยการค้าต่างประเทศต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้นก็จะขยายตลาดไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น

5. การขยายในสภาพแวดล้อมของประเทศที่คุ้นเคย (Leapfrogging of Expansion) คือ แกน E ในการเริ่มก้าวเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศจะเริ่มจากประเทศเพื่อบ้านที่มีความคุ้นเคยทางวัฒนธรรม แล้วจึงเรียนรู้เข้าสู่ประเทศที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ธุรกิจระหว่างประเทศที่มีมูลค่าเป็นจำนวนเงินส่วนใหญ่ของโลกเกิดขึ้นจากการค้า (Trading) ซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สุดของการดำเนินงานของธุรกิจข้ามชาติ การค้าระหว่างประเทศสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การส่งออก (Export) และการนำเข้า (Import) ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนมูลค่าของสินค้าและบริการของธุรกิจในประเทศหนึ่งกับอีกธุรกิจหนึ่งในอีกประเทศหนึ่ง โดยมุ่งหวังกำไรในการประกอบการ

โดยการส่งออกก็เป็นหนึ่งในขอบเขตและเป็นกิจกรรมในธุรกิจระหว่างประเทศ (ศิริพร ปัญญาบาล. 2535 :1-2) ซึ่งมีการให้ความหมายของการส่งออกเป็นดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2521:1) ให้ความหมายการส่งออก (Export, Exporting หรือ Exportation) คือ การส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ทั้งนี้วิธีการนำเข้าและการส่งออกอาจสามารถกระทำได้ทั้งโดยทางบก ทางเรือ ทางอากาศ และทางท่อ โดยเรียกผู้ที่ดำเนินธุรกิจนี้ว่า ผู้ส่งออก (Exporter)

วิธีการของการดำเนินการทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การส่งออก (Export) และการนำเข้า (Import) โดยจะต้องพิจารณารายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สินค้าส่งออก (Merchandise Exports) เป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่ส่งออกจากประเทศใดประเทศหนึ่ง

2. สินค้านำเข้า (Merchandise Imports) เป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่นำเข้าจากประเทศใดประเทศหนึ่ง

ดังนั้น สินค้าที่ส่งออกและนำเข้านั้นเป็นสินค้าที่เป็นสิ่งของที่ผลิตขึ้นโดยเป็นสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ (Visible) ไม่ใช่บริการ จึงเรียกว่า สินค้า

ปัจจุบันการส่งออกและการนำเข้าได้เข้ามามีบทบาทกับนานาประเทศมากขึ้นเนื่องจากนานาประเทศเหล่านั้นมองเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการนำเข้าและการส่งออก คือ

1.แต่ละประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรที่แตกต่างกันและมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Speacialization) แตกต่างกัน ทำให้ความสามารถในการผลิตสินค้าแตกต่างกันจึงทำให้มีการนำเข้าและการส่งออกซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ตนขาดแคลนและมีความต้องการ

2.การสั่งซื้อสินค้าบางอย่างจากต่างประเทศ (นำเข้า) อาจมีราคาถูกกว่าที่จะผลิตขึ้นเองภายในประเทศ

3.การส่งออกสินค้าต่าง ๆ เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถระบายสินค้าคงเหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน

4.การนำเข้าและการส่งออก มีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและรัฐเองก็มีรายได้สูงขึ้นในรูปภาษีต่าง ๆ ที่เรียกเก็บ

5.แต่ละประเทศจะได้ประโยชน์ จากหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และเป็นการสร้างความสัมพันธ์เข้าใจ อันดีระหว่างประเทศคู่ค้า

6.ประเทศต่าง ๆ ไม่สามารถผลิตสินค้าทุกชนิดตามที่ตนต้องการขึ้นใช้เองภายในประเทศได้

7.ประเทศต่าง ๆ มีความต้องการภายในประเทศเกินกว่าความสามารถในการผลิตจึงต้องมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การส่งออก หมายถึง การขนส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศที่ทำการผลิตซึ่งเป็นผู้ผลิต ส่งออกไปจำหน่ายยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งเป็นผู้บริโภค

ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะมีองค์ประกอบดังนี้ (Daniels and Radebaugh. 1998:10)

ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

ที่มา : Daniels, John D. and Radebaugh. (1998). *International Business Environments and perations.* USA : Addison-wesley

วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ

ในการดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศนั้น องค์การจำเป็นต้องทราบถึงภาพรวมของธุรกิจระหว่างประเทศให้ครอบคลุมธุรกิจส่วนใหญ่ของโลก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม เพราะต่างก็มีผลกระทบต่อสถานการณ์และการแข่งขันในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อ และการจัดจำหน่ายระดับโลก ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้องค์การต่าง ๆ มีความสนใจที่จะดำเนินกิจการทางการค้าระหว่างประเทศ ดังนี้

(Daniels and Radebaugh. 2001:4)

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย (Expand Sales) ด้วยเหตุที่ว่า ความต้องการและจำนวนของผู้บริโภคทั่วโลก มีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเดียว ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายและมีกำไรสูงขึ้น โดยสามารถกำหนดตลาดที่ชัดเจน ในลักษณะของธุรกิจระหว่างประเทศได้

2. การแสวงหาแหล่งทรัพยากร (Acquire Resources) ผู้ประกอบกิจการระหว่างประเทศ จะต้องแสงหาสินค้า บริการ และส่วนประกอบในการผลิต หรือวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ ตลอดจนมองหาแหล่งเงินทุน เทคโนโลยี ข้อมูลจากต่างประเทศที่สำคัญ และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจะใช้ในกิจการของประเทศตนเองและเพื่อลดค่าใช้จ่าย ทำให้บริษัทได้รับผลกำไรมากขึ้นจากต้นทุนที่ถูกลง

3. กระจายแหล่งขายและปัจจัยการผลิต (Diversify Sources of Sales and Supplies) เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ยอดขายและกำไรเปลี่ยนแปลงไป บริษัทควรจัดหาตลาดและแหล่งปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ เพื่อที่จะทำให้บริษัทสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบของราคาของสินค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศใดประเทศหนึ่ง

4. ลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด (Minimize Competitive Risk) บริษัทจะต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากการดำเนินการ ในต่างประเทศเพื่อที่จะปกป้องตนเองในตลาดภายในประเทศ โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาบริษัทเพื่อลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด

โซเนีย (Kahal.1994:65) ได้กล่าวถึงมูลเหตุจูงใจในการก้าวสู่การค้าระหว่างประเทศ คือ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าทางการค้า
2. การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร
3. การลดต้นทุนการผลิตจากการประหยัดจากขนาด
4. การแบ่งงานกันทำ
5. ผู้บริโภคได้ราคาที่ต่ำลง

พีที และ เจ คาร์ก (Ellsworth and Leith.1984:77) ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการค้าระหว่างประเทศ คือ เป็นการสนับสนุนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งเป็นการจัดแบ่งให้เกิดโอกาสสำหรับแต่ละประเทศที่จะนำเข้าสินค้าและแลกเปลี่ยนกับการส่งออกสินค้าที่ตนผลิตได้ราคาถูกกว่า ซึ่งทำให้ประเทศมีการประหยัดจากการใช้ทรัพยากรส่งผลให้เกิดรายได้เป็นจำนวนมากกว่าที่จะมีการผลิตสินค้าทั้งหมดด้วยตนเอง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นได้ อันเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. การขยายตัวของเทคโนโลยี (Expansion of Technology) เทคโนโลยีมีอิทธิพลมหาศาลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ เมื่อความต้องการเพิ่มขึ้นมีผลทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2. เสรีภาพแบบข้ามพรมแดน (Liberalization of Cross-border Movements) สามารถมีส่วนช่วยให้องค์การดำเนินการทางการค้าระหว่างประเทศได้สะดวกขึ้น เช่น การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และทรัพยากร ทำให้องค์การมีข้อได้เปรียบจากธุรกิจระหว่างประเทศ

3. การพัฒนาบริการที่ให้การสนับสนุนต่าง ๆ (Development of Supporting Services) การพัฒนาเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ได้เกิดจากการขยายตัวทางเทคโนโลยีเพียงปัจจัยเดียว แต่เป็นผลมาจากการพัฒนาความร่วมมือทั้งจากสถาบันของรัฐบาลและเอกชน ที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลคุ้มค่า

4. การเพิ่มการแข่งขันทางการค้าระดับโลก (Increase in Global Competition) ความกดดันจากการเพิ่มจำนวนของการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ทำให้เกิดแรงจูงใจให้บริษัทขยายธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว สามารถทำได้ง่ายขึ้น เพราะมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และระบบราชการ

ศิริพร ปัญญาบาล (2535:6) ได้ระบุถึงมูลเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ มีดังนี้

1. ประโยชน์ทางด้านรายได้และผลกำไร
2. ใช้เป็นเครื่องมือแก้ปัญหาความไหวตัวของการผลิตตามฤดูกาล (Seasonal Fluctuation)
3. ประโยชน์ในการรักษาเสถียรภาพของการผลิตและการจำหน่าย (Stabilizing Facor)
4. เพื่อสนองความต้องการในตลาดต่างประเทศ

จอห์นและลี (Daniels and Radebaugh. n.d. :218) ได้กล่าวถึงเหตุผลของธุรกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศเนื่องมาจาก

1. การได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในการกำหนดสภาวะของความได้เปรียบทางการค้า ตามแนวคิดของ Michael E.Porter จะประกอบด้วย สภาวะของความต้องการ ปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน กลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างและสภาวะการแข่งขันในประเทศ

2. การได้เปรียบของกลยุทธ์สินค้าส่งออก

แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการส่งออกประกอบด้วย

- การใช้กำลังการผลิตส่วนเกิน เนื่องจากปริมาณความต้องการในประเทศมีไม่เพียงพอ หรือในบางครั้งการผลิตที่คุ้มค่ากับธุรกิจ คือ การผลิตสินค้าในจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดโดยขนาด (Economies of Scale) ดังนั้น เมื่อปริมาณความต้องการในประเทศมีน้อยกว่าระดับการผลิต ทำให้จึงจำเป็นที่จะต้องมีการส่งออก

- การลดลงของต้นทุน ได้มีการศึกษาพบว่า การผลิตจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนผลิตต่อหน่วยลดลง ทั้งนี้เนื่องจาก การผลิตที่คุ้มกับต้นทุนคงที่ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพราะการมีประสบการณ์มาก

- ทำให้กำไรเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตอาจจะสามารถขายผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันในตลาดต่างประเทศได้กำไรที่สูงกว่าตลาดในประเทศ ทั้งนี้ เป็นเพราะบางครั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันระหว่างตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

- การกระจายความเสี่ยง โดยการมีตลาดต่างประเทศมากกว่าหนึ่งแห่งทั้งนี้เนื่องจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด ทำให้เมื่อมีการกระจายตลาดแล้วจะช่วยลดความผันผวนของความต้องการของตลาด

3. กลยุทธ์การได้เปรียบของการนำเข้า

ผู้ผลิตจะแสวงหาการผลิตที่ต้นทุนต่ำ ธุรกิจจึงแสวงหาการนำเข้าเพื่อการผลิตสินค้าที่เป็นลักษณะผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เพราะการนำเข้าถูกกว่าและมีคุณภาพที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่ขายในประเทศ

โดยสรุปแล้ว การค้าระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นนั้น เนื่องมากจากวัตถุประสงค์ที่มาจากเหตุจูงใจที่เกิดจากภายในและภายนอก โดยมูลเหตุจูงใจภายใน คือ เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต นำไปสู่การบริหารต้นทุนการผลิตที่ทำให้ต้นทุนต่ำลงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และมูลเหตุจูงใจภายนอก คือ การขยายตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2521:5)

1. การนำเข้าทำให้ประชาชนมีสินค้าต่าง ๆ เพื่อการอุปโภคมากขึ้น ทำให้การกินอยู่ดีขึ้น
2. การนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบ จะเป็นฐานที่จำเป็นและสำคัญสำหรับการขยายการผลิต
3. เป็นการโอนอำนาจการซื้อจากประเทศหนึ่งไปอีกประเทศหนึ่ง
4. การส่งออกมีผลต่อดุลการค้า ดุลการชำระเงินของประเทศ
5. การส่งออกเป็นการระบายสินค้าส่วนเกินที่เหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน
6. ทำให้เกิดการยกระดับหรือปรับปรุงประสิทธิภาพให้สูงขึ้น
7. การส่งออกเป็นที่มาของรายได้เพื่อนำมาซื้อสินค้าเข้า (Exports Pay for Imports)
8. ทำให้รัฐบาลมีรายได้สูงขึ้นในรูปของการเก็บภาษีอากรขาออก ภาษีอากรขาเข้า ภาษีการค้า ภาษีเงินได้ ค่าธรรมเนียมและอื่น ๆ

ศิริพร ปัญญาบาล (2535:4-5) ได้ระบุถึงบทบาท หรือประโยชน์ของธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นดังนี้

1. ปัจจัยการผลิตต่างๆ ของประเทศจะถูกใช้ไปในการผลิตที่ตนได้เปรียบ (Comparative Advantage)
2. ประชากรของประเทศได้รับสินค้าและบริการมากขึ้น
3. ยกระดับรายได้ของประชากร
4. ลดปัญหาการว่างงาน
5. ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
6. ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดของรายได้ และภาษีอากรของรัฐ
7. ได้รับเงินตราต่างประเทศเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าต่างประเทศ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2542:38-41) ตามหลักเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีการคำนวณบัญชีรายได้ประชาชาติ มีวิธีการคำนวณด้ายรายจ่ายที่ว่า

GDP = C + I + G + (X-M)

C = รายจ่ายเพื่อการบริโภคอุปโภคภาคเอกชน

I = รายจ่ายเพื่อการลงทุนของภาคเอกชนและรัฐบาล

G = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการภาครัฐบาล

X = การส่งออก

M = การนำเข้า

(X-M) = การส่งออกสุทธิ

ซึ่งประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิดทำให้มีการค้าระหว่างประเทศและการค้าระหว่างประเทศนี้ก็ส่งผลกระทบต่อรายได้ประชาชาติของประเทศ

โดยสรุปแล้ว การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีของประเทศ ซึ่งเมื่อประเทศนั้น ๆ ได้มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้เกิดความมั่นคงแล้วย่อมนำไปสู่การพัฒนาทางด้านสังคมของประเทศนั้นด้วยเช่นกัน

แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

1. ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Micheal E.Porter ซึ่งมีการเรียบเรียงเป็นภาษาไทย โดย สุรชัย รัตนกิจตระกูล มีแนวความคิดว่าการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้านั้นขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ หลายชนิดทั้งปัจจัยด้านราคาและปัจจัยที่มิใช่ราคา ซึ่งการพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะพิจารณาบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน 4 ตัว คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการโครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (ภาพที่ 1)

1.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition)

ตามแนวคิดนี้ จะเน้นว่าปัจจัยการผลิตต่างๆ มิได้เหมือนกันหมด แต่ละปัจจัยการผลิต ก็มีด้วยกันหลายชนิด เช่น ปัจจัยด้านแรงงานก็อาจจะมีระดับต่างกันออกไปโดยประเทศจะมีความได้เปรียบในตัวสินค้าใดนั้น จะต้องพิจารณาหลาย ๆ ประเด็นเช่น ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) ในประเทศว่าเป็นอย่างไร เช่น ถ้าประเทศมีน้ำมันดิบมากก็สามารถที่จะส่งออกน้ำมันดิบได้ ระดับการศึกษาของประเทศว่าประเทศมีระดับการศึกษาหรือทักษะของแรงงาน (Education & Skill Levels) อย่างไร และต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ว่ามีความอุดมสมบูรณ์และมีราคาของปัจจัยการผลิต

การจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตมี 2 แบบ คือ แบบปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง และแบบปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะ

1. ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน จะประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานไร้ทักษะ (Unskill Labor) ปัจจัยพื้นฐานหลายชนิดสามารถถูกทดแทนด้วย ปัจจัยอื่นภายในประเทศ หรือปัจจัยนั้น ๆ ในต่างประเทศ

1.2 ปัจจัยขั้นสูง จะประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมสมัยใหม่ แรงงานมีทักษะ (Skill Labor) และปัจจัยขั้นสูงนี้ มีความสำคัญมากต่อการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

2. ปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง

2.1 ปัจจัยทั่วไป จะประกอบด้วย ระบบถนน แหล่งเงินทุน แรงงานในสาขาทั่วไป ปัจจัยทั่วไปจะเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบในการแข่งขันขั้นต่ำ

2.2 ปัจจัยเฉพาะทาง จะประกอบด้วย บุคลากรที่ได้รับการศึกษามาเฉพาะทาง เช่น วิศวกร แพทย์ นักวิทยาศาสตร์ ปัจจัยเฉพาะทางจะก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไป หากประเทศ

มีปัจจัยการผลิตใดพร้อมอุดมสมบูรณ์ ก็จะมีแนวโน้มว่าจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกสินค้าที่เน้นใช้ปัจจัยการผลิตนั้น

1.2 สถานภาพทางอุปสงค์ (Demand Condition)

ในด้านของอุปสงค์นั้นสิ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน จะประกอบด้วย

1.2.1 ขนาดของตลาด (Size of Market) ถ้าขนาดตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ก็แสดงว่า มีตลาดภายในประเทศที่สามารถรองรับการผลิตได้ การผลิตมีการประหยัดจากการขยายขนาด (Economy of Scale) ได้มากขึ้น ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าขายในประเทศจนเกิดความชำนาญในการผลิต มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทำให้การผลิตในประเทศไทยมีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

1.2.2 ผู้ซื้อที่รู้จริง หากผู้บริโภคมีความละเอียดในการเลือกซื้อสินค้า จะเป็นตัวที่บ่งบอกถึงคุณภาพ ลักษณะของสินค้าภายในประเทศว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างไร ประเทศใดมีผู้บริโภคไม่ละเอียด มีรสนิยมที่ราบเรียบ ประเทศนั้นก็จะมีความชำนาญในการผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ ถึงปานกลาง หรือกล่าวได้ว่าประเทศใดมีความสลับซับซ้อนของผู้บริโภคในระดับใดทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบในตัวสินค้าในระดับนั้น

1.2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น จะทำให้มีโอกาสที่ผู้ซื้อในประเทศ รู้จริงกว่าผู้ซื้อในประเทศอื่นที่มีอุปสงค์เกิดขึ้นภายหลัง ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ของประเทศใดมีความล่าช้าก็จะทำให้ประเทศนั้นมีความเสียเปรียบในด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

1.2.4 ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลาดอาจมีหลายส่วน บางส่วนคล้ายคลึงกับอุปสงค์ในตลาดโลก บริษัทจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาด ส่วนที่คล้ายคลึงกับตลาดโลก ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้น สูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันในประเทศอื่น

1.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การผลิตสินค้าชนิดใด หากในประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่แข็งแรงมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ประเทศสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่จะนำมาซึ่งศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุน จะประกอบด้วย

1.3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพจะทำให้มีโอกาสที่จะเข้าถึงที่ดีกว่าประเทศอื่น ซึ่งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันให้ถึงประเทศ

1.3.2 ความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร

1.3.3 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรม และกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ทำให้เกิดมุมมองและเทคโนโลยีใหม่ ๆ การที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ปัญหา แลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง หมายถึง อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถประสานระหว่างบางกิจกรรมหรือใช้บางกิจกรรมในโซ่คุณค่าร่วมกัน หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีสินค้าที่เสริมกัน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์กับซอฟต์แวร์ กิจกรรมที่ใช้ร่วมกันอาจเป็นการพัฒนาเทคโนโลยี การตลาด การผลิต การจัดจำหน่าย เป็นต้น ประเทศหนึ่งจะมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้าประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมนั้น

1.4 กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท (Company Strategy Structure and Rivaluy)

ภาวะการแข่งขันในประเทศหรือจำนวนผู้ผลิตภายในประเทศ หากตลาดมีผู้ขายมากรายก็จะมีการแข่งขันในสินค้านั้น ๆ มีมาก ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตต้องทำการพัฒนาและปรับปรุงให้การผลิตของตนมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีสินค้าที่มีคุณภาพและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งถ้ามีกลยุทธ์ในการผลิตที่ดี ก็จะทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกไปแข่งขันในต่างประเทศได้ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์กรการผลิตว่า อุตสาหกรรมใดเหมาะกับองค์กรชนิดใดระหว่างภาคเอกชนหรือภาครัฐบาล การที่มีองค์กรที่เหมาะสมนั้นจะช่วยให้การผลิตดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะช่วยให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ของประเทศแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ทั้ง 4 กลุ่มปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกอีก 2 ปัจจัย ที่มีความสำคัญต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ

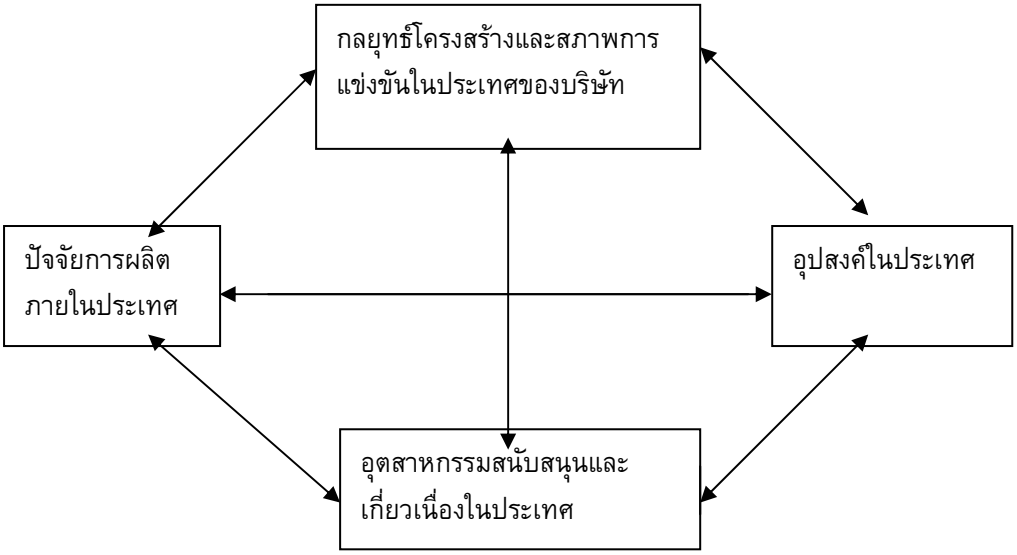
1. รัฐบาล

ภาครัฐบาลถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอย่างยิ่ง หากรัฐบาลให้การส่งเสริม เช่น การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม ให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น การลดภาษีวัตถุดิบ ก็จะทำให้อุตสาหกรรมมีต้นทุนที่ต่ำลง หากรัฐบาลดำเนินนโยบายที่ผิดพลาด ก็จะทำให้ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศลดลง อุตสาหกรรมก็ไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

2. เหตุสุดวิสัย

เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงตลาดเงินของโลก หรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลประเทศอื่น ๆ และสงคราม เหตุสุดวิสัยจะเป็นตัวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรม เหตุสุดวิสัยอาจลบล้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิม เกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันจากประเทศอื่น สามารถเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิมได้ ขณะเดียวกัน ประเทศอาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน และทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เมื่อมีการผสมผสานกัน เพื่อประกอบการพิจารณา ถึงความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ

ดังนั้น ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เป็นทฤษฎีที่มีมุมมองกว้างขึ้น ซึ่งไม่ได้พิจารณาเฉพาะต้นทุน หรือปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่มีการพิจารณาถึงสภาวะของอุปสงค์ การแข่งขัน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง บทบาทของภาครัฐ รวมถึงเหตุสุดวิสัยด้วย



ภาพประกอบ 2 ตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ
ที่มา : นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2. ทฤษฎีอุปสงค์ (วันรักษ์. 2534)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งความต้องการในที่นี้จะต้องมีอำนาจซื้อ (Ability to Pay) อยู่ด้วย โดยที่กฎของอุปสงค์กล่าวว่า “ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น” กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้นอุปสงค์จะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลงอุปสงค์ก็จะเพิ่มขึ้น

การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเมื่อราคาสินค้าลดลง และซื้อสินค้าลดลงเมื่อราคาเพิ่มขึ้น หรือที่เรียกว่า “ผลของราคา” (Price Effect) เนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการคือ

1. เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้นมีราคาถูกเมื่อเทียบกับราคาของสินค้าชนิดอื่น ๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดอื่นลง แล้วหันมาบริโภคสินค้าชนิดนั้นเพิ่มแทน การบริโภคสินค้าชนิดอื่น ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรู้สึกว่า สินค้าชนิดนั้นมีราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดนั้นลงแล้วไปบริโภคสินค้าชนิดอื่น ๆ แทน จึงเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาเปรียบเทียบ (Relative Price) ของสินค้าว่า “ผลของการใช้แทนกัน” (Substitution Effect)

2. เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกเหมือนว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะรายได้จำนวนเท่าเดิม แต่มีอำนาจซื้อมากขึ้น ดังนั้น จึงซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเหมือนว่ารายได้ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากว่ารายได้จำนวนเดิมจะซื้อสินค้าได้

น้อยลง ดังนั้นจึงซื้อสินค้าลดลง จึงเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในอำนาจซื้อของเงินรายได้ว่า “ผลของรายได้” (Income Effect)

ดังนั้นผลของราคาที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคปรับปริมาณการซื้อสินค้า เมื่อราคาสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงไปจะเป็นผลรวมของการใช้แทนกันและผลของรายได้นั่นเอง

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค (Quantity Demand) ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (Deand Determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากน้อยแตกต่างกันไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ราคาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยปัจจัยนี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้นปริมาณการซื้อจะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลงปริมาณการซื้อจะเพิ่มขึ้น

2. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่สามารถใช้แทนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อโดยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันเพิ่มขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะเพิ่มขึ้น และถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันลดลงปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นก็จะลดลง

3. จำนวนผู้บริโภคในตลาด โดยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้ามีจำนวนประชากรมากปริมาณความต้องการซื้อจะมากขึ้นและถ้าจำนวนประชากรลดลงปริมาณความต้องการซื้อจะลดลงเช่นกัน

3. <u>ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเช่อร์-โอห์ลิน (HECKSCHER – OHLIN THEORY)</u>

ในปี คศ.1950 นักเศรษฐศาสตร์ ชาวสวีเดนสองคน คือ Eli Heckscher และ Bertil Ohlin ได้สร้างทฤษฎี Factor Proportion หรือ ทฤษฎีสัดส่วนของปัจจัย ซึ่งกล่าวถึงการใช้ปัจจัยการผลิตทั้งสามคือ ที่ดิน แรงงาน และเงินทุน ในการพิจารณาเลือกประเภทของสินค้าที่แต่ละประเทศควรผลิต โดยกล่าวว่า แต่ละประเทศ จะมีปัจจัยการผลิตทั้งสามนี้ในปริมาณที่แตกต่างกันถ้าประเทศใดมีแรงงานมาก เมื่อเทียบกับปริมาณของเงินทุนและที่ดินแล้ว ค่าแรงในประทศนั้นจะต่ำแต่ต้นทุนเงินทุนและค่าที่ดินจะสูง ถ้าประเทศใดค่อนข้างขาดแคลนแรงงานค่าแรงก็จะค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับต้นทุนเงินทุนและค่าที่ดินความแตกต่างของสัดส่วนปัจจัยการผลิตดังกล่าวนี้จะทำให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่หาได้ง่ายและต้นทุนไม่สูง แล้วส่งออกไปขายต่างประเทศ ซึ่งพอสรุปได้ว่า “ความแตกต่างในต้นทุนการผลิตได้เปรียบเทียบมีผลมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตด้วยสัดส่วนที่แตกต่างกันในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด” จากข้อความดังกล่าวจึงบอกได้ว่าการค้าเกิดขึ้นจาก

1. ประเทศต่าง ๆ มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยการผลิต (Fator Endowment) ที่แตกต่างกัน

2. การผลิตสินค้าแต่ละชนิดต้องการปัจจัยต่าง ๆ เป็นสัดส่วนต่างกันในการผลิต (Different Factor Intensity) ดังนั้นแต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าซึ่งผลิตขึ้นมากจากการใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีความอุดมสมบูรณ์มากกว่าการใช้ปัจจัยอื่นที่ตนมีไม่สมบูรณ์เท่าและจะนำเข้าสินค้าที่ได้จากการผลิตด้วยปัจจัยการผลิตที่ซึ่งตนเองมีปัจจัยชนิดนั้นในปริมาณน้อยหรือไม่มีเลย

4. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศว่าด้วยวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (THE PRODUCT LIFE CYCLE)

ทฤษฎีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เป็นทฤษฎีใหม่ซึ่งเกิดขึ้นมาประมาณปลายปี ค.ศ. 1960 ซึ่งได้อธิบายถึงการตลาดระหว่างประเทศและรูปแบบการลงทุนที่มีขั้นตอนตามชีวิตผลิตภัณฑ์ ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ PRODUCT LIFE CYCLE MODEL ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ประเทศผู้ผลิตคิดค้นผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ได้นำผลิตภัณฑใหม่เข้าสู่ตลาดภายในประเทศโดยจำหน่ายเข้าสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายกลุ่มรายได้สูงและต่อมาก็ถูกส่งออกไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศในขั้นตอนนี้ประเทศผู้ผลิตคิดค้นอยู่ในตำแหน่งผู้ผูกขาดกล่าวคือ เป็นประเทศเดียวเท่านั้นที่สามารถผลิตสินค้าประเภทนี้ได้ ตลาดส่วนใหญ่จึงอยู่ในประเทศ สำหรับตลาดต่างประเทศถ้าหากลูกค้ามีความต้องการก็จะได้รับผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการโดยการสั่งเข้าจากประเทศผู้ผลิตเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 ประเทศที่พัฒนาแล้วลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์เดียวกัน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์เจริญเติบโต เป็นที่รู้จักกันกว้างขวางในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ธุรกิจประเทศที่พัฒนาแล้ว เริ่มที่จะลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันโดยที่เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเริ่มแพร่หลายและสามารถที่จะถ่ายทอดไปได้อย่างสะดวกจากประเทศผู้ผลิตคิดค้นซึ่งต่อมาผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ ที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปนั้นสามารถแข่งขันเอาชนะประเทศผู้ผลิตคิดค้นที่ได้ส่งออกสินค้ามายังประเทศของตน ทั้งนี้เพราะค่าแรงที่ถูกกว่าและค่าขนส่งที่ประหยัด

ขั้นตอนที่ 3 ประเทศที่พัฒนาแล้วแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตคิดค้นในตลาดโลกที่สามในขั้นตอนนี้ผู้ผลิตต่างประเทศเริ่มที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตคิดค้นในตลาดของ ประเทศในโลกที่สาม (คือประเทศที่กำลังพัฒนาหรือประเทศที่ด้อยการพัฒนา) ซึ่งเคยเป็นตลาดของประเทศผู้ผลิตคิดค้นมาก่อน ส่งผลให้ยอดการส่งออกของประเทศผู้ผลิตคิดค้นลดลงในระหว่างขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนที่ 3 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นเริ่มที่จะมองหาทางลงทุนโดยตรงในตลาดต่างประเทศ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำทางตลาด

ขั้นตอนที่ 4 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่ตนคิดค้น ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้ผลิตต่างประเทศมีความแข็งแกร่งในประเทศของตนเองและในตลาดส่งออกซึ่งผู้ผลิตต่างประเทศสามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในการผลิตจำนวนมาก เกิดความประหยัดจากขนาด (Economics Of Scale) และเริ่มขยายตลาดเข้าสู่ตลาดในประเทศของผู้ผลิตคิดค้นจนสามารถแข่งขันในประเทศของผู้ผลิตคิดค้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ในการส่งออก

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ โดยทั่วไปจะอธิบายในเชิงเศรษฐศาสตร์และจะเน้นด้านโครงสร้างเป็นสำคัญซึ่งมักจะเป็นปัจจัยทางด้านมหภาค แต่ทฤษฎีที่จะกล่าวถึงเป็นเรื่องของพฤติกรรมในระดับจุลภาคซึ่งอยู่ในระดับของการตัดสินใจของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ ว่าการเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศนั้นจะสามารถก่อให้เกิดผลกระทบอะไรต่อกิจการได้บ้าง แนวความคิดดังกล่าวได้อธิบายถึงมูลเหตุจูงใจในการเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ประการคือ

1. เกิดจากแรงผลักดันของตลาดภายในประเทศที่เริ่มมีปัญหา เช่น ตลาดอิ่มตัว การแข่งขันสูง กำลังการผลิตใช้ไม่ได้เต็มที่ มีผลผลิตเหลือ เป็นต้น การเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศจึงเป็นทางออกของการแก้ไขปัญหา

2. เกิดจากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น ถ้าหากกิจการก้าวเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ นั่นหมายถึงยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้นทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกิดจากแรงกระตุ้นของรัฐบาลการเห็นตัวอย่างผู้ประกอบการรายอื่น หรือ การเดินทางไปดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

6. ทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage)

ตามที่ Adam Smith ได้เขียนหนังสือ The Wealth of Nations ซึ่งแยกการวิเคราะห์เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ Absolute Advantage และ Division of Labor โดยในส่วนของ Abolute Advantage กล่าวว่า ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าประเทศอื่น ก็ควรให้ประเทศนั้นผลิตสินค้านั้นแล้วส่งไปค้าขายแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ของประสิทธิภาพรวมที่สูงสุดของโลก และส่วนของ Division of Labor ได้เข้ามาเสริมทฤษฎี Absolute Advantage ว่าแต่ละประเทศควรใช้ทรัพยากรของตนให้แก่สินค้าที่สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด จนเกิดการได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้อื่น ซึ่งความเชี่ยวชาญเฉพาะที่เกิดขึ้นมีสาเหตุจาก

- แรงงานเกิดความชำนาญโดยการทำงานนั้นซ้ำ ๆ อยู่เป็นประจำ
- แรงงานไม่เสียเวลาในการเปลี่ยนงานจากงานหนึ่งไปทำอีกงานหนึ่ง
- การผลิตอย่างต่อเนื่องยาวนานจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพัมนาหาวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านก่อให้เกิดความได้เปรียบ (Advantage) ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. ความได้เปรียบโดยธรรมชาติ (Natural Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานที่มีอยู่อย่างล้นเหลือ

2. ความได้เปรียบจากการเรียนรู้ (Acquired Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากการประดิษฐ์ดัดแปลงพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีและความชำนาญ นอกจากนั้นทฤษฎีความได้เปรียบ ยังกล่าวถึง ขนาดของประเทศซึ่งมีผลต่อชนิดและปริมาณของสินค้าที่จะทำการค้าขายกัน ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความหลากหลายของทรัพยากร ประเทศใหญ่มักมีทรัพยากรหลายชนิดกระจายอยู่ตามภาคต่าง ๆ ในประเทศจนแทบสามารถพึ่งพาตนเองได้หมด

2. ค่าขนส่ง ประเทศใหญ่และประเทศเล็กได้รับผลกระทบจากค่าขนส่งแตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วค่าขนส่งจะแปรตามระยะทาง ประเทศใหญ่มักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ไกลทำให้มีค่าขนส่งสูงส่งผลให้ราคาสินค้าสูงไปด้วย แต่ประเทศเล็กมักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ใกล้จึงทำให้ค่าขนส่งต่ำราคาสินค้าก็ต่ำไปด้วย

3. ขนาดของเศรษฐกิจ ขนาดของประเทศมิได้บอกถึงความมั่งคั่งของประเทศ ความร่ำรวยของประเทศวัดได้จากขนาดของเศรษฐกิจและรายได้ประชาชาติที่ค่อนข้างสูง จึงควรมีการผลิตสินค้าในปริมาณมากอย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เพื่อให้เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคภายในประเทศและทำการส่งออกด้วย

7. ทฤษฎีความได้เปรียบเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

ทฤษฎีนี้เขียนขึ้นโดย David Ricardo ในปี ค.ศ. 1819 เป็นหนังสือชื่อ On the Principles of Political Economy and Taxation โดยใช้พื้นฐานแนวคิดของ Adam Smith มาพัฒนาต่อเนื่องออกไปว่าถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไป ประเทศนั้นควรจะผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด แล้วซื้อสิ่งที่ตนไม่ได้ผลิตจากประเทศอื่น ทฤษฎี Comparative Advantage จะมีประสิทธิผลเต็มที่ภายใต้ข้อสมมุติฐานของการใช้ความชำนาญเฉพาะดังต่อไปนี้

1. การว่าจ้างแรงงานเต็มที่ไม่มีการว่างงาน ซึ่งแสดงถึงการใช้ทรัพยากรเต็มที่ ถ้ามีการว่างงานเกิดขึ้นจะมีการลดการนำเข้าลง เพื่อให้แรงงานที่ว่างงานอยู่ได้รับการว่าจ้างให้ทำการผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า

2. การมุ่งวัตถุประสงค์ของประเทศ บางครั้งประเทศไม่ได้มีวัตถุประสงค์เชิงเศรษฐกิจหรือต้องการกำไรสูงสุดเสมอไป นอกจากนั้นรัฐบาลได้เล็งเห็นว่า การเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในสินค้าเฉพาะอย่างเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการขึ้นลงของราคาของสินค้านั้น จึงควรผลิตสินค้าที่ตนไม่ได้เปรียบด้วยเพื่อกระจายความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

3. การคิดค่าขนส่ง ไม่มีทฤษฎีใดคำนึงถึงค่าขนส่งซึ่งต้องสัมพันธ์กับระยะทางที่เคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศ ปัญหาจะเกิดขึ้นถ้าค่าขนส่งรวมกับค่าสินค้าแล้วสูงกว่าต้นทุนที่ประเทศผู้ซื้อผลิตเอง เพราะจะทำให้การค้าระหว่างประเทศไม่เกิดขึ้นความชำนาญและการได้เปรียบเฉพาะสินค้าจะหมดความหมายไปในที่สุด

ทฤษฎี Comparative Advantage แตกต่างจากทฤษฎี Absolute Advantage ตรงที่ Absolute Advantage กล่าวว่าประเทศใดสามารถใช้ทรัพยากรที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่นก็ควรผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ประเทศอื่น แต่ ทฤษฎี Comparative Advantage แสดงการวิเคราะห์ที่ซับซ้อนขึ้นไปอีกโดยกล่าวถึงประเทศที่เกิดความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเหนือกว่าอีกประเทศหนึ่ง ควรทำการผลิตโดยใช้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสิ่งที่ตนสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นอย่างมาก และให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าที่ประเทศแรกผลิตแล้วจะมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นส่วนน้อย แล้วทั้งสองประเทศจะได้ผลผลิตมากกว่าการผลิตโดยปราศจากการค้าระหว่างประเทศ

8. ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติหรือลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism)

ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติ (Mercantilism) เกิดขึ้นในช่วง คศ.1500 ที่มีการล่าอาณานิคมของประเทศมหาอำนาจในยุโรป ประเทศใหญ่ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ที่ได้พยายามขยายอิทธิพลการปกครองโดยการล่าเมืองขึ้น เพื่อแสวงหาทรัพยากรจากประเทศราชเหล่านั้นมาเสริมความมั่งคั่งแก่ตนเอง โดยตามทฤษฎีนี้มีจุดประสงค์หลักในการบำรุงเศรษฐกิจของชาติและรัฐบาลด้วยวิธีการสะสมโลหะที่มีค่า เช่น ทองคำ แร่เงิน ในด้านการค้าระหว่างประเทศของยุค Mercantilism แต่ละประเทศพยายามสะสมความมั่งคั่งในรูปของโลหะที่มีค่าซึ่งได้มาจากการที่มีการส่งออกเป็นมูลค่าสูงกว่าการนำเข้า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแนวทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติ เป็นแนวคิดที่ว่าการได้เปรียบดุลการค้า (Favorable Balance of Trade) เป็นการที่ประเทศนั้นสามารถส่งออกได้มากกว่าการนำเข้า และการเสียเปรียบดุลการค้า (Unfavorable Balance of Trade) เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา

9. <u>ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการลงทุนระหว่างประเทศ</u> (International Investment and Product Life Cycle)

เขียนโดย Raymond Vermon ในปี คส.1996 โดยเน้นถึงตัวสินค้ามากกว่าประเทศหรือเทคโนโลยีใด ๆ หรือปัจจัยการผลิต ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้งในการผลิตสินค้าต่าง ๆ จะย้ายจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ตามขั้นตอนหรือช่วงเวลาในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มข้ออ้างอิงทางเทคโนโลยีเพิ่มเติมอีก 2 ข้อ คือ

1. นวัตกรรมทางเทคนิคในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้กำไรเป็นที่น่าพอใจจะต้องอาศัยเงินทุนเป็นจำนวนมาก และใช้แรงงานที่มีความชำนาญเป็นอย่างสูงในช่วงแนะนำ ซึ่งปัจจัยการผลิตเช่นนี้จะมีได้ในประเทศอุตสาหกรรมที่มีเงินทุนมาก

2. ในช่วงต่อมาของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทั้งสามช่วง ผลิตภัณฑ์จะถูกผลิตในเชิงพาณิชย์เป็นปริมาณสูงมีมาตรฐานมากขึ้น ใช้แรงงานฝีมือน้อยลง จะมีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศแม่ไปสู่ต่างประเทศในที่สุด

10. <u>ทฤษฎีขนาดการผลิตที่ประหยัดและการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์</u> (Economies of Scale and Imperfect Competition)

กล่าวว่าต้นทุนการผลิตของสินค้าที่มีผลต่อราคาและทำให้เกิดการประหยัดจะมาจาก

- ขนาดการผลิตที่ประหยัดภายใน (Internal Economies of Scale) เมื่อธุรกิจมีขนาดใหญ่จะสามารถผลิตสินค้าจำนวนมากซึ่งจะเฉลี่ยให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลงและเกิดขนาดการผลิตที่ประหยัด ส่งผลให้สามารถผูกขาดตลาดได้ด้วยการตัดราคาคู่แข่งรายอื่น ๆ ทั้งหมดจึงเกิดสภาวะตลาดไม่สมบูรณ์

- ขนาดการผลิตที่ประหยัดภายนอก (External Economies of Scale) ประเทศใดมีขนาดของอุตสาหกรรมโดยรวมที่ใหญ่กว่า จะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าประเทศที่มีขนาดของอุตสาหกรรมที่เล็กกว่า ก่อให้เกิดการผลิตที่ประหยัดจากภายนอก

แนวความคิดทางการตลาด

ในองค์การทางธุรกิจเต็มรูปแบบ องค์การต้องมีหน่วยงานหลักคือ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการเงิน ซึ่งทั้งสามฝ่ายต่างก็มีบทบาทที่สำคัญต่อองค์การธุรกิจ และด้วยการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ฝ่ายการตลาดเป็นหน่วยงานที่โดดเด่นที่สุดเพราะฝ่ายการตลาดจะต้องเป็นฝ่ายที่ทำให้เกิดการผลิตขององค์การ ดังนั้นจึงมีความหมายของการตลาดไว้ดังนี้

สุปัญญา ไชยชาญ (2538 : 1-7) กล่าวว่า คำว่าตลาด (Market) มีความหมายสามนัยดังนี้

1) ตลาด ตามความหมายของสามัญชนทั่วไป หมายถึง สถานที่ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายใช้เป็นที่พบปะเพื่อทำการเจรจาตกลงซื้อขาย แลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์กัน

2. ตลาด ตามความหมายของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อที่ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กัน เป็นการให้ความหมายที่สนใจโครงสร้างของพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ซื้อ

3) ตลาด ตามความหมายของนักตลาด หมายถึงกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้มีศักยภาพว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์เท่านั้น

สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ (2530 : 22) ตลาด หมายถึง สิ่งที่มีตัวตน และไม่มีตัวตน ได้แก่ สถานที่ที่มีการซื้อขาย หรืออำนาจซื้อของพลเมือง หรือ แหล่งที่รวบรวมสินค้าเพื่อมาขาย ซึ่งแบ่งเป็น ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลาง ตลาดโลก และได้มีการให้ความหมายของการตลาด ไว้ดังนี้

สมาคมการตลาดของอเมริกา (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530 : 1) การตลาด คือ กิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้

วิลเลียม และ ชาร์เล็ต (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530: 1 ; อ้างอิงจาก Stanton and Futrell. 1987) การตลาดคือ กิจกรรมของระบบธุรกิจทั้งหมด ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อวางแผนการดำเนินงาน กำหนดราคา ส่งเสริมการจำหน่ายและการกระจายสินค้าและบริการในอันที่จะตอบสนองความพอใจแก่ผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre) (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530 : 1) การตลาด คือ กระบวนการจัดสรรสินค้าที่ถูกต้องเพื่อจำหน่ายในสถานที่ถูกต้อง ในเวลาที่ถูกต้อง และในราคาที่ถูกต้อง

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา (2539 : 3) การตลาดคือ กระบวนธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีบทบาทนับตั้งแต่การสร้างสรรค์และกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้การผลิตหรือการจหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค บำบัดความต้องการ พร้อมทั้งนำความพอใจไปสู่ผู้บริโภค และในขณะเดียวกันสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทผู้ผลิตด้วย

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 4 ; อ้างอิงจาก Kotler.1997) การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและบริหาร (Social and Managerial Process) ซึ่งบุคคลแต่ละกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

คอตเลอร์ (สุปัญญา ไชยชาญ 2538 : 7 ; อ้างอิงจาก Kotler. 1988,1994) ได้ให้ความหมาย การตลาดหมายถึง กระบวนการทางสังคมและกระบวนการบริหารที่ทำให้บุคคลได้รับสิ่งของที่ต้องการและอยากได้โดยอาศัยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าขึ้นมาแล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น

แมคคาที (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2526 : 3 ; อ้างอิงจาก Mc.cathy.1975) กล่าวว่าการตลาด เป็นการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งนำไปสู่การเคลื่อนตัว (Flow) ของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้

ใช้เพื่อที่จะทำความพอใจให้กับผู้บริโภคพดังกล่าวและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทด้วย

ดังนั้น สรุปได้ว่า การตลาดคือ กิจกรรมของระบบธุรกิจที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และการบริหาร จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้จะต้องทำให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด และขณะเดียวกันก็เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ผลิต

ตามที่กล่าวถึงความหมายของการตลาดมาแล้ว การดำเนินการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

คอตเลอร์ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2542 : 8-13 ; อ้างอิงจาก Kotler. 1997) การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและบริหาร การคิดค้น การวางราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายความคิด สินค้า และบริการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเพื่อตอบสนองเป้าหมายของบุคคลและองค์การ

ในการบริหารการตลาดมีปรัชญาทางการตลาด หรือแนวความคิดอยู่ 5 ประการ (อดุลย์ จาตุรงคกุล 2542 : 8-13) ที่บริษัทสามารถใช้นำทางกิจกรรมทางการตลาดมีดังนี้

1) แนวความคิดมุ่งที่การผลิต (The Production Concept)
2) แนวความคิดมุ่งที่ผลิตภัณฑ์ (The Product Concept)
3) แนวความคิดมุ่งที่การขาย (The Selling Concept)
4) แนวความคิดที่มุ่งการตลาด (The Marketing Concept)
5) แนวความคิดมุ่งที่การตลาดและสังคม (The Marketing and Social Concept)

การตลาดระหว่างประเทศ

จอห์นและฟิลลิป (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2526: 448 ; อ้างอิงจาก John and phillip.1975) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการของบริษัทเคลื่อนไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้มากกว่าหนึ่งประเทศ

แคทีโอลา (Cateora.1996 : 6) ได้กล่าวถึงการตลาดต่างประเทศว่าเป็นการดำเนินการของกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อมุ่งหวังให้สินค้าและบริการถึงตรงยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้มากกว่าหนึ่งประเทศเพื่อผลกำไร

จากความหมายการตลาดต่างประทศที่เป็นการปฏิบัติการข้ามพรมแดนทางการเมืองไปสู่ประเทศอื่น ๆ และด้วยสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศแตกต่างกับตลาดในประเทศอื่น ๆ ทำให้บริษัทการค้าต่าง ๆ ในประเทศที่ทำธุรกิจต่างประเทศต้องมีการปรับโครงสร้างของตนซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทาย แต่บริษัทการค้าต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีความเต็มใจในการก้าวเข้าสู่การตลาดต่างประเทศ โดยศึกษาได้จากความสำคัญของการตลาดต่างประเทศ

ความสำคัญของการตลาดต่างประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2526 : 448) ได้สรุปไว้ว่า เนื่องจากปริมาณสินค้าเกิดภาวะล้นตลาดเนื่องจากผลผลิตมีมากกว่าความต้องการทำให้บริษัทต้องหาตลาดในต่างประเทศเพื่อระบายผลิตผลที่มีจำนวนเกินกว่าความต้องการในประเทศ และในบางครั้งการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมีโอกาสในการทำกำไรได้สูงกว่าจำหน่ายภายในประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 272-273) กล่าวถึงเหตุผลที่บริษัทต่าง ๆ พยายามทำการตลาดระหว่างประเทศคือ

1. เพื่อหนีปัญหาเศรษฐกิจในตลาดภายในประเทศ
2. เพื่อผจญปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์อย่างมาก (เช่น อัตราการเกิดลดลงเป็นอย่างมาก
3. เพื่อส่งออกเทคโนโลยีสู่ประเทศที่ด้อยพัฒนากว่า
4. เพื่อเพิ่มอิทธิพลทางการเมือง

5. เพื่อให้ทันกับหรือหลีกหนีการแข่งขัน
6. เพื่อใช้ประโยชน์ในการประหยัดจากการผลิตขนาดใหญ่
7. เพื่อขยายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
8. เพื่อ ยักย้ายถ่ายเท สินค้าคงคลัง
9. เพื่อประโยชน์ทางภาษี
10. เพื่อสร้างโอกาสทางการวิจัย (เช่น ทดสอบตลาดในต่างประเทศ)
11. เพื่อสร้างภาพพจน์แห่งความเจริญก้าวหน้าของบริษัท

ดังนั้น โดยสรุปแล้ว การตลาดระหว่างประเทศจะเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจระหว่างประเทศ กล่าวคือ การตลาดระหว่างประเทศจะเป็นการปฏิบัติการ กิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง

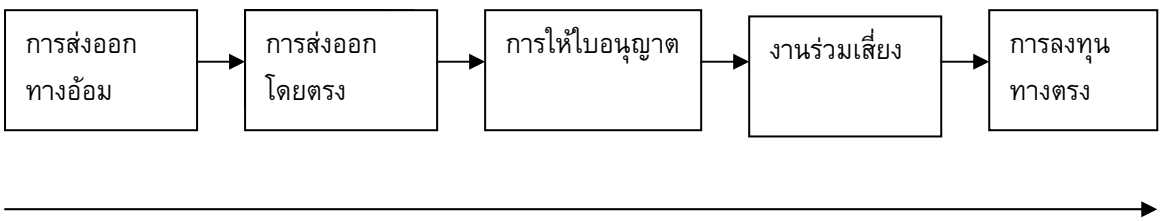
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 150 – 153) กล่าวว่าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ หรือต่างประเทศ ทุกธุรกิจจะต้องผจญกับสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือ พลังห้าชุด ที่ Michael E.Porter ที่มีอิทธิพลของอุตสาหกรรม มีดังนี้ 1) ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน 2) การขู่ของภัยจากผู้เข้าสู่ตลาดรายใหม่ 3) การขู่ของภัยจากสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนได้ 4) อำนาจในการต่อรองของลูกค้า 5) อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ

ปัจจัยแปรผันทางการตลาด (พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. 2542 : 11 – 25)

1) ที่สามารถควบคุมได้
   - ผลิตภัณฑ์ (Product)
   - ราคา (Price)
   - ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
   - การส่งเสริมสินค้า (Promotion)
2) ที่ไม่สามารถควบคุมได้
   - การเมืองและกฎหมาย
   - วัฒนธรรมและระบบสังคม
   - สภาวะเศรษฐกิจ
   - ระบบการค้าและการแข่งขัน
- ทรัพยากรและนโยบายบริษัท

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ



ภาพประกอบ 3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ.: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัจจัยกำหนดความต้องการส่งออก (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน 2542 : 80-81)

1. นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล

นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีส่งออก การขยายตลาดในต่างประเทศ การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และการปรับปรุงพิธีการศุลกากรให้สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส ก็จะทำมีการส่งออกมากขึ้น ส่วนในทางตรงข้าม ก็จะทำให้การส่งออกซบเซา

2. ราคาของสินค้าออก

หากราคาของสินค้าออกของประเทศใดอยู่ในระดับสูงกว่าตลาดต่างประเทศในสินค้าอย่างเดียวกัน ประเทศนั้นจะส่งออกได้น้อย แต่ถ้าราคาสินค้าออกต่ำกว่าตลาดต่างประเทศ ก็จะส่งออกได้มาก เนื่องจากราคาของสินค้าออกส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยน หากเงินบาทเทียบกับเงินตราต่างประเทศมีค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น สินค้าออกของไทยจะมีราคาถูกสำหรับผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น

3. ความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ความต้องการของตลาดต่างประเทศขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า หากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในเกณฑ์ดี ความต้องการซื้อสินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศจะมีมาก ทำให้การส่งออกสดใสตามไปด้วย ส่วนในกรณีตรงข้าม การส่งออกจะลดลง

แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์ของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ซึ่งตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) อธิบายว่า “ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการใด ๆ จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เมื่อสมมุติให้ปัจจัยอื่นไม่มีการเปลี่ยนแปลง” กล่าวคือ หากราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะมีปริมาณความต้องการซื้อน้อยลง แต่ถ้าราคาสินค้าและบริการลดต่ำลง ผู้บริโภคจะมีปริมาณความต้องการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อปัจจัยอื่นไม่เปลี่ยนแปลง สาเหตุที่กำหนดให้ปัจจัยอื่นไม่เปลี่ยนแปลงเพราะนักเศรษฐศาสตร์เชื่อว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่ใช้กำหนดปริมาณความต้องการ แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่มิใช่ปัจจัยราคาเข้ามามีอิทธิพลด้วย อาทิ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมและความชอบ และความจำเป็นรีบด่วนในการใช้ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงในเส้นอุปสงค์

ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ในเส้นอุปสงค์แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยราคา คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการ การเปลี่ยนแปลงประเภทนี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์ โดยสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ก็คือ ปริมาณความต้องการ (Quantity Demand) เช่น ในกรณีของราคาสินค้าปรับตัวลงจาก P1 เป็น P2 จะทำให้ปริมาณความต้องการสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก A หน่วย เป็น B หน่วย

2. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มิใช่ปัจจัยราคา เนื่องจากเส้นอุปสงค์ต่อราคานั้นสร้างขึ้นมาจากสมมติฐานที่ว่าปัจจัยอื่น ๆ คงที่ และทำให้ราคาเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงราคาจึงทำให้ปริมาณอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปตามเส้นอุปสงค์ (Movement Along thd Demand Curve) แต่เมื่อใดที่ปัจจัยอื่น ๆ ที่เคยสมมติให้คงที่ได้เปลี่ยนแปลงไป และราคากลายเป็นปัจจัยคงที่ ผลที่เกิดก็คือ เส้นอุปสงค์จะขยับ

ไปทั้งเส้น (Shift in the Demand Curve) คือการเปลี่ยนแปลงประเภทนี้จะทำให้เส้นอุปสงค์มีการเคลื่อนตัว (Shift) จากเส้นเดิมไปเป็นเส้นใหม่

ปัจจัยที่ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนตัว

การเคลื่อนตัวของเส้นอุปสงค์ ซึ่งการเคลื่อนตัวของเส้นอุปสงค์นี้เกิดจากสาเหตุ ได้ดังต่อไปนี้

1. รายได้ผู้บริโภค (Consumer Income) เนื่องจากรายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจการซื้อและปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ในทางตรงกันข้าม เมื่อรายได้ลดลงผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่ลดลง

2. รสนิยม (ความนิยม,ความพึงพอใจ) ของผู้บริโภค (Consumer Taste) ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้านั้นซึ่งสาเหตุมาจากกำลังได้รับความนิยมย่อมทำให้ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าสินค้าเสื่อมความนิยมหรือล้าสมัย ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคจะลดลง

3. ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Price of Related Commodities or Substituion Commodities) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์ 2 กรณี คือ 1) ราคาสินค้าที่แข่งขันกันหรือทดแทนกันได้ (Competitive Commodities หรือ Substitution Commodities) 2) ราคาสินค้าที่ประกอบกัน (Complementary Commodities) ดังนี้

3.1 ราคาสินค้าที่แข่งขันกันหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน คือ เมื่อราคาสินค้า A สูงขึ้น ในขณะที่สินค้า B คงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้า A แพงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาซื้อสินค้า B มากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้า B เลื่อนไปทางขวา ตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้า A ต่ำลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าราคาสินค้า A ถูกลง ในขณะที่ราคาสินค้า B คงที่ ผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า B น้อยลง ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้า B เลื่อนไปทางซ้าย

3.2 ราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมัน แก๊สกับเตาแก๊ส ในกรณีที่ราคารถยนต์ลดลง ทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันรถยนต์เพิ่มขึ้นด้วย เป็นเหตุให้เส้นอุปสงค์ของน้ำมันรถยนต์เลื่อนไปทางขวามือ ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคารถยนต์เพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์ลดลง ซึ่งมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันรถยนต์ก็ลดลงด้วยเป็นเหตุให้เส้นอุปสงค์ของน้ำมันรถยนต์เลื่อนไปทางซ้ายมือ

4. จำนวนผู้บริโภคในตลาด (Number of Consumer in the Market) จำนวนผู้บริโภคเป็นตัวแปรที่จะกระตุ้นเส้นอุปสงค์ ถ้ามีจำนวนผู้บริโภคในตลาดมากขึ้นปริมาณความต้องการซื้อก็จะเพิ่มขึ้น ตรงกันข้าม ถ้าจำนวนผู้บริโภคในตลาดมีน้อย ปริมาณความต้องการซื้อก็จะลดลง

5. ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ในช่วงที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อรายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค ในกรณีที่เศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อลดลง

6. การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต (Estimating Goods Price) ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะลดลงในอนาคตผู้บริโภคก็จะลดความต้องการซื้อในปัจจุบัน แต่ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะสูงขึ้นในอนาคตผู้บริโภคก็จะเพิ่มความต้องการซื้อในปัจจุบัน

7. ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Cost) เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ในองค์การใดใช้งบประมาณในการสื่อสารมาก จะทำให้ความต้องการซื้อสินค้านั้นสูงขึ้นมาก แต่ถ้าองค์การใดใช้งบประมาณในการสื่อสารน้อย ความต้องการในการซื้อสินค้านั้นก็จะต่ำลง

8. ฤดูกาล (Season) เช่น ในฤดูร้อน ผู้บริโภคย่อมมีความต้องการซื้อพัดลมมากขึ้น ส่วนในฤดูหนาวผู้บริโภคมีความต้องการซื้อพัดลมน้อยลง

9. เทศกาล (Festival Season) เช่น ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนในช่วงนอกเทศกาลผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวน้อยลง

10. การกระจายรายได้ (Income Distribution) ในระบบเศรษฐกิจถ้าหากมีการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน (มีคนรวยน้อยและมีคนจนมาก) อุปสงค์ของสินค้าก็จะน้อย แต่ถ้ามีการกระจายรายได้ที่เท่าเทียมกัน อุปสงค์ในสินค้าส่วนใหญ่ก็จะสูงขึ้น

ทฤษฎีความคิดเห็น

จากแนวความคิดที่ว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากความแตกต่างระหว่างประเทศในเรื่องของปัจจัยการผลิตหรือทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต อันได้แก่ปัจจัยการผลิตประเภททุนและแรงงาน ซึ่งแต่ละประเทศจะมีความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตไม่เท่ากันและนับเป็นความได้เปรียบอันเนื่องมาจากทำเลที่ตั้ง ภายใต้สมมติที่ว่า ประเทศคู่ค้ามีปัจจัยการผลิตเหมือนกันทุกประการ ปัจจัยการผลิตมี 2 ชนิด คือ ปัจจัยทุนและแรงงาน และไม่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศ ตลอดจนไม่มีการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการกำหนดให้ฟังก์ชันการผลิตสินค้าเดียวกันและรสนิยมการบริโภคเหมือนกันระหว่างประเทศ โดยจำลองในการวิเคราะห์ มีลักษณะเป็นแบบ มีการผลิตสินค้า 2 ชนิด 2 ปัจจัยการผลิต และ 2 ประเทศ ดังนั้นประเทศหนึ่ง ๆ จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีปัจจัยการผลิตอุดมสมบูรณ์และถูกใช้อย่างเต็มที่ ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของปัจจัยการผลิตที่มีต่อการค้าระหว่างประเทศอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าทุกอย่างเป็นไปตามข้อสมมติ การค้าระหว่างประเทศจะเป็นเพียงรูปแบบเดียวที่เป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน เนื่องจากการสมมติให้ปัจจัยการผลิตไม่อาจเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและฟังก์ชันการผลิตเหมือนกันระหว่างประเทศทำให้ทฤษฎีไม่อาจอธิบายถึงการลงทุนระหว่างประเทศ ที่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตไม่ว่าจะเป็นเงินทุน เครื่องมือ เครื่องจักร รวมถึงช่างเทคนิค ในรูปแบบของการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ เช่น บริษัทลูกของบรรษัทข้ามชาติ การร่วมทุน และการลงทุนทางอ้อมโดยผ่านการซื้อพันธบัตร ประกอบกับในแง่ของความเป็นจริงแล้ว การค้าระหว่างประเทศมิได้เกิดขึ้นอย่างเสรี แต่เกิดขึ้นภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ เช่นการรวมกลุ่มและการกีดกันทางการค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศด้านต่าง ๆ ของประเทศผู้ส่งออกเองด้วย

สภาพแวดล้อม ทางการค้าระหว่างประเทศ

1. สภาพแวดล้อมทางการเมือง

เป็นสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและนโยบายของรัฐบาล (Zikmud / d' and Amico. 2001:654) สภาพแวดล้อมทางการเมืองจะประกอบด้วย ปัจจัย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองของประเทศเจ้าบ้าน (Host – country political environment)

ประเทศต่าง ๆ ต้องการที่จะรักษาและเพิ่มพูนเอกราชของชาติของตน กิจการของต่างประเทศมักจะถูกมองว่าเป็นการคุกคามเอกราชภายในประเทศ หรือมีผลเสียหายต่อธุรกิจในประเทศ ดังนั้นในช่วงที่เกิดการจลาจลวุ่นวาย กิจการต่างประเทศหรือสถานทูตต่างประเทศจะเป็นเป้าหมายที่จะโดนโจมตีมากที่สุด

ดังนั้น ในแต่ละประเทศจึงต้องการที่จะปกป้องความมั่นคงของชาติตนเอง (National Security) โดยปกติรัฐบาลจะห้ามกิจการต่างประเทศดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันประเทศ หรืออุตสาหกรรมที่เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ เช่น การป้องกันประเทศ (Defense) การสื่อสาร (Communication) พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรธรรมชาติ (Energy and Resources)

1.2 การควบคุมโดยประเทศเจ้าบ้าน (Host – Country Controls)

ประเทศเจ้าบ้านจะมีค่านิยม (Goodwill) ให้กิจการต่างประเทศช่วยให้บรรลุเป้าหมายของประเทศตนเอง รัฐบาลอาจใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการป้องกันพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาและส่งเสริมพฤติกรรมที่ปรารถนาที่เกิดจากกิจการต่างประเทศ ซึ่งวิธีการที่รัฐบาลใช้ในการควบคุมมี 5 วิธี ดังนี้

1.2.1 การจำกัดการนำเข้า (Entry Restrictions)

ถ้าอนุญาตให้ธุรกิจเข้าประเทศได้ กิจการก็จะถูกจำกัดในอุตสาหกรรมที่เข้ามา เช่น ไม่มีการอนุญาตให้เป็นเจ้าของ 100% โดยถูกจำกัดในรูปแบบของการร่วมลงทุน (Joint venture) กับกิจการภายในประเทศ

1.2.2 การควบคุมราคา (Price controls)

เป็นระเบียบข้อบังคับของรัฐเพื่อควบคุมราคาผลิตภัณฑ์และบริการไม่ให้สูงเกินกว่าที่กำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้ค่าครองชีพสูงต่อเนื่องไปเป็นลูกโซ่ มักจะใช้ในช่วงต่อต้านปัญหาภาวะเงินเฟ้อ การควบคุมราคานี้มักจะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นแก่การครองชีพบางชนิด และมักใช้ในช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้นโดยเฉพาะประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี เพื่อมิให้กระทบต่อกลไกตลาดมากนัก (ศิริพร สัจจานันท์. 2543 : 235) ดังนั้นกิจการต่างประเทศจึงต้องเผชิญกับข้อจำกัดอย่างมาก สิ่งที่เหมือนกันมากที่สุดคือการควบคุมราคาให้ต่ำ ซึ่งถ้าเศรษฐกิจมีภาวะเงินเฟ้อทำให้ต้นทุนสูงจะจำกัดกำไรอย่างมหาศาล

1.2.3 การจำกัดการนำเข้า (Quotas)

เป็นการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือปริมาณสินค้านำเข้า และปริมาณการส่งออกสินค้าในแต่ละปี (Daniels and Radebaugh. 2001 : 784) การเก็บภาษีศุลกากร (Tariffs) เป็นภาษีที่เก็บสำหรับสินค้านำเข้าในประเทศ ดังนั้นการจำกัดการนำเข้าและการเก็บภาษีศุลกากรอาจจะจำกัดตามความสามารถของกิจการในการนำเข้า เครื่องมือ เครื่องจักร (Equipment) ชิ้นส่วนประกอบ (Components) และผลิตภัณฑ์ (Products) การจำกัดดังกล่าวเพื่อจะเพิ่มจำนวนวัตถุดิบในประเทศมากกว่าจำนวนที่กิจการต่างประเทศต้องการ

1.2.4 การควบคุมอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Control)

ในหลายประเทศจะประสบปัญหาการขาดดุลการชำระเงิน (Balance of Payments) การขาดดุลเรื้อรัง ซึ่งทำให้เกิดการขาดแคลนของเงินตราต่างประเทศ

1.2.5 การเวนคืน (Expropriation)

หมายถึง การเวนคืนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินของธุรกิจเอกชน โดยรัฐบาลของประเทศใดประเทศหนึ่ง (Daniels and Radebaugh. 2001 : 777) โดยการบังคับอย่างเป็นทางการในทรัพย์สินของกิจการต่างประเทศ การเวนคืนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการควบคุมกิจการต่างประเทศ

2. **สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย**

กฎหมายของประเทศและกฎที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของกิจการต่างประเทศ กิจการต้องทราบสภาพแวดล้อมทางกฎหมายในแต่ละตลาด เพราะว่ากฎหมายนั้นถือว่าเป็นกฎของเกมส์ (Rules of the game) ในขณะเดียวกันกิจการต้องทราบว่าสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองเป็นอย่างไร กฎหมายนั้นมีผลบังคับใช้อย่างไรและระบุทิศทางของกฎหมายใหม่ด้วย สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายระหว่างประเทศ เป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน กฎหมายที่สำคัญ มี 3 ประการคือ 1. กฎหมายของประเทศแม่ (Home's laws) 2. กฎหมายระหว่างประเทศ (International Law) 3. กฎหมายภายในประเทศที่บริษัทได้ไปดำเนินการในต่างประเทศหรือในประเทศนั้น ๆ

3. **สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ**

อิทธิพลด้านเศรษฐกิจจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น การเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจของประเทศและตลาดต่างประเทศจะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสามารถพยากรณ์แนวโน้มที่มีผลกระทบต่อการทำงานในอนาคต รายละเอียดอิทธิพลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ (Key Economic forces) จะประกอบด้วย

1.1 โครงร่างงานทางเศรษฐกิจของประเทศ (Economic Framework)

1.2 ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (Economic Stability)

1.3 ความสำคัญและอิทธิพลของตลาดเงินทุน (Existence and Influence of Capital Markets)

1.4 สมรรถภาพของปัจจัยการผลิต (Factor Endowments)

1.5 ขนาดของตลาด (Market Size)

1.6 ความสามารถในการจัดหาสาธารณูปโภค (Availability of Economic Infrastructure)

2. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

การคำนึงถึงวัฒนธรรม (Cultural Awareness) : คือการรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ที่จะเข้าไปทำธุรกิจ เนื่องจากมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นธุรกิจจะต้องปรับตัวและตัดสินใจว่า จะนำสิ่งที่เคยปฏิบัติในประเทศของตนเองไปใช้ในสภาพแวดล้อมต่างประเทศได้หรือไม่ เพราะว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่แตกต่างกันทั่วโลก การเข้าใจถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจ ดังนั้น การทำธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องศึกษาถึงลักษณะเด่นและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ซึ่งจะประกอบด้วย

4.1 ความเป็นชาติ (ชาตินิยม)

เป็นคำนิยามที่ใช้สำหรับสังคมหนึ่งที่มีค่านิยมคล้ายกัน เนื่องจากอาศัยอยู่ในเขตแดนเดียวกันและอยู่ภายใต้พื้นฐานกฎหมายที่ใช้ร่วมกัน เพราะความคล้ายคลึงระหว่างบุคคลเป็นเหตุและผลของวัฒนธรรมของกลุ่มชนหรือวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เพื่อประโยชน์ในการจ้างงาน การขาย และซื้อสินค้าตลอดจนมีกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งใช้สำหรับประชาชนหรือคนในประเทศนั้น ๆ

4.2 การสร้างวัฒนธรรมใหม่ (Cultural Formation) และการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรม (Cultural Dynamics)

เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากผู้นำสังคมสู่คนในสังคมนั้น ๆ ระบบค่านิยมทางวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม ประเพณี และสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะเกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ 1. สมัครใจเลือก (Choice) 2. ถูกบังคับ (Imposition) 3. การเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากการสื่อสารกับวัฒนธรรมอื่น ๆ (Contact with Other Cultures)

4.3 ภาษาเปรียบเสมือนผู้ดำรงวัฒนธรรม (Language as a Cultural Stabilizer)

ภาษาจัดเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความมีเสถียรภาพของวัฒนธรรม เมื่อบุคคลมาจากต่างสถานที่กันแต่ใช้ภาษาเดียวกัน การแพร่หลายของวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ง่าย ทำให้ความคล้ายคลึงของภาษามีมากขึ้น

4.4 ศาสนาเป็นปัจจัยที่ช่วยรักษาเสถียรภาพด้านวัฒนธรรม (Religion as a Cultural Stabilizer)

ศาสนาเป็นค่านิยมที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุด โดยมากศาสนาทั้งหมดเกิดจากประชาชนที่มีความเชื่อวัฒนธรรมของภูมิภาค ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากศาสนา เพราะฉะนั้น เขตของศาสนาจึงมีอิทธิพลออกไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งด้วย ดังนั้น ศาสนาที่เด่น ๆ จึงมีอิทธิพลทั้งในด้านกฎหมายและต่อการดำเนินการทางธุรกิจระหว่างประเทศ

ความหมายและประวัติการค้าข้าว

ประชากรไทยกว่าร้อยละ 60 เป็นเกษตรกร ส่วนใหญ่ปลูกข้าวเป็นพืชหลัก ประเทศไทยส่งออกข้าวมากที่สุดในโลก กว่า 7.2 ล้านตัน ต่อปี (เอกสารเผยแพร่ สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ : มกราคม 2546) ข้าวไทยสร้างชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมากทุกปี ข้าวจึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ช่วยกอบกู้และพยุงเศรษฐกิจของประเทศในช่วงวิกฤต

ข้าวเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมประจำชาติ มีอิทธิพลอย่างมากต่อศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ศาสนพิธี การเฉลิมฉลอง ภูมิปัญญาและวิถีทางในการดำรงชีวิตของคนไทยแต่ทุกวันนี้มีคนไทยกี่คนที่รู้ว่าข้าวมีความหมายและประวัติความเป็นมาอย่างไร

ความหมาย

ข้าว **(Rice)** หมายถึง ข้าวเจ้าและข้าวเหนียว (Oryza sativa L.) ไม่ว่าจะอยู่ในรูปใด

ประวัติการค้าข้าวของไทย

ในประวัติศาสตร์ไทยจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นก่อนถึงปี พ.ศ. 2398 สินค้าในการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็นของมาจากป่าและธรรมชาติ และมีลักษณะกระจัดกระจายเป็นอันมาก (very miscellaneous) มูลค่าการส่งออกไทยจนถึง พ.ศ.2398 มีค่าเท่ากับ 5.6 ล้านบาท และมากกว่าครึ่งของมูลค่าทั้งหมดมาจากสินค้าที่มาจากป่าและธรรมชาติ น้ำตาลซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในขณะนั้นมีมูลค่าส่งออกเท่ากับร้อยละ 15 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในขณะที่พริกไทยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับร้อยละ 3 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และเป็นที่น่าสังเกตว่าข้าวไม่ได้อยู่ในรายการของสินค้าส่งออก (Ingram. 1971 : 22)

1. สนธิสัญญาเบาริงกับระบบเศรษฐกิจและการผลิตข้าวของไทย

สนธิสัญญาเบาริง (Bowring Treaty) อันเป็นสนธิสัญญาการค้าที่รัฐบาลสยามได้ลงนามกับสหราชอาณาจักรในปี พ.ศ. 2398 ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจไทยเริ่มแปรเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพ

(Subsistence economy) ที่มีขนาดการค้าขายกับต่างประเทศอยู่ในขอบเขตจำกัด เป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (open economy) ที่มีการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอย่างแพร่หลาย

สนธิสัญญาดังกล่าวบังคับให้ไทยเปิดประตูการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ต้องดำเนินนโยบายการค้าเสรี (Free Trade) ในขณะเดียวกันการค้าเสรีก็ทำลายการผูกขาดโดยพระคลังข้างที่ ก่อนหน้านี้ประชาชนจำนวนมาก ทำการผลิตแบบยังชีพ พร้อมกับการเก็บของป่ามาขายเพื่อหารายได้เสริม และส่งเป็นส่วยเพื่อเสียภาษีให้แก่รัฐบาล ครัวเรือนในหมู่บ้านไทยเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่สำคัญในการผลิตสินค้าทั้งขั้นปฐม (เกษตรกรรม) และสินค้าหัตถอุตสาหกรรม (เช่น สิ่งทอ) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือนเป็นสำคัญ สนธิสัญญาเบาริงมีส่วนสำคัญต่อการกระตุ้นให้ราษฎรไทย ทำการผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

ระบบเศรษฐกิจไทยเริ่มอาศัยความชำนาญพิเศษในการผลิตข้าวเพื่อการส่งออก และประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ในระยะต่อมา แรงงานและที่ดิน ตลอดจนทรัพยากรของชาติอีกหลายอย่าง ได้ถูกจัดสรรไปใช้ในการผลิตข้าวเพื่อการค้ามากขึ้นตามลำดับ

การเปิดประตูการค้าระหว่างประเทศ มิเพียงแต่จะก่อให้เกิดการโยกย้ายแรงงานและทรัพยากรต่าง ๆ จากการผลิตสินค้าหัตถกรรมไปใช้ในการผลิตสินค้าเกษตรกรรมโดยเฉพาะข้าวเท่านั้น หากแต่สินค้าอุตสาหกรรมจากต่างประเทศก็เข้ามาตีตลาดไทยด้วย ในที่สุดอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนก็ถูกทำลายลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอ

การขยายตัวของการผลิตข้าวเพื่อเป็นสินค้าส่งออกประกอบด้วยการสลายตัวของระบบอุตสาหกรรมภายในครอบครัว ทำให้เศรษฐกิจไทยเริ่มมีลักษณะของระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพิงต่างประเทศ โดยเฉพาะพึ่งพิงการส่งออก อันมีสินค้าประกอบไปด้วย ข้าว ไม้สัก ดีบุก และยางพารา ในระยะเวลาต่อมา

2. การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจข้าวและผลกระทบ

นับแต่ปี พ.ศ. 2398 เป็นต้นมา ข้าวกลายเป็นสินค้าส่งออกที่มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ และนับแต่ต้นทศวรรษ 2400 ข้าวได้กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของไทย และไทยได้กลายเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ในการส่งออกข้าวของไทยสมัยนั้น ส่วนใหญ่จะส่งไปยังตลาดสิงคโปร์และฮ่องกงเพื่อส่งต่อไปยังประเทศอื่น ๆ ข้าว มีสัดส่วนในการส่งออกประมาณ 2 ใน 3 ถึง 3 ใน 4 ของการส่งออกของไทยต่อมาอีกเนิ่นนาน แม้ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (2484 – 2488) การส่งออกข้าวของไทยก็ยังมีมูลค่าสูงถึงประมาณร้อยละ 50 ของการส่งออกทั้งหมด สินค้าส่งออกอื่น ๆ รองลงมาจากข้าว ได้แก่ ไม้สัก ดีบุก ยางพารา

เนื้อที่ในการปลูกข้าวเพื่อการค้าก็ได้ขยายตัวเป็นอันมาก โดยเริ่มจากที่ราบภาคกลาง โดยเฉพาะบริเวณรอบ ๆ กรุงเทพฯ เช่น มีนบุรี สมุทรปราการ เพราะบริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ง่ายต่อการคมนาคมขนส่ง หลังจากนั้นก็ขยายไปสู่แถวรังสิต อยุธยา ฯลฯ ในปี พ.ศ. 2452 กรุงเทพฯ มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 1.9 ล้านไร่ และประมาณครึ่งหนึ่งของพื้นที่ดังกล่าวใช้ในการทำนา (สมภพ วงศ์สุมาศ 2536 : 37) ในปี พ.ศ. 2453 ประมาณว่ามูลค่าการส่งออกข้าวของไทยถึงร้อยละ 95 มาจากที่ราบภาคกลาง หลังจากปี พ.ศ. 2453 พื้นที่การทำนาได้ขยายไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ของไทย เมื่อรัฐบาลไทยได้ก่อสร้างเส้นทางเชื่อมกรุงเทพฯ กับจังหวัดต่าง ๆ การสร้างทางรถไฟมีผลทำให้ชาวนาผลิตข้าวเพื่อค้าขายเพิ่มมากขึ้นเพราะต้นทุนการขนส่งต่ำลงและตลาดข้าวก็ขยายตัวเพิ่มขึ้น ผลที่ตามมาก็คือมีการบุกเบิกที่ดินเพื่อการเพาะปลูกข้าวเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ในขณะที่การขยายเนื้อที่เพาะปลูกข้าวมีผลให้ผลผลิตข้าวของไทยเพิ่มเป็นอันมาก แต่ผลผลิตต่อไร่ยังอยู่ในระดับต่ำเพราะชาวนาขาดแคลนทุนและยังใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ล้าสมัย อาทิ เช่น วัว ควาย จอบเสียม ความล้าหลังทางเทคโนโลยีมีผลให้การเกษตรของไทยในอดีตไม่ค่อยเจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร การผลิต

ของชาวนาไทยทั้งการผลิตเพื่อส่งออกและการบริโภคภายในประเทศจึงเป็นการผลิตของชาวนารายย่อย ต่างจากการบุกเบิกที่ดินทำกินในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศที่เป็นอาณานิคมบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ ซึ่งจะลงทุนและนำเอาเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ ๆ มาใช้ตลอดเวลา ผลที่ตามมาก็คือ รายได้ของเกษตรกรของเขาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ระบบการประกอบการทางเกษตรกรรมของเขาจะเป็นระบบขนาดใหญ่ (Plantation Economy) (อัมมาร สยามวาลา.2519)

3. **ปัจจัยสำคัญในการขยายตัวของการส่งออกข้าว**

มีปัจจัยอย่างน้อย 4 ประการที่มีผลต่อการขยายตัวหรือการเจริญเติบโตของการส่งออกข้าว โดยเฉพาะนับแต่ต้นทศวรรษ 2420 เป็นต้นมา

1. การพัฒนาระบบขนส่งระหว่างประเทศ

หลังจากการลงนามสนธิสัญญาเบาริง ประมาณ 14 ปี ได้มีการขุดคลองสุเอซขึ้น ซึ่งช่วยลดระยะทางและค่าขนส่งระหว่างยุโรปกับเอเชียตะวันออกเป็นอันมาก ผลที่ตามมาก็คือ ความต้องการข้าวไทยจากต่างประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มิเพียงแต่ข้าวเท่านั้นที่ปริมาณและมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้น การส่งออกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อันประกอบไปด้วยดีบุก และไม้สัก ก็ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วย กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มจาก 32.1 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2433 เป็น 108.91 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2453 (สมภพ.2536 : 22) จริง ๆ แล้ว การเปิดคลองสุเอซมิเพียงแต่เป็นปัจจัยสำคัญทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวเท่านั้น แต่ทว่ายังมีผลต่อการขยายการปลูกข้าวเพื่อการส่งออกของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพม่าและเวียดนามอีกด้วย

นอกจากนั้นการสร้างคลองสุเอซ ยังถือได้ว่าเป็นการปฏิวัติการขนส่งที่สำคัญเพราะได้นำไปสู่การปฏิวัติการขนส่งที่สำคัญเพราะได้นำไปสู่การนำเรือกลไฟ (Steamship) เข้ามาใช้แทนที่เรือใบ เรือกลไฟมีสมรรถนะในการขนส่งมากกว่าเรือใบ เพราะสามารถขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก (Bulky Product) ได้ดีกว่า ต้นทุนค่าระวางขนส่งจึงลดลง North นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจชาวอเมริกันได้ประมาณว่าหลังจากเปิดคลองสุเอซค่าระวางเรือลดลงถึงร้อยละ 64 ในปี พ.ศ. 2448 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2373 (สมภพ. 2536 : 22)

2. การพัฒนาระบบขนส่งภายในประเทศ

ราคาข้าวที่เพิ่มสูงขึ้นนับแต่การลงนามสนธิสัญญาเบาริงในปี พ.ศ. 2398 มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการขนส่งภายในประเทศ ราคาข้าวที่สูงขึ้นเป็นแรงจูงใจให้รัฐบาลขุดคลองเพื่อสนับสนุนการผลิตข้าวเพื่อการส่งออก ประมาณว่ามีการขุดคลองเพิ่มขึ้นกว่า 15 สาย เชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ และที่ราบภาคกลางในช่วงปี พ.ศ. 2403 – 2453

คลองที่สำคัญที่ขุดเชื่อมกรุงเทพฯ และแหล่งผลิตข้าวในที่ราบภาคกลางคือ คลองเปรมประชากร ขุดขึ้นเพื่อเชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ และอยุธยา คลองเนื่องเขตร์ และคลองประเวศบุรีรมย์ ขุดเพื่อเชื่อมกรุงเทพฯ กับแหล่งปลูกข้าวในลุ่มแม่น้ำบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และเมื่อการค้าข้าวได้เจริญรุ่งเรืองมากนับแต่ทศวรรษ 2420 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ให้สัมปทานเอกชนในการขุดคลองขนาดใหญ่ คือ คลองรังสิต หรือที่เรียกว่าโครงการรังสิต คลองนี้ใช้เวลาสร้างนับสิบปี เพราะมีการสร้างคลองซอยเป็นจำนวนมาก โครงการรังสิตนั้นผู้ริเริ่มเป็นเจ้านายขุนนางได้ร่วมมือกับบริษัทต่างชาติ โดยริเริ่มที่จะขุดคลองเพื่อระบายน้ำออกจากที่ดินแถบนั้น ซึ่งแต่เดิมมีสภาพเป็นหนองและบึงทำให้ควบคุมน้ำได้ยาก จึงต้องขุดคลองระบายน้ำ ออกลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา คลองรังสิตมิเพียงแต่ส่งผลให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการขนส่งข้าวเพื่อการส่งออกข้าวมากรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ทว่ายังมาผลต่อการบุกเบิกพื้นที่ดินเพื่อการเพาะปลูกในที่ราบเป็นอันมาก

การสร้างทางรถไฟเพื่อเชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ และภูมิภาคอื่น ๆ ก็มีผลต่อการขยายตัวของการเพาะปลูกข้าวด้วยเช่นกัน แม้ว่าบทบาทจะน้อยกว่าแม่น้ำลำคลองก็ตาม

3. การเพิ่มขึ้นของประชากร

นับแต่กลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์มีผลให้อัตราการตายลดลงอย่างรวดเร็ว จำนวนประชากรของประทศในเอเชีย และยุโรปเพิ่มสูงขึ้น เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2416 – 2453 ประชากรของจีนเพิ่มขึ้น 80 ล้านคน ในอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ประชากรก็เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 1.4 ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของประชากรย่อมหมายถึงตลาดเพื่อการบริโภคข้าว ขยายตัวด้วยเพราะประชากรส่วนใหญ่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก และการเพิ่มขึ้นของประชากรก็เป็นไปอย่างต่อเนื่องโดยตลอด โดยเฉพาะระหว่างหลังสงครามโลกครั้งที่ (2457 – 2461) และสงครามโลกครั้งที่ 2 (2484 – 2488)

4. ปัจจัยทางด้านสถาบันและนโยบายภาษีของรัฐบาล

การเจริญเติบโตของการผลิตข้าวนับแต่ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในฐานันดร ไพร่และทาส พลเมืองส่วนใหญ่ก่อนทศวรรษ 2440 มีฐานันดรเป็นไพร่และทาสซึ่งสังกัดมูลนายของตน รัชกาลที่ 5 ทรงพยายามยกเลิกระบบไพร่และทาสโดยตลอดกระบวนการยกเลิกระบบดังกล่าวเป็นอย่างค่อยเป็นค่อยไป และในที่สุดระบบไพร่และทาสได้ถูกยกเลิกไปในปี พ.ศ. 2443 นโยบายเลิกไพร่และทาสได้ปลดปล่อยแรงงานสู่ความเป็นอิสระ และแรงงานส่วนใหญ่ได้หันไปประกอบอาชีพในการเป็นชาวนา มีการบุกเบิกพื้นที่เพื่อทำมาหากินเป็นอันมาก นอกจากประกอบอาชีพชาวนา “รายย่อย” โดยการบุกเบิกที่ดินทำกินแล้ว แรงงานปลดปล่อยเหล่านี้ยังประกอบอาชีพ “รับจ้าง” หรือ “เช่าที่ดิน” ของเจ้าขุนมูลนายซึ่งได้ครอบครองที่ดินเพื่อการปลูกข้าวเป็นอันมาก โดยเฉพาะพื้นที่ดินในเขตรังสิตและธัญบุรี ตลอดจนที่ดินรอบ ๆ กรุงเทพฯ

นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายให้มีการเก็บภาษีที่นาในระดับต่ำเพื่อที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตข้าว “ภาระภาษี” ข้าวตกอยู่ที่กับชาวนาไม่เคยเกินร้อยละ 10 ของมูลค่าข้าวที่ผลิตได้ และภาษีที่นาของไทยในขณะนั้น ก็มีอัตราต่ำกว่าที่เก็บในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่าและอินโดนีเซียเป็นอันมาก

แหล่งกำเนิดของข้าว

ข้าวเป็นธัญญาหารหลักของชาวโลก จัดเป็นพืชสายพันธุ์เดียวกับหญ้า ซึ่งนับได้ว่าเป็นหญ้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและมีความหลากหลายทางชีวภาพ สามารถปลูกขึ้นง่าย มีความทนทานต่อทุกสภาพภูมิประเทศในโลก ไม่ว่าจะเป็นถิ่นแห้งแล้งแบบทะเลทราย พื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึงหรือแม้กระทั่งบนเทือกเขาที่หนาวเย็น ข้าวก็ยังสามารถเจริญงอกงามขึ้นมาได้อย่างทรหดอดทน

ข้าวชนิดแรกที่มนุษย์รู้จักนำมากิน คือ ข้าวป่า จากหลักฐานที่พบทำให้สันนิษฐานได้ว่าเมื่อประมาณ 13,000 - 16,000 ปีที่แล้ว ยุคน้ำแข็งใกล้สิ้นสุดลง สัตว์ใหญ่หลายชนิดเริ่มสูญพันธ์ไป มนุษย์จึงต้องลดบทบาทการล่าสัตว์แล้วหันมาสะสมข้าวป่าและพืชเพื่อเป็นอาหาร

Richard S.Macheish นักโบราณคดีชาวอเมริกัน ผู้ซึ่งทำการศึกษาสถานที่ทางประวัติศาสตร์ของจีนแผ่นดินใหญ่ในปี พ.ศ. 2536 มีหลักฐานที่ยืนยันได้ว่า ประเทศจีน คือแหล่งกำเนิดของการปลูกข้าว เพราะได้พบร่องรอยของข้าวป่าที่มีอายุถึง 16,000 ปี และข้าวที่ปลูกอายุกว่า 9,000 ปี โดยพิจารณาจากการขุดพบหลักฐานข้าวไหม้ที่ติดอยู่กับเศษภาชนะ รวมทั้งเศษต้นข้าวสมัยโบราณที่ขุดได้จากถ้ำ 2 แห่ง ในหุบเขาเมืองหนานชาง (Nanchang) เมืองหลวงของมณฑลเจียงสี (Jianxi) ซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของจีน

จุดเริ่มต้นของการเพาะปลูกข้าวของมนุษย์จากวัฒนธรรมลุงชานของประเทศจีนและวัฒนธรรมฮัวบิเนียนของประเทศเวียดนาม บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำตอนเหนือของอินเดียตอนล่างด้านตะวันออกของเชิงเขาหิมาลัยซึ่งการปลูกข้าวใช้วิธีการปลูกคล้ายกับทำไร่เลื่อนลอย

หลังจากนั้นวิวัฒนาการปลูกข้าวจากการทำไร่เลื่อนลอยมาเป็นการทำนาหว่าน ประมาณ 9,000 ปีก่อนและพัฒนาสู่การทำนาแบบปักดำ ซึ่งพบหลักฐานในวัฒนธรรมบ้านเชียงของไทย เมื่อราว 5,000 ปีที่ผ่านมา

หลักฐานจากต้นข้าวที่ค้นพบ ข้าวป่าในช่วงแรกจะมีก้านและใบเดี่ยวแต่ที่ปลูกใหม่มีถึง 5 ก้านเป็นการแสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลาดังล่าวมนุษย์เริ่มเข้าใจว่าหากปลูกข้าวลงดินเองจะเพิ่มขึ้นถึง 5 เท่า แสดงให้เห็นถึงความเป็นมนุษย์ ในการพัฒนาการเกษตรเพื่อดำรงชีวิต

สายพันธุ์ของพืชตระกูลข้าว ที่มีอยู่บนโลกนี้มีมากถึง 120,000 สายพันธุ์ แต่พันธุ์ที่รู้จักและนำมาปลูกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ Oryza Savita ที่นิยมปลูกในทวีปเอเชียและ Oryza glaberrina ที่นิยมปลูกในทวีปแอฟริกา แต่ข้าวที่ปลูกและซื้อขายกันในตลาดโลกเกือบจะทั้งหมดเป็นข้าวจากทวีปเอเชีย แบ่งเป็น 3 กลุ่มตามลักษณะและพื้นที่ปลูกได้ดังนี้

1. ข้าวอินดิกา (Indica) หรือข้าวเจ้าเป็นข้าวที่มีลักษณะเม็ดเรียวยาวรี ลำต้นสูง ตั้งชื่อมาจากแหล่งที่ค้นพบครั้งแรกในประเทศอินเดีย เป็นข้าวที่นิยมปลูกในทวีปเอเชียเขตมรสุม ตั้งแต่ จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ไทย อินโดนีเซีย ไปจนถึงอินเดียและศรีลังกา แล้วแพร่กระจายไปทั่วเขตอาคเนย์ตั้งแต่หลัง พ.ศ. 1000 ทั่วเขตลุ่มน้ำอิระวดี และต่อมาแพร่ขยายปลูกในทวีปอเมริกา

เฉพาะในเมืองไทย ข้าวอินดิกานิยมปลูกในบริเวณที่ราบลุ่มตอนใต้ของแม่น้ำเจ้าพระยาเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว แทนข้าวเหนียวที่เคยปลูก ซึ่งคนไทยสมัยนั้นเรียกข้าวอินดิกาที่มาจากต่างประเทศว่า “ข้าวของเจ้า” แล้วเรียกกันสั้งลงเหลือเพียง “ข้าวเจ้า” มาถึงทุกวันนี้

2. ข้าวจาปอนิกา (Japonica) เป็นข้าวเหนียวเมล็ดป้อม กลมรี ต้นเตี้ย มีแหล่งกำเนิดจากทางภาคเหนือแล้วผ่านมาทางลุ่มแม่น้ำโขงในสมัยก่อนพุทธศตวรรษที่ 20 หลังจากนั้นลดจำนวนลงไป แพร่หลายในเขตอบอุ่นที่ ญี่ปุ่น เกาหลี รัสเซีย ยุโรป และ อเมริกา

3. ข้าวจาวานิกา (Javanica) เป็นข้าวลักษณะเมล็ดป้อมใหญ่สันนิษฐานว่าเป็นข้าวพันธุ์ผสมระหว่างข้าวอินดิกาเป็นข้าวจาปอนิกานิยมปลูกใน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน หมู่เกาะรูกู และญี่ปุ่น แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมนักเพราะให้ผลิตผลต่ำ ประเทศต่าง ๆ ในโลกต่างก็มีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวใหม่ เพิ่มพื้นที่การปลูกข้าวและวิธีการปลูกข้าวให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น

องค์ประกอบและคุณภาพของข้าว

ข้าวเป็นพืชในตระกูล Oryza sativa L. เป็นอาหารหลักที่สำคัญของชาวเอเชีย เมล็ดข้าวประกอบด้วยเปลือกและเนื้อในเมล็ด เปลือกหรือแกลบ (hull) เป็นส่วนที่หุ้มเมล็ดอยู่ภายใน ส่วนเนื้อในเมล็ดเป็นส่วนที่บริโภคได้ โดยมีเยื่อหุ้มเมล็ดและชั้นแอลูโรน (Aleurone Layer) ห่อหุ้มเนื้อเมล็ด (Endosperm) และคัพภะ (embryo) ไว้ภายในเมื่อขัดสีเป็นข้าวสารจะเหลือเฉพาะส่วนที่เป็นเนื้อในเมล็ด ซึ่งมีแป้ง (สตาร์ช) เป็นองค์ประกอบหลัก แป้งข้าวมีรูปร่างเป็นผลึกหลายเหลี่ยม ขนาดเล็ก 2-10 ไมครอน จับเป็นกลุ่มแน่น ส่วนโปรตีนจะมีลักษณะเป็นก้อนกลม ขนาด 1 – 4 ไมครอนแทรกอยู่กับเม็ดสตาร์ช โดยมีไขมันอยู่ใกล้ ๆ กลุ่มโปรตีน

ข้าวสารประกอบด้วยคาร์โบไฮเดรต 90% โปรตีน 7% ไขมัน 1.5% ที่เหลือเป็นวิตามิน เกลือแร่ และสารอาหารอื่น คาร์โบไฮเดรตที่มีในข้าวสารเป็นแป้ง (สตาร์ช) เกือบทั้งหมดซึ่งอยู่ในเม็ดแป้งนั้นเอง แป้งประกอบด้วยอะมิโลสและ อะมิโลเปกติน โดยอะมิโลสเป็นสารประกอบที่เกิดจากการรวมตัวของน้ำตาลกลูโคส

จำนวนมากมาเชื่อมต่อกันเป็นสายโซ่ยาวแบบเส้นตรง เมื่อย้อมสีด้วยไอโอดีนจะได้สีน้ำเงิน เมื่อทำให้สุกในน้ำเดือด และทำให้เย็นจะเกิดการคืนตัวของแป้ง มีผลให้ข้าวสุกร่วนและแข็งกระด้างมากขึ้น ส่วนอะมิโลเปกติน เกิดจากการรวมตัวของน้ำตาลกลูโคส เชื่อมกันแบบแยกเป็นกิ่งก้านสาขา เมื่อย้อมสีด้วยไอโอดีน จะได้สีน้ำตาลแดง เมื่อทำให้สุกในน้ำเดือดและทิ้งไว้ให้เย็น จะคงสภาพเดิมและเป็นส่วนทำให้ข้าวสุกเหนียวติดกัน

สัดส่วนของปริมาณอะมิโลสและอะมิโลเปกตินในแป้งแตกต่างกันขึ้นอยู่กับชนิดของแป้ง และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ข้าวมีคุณสมบัติแตกต่างกัน แป้งข้าวเหนียวมีอะมิโลเปกตินเกือบ 100% ส่วนข้าวมีอะมิโลสตั้งแต่ 12 – 35% ขึ้นกับพันธุ์ข้าว

เมื่อพูดถึงคุณภาพข้าว มักหมายรวมถึง คุณภาพทางกายภาพและคุณภาพการหุงต้มและรับประทานของข้าว คุณภาพทางกายภาพ หมายถึง คุณสมบัติภายนอกของเมล็ดที่มองเห็นได้ง่าย ได้แก่ สีของข้าวกล้อง ขนาดของเมล็ดข้าว ข้าวท้องไข่ และคุณภาพการขัดสี ส่วนคุณภาพการหุงต้ม และรับประทานของข้าว เป็นคุณสมบัติที่ตรวจสอบทางวิธีเคมี เป็นคุณภาพที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกข้าว ปัจจัยที่ทำให้ข้าวพันธุ์ต่าง ๆ มีคุณภาพของข้าวสุกต่างกันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ

1. ปริมาณอะมิโลส สัดส่วนของปริมาณอะมิโลส และอะมิโลเปกตินในข้าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ข้าวสุกมีความแตกต่างกัน แป้งข้าวเหนียวมีอะมิโลเปกตินเกือบ 100% ส่วนข้าวเจ้ามีอะมิโลสตั้งแต่ 12 – 35% ขึ้นกับพันธุ์ข้าวปริมาณอะมิโลสเป็นสาเหตุที่ทำให้ข้าวสุก มีความเหนียวลดลงหรือร่วนมากขึ้น

2. ความคงตัวของแป้งสุก ข้าวที่มีปริมาณอะมิโลสเท่ากัน อาจมีความแข็งของข้าวสุกต่างกัน เนื่องจากคุณสมบัติของแป้งสุกมีอัตราการคืนตัวไม่เท่ากัน ทำให้แป้งสุกมีความแข็ง และอ่อนแตกต่างกัน

3. ระยะเวลาในการหุงต้ม ขึ้นกับอุณหภูมิของแป้งสุก ซึ่งสามารถประมาณได้โดยการหาค่าการสลายเมล็ดข้าวสารในด่าง (Alkali Test)

4. การยืดตัวของเมล็ดข้าวสุก ในระหว่างการหุงต้ม เมล็ดข้าวมีการขยายตัวทุกด้าน โดยเฉพาะด้านยาว คุณลักษณะนี้เป็นคุณภาพพิเศษของข้าว ซึ่งจะช่วยเสริมให้เมล็ดข้าวสุกขยายขนาดเพิ่มขึ้น และถ้าข้าวสุกนั้นไม่เหนียวติดกัน การขยายขนาดเมล็ดข้าวสุก จะช่วยให้ข้าวขึ้นหม้อดีขึ้น และยังทำให้ข้าวนุ่มมากขึ้น เพราะการขยายตัวทำให้เนื้อข้าวโปร่งขึ้น ไม่อัดกันแน่น

5. กลิ่นหอม ข้าวทั่วไปอาจมีสารระเหยหลายชนิด ข้าวหอมมีสาร 2 – acetye – 1 – pyrolline มากกว่าข้าวทั่วไป ซึ่งสารนี้เป็นสารที่มีมากในพืชตระกูลใบเตย

6. โปรตีน จากการทดลองพบว่า การใส่ปุ๋ยไนโตรเจนทำให้เมล็ดข้าวมีโปรตีนสูงขึ้น ข้าวสุกมีสีคล้ำลงและความเหนียวลดลงด้วย

ปัจจุบันการผลิตข้าวนอกจากจะคำนึงถึงผลผลิตแล้วยังต้องคำนึงถึงคุณภาพเมล็ดควบคู่กันด้วย คำว่า “คุณภาพข้าว” นั้นสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- คุณภาพการสี (Milling Quality)
- คุณภาพการหุงต้ม รับประทาน และการแปรรูป (cooking eating and processing quality)
- คุณภาพทางด้านโภชนาการ (Nutritive Quality)
- คุณภาพตามมาตรฐานซื้อขาย

ในแต่ละประเภทของคุณภาพดังกล่าว มีความสำคัญแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นกับวัตถุประสงค์ ตัวอย่างเช่น ในการสีข้าวต้องการข้าวที่มีคุณภาพการสีดีได้ข้าวเต็มเมล็ดและต้นข้าวสูง หรือในด้านคุณภาพการหุงต้ม รับประทานและการแปรรูป ข้าวสุกที่ได้อาจมีลักษณะแตกต่างกัน ได้แก่ ข้าวสุกนุ่มและเหนียว ข้าวสุกไม่แข็ง และข้าวสุกร่วน เป็นต้น

คุณภาพข้าวถูกควบคุมโดยลักษณะทางพันธุกรรมและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การเก็บเกี่ยว และการเก็บรักษา ดังนั้นในการพัฒนาพันธุ์ข้าวนอกจากจะคำนึงผลผลิตสูงแล้ว ควรให้มีคุณภาพเมล็ดทั้งคุณภาพการสีและคุณภาพการหุงต้มและรับประทานดีร่วมด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านค้าขายในตลาดโลก คุณภาพข้าวจะเป็นตัวกำหนดระดับราคาข้าว ซึ่งการกำหนดมาตรฐานข้าว เพื่อการส่งออกของประเทศค้าข้าวทั้งหลายมักใช้คุณสมบัติเมล็ดทางกายภาพในการจำแนกเกรดของข้าวทุกชนิด เนื่องจากมีความชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้รวดเร็ว มาตรการที่ใช้สำหรับประเมินราคาข้าวเปลือกและข้าวสารล้วนเป็นลักษณะที่มองเห็นหรือ ชั่ง ตวง วัด ได้ทั้งสิ้น รวมถึงการตรวจสอบดูพื้นข้าวว่ามีเมล็ดยาวหรือสั้น สี หักมากหรือน้อย มีเมล็ดข้าวแดงปนหรือไม่ เป็นต้น

โครงสร้างของเมล็ดข้าว

เมล็ดข้าวเป็นผลชนิด caryopsis มีเยื่อหุ้มเมล็ด (testa) อยู่ติดกับผนังรังไข่ (ovary wall) เมล็ดข้าวประกอบด้วย

แกลบ (hull หรือ husk) เป็นส่วนที่ห่อหุ้มเมล็ดข้าว ประกอบด้วยเปลือกใหญ่ (lemma) เปลือกเล็ก (palca) หาง (awn) ขั้วเมล็ด (rachilla) และกลีบรองเมล็ด (sterile lemma) เปลือกใหญ่จะปกคลุมอยู่ 2 ใน 3 ของเนื้อที่เมล็ด เปลือกเล็กจะยึดแน่นอยู่ภายในส่วนของเปลือใหญ่ด้วย โดยโครงสร้างที่มีลักษณะคล้ายตะขอ (hooklike structure) ดังนั้นเปลือกข้าวจึงปิดแน่น

ลักษณะทางกายภาพของข้าว

จากโครงสร้างของเมล็ดข้าวดังกล่าว เราสามารถนำมาใช้ประเมินคุณสมบัติทางกายภาพของเมล็ดข้าวตามความหมายของคุณภาพเมล็ดทางกายภาพ ซึ่งหมายถึง คุณสมบัติต่าง ๆ ของเมล็ดที่สามารถมองเห็น หรือชั่ง ตวง วัดได้ เช่น น้ำหนักเมล็ด สีข้าวเปลือก สีข้าวกล้อง ขนาดและรูปร่างเมล็ด ลักษณะท้องไข่ ความใสขุ่นของข้าวสารและความยาวของข้าวสาร เป็นต้น

น้ำหนักเมล็ด (Grain Weight) เป็นลักษณะที่ถูกควบคุมโดยพันธุกรรม และจะแปรปรวนไปตามสภาพแวดล้อม เช่น ชนิดของดิน การใส่ปุ๋ย ความชื้น และสภาพภูมิอากาศ จากการตรวจสอบน้ำหนักข้าวเปลือก 100 เมล็ดของข้าวไทยพันธุ์ต่าง ๆ จำนวน 344 พันธุ์ พบว่ามีน้ำหนักแปรปรวนระหว่าง 1.62 – 4.17 กรัม ส่วนข้าวพันธุ์ดีที่รัฐบาลส่งเสริมจะมีน้ำหนัก 100 เมล็ด ระหว่าง 2.25 – 3.67 กรัม น้ำหนักเมล็ดสามารถประเมินได้ 2 รูปแบบคือ

- น้ำหนักต่อปริมาตร ประเมินเป็นกรัมต่อลิตร หรือกิโลกรัมต่อถัง
- น้ำหนักต่อจำนวนเมล็ด ประเมินเป็นน้ำหนัก 100 เมล็ด หรือน้ำหนัก 1,000 เมล็ดเป็นต้น

สีข้าวเปลือก (Hull Color) เป็นลักษณะประจำพันธุ์ ซึ่งมีส่วนในการตั้งชื่อพันธุ์ในอดีต เช่น ขาวพวง ขาวนางเนย เนื่องจากมีเปลือกสีฟางหรือสีขาว เหลืองหอม เหลืองข้างรั้ว เนื่องจากมีเปลือกสีน้ำตาลหรือสีเหลือง เป็นต้น เปลือกเมล็ดข้าวจะมีผลต่อสีของข้าวสารนึ่ง กล่าวคือ เมล็ดข้าวเปลือกที่มีสีเข้ม ข้าวสารนึ่งก็จะมีสีเข้มด้วย สีข้าวเปลือกที่พบจะมีสีขาว (white) ฟาง (straw) น้ำตาลอ่อนถึงเข้ม (light to dark brown) ร่องน้ำตาล (brown furrow) กระน้ำตาล (brown spot) น้ำตาลแดง (raddish brown) ม่วง (purple) และดำ (black)

สีข้าวกล้อง (Pericarp Color) จะแสดงออกที่เยื่อหุ้มเมล็ด (pericarp) สำหรับส่วนที่เป็นแป้ง (endosperm) ของข้าวทุกชนิดจะมีสีขาวเสมอ ข้าวกล้องมีสีต่าง ๆ กัน เช่น ขาว แดง น้ำตาลเข้ม น้ำตาลเทา และม่วง ถึงเกือบดำ สีข้าวกล้องมีผลต่อข้าวสารนึ่งเช่นเดียวกับสีของข้าวเปลือก นอกจากนี้ยังมีผลต่อคุณภาพการสี กล่าวคือ ข้าวกล้องที่มีสีเข้มต้องใช้เวลาในการขัดรำนานหรือใช้แรงกดมาก เพื่อให้ส่วนของรำที่

เป็นสีเข้มหลุดออดทำให้เกิดข้าวหักมาก มีปริมาณข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าวน้อย ไม่เป็นที่ต้องการของพ่อค้าโรงสี ดังนั้น สีของข้าวกล้องที่ต้องการคือข้าวกล้องที่มีสีอ่อน

ขนาดรูปร่างเมล็ด (Grain Dimension) ได้แก่ ความยาว (length) ความกว้าง (width) ความหนา (thickness) และรูปร่าง (shape) ของเมล็ด ขนาดรูปร่างเมล็ดของพันธุ์ข้าวเป็นลักษณะประจำพันธุ์ มีความแตกต่างกันขึ้นกับพันธุ์และสภาพื้นที่ปลูก เช่น ข้าวพวก indica จะมีเมล็ดยาว รูปร่างเพรียว พวก japonica มีเมล็ดสั้น รูปร่างป้อม เป็นต้น

ขนาดเมล็ด จำแนกตามความยาวของเมล็ดได้ดังนี้ (IRRI, 1996)

ยาวมาก	ยาวกว่า 7.5 มม.
ยาว	6.6 – 7.5 มม.
ปานกลาง	5.5 – 6.6 มม
สั้น	สั้นกว่า 5.5 มม.

รูปร่างเมล็ด จำแนกโดยใช้สัดส่วนความยาว/ความกว้าง ได้ดังนี้

เรียว	มากกว่า 3.0 มม.
ปานกลาง	2.0 – 3.0 มม.
ป้อม	น้อยกว่า 2.00 มม.

ลักษณะท้องไข่ (Chalkiness) ในเมล็ดข้าว เกิดจากการจับตัวกันอย่างหลวม ๆ ของเมล็ดแป้ง (starch granule) กับโปรตีน (protein body) ในส่วนที่เป็นแป้งของเมล็ด (endosperm) มีลักษณะขาวขุ่น ข้าวท้องไข่มีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน เช่น ข้าวท้องปลาซิว ข้าวท้องขาว หรือข้าวจ๊อกกี้ เป็นต้น ลักษณะท้องไข่ในเมล็ดข้าว มี 3 ชนิด คือ

- white center หมายถึง ท้องไข่ที่เกิดขึ้นตรงกลางของส่วนที่เป็นแป้งในเมล็ด (endosperm)
- white belly หมายถึง ท้องไข่ที่เกิดขึ้นทางด้านข้างหรือด้านท้องของเมล็ดด้านเดียวกับคัพภะ (embryo)
- white back หมายถึง ท้องไข่ที่เกิดทางด้านหลังของเมล็ด ด้านตรงข้ามกับคัมพะ

ข้าวไทยส่วนใหญ่เป็นท้องไข่น้อย ยกเว้นข้าวขึ้นน้ำ และมักเป็นชนิด white belly ส่วน white center และ white back มีน้อยหรือเกือบไม่มีเลย

ลักษณะท้องไข่ในเมล็ดข้าวไม่มีผลโดยตรงต่อคุณภาพการหุงต้มและรับประทาน แต่เป็นลักษณะที่ไม่ต้องการในวงการค้าข้าว เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดคุณภาพและราคาข้าว เนื่องจากข้าวที่เป็นท้องไข่มาก เมื่อนำไปสีจะมีข้าวหัก ได้ข้าวเต็มเมล็ดต้นข้าวน้อย นอกจากนี้ข้าวที่เป็นท้องไข่มากยังไม่สามารถทำเป็นข้าวมาตรฐานสูง ๆ เช่น ข้าว 100% ข้าว 5% ได้ เนื่องจากมีข้อกำหนดว่าข้าวมาตรฐานสูง ๆ นั้นยอมให้มีข้าวท้องไข่ปนได้ไม่เกินร้อยละ 3.0 หรือ 6.0 เป็นต้น

ความขาวของข้าวสาร (Milled Rice Whiteness) ข้าวที่ผ่านการขัดสีจนเป็นข้าวสารแล้วจะมีสีขาวเสมอ เพราะเหลือเฉพาะส่วนที่เป็นแป้งของเมล็ด ความขาวของข้าวสารจะแตกต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระดับการสี องค์ประกอบทางเคมีของเมล็ดข้าว ระยะเวลาการเก็บรักษาข้าวเปลือก เป็นต้น ความขาวของข้าวสารซึ่งจำแนกโดยระดับการสีจะเป็นตัวกำหนดชั้นของข้าว เช่น ข้าว 100% จะต้องมีระดับการสีเป็นสีดีพิเศษ ซึ่งหมายถึงการสีเอาสิ่งต่าง ๆ ออกหมด ไม่มีรำอยู่เลย จนข้าวมีลักษณะใสงามเป็นพิเศษ หรือข้าว 45% มีชั้นของการสีเป็นสีธรรมดา หมายถึง การสีที่ไม่เต็มที่ สีขาวปานกลาง ส่วนสีข้าวนึ่ง ซึ่งมีตั้งแต่น้ำตาลอ่อนถึงเข้มนั้น เกิดจากกรรมวิธีและวัตถุดิบที่ใช้

ความใสขุ่นของข้าวสาร (Grain Translucency) เป็นคนละลักษณะกับท้องไข่ หมายถึง ความทึบแสงหรือความใสของเนื้อข้าวสารทั้งเมล็ด สามารถสังเกตเห็นความแตกต่างได้ในข้าวเจ้า ปัจจุบันยังไม่พบสาเหตุของความใสขุ่นของข้าวสาร แต่คาดว่าเนื่องจากทั้งพันธุ์ข้าวและสภาพพื้นที่ปลูก เช่น ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีเมล็ดใสกว่าข้าวที่ปลูกในภาคกลาง เป็นต้น

คุณภาพในการซื้อขาย

การประเมินคุณภาพข้าวในการซื้อขายนั้น สิ่งที่กำหนดราคาข้าว ได้แก่

1. ความชื้น มีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาข้าว ข้าวที่เก็บเกี่ยวในระยะที่เหมาะสม และนำมาลดความชื้นเหลือประมาณ 13 -15% จะมีราคาสูงกว่าข้าวที่มีความชื้นสูง เนื่องจากข้าวแห้งที่มีความชื้นเหมาะสม สามารถทำการสีได้ทันทีโดยไม่ต้องนำมาลดความชื้นอีก แต่หากรับซื้อข้าวที่มีความชื้นสูงจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลดความชื้น ดังนั้นหากข้าวมีความชื้นเกินกว่าที่กำหนดจะถูกตัดราคา

2. ลักษณะทางกายภาพของข้าว โดยการกะเทาะและขัดสี เพื่อประเมินสีข้าวกล้องท้องไข่ ความใสขุ่นของเมล็ด และสิ่งเจือปนอื่น ๆ เช่น ข้าวแดง ข้าวเหลือง ข้าวเสีย หรือข้าวชนิดอื่น เป็นต้น ซึ่งลักษณะเหล่านี้ในปริมาณต่าง ๆ จะเป็นตัวกำหนดราคาข้าว

3. คุณภาพการสี เพื่อประเมินผลของการแปรสภาพจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร ปริมาณข้าวรวม ข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าว ข้าวหักขนาดต่าง ๆ และปลายข้าว ซึ่งผลได้จากการขัดสีของข้าวที่รับซื้อ จะเป็นค่าที่โรงสีใช้ประเมินผลได้จากการแปรสภาพในโรงสีจริง โดยทั่วไปโรงสีจะตั้งเกณฑ์ขั้นต่ำของผลได้จากการขัดสีของข้าวที่รับซื้อ หากข้าวที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายมีผลได้จากการขัดสีต่ำกว่าเกณฑ์จะถูกตัดราคา

4. ประเภทของข้าว ข้าวคุณภาพดี ตามความต้องการของตลาดและเป็นที่นิยมของผู้บริโภค มักมีราคาดีกว่า ข้าวคุณภาพต่ำ

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดราคาข้าวดังกล่าวแล้ว ในการซื้อขายยังมีการแบ่งชนิดของข้าวเป็นชั้นต่าง ๆ เช่น ข้าว 100% ข้าว 5% ข้าว10% เป็นต้น ซึ่งข้าวในแต่ละชั้นนั้นจะมีมาตรฐานข้าวเป็นตัวกำหนดระดับชั้น

ประเภทของข้าว

มีคำกล่าวขาน เรียกข้าวมากมายแตกต่างกัน ซึ่งบ่งบอกถึงชนิดของข้าวตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกชนิดของข้าว เช่น

1. จำแนกตามการวิวัฒนาการ

1.1 ข้าวป่า หมายถึง ข้าวที่เกิดขึ้นเองในธรรมชาติ ไม่ได้ผ่านการปรับปรุงพัฒนาพันธุ์โดยมนุษย์มักพบเห็นตามบริเวณหนองน้ำ คู คลอง ข้างถนน เป็นต้น

1.2 ข้าวปลูก หมายถึง ข้าวที่คนเรานำมาปลูก คัดเลือก พัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ หลังจากใช้ปลูกมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง บางพันธุ์อาจจะเลือกปลูกแต่บางพันธุ์อาจปลูกต่อกันมาจนถึงทุกวันนี้

2. จำหน่ายตามแหล่งกำเนิด

2.1 ข้าวเอเชีย หมายถึง ข้าวที่มีแหล่งกำเนิดในทวีปเอเชีย ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทที่สำคัญ คือ ข้าวอินดิกา (ข้าวอินเดีย) ข้าวจาปอนิกา (ข้าวญี่ปุ่น) และข้าวจาวานิกา (ข้าวชวา)

2.2 ข้าวแอฟริกา หมายถึง ข้าวที่มีแหล่งกำเนิดในทวีปแอฟริกา

3. จำแนกตามนิเวศการปลูกข้าว

3.1 ข้าวไร่ หมายถึง ข้าวที่ปลูกในที่ดอน บริเวณไหล่เขา หรือที่นาที่ไม่มีน้ำขัง

3.2 ข้าวนาสวน หมายถึง ข้าวที่ปลูกในนาที่มีน้ำขัง ระดับน้ำลึกตั้งแต่ 1 ซม. ถึงไม่เกิน 50 ซม.

3.3 ข้าวน้ำลึก หมายถึง ข้าวที่ปลูกในนาน้ำลึก ระดับน้ำในนามากกว่า 50 ซม. แต่ไม่เกิน 100 ซม. เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน

3.4 ข้าวขึ้นน้ำ หมายถึง ข้าวที่ปลูกในนาน้ำลึกมาก ระดับน้ำในนามากกว่า 100 ซม.เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน

4. จำแนกตามฤดูการปลูก

4.1 ข้าวนาปี หมายถึง ข้าวที่ปลูกในฤดูฝน

4.2 ข้าวนาปรัง หมายถึง ข้าวที่ปลูกในฤดูแล้งหรือนอกฤดูฝน

5. จำแนกตามความไวต่อช่วงแสง

5.1 ข้าวที่ไวต่อช่วงแสง หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยมีวันออกดอกและวันเก็บเกี่ยวตามปฏิทินเพราะการออกดอกถูกควบคุมด้วยความยาวของช่วงแสง ทำให้สามารถปลูกได้ผลดีในสภาพธรรมชาติเพียงปีละครั้ง

5.2 ข้าวที่ไม่ไวต่อช่วงแสง หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยมีอายุนับจากวันปลูกถึงวันเก็บเกี่ยวคงที่เพราะการออกรวงไม่เกี่ยวข้องกับความยาวของช่วงแสง จึงสามารถปลูกได้ตลอดปีหากมีน้ำพอเพียงและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เหมาะสม

6. จำแนกตามวิธีการทำนา

6.1 ข้าวนาดำ หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยวิธีปักดำ

6.2 ข้าวนาหว่าน หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยวิธีหว่าน อาจเป็นการหว่านข้าวงอก (หว่านน้ำตาม หรือเพาะเลย) หรือหว่านข้าวแห้ง (หว่านสำรวย หรือหว่านหลังขี้ไถ) ก็ได้

6.3 ข้าวนาหยอด หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยวิธีหยอดเมล็ดในหลุม เช่น การปลูกข้าวไร่

7. จำแนกตามชนิดเนื้อแป้งในเมล็ดข้าว

7.1 ข้าวเหนียว หมายถึง ข้าวที่มีปริมาณอมิโลสอยู่ในแป้งข้าวสารเพียงเล็กน้อย (ประมาณ 0 - 2 %)

7.2 ข้าวเจ้า หมายถึง ข้าวที่มีปริมาณอมิโลสอยู่ในแป้งข้าวสารมากกว่าข้าวเหนียว (ประมาณ 10 – 34%)

8. จำแนกตามอายุข้าว

8.1 ข้าวเบา หมายถึง ข้าวที่มีอายุการเจริญเติบโตนับตั้งแต่งอกจนถึงเก็บเกี่ยวสั้นไม่เกิน 100 วัน สำหรับข้าวไม่ไวแสง และวันเก็บเกี่ยวประมาณก่อนกลางเดือนพฤศจิกายนสำหรับข้าวไวต่อช่วงแสง

8.2 ข้าวกลาง หมายถึง ข้าวที่มีอายุการเจริญเติบโตนับตั้งแต่งอกถึงวันเก็บเกี่ยวไม่สั้นหรือยาวเกินไป ประมาณ 100 – 130 วัน สำหรับข้าวไม่ไวแสง และวันเก็บเกี่ยวตั้งแต่ประมาณกลางเดือนพฤศจิกายน ถึงกลางเดือนธันวาคม สำหรับข้าวไวต่อช่วงแสง

8.3 ข้าวหนัก หมายถึง ข้าวที่มีอายุการเจริญเติบโตนับตั้งแต่งอกถึงวันเก็บเกี่ยวยาวมากกว่า 130 วันสำหรับข้าวไม่ไวต่อแสง และวันเก็บเกี่ยวตั้งแต่กลางเดือนธันวาคมเป็นต้นไป สำหรับข้าวไวต่อช่วงแสง

9. จำแนกตามความยาวของเมล็ด

9.1 ข้าวเมล็ดสั้น หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดสั้น ความยาวของเมล็ดข้าวกล้องน้อยกว่า 5.5 มม.

9.2 ข้าวเมล็ดยาวปานกลาง หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดยาวปานกลาง ความยาวของเมล็ดข้าวกล้องระหว่าง 5.51 – 6.60 มม.

9.3 ข้าวเมล็ดยาว หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดยาว ความยาวของเมล็ดข้าวกล้องระหว่าง 6.61 – 7.50 มม.

9.4 ข้าวเมล็ดยาวมาก หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดยาวมาก ความยาวของเมล็ดเกิน 7.50 มม.

10. จำแนกตามแหล่งน้ำที่ใช้ปลูก

10.1 ข้าวนาชลประทาน หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยอาศัยน้ำจากการชลประทานเป็นหลัก หรือข้าวที่ปลูกในพื้นที่ชลประทาน

10.2 ข้าวนาน้ำฝน หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยอาศัยน้ำฝนเป็นหลักหรือข้าวที่ปลูกในพื้นที่นาอาศัยน้ำฝน

ตามมาตรฐานข้าวไทย ซึ่งใช้ในการซื้อขายทั้งในประเทศและเพื่อการส่งออก ได้แบ่งประเภทของข้าวออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ข้าวขาว
2. ข้าวกล้อง
3. ข้าวเหนียวขาว
4. ข้าวนึ่ง

ชนิดของข้าวขาว ให้แบ่งข้าวขาวออกเป็น 13 ชนิด คือ

1. ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 1
2. ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 2
3. ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 3
4. ข้าวขาว 5 เปอร์เซ็นต์
5. ข้าวขาว 10 เปอร์เซ็นต์
6. ข้าวขาว 15 เปอร์เซ็นต์
7. ข้าวขาว 25 เปอร์เซ็นต์เลิศ
8. ข้าวขาว 25 เปอร์เซ็นต์
9. ข้าวขาว 35 เปอร์เซ็นต์
10. ข้าวขาว 45 เปอร์เซ็นต์
11. ข้าวขาวหักเอวันเลิศพิเศษ
12. ข้าวขาวหักเอวันเลิศ
13. ข้าวขาวหักเอวันพิเศษ

ชนิดของข้าวกล้อง ให้แบ่งข้าวกล้องออกเป็น 6 ชนิด คือ

1. ข้าวกล้อง 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 1
2. ข้าวกล้อง 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 2
3. ข้าวกล้อง 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 3
4. ข้าวกล้อง 5 เปอร์เซ็นต์
5. ข้าวกล้อง 10 เปอร์เซ็นต์
6. ข้าวกล้อง 15 เปอร์เซ็นต์

ชนิดของข้าวเหนียวขาว ให้แบ่งข้าวเหนียวขาวออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. ข้าวเหนียวขาว 10 เปอร์เซ็นต์
2. ข้าวเหนียวขาว 25 เปอร์เซ็นต์
3. ข้าวเหนียวขาวหักเอวัน

ชนิดของข้าวนึ่ง ให้แบ่งข้าวนึ่งออกเป็น 9 ชนิด คือ

1. ข้าวนึ่ง 100 เปอร์เซ็นต์คัด
2. ข้าวนึ่ง 100 เปอร์เซ็นต์
3. ข้าวนึ่ง 5 เปอร์เซ็นต์คัด
4. ข้าวนึ่ง 5 เปอร์เซ็นต์
5. ข้าวนึ่ง 10 เปอร์เซ็นต์คัด
6. ข้าวนึ่ง 10 เปอร์เซ็นต์
7. ข้าวนึ่ง 15 เปอร์เซ็นต์
8. ข้าวนึ่ง 25 เปอร์เซ็นต์
9. ข้าวนึ่งหักเอวัน

การส่งออกข้าวของไทย

สภาวะการตลาดต่างประเทศของข้าวไทย

ชาวไทยปลูกข้าวเพื่อการบริโภคมาช้านาน สังเกตได้จากการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยตามลุ่มน้ำต่าง ๆ แม้ในปัจจุบันชาวไทยยังทำการปลูกข้าวอย่างมากมายทั้งในเขตที่มีการชลประทานอย่างดีและในเขตที่อยู่นอกการชลประทานอย่างมีระบบ การปลูกข้าวของไทยยังคงพึ่งพาอาศัยฝน การส่งออกข้าวของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ยังอยู่บนพื้นฐานของการส่งออกในรูปการระบายสินค้าเหลือกินเหลือใช้ (Vent for Surplus) รัฐบาลต่าง ๆ ของไทยในอดีตเล็งเห็นความสำคัญของข้าวในฐานะที่เป็นอาหารหลัก ในบางขณะรัฐบาลไทยใช้นโยบายควบคุมการส่งออกจนทำให้ประเทศคู่ค้า รู้สึกถึงความไม่มั่นคงของแหล่งผลิตอย่างประเทศไทย มีผู้กล่าวว่าการปฏิวัติเขียว (Green Revolution) มีสาเหตุมาจากความจำเป็นในการแสวงหาข้าวเพื่อการบริโภค

ในสมัยที่รัฐยังเก็บค่าพรีเมียมข้าวอยู่ เหตุผลที่ใช้อ้างคือต้องการให้ราคาข้าวในประเทศแตกต่างจากราคาข้าวในต่างประเทศ พรีเมียมในลักษณะนี้ถูกอ้างว่าเป็นภาษีที่เก็บกับผู้บริโภคต่างประเทศ แต่ก็เห็นได้ว่าในอีกทางหนึ่งพรีเมียมมีบทบาทให้ราคาข้าวภายในประเทศต่ำกว่าที่จะเป็นไปได้โดยไม่มีพรีเมียม ซ้ำมองได้อีกว่าราคาข้าวในประเทศที่ต่ำนี้เป็นการอำนวยประโยชน์แก่การผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่สามารถจ่ายค่าจ้างไม่สูงเกินไป การที่ค่าครองชีพของชาวไทยต่ำ มีส่วนเอื้อการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เกิดขึ้นได้โดยสะดวก

ในอดีต พรีเมียมข้าวจึงนับได้ว่าเป็นกลไกแห่งอำนาจของกระทรวงพาณิชย์ในการเก็บภาษี และการควบคุมราคาข้าวภายใน อีกประการหนึ่ง เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการส่งออกของไทย ก็มีผู้เกรงว่าประเทศไยจะมีข้าวไม่พอขายไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้เมื่อพิจารณา อัตราการเจริญเติบโตของประชากร และเนื้อที่ทำการเกษตรที่มีอยู่อย่างจำกัด เป็นที่คาดหมายว่าในไม่ช้าไทยจะไม่มีข้าวเหลือไปขายในตลาดต่างประเทศ แต่จากข้อเท็จจริงจะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังคงสามารถส่งข้าวออกไปขายยังตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และยังคงเป็นประเทศที่มีความสำคัญต่อการค้าข้าวของโลก

ปัจจัยที่มีส่วนส่งผลให้ประชาชนชาวไทยยังคงมีข้าวไว้บริโภคภายในและส่งออกได้อย่างต่อเนื่องที่สำคัญได้แก่ การพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) ของการผลิตข้าว ผลผลิตต่อไร่โดยเฉลี่ยสูงขึ้น การขยายพื้นที่เพาะปลูก การใช้เครื่องจักรเข้ามาแทนแรงงานคน การปรับปรุงเครื่องจักรในการผลิตและการแปรรูป หรือบางส่วนอาจมาจากการบริโภคข้าวที่มีสัดส่วนลดต่ำลง เนื่องจากประชาชนเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการ

บริโภค โดยบริโภคอาหารจากแหล่งอื่น ๆ เช่น เนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ มากกว่าที่จะพึ่งข้าวเป็นหลักอย่างแต่ก่อน

ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า โครงสร้างการส่งออกของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การส่งออกสินค้าเกษตรลดความสำคัญลง สินค้าอุตสาหกรรมมีความสำคัญมากขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรม มีส่วนทำให้การส่งออกของไทยมีการกระจายตัว (Diversification) จากการที่จะต้องพึ่งพาสินค้าขั้นปฐมเพียงไม่กี่ชนิดมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมมากมายหลายชนิด

อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกข้าวของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยในปี 2543 ประเทศไทยส่งออกข้าวถึง 6.1 ล้านตัน มูลค่าประมาณหกหมื่นห้าพันล้านบาท ปริมาณนี้ใกล้เคียงกับในปี 2542 ซึ่งไทยส่งข้าวออก ประมาณ 6.4 ล้านตัน มูลค่าประมาณเจ็ดหมื่นสี่พันล้านบาท ประเทศลูกค้าที่สำคัญได้แก่ อิหร่าน สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีผู้กล่าวว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนในการค้าข้าวของโลกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 โดยมีคู่แข่งที่สำคัญเช่น สหรัฐฯ ออสเตรเลีย ปากีสถาน เวียดนาม และอินเดีย เนื่องจากตลาดข้าวไทยมีขอบข่ายกว้างขวาง มีผู้กล่าวว่าข้าวในตลาดโลก (World Price) มีราคาข้าวในประเทศไทยเป็นตัวกำหนด (ดู อัมมาร สยามวาลา และ วิโรจน์ ณ ระนอง. 2533 และศาสตราจารย์ธีระ สูตะบุตร และคณะ. 2543)

ปัญหาที่เกิดจากการค้าข้าวที่สำคัญได้แก่ ราคาและรายได้จาก การส่งออกที่ยังคงมีความไม่แน่นอน มีลักษณะขาดเสถียรภาพ (Export Instability) ซึ่งเป็นผลมาจากทั้งความไม่แน่นอนทางการผลิต และสภาพการแข่งขันจากคู่แข่งในตลาด แต่ประเด็นที่สำคัญที่มิควรเว้นที่จะกล่าวก็คือ ตลาดการส่งออกข้าวมีการแข่งขันมากขึ้น การพัฒนาการส่งออกของไทยต้องอาศัยความพยายามในการกำหนดกลยุทธ์ตลาดเพิ่มเติมจากที่เป็นอยู่ มีผู้กล่าวถึงวิธีการที่สำคัญ เช่น การเสริมสร้างภาพพจน์ให้กับข้าวไทยเพื่อสร้างความนิยมในระหว่างผู้บริโภค (Goodwill) หรือความพยายามในการเจาะตลาดใหม่ภายใต้การดูแลการเปิดตลาดตามเงื่อนไขขององค์การค้าโลก (WTO) (ศาสตราจารย์ธีระ สูตะบุตร และคณะ. 2543)

นอกจากนี้ เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าออกที่สำคัญต่อค่าครองชีพของแรงงานไทย บทบาทของข้าวจึงเชื่อมโยงกับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยโดยรวมโดยเป็นพื้นฐานของความได้เปรียบเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของการส่งออกอีกด้วย จากมุมมองนี้จะเห็นได้ว่า การที่มีการพัฒนาด้านการผลิตข้าวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

สิ่งที่น่าสนใจที่เกี่ยวกับอนาคตของบทบาทของข้าว และท้ายที่สุดเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศของไทย ก็คือ นโยบายของรัฐควรเป็นเช่นใด จากสถานการณ์ แนวโน้มและความสำคัญของข้าวที่เปลี่ยนแปลงไป การพิจารณานี้ควรต้องครอบคลุมถึงเรื่องการวางเป้าหมาย (Positioning) ในตลาด การเลี้ยงดูประชากรในประเทศ การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย น้ำ การพัฒนากระบวนการผลิต การค้าขายส่ง ขายปลีก การบรรจุหีบห่อ การพัฒนาความนิยม การปรับปรุงคุณภาพ การสร้างมาตรฐานข้าวที่เหมาะสม การจัดระเบียบการใช้ที่ดิน นาข้าว นากุ้ง การเสริมทางด้านสินเชื่อ การวิจัยพัฒนาพันธุ์ และอื่น ๆ อีกมาก การปล่อยให้ราคาข้าวเป็นไปตามกลไกราคา โดยรัฐมิได้มีส่วนในการลงทุนในกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างเป็นระบบ จึงไม่ช่วยลดความเสี่ยงให้เกษตรกร ชาวนาผู้ยากไร้

การลงทุนในเรื่องข้าวที่แล้วมาดูเหมือนเป็นเพียงความพยายามที่จะทำอะไรทุกอย่างแต่ยังขาดการประสานงานที่เป็นระบบ กุญแจที่สำคัญจึงอยู่ที่ความเป็นระบบและความต่อเนื่อง วิธีการประสานอาจจะอยู่ในรูปของแผนแม่บท หรือแผนกลยุทธ์ เนื่องจากสถานการณ์การแข่งขันทางการค้าและความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ส่วนของกลไกที่ยังขาดอยู่ก็คือผู้รับผิดชอบในเรื่องนี้ รัฐบาลน่าจะเป็นผู้ดำเนินการเอง โดยมิปล่อยให้เป็นไปตามความเคลื่อนไหวของตลาด การดำเนินธุรกิจของพ่อค้า โรงสี ผู้

ส่งออกและเกษตรกรแต่ฝ่ายเดียว รัฐบาลไม่ควรอ้างการเปลี่ยนแปลงราคาตามกลไกตลาดเพื่อปฏิเสธความรับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรถือว่าการพัฒนาภาคการผลิตข้าวเป็นการสร้างพื้นฐานความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจทั้งระบบ เพราะข้าวมิได้มีความสำคัญด้วยความเป็นข้าวเท่านั้น แต่เป็นพืชที่อยู่เบื้องหลังความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยอ้อมที่สำคัญด้วย

การกีดกันทางการค้าของข้าวไทย

ประเทศไทยกำลังจะต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในการส่งออกข้าว โดยเฉพาะคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตข้าวด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม สหรัฐหรือแม้กระทั่งอินเดีย ซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย แม้ว่าไทยในอดีตจะเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลกก็ตาม คือมียอดการส่งออกข้าวเฉลี่ยปีละ 5-6 ล้านตัน แต่สถานการณ์จากนี้ไปการเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก กำลังจะต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคอย่างหนัก ที่เกิดจากประเทศคู่แข่งในการผลิตด้วยกันเอง และสำหรับอีกปัจจัยหนึ่งคือ การกีดกันทางการค้าโดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มว่าสินค้าข้าวจากไทยต้องประสบปัญหากีดกันทางการค้าในมาตรการจากประเทศคู่ค้ามากขึ้น เช่น

1. ผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวของไทย ต้องเผชิญกับกฎหมายฟาร์มแอ็คของสหรัฐอเมริกาที่ทุ่มเงินอุดหนุนชาวนาในประเทศ 6 ปี ถึง 7.8 ล้านล้านบาท

ล่าสุดสภาคองเกรสของสหรัฐ ได้ให้ความเห็นชอบร่างกฎหมายการเกษตรฉบับใหม่ (The Farm Security and Investment Act of 2002 หรือ Farm Act 2002) ซึ่งประธานาธิบดีสหรัฐได้ลงนามกฎหมายการเกษตรฉบับดังกล่าวไปแล้ว เนื้อหาในกฎหมายฉบับดังกล่าวเป็นกฎหมายเน้นให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรสหรัฐเต็มที่ มีอายุบังคับใช้เป็นเวลา 6 ปี โดยจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค.2545 ถึง 30 กย. 2551 ทำให้มีการคาดการณ์กันว่าในอีก 10 ปีข้างหน้า รัฐบาลสหรัฐจะใช้เงินเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรทั้งสิ้นประมาณ 7.8 ล้านบาท เฉลี่ยปีละ 1.8 แสนล้านบาท โดยคาดว่าสหรัฐจะเพิ่มวงเงินช่วยเหลือเพิ่มขึ้นจากกฎหมายฉบับนี้ประมาณ 1.9 ล้านล้านบาท ตลอดช่วง 6 ปี ที่กฎหมายมีผลบังคับใช้ หรือเพิ่มขึ้นจากกฎหมายปัจจุบันปีละ 3.2 แสนล้านบาท กฎหมายฉบับดังกล่าวยังเป็นการแก้ไขเพิ่มเติม มาตรการช่วยเหลือเกษตรกร ภายใต้โครงการอุดหนุนต่าง ๆ รวม 10 โครงการ อาทิ การอุดหนุนการผลิตภายในประเทศสินค้าเกษตร การอนุรักษ์พื้นที่การเกษตร การค้าการช่วยเหลือด้านอาหาร การให้สินเชื่อการเกษตร การพัฒนาชนบท การวิจัยด้านการเกษตร ป่าไม้ พลังงาน เป็นต้น นอกจากนี้สหรัฐได้กำหนดวงเงินสำหรับการประกันรายได้ของเกษตรกรภายใต้โครงการจ่ายเงินโดยตรง และการรับจำนำที่เพิ่มขึ้น

จากการสนับสนุนดังกล่าว เกษตรกรจะมีการผลิตสินค้าออกมาจำนวนมากได้ โดยไม่ต้องกังวลเรื่องสินค้าราคาตกต่ำเพราะจะได้รับผลตอบแทนอย่างเต็มที่จากรัฐบาลซึ่งจะก่อให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาดซึ่งจะทำให้ราคาสินค้าในตลาดโลกตกต่ำไปด้วย รวมทั้งข้าวซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สำคัญสำหรับไทย

ในระยะยาวสหรัฐจะกลายเป็นผู้นำ และผูกขาดสินค้าเกษตรของโลก เพราะสหรัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณจำนวนมาสำหรับการวิจัยด้านการเกษตรเฉลี่ยปีละ 3.87 แสนล้านบาท รวมทั้งการค้นคว้าวิจัยพันธุ์พืชและสัตว์ การปรับปรุงเทคโนโลยีทางพันธุ์พืชต่าง ๆ และการควบคุมเมล็ดพืชที่เป็นปัจจัยการผลิต สินค้าเกษตรที่สำคัญ ทำให้ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ รวมทั้งไทย มีศักยภาพการแข่งขันลดลง

กฎหมายฉบับดังกล่าว จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก สำหรับประเทศไทยสินค้าที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ข้าว เพราะสหรัฐได้มีมาตรการให้ความช่วยเหลือชาวนาในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

1. กำหนดราคารับจำนำระหว่างปี 2545 – 2551 ไว้ที่ราคาตันละ 128 ดอลลาร์สหรัฐ
2. การให้เงินอุดหนุนโดยตรงแก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวตันละ 46.26 ดอลลาร์สหรัฐ

3. การกำหนดราคาเป้าหมายไว้ที่ตันละ 206.7 ดอลลาร์สหรัฐ

ดังนั้น รัฐบาลสหรัฐจะต้องเข้าไปให้เงินช่วยเหลือโดยการรับจำนำข้าวจากชาวนา ในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด และยังต้องจ่ายเงินส่วนต่างระหว่างราคาเป้าหมายกับราคาตลาดด้วย โดยคาดว่าชาวนาสหรัฐจะมีรายได้สุทธิหลังหักต้นทุนการผลิตแล้วจะอยู่ที่ตันละ 80 ดอลลาร์สหรัฐ

จากการสนับสนุนดังกล่าวจะทำให้ชาวนาสหรัฐมีแรงจูงใจที่จะผลิตข้าวมากขึ้นผลที่ตามมาก็คือ ผลผลิตข้าวในตลาดสหรัฐเพิ่มขึ้น ทางแก้ปัญหาก็คือสหรัฐจะต้องส่งออกไปขายยังต่างประเทศในราคาถูก โดยการให้เงินอุดหนุนการส่งออกไปยังประเทศกำลังพัฒนาที่มีความต้องการข้าว ซึ่งอาจรวมถึงตลาดข้าวในต่างประเทศของไทยด้วย ทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกตกต่ำลง ในส่วนของไทยก็อาจจะสูญเสียตลาดข้าว เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้

2. ปัจจัยที่กระทบต่อการส่งออกข้าวของไทยอีกอย่างก็คือ พันธุ์ข้าวสายพันธุ์ใหม่หรือที่เรียกว่า “ซุปเปอร์ไรซ์” ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่กำลังได้รับความนิยมแพร่หลายในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีการนำเข้าข้าว ซุปเปอร์ไรซ์เป็นพันธุ์ข้าวใหม่ เกิดจากการนำพันธุ์ข้าวเม็ดสั้นผสมกับข้าวเม็ดยาว (อินดิกา) ของนักปรับปรุงพันธุ์ข้าวของสถาบันข้าวนานาชาติ (IRRI) มองถึงความต้องการข้าวในอนาคต เพราะประชากรโลกจะบริโภคข้าวเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลน จึงได้มีการปรับปรุงข้าวที่มีให้ผลผลิตในฤดูนาปรับสูงเฉลี่ย 1,800 – 2,000 กก.ต่อไร่ ขณะที่ผลผลิตของไทยยังอยู่ที่ระดับไร่ละ 700 – 800 กก. ถือว่าน้อยมาก บางแปลงได้สูงสุดไม่เกิน 1,100 กก.ต่อไร่

ขณะนี้นักวิจัยได้นำพันธุ์ข้าวซุปเปอร์ไรซ์ไปทดลองเพาะปลูกและแพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน เวียดนาม อินเดียและปากีสถาน ขณะที่ไทยยังไม่มีการทดลองเพาะปลูกพันธ์ซุปเปอร์ไรซ์แต่อย่างใด

สำหรับคุณภาพข้าวซุปเปอร์ไรซ์เป็นข้าวคุณภาพต่ำ แต่ให้ผลผลิตต่อไร่สูง เหมาะกับประเทศที่เน้นปริมาณแต่ไม่ต้องการคุณภาพโดยประเทศแถบตะวันตกซึ่งนิยมบริโภคมากที่สุด ผลจากการกระจายพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์ จะส่งผลกระทบต่อตลาดส่งออกข้าวของไทยแน่นอนโดยเฉพาะตลาดล่าง

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นหนึ่งในประเทศที่นำพันธุ์ข้าวซุปเปอร์ไรซ์ไปทดลองเพาะปลูกแล้ว ขณะนี้ได้ประกาศชัดเจนแล้วว่าในปี 2004 อาจไม่ต้องนำเข้าข้าวอีก เพราะเชื่อว่าผลผลิตข้าวจากพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์น่าจะทำให้ผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการส่วนปีนี้ฟิลิปปินส์จะมีการนำเข้าข้าวประมาณ 9 แสนถึง 1 ล้านตัน

ประเทศอินเดีย ขณะนี้อยู่ระหว่างการทดลองเพาะปลูกอยู่หากสำเร็จก็ถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย เพราะอินเดียเป็นประเทศที่ส่งออกข้าวอันดับ 2 รองจากไทย หากมีพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์ก็จะทำให้การส่งออกของอินเดียเพิ่มขึ้น ที่สำคัญอินเดียเป็นประเทศที่ขายข้าวตัดราคามาตลอด จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก เพราะทุกประเทศที่นำพันธุ์ข้าวนี้ไปปลูกก็ถือเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย

ประเทศไทยกำลังวางแผนที่เจรจากับสถาบันวิจัยข้าวนานาชาติ (อีร์รี) เพื่อนำพันธุ์ข้าว “ซุปเปอร์ไรซ์” มาปลูกเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งขณะนี้ประเทศคู่แข่งของไทยไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย ได้นำพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์ไปปลูกและประสบความสำเร็จแล้ว พันธุ์ข้าวซุปเปอร์ไรซ์จะให้ผลผลิตมากกว่าข้าวพันธุ์ทั่วไปถึงเท่าตัว ส่วนต้นทุนการปลูกถูกกว่าข้าวทั่วไปถึง 4 เท่า ซึ่งหากมีการพัฒนาผลผลิตกันมาก ในขณะที่ไทยไม่มีการขยับเพื่อพัฒนาพันธุ์ พื้นที่เพาะปลูกบ้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งการผลิต การตลาดจะสูญเสียไป

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการส่งออกข้าวของไทย

การส่งออกข้าวของไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. **ความต้องการของตลาดโลก** ปัจจุบันโลกมีประชากร 60,000 ล้านคน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นย่อมมีความต้องการอาหารเพิ่มขึ้น จากรายงานขององค์การสหประชาชาติซึ่งแจ้งว่าปัจจุบันยังมีประชากรโลกประมาณ 800 ล้านคน ที่ยังอดอยากและขาดแคลนอาหาร ประชากรเหล่านี้ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในประเทศที่กำลังพัฒนาและด้อยพัฒนาสภาพธรรมชาติไม่อำนวย ทำให้ไม่สามารถพึ่งพาอาหารที่ผลิตมาเลี้ยงตัวเองได้

อย่างไรก็ตาม ถ้าประเทศเหล่านี้มีเศรษฐกิจดีขึ้นเมื่อไร ก็ต้องมีการนำเข้าอาหารจากประเทศต่าง ๆ อย่างแน่นอน ซึ่งจากสถิติของการนำเข้าและส่งออกอาหารรวมทั้งข้าว แม้ว่าตัวเลขบางปีมีทั้งเพิ่มขึ้นและลดลง แต่เมื่อดูโดยรวมแล้วก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

2. **คุณภาพของผลผลิตข้าวของไทย** การพิจารณาจากประเทศที่ส่งข้าวออก ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่งขันอย่างเวียดนามและอินเดีย ปัญหาสำคัญคือผลผลิตต่อไร่ของไทยต่ำกว่าประเทศอื่นมาก

จากสถิติปี 2537 – 2541 ผลผลิตข้าวเปลือกต่อไร่ของไทยอยู่ที่ 385 กิโลกรัมต่อไร่ ในขณะที่เวียดนามอยู่ที่ 600 กิโลกรัมต่อไร่ อินเดีย 460 กิโลกรัมต่อไร่ และตัวเลขเฉลี่ยของประเทศในเอเชีย อยู่ที่ 615 กิโลกรัมต่อไร่ การที่ผลผลิตข้าวเปลือกต่อไร่ของไทยยังต่ำ ย่อมแสดงว่าไทยยังมีโอกาสที่จะเพิ่มผลผลิตได้ เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในแถบที่ดินฟ้าอากาศอำนวย ภัยธรรมชาติน้อย ที่ดินก็อุดมสมบูรณ์เมื่อเทียบกับประเทศอื่น แสดงว่าไทยมีศักยภาพดีกว่า จึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่ไทยจะพัฒนาผลผลิตต่อไร่ให้มากขึ้น เพื่อให้มีผลผลิตรวมมากขึ้น ทำให้เราสามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มปริมาณการส่งออก ทั้งยังสามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งในตลาดโลกได้

เพื่อให้การเพิ่มผลผลิตสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรต้องหันมาปรับปรุงองค์ประกอบของการผลิต เพื่อเป็นการส่งเสริมเพิ่มผลผลิต เช่น เพิ่มระบบชลประทาน เพิ่มเครื่องจักรที่ช่วยการเกษตร ปรับปรุงสภาพดิน ปุ๋ยและพันธุ์ข้าวต่าง ๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่และผลผลิตรวมให้มากขึ้น ทำให้สามารถลดต้นทุน การส่งออกข้าวของไทยจึงจะมีกำลังที่จะแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศได้

หากพิจารณาศักยภาพการผลิตข้าวของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน อินเดีย และเวียดนาม ในด้านปัจจัยทางธรรมชาติ และโครงสร้างพื้นฐานการผลิตข้าว พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่นั้นไทยจัดเป็นประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่ต่ำ ถ้ายังไม่รีบเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งอาจจะทำให้ประเทศไทยไม่สามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกของโลกไว้ได้ เนื่องจากไทยยังมีอุปสรรคเกี่ยวกับพื้นที่เพาะปลูกที่ลดลง การส่งออกข้าวของไทยจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาแนวทางให้เหมาะสม กับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และสังคมโลก และต้องกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบของการค้าส่งออกในอนาคต โดยแบ่งความสำคัญเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการกำหนดขอบเขตการผลิตให้ชัดเจน เป้าหมายการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคภายในประเทศ และเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคในประเทศและเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนฤดูการผลิต เพื่อไม่ทำให้ผลผลิตข้าวมีมากหรือน้อยเกินไปจนเกิดปัญหา การกำหนดขอบเขตการผลิต

ควรแบ่งเขตการผลิตให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันทางภูมิอาศและภูมิประเทศ เช่น กำหนดเป็นเขตผลิตเพื่อการส่งออกเขตการผลิตเพื่อการบริโภคและการค้าภายในประเทศ

2. แนวทางในการพัฒนารูปแบบการส่งออกและจัดจำหน่าย เน้นการพัฒนาด้านการตลาดและการควบคุมคุณภาพสินค้าไทย โดยการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายมาตรการต่าง ๆ การรักษาตลาดเดิม และการขยายตลาดใหม่เพิ่มบทบาทในเวทีการค้าโลก สร้างอำนาจต่อการต่อรอง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์การ

ส่งออกมุ่งให้ความสำคัญต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพระบบการผลิตและการค้าข้าว การจัดมาตรฐานสินค้าอย่างเหมาะสม การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพข้าวทุกขั้นตอน

แนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยจะยังคงสดใสต่อไปถ้าได้รับการส่งเสริมปรับปรุง และพัฒนาโครงสร้างขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแผนการตลาดการคมนาคมขนส่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแปรรูป การพัฒนาเครื่องหมายการค้า และการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดอย่างจริงจัง ซึ่งมีความสำคัญต่ออนาคตข้าวไทยเป็นอย่างมากการเปิดเสรีทางการค้าในตลาดโลกมากขึ้น

สินค้าในตลาดโลก ซึ่งจะมีพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ เป็นตัวกำหนดทิศทางของการค้า คือ

1. คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า
2. การรักษาสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของสินค้า
3. การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นสินค้าด้อยคุณภาพไร้มาตรฐานไม่มีความปลอดภัยต่อการบริโภค โดยมีกระบวนการผลิตที่เป็นอันตรายต่อสภาพธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมจะไม่เป็นที่ต้องการในตลาดโลกและอาจถึงขั้นถูกกีดกันหรือห้ามนำเข้า

การกำหนดโครงสร้างการผลิต และการดำเนินการเกี่ยวกับข้าวไทยสำหรับการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออก โดยมีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา ได้แก่

1. การวิจัยพัฒนา และปรับปรุงสายพันธุ์เพื่อให้ได้พันธุ์ดีให้ผลผลิตสูงต้านทานโรค และแมลงที่สำคัญ
2. การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และลดต้นทุนการผลิต
3. การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ถูกต้อง และเหมาะสมต่อเกษตรกรโดยภาครัฐ
4. การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและรักษาสภาพแวดล้อม
5. การพัฒนาวิธีเขตกรรมเพื่อลดระยะเวลา และแรงงานในวิธีการบางอย่างเช่น การไถพรวน การปักดำ
6. การแปรรูป และพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ข้าว จะช่วยให้ตลาดกว้างขวางยิ่งขึ้น
7. การพัฒนาระบบชลประทานให้สามารถรองรับการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่เพียงพอเป็นสิ่งที่ต้องการทำควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม

กระบวนในการผลิตและส่งออกข้าว

ประเภทการปลูกข้าว

โดยหลักวิชาการเกษตร ได้จัดแบ่งข้าวตามลักษณะการปลูกข้าว 4 ประเภท คือ

1. ข้าวไร่ (Hill rice) เป็นข้าวที่ปลูกหรือเจริญเติบโตในสภาพไร่ ไม่มีน้ำขังหรือมีเพียงเล็กน้อยชั่วครั้งชั่วคราว มีต้นสูงปานกลางประมาณ 130 – 150 เซนติเมตร

2. ข้าวนาสวนหรือข้าวน้ำตื้น (Lowland rice) ปลูกและเจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่ที่น้ำขังระหว่าง 5 – 50 เซนติเมตร ลำต้นเตี้ยถึงสูงปานกลาง และอาจมีพวกสูงพอสมควรอยู่บ้าง ระหว่าง 1 – 2 เมตร

3. ข้าวน้ำลึก (Deepwater rice) เป็นข้าวที่ปลูกในนาที่ลุ่มมาก มีน้ำขังตั้งแต่ 51 เซนติเมตร ถึง 3 เมตร ต้นสูงปานกลาง จนถึงสูงราว 1.20 – 1.50 เมตร ในน้ำขังและลึกมากสูง 2 – 3 เมตร เพราะยืดปล้องได้ดี

4. ข้าวนาเมือง ข้าวขึ้นน้ำ หรือข้าวฟางลอย (Floating rice) ปลูกได้ดีในที่ลุ่มและน้ำลึกมาก ตั้งแต่ระดับ 1 – 6 เมตร ต้นสูงและสูงมากตั้งแต่ 150 เซนติเมตร แต่ในสภาพพื้นที่ที่มีน้ำท่วมหรือที่น้ำลึกมาก ๆ อาจสูงได้ถึง 5 – 6 เมตร

แต่ถ้าแบ่งตามขนาดของเมล็ดข้าว สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ข้าวเมล็ดสั้น (Short grain) คือ ข้าวที่มีความยาวของเมล็ดน้อยกว่า 5.50 มิลลิเมตร
2. ข้าวเมล็ดยาวปานกลาง (Medium grain) เมล็ดมีความยาวระหว่าง 5.51 – 6.60 มิลลิเมตร
3. ข้าวเมล็ดยาว (Long grain) เมล็ดมีความยาวระหว่าง 6.61 – 7.50 มิลลิเมตร
4. ข้าวเมล็ดยาวมาก (Extra Long grain) เมล็ดมีความยาวมากกว่า 7.50 มิลลิเมตร

การทำนาหรือวิธีปลูกข้าวในประเทศไทยแบ่งตามลักษณะการปลูกได้ 3 วิธี ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่นาและชนิดพันธุ์ข้าวที่จะปลูก คือ

1. การทำนาหยอด เป็นวิธีที่ใช้สำหรับปลูกข้าวไร่ ในสภาพพื้นที่ที่มีน้ำไม่เพียงพอสำหรับการตกกล้าและปักดำ โดยการหยอดเมล็ดพันธุ์ข้าวไว้ในหลุม ๆ ละ 3 – 5 เมล็ด แล้วกลบเมล็ดทิ้งไว้ เมื่อฝนตกข้าวก็จะงอกและเจริญเติบโต

2. การทำนาดำ เหมาะสำหรับบริเวณที่มีฝนตก หรือมีน้ำท่วมและพื้นดินเก็บกักน้ำได้ดี ปลูกโดยใช้ต้นอ่อนหรือ “ต้นกล้า” โดยต้องเลี้ยงต้นกล้าให้ได้ขนาดเสียก่อนแล้วจึงถอนไปปักดำในพื้นที่นาที่ได้เตรียมดินไว้แล้ว

4. การทำนาหว่าน ส่วนใหญ่เป็นวิธีการสำหรับปลูกข้าวขึ้นน้ำ แต่อาจจะใช้การปลูกข้าวไร่หรือข้าวนาสวนก็ได้ ซึ่งการทำนาหว่านยังแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

การหว่านข้าวแห้ง เตรียมดินด้วยการไถดะและไถแปร จากนั้นนำเมล็ดข้าวไปหว่าน แล้วพรวนหรือคราดกลบอีกครั้งหนึ่ง เมื่อฝนตกหรือปล่อยน้ำเข้าไป ข้าวก็จะงอกงามขึ้น จะมีผลเสียคือ ข้าวจะขึ้นเป็นระยะห่างที่ไม่สม่ำเสมอกัน และมักจะมีวัชพืชขึ้นมาด้วย

การหว่านข้าวงอก เตรียมดินเช่นเดียวกันกับการทำนาดำ แต่ใช่ว่าการหว่านเมล็ดข้าวที่เพาะไว้จนเริ่มงอกแล้วสามารถทำได้ดีทั้งในพื้นที่ดอน ซึ่งเรียกว่า การทำนาน้ำตมในแผนใหม่ และในพื้นที่ลุ่ม ที่เรียกอีกอย่างว่านาหว่านน้ำตมหรือนาหว่านน้ำขัง

กรรมวีธีการผลิตเพื่อส่งออกข้าว เพื่อให้ถูกต้องตามมาตรฐาน ของกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งได้ถูกกำหนดไว้ ตลอดจนถูกต้องตามคุณภาพ ซึ่งผู้ซื้อในต่างประเทศต้องการ จะมีกรรมวิธีโดยสังเขป อยู่ 4 ชั้นตอน ดังนี้

1. การทำความสะอาดเบื้องต้น
2. การเก็บรักษา
3. การปรับปรุงคุณภาพข้าว
4. การบรรจุหีบห่อ

กรรมวิธีการผลิตเพื่อส่งออกข้าว มีวัตถุดิบ คือ ข้าวที่สีเรียบร้อยแล้วจากโรงสี โดยมีกระบวนการในการปรับปรุงคุณภาพ เพื่อการส่งออก ดังนี้

1. ผู้ขายข้าวจะนำข้าวมาส่งยังไซโลของผู้ส่งออกข้าว โดยรถบรรทุกขนาดใหญ่

2. ขั้นตอนการชั่ง ก่อนนำข้าวไปยังไซโลของผู้ส่งออกข้าว จะต้องผ่านการชั่งน้ำหนัก โดยระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อบันทึกน้ำหนักเข้า โดยการชั่งทั้งคันรถที่บรรทุกข้าวเข้ามา และบันทึกน้ำหนักตอนออกเมื่อส่งมอบข้าวหมดแล้ว โดยการชั่งคันรถบรรทุกเปล่า เพื่อทราบว่ามีการส่งมอบสินค้าไปในน้ำหนักเท่าใด

3. เมื่อรถบรรทุกข้าวมาถึงหน้าไซโลแล้ว จะนำข้าวออกจากกระสอบที่บรรจุ โดยเทลงบ่อหน้าไซโล ให้ผ่านตะแกรงเพื่อทำการคัดสิ่งเจือปน เศษวัสดุแปลกปลอม ออกชั้นหนึ่งก่อนซึ่งในระหว่างการเทข้าวลงบ่อ จะมีผู้ชำนาญงานคอยตรวจสอบคุณภาพข้าวขั้นต้นว่าตรงตามชนิดที่ต้องการหรือไม่

4. ขั้นตอนการคัดขยะละเอียด เมื่อข้าวผ่านตะแกรงที่คัดสิ่งแปลกปลอมแล้ว ข้าวจะถูกลำเลียงโดยสายพานไปยังตะแกรงสำหรับคัดขยะอย่างละเอียดอีกครั้ง ก่อนจะลำเลียงไปเก็บในไซโล

5. ขั้นตอนสต็อกในไซโล ข้าวที่ผ่านชั้นตอนการคัดแยกขยะอย่างละเอียดแล้ว จะลำเลียงโดยสายพานไปเก็บในไซโลตามชนิดของข้าว เพื่อรอการคัดคุณภาพข้าวตามความต้องการของผู้สั่งซื้อต่อไป

กรรมวิธีการปรับปรุงคุณภาพข้าว

ข้าวสารซึ่งมาฝากเก็บรักษาและปรับปรุงคุณภาพ จะทำการผ่ากระสอบออก แล้วผ่านกรรมวิธีการทำความสะอาด เพื่อที่จะได้แยกเอาสิ่งเจือปนขนาดใหญ่ เช่น กระดาษ เศษเชือก เศษฟาง และสิ่งเจือปนขนาดเล็ก เช่น ทราย ฝุ่น รำข้าว หลังจากนั้นข้าวสารซึ่งได้ผ่านกรรมวิธีทำความสะอาดแล้ว จะได้นำมาบรรจุเก็บรักษาในถังไซโลซึ่งมีความจุประมาณ 25,000 ตัน ในระหว่างการเก็บรักษา อุปกรณ์ในการควบคุม เช่น ระบบการถ่ายเทอากาศ ระบบการลดความร้อน โดยเครื่องทำความเย็น และระบบการตรวจสอบอุณหภูมิของสินค้า และทำการอบยาฆ่าแมลงตามมาตรฐานซึ่งกำหนดไว้ จะได้กระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ข้าวสารที่เก็บรักษามีคุณภาพที่ดี ถูกต้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ข้าวสารซึ่งเก็บรักษาจะได้ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพเพื่อให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้ ตลอดจนถูกต้องตามคุณภาพซึ่งผู้ซื้อในต่างประเทศต้องการ

การปรับปรุงคุณภาพจะกระทำโดยผ่านเครื่องทำความสะอาดอย่างละเอียด เพื่อแยกสิ่งเจือปนออกให้หมด ตลอดจนแยกข้าวซึ่งหักและไม่ถูกต้องตามมาตรฐานออก และข้าวสารจะลูกลำเลียงไปผ่านเครื่องแยกขนาดเพื่อให้มีขนาดที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ข้าวสารบางชนิดมีความจำเป็นที่จะทำการขัดสี และขัดมัน แยกสี แยกเมล็ดเสียออก ตลอดจนทำการเคลือบวิตามิน ซึ่งทั้งนี้อยู่ที่ความต้องการของผู้ซื้อต่างประเทศ เมื่อคุณภาพของข้าวสารได้รับการปรับปรุงแล้ว จะถูกลำเลียงโดยสายพานขนาดใหญ่ ไปยังท่าเทียบเรือเพื่อได้รับการบรรจุหีบห่อตามขนาดต่าง ๆ ซึ่งผู้ซื้อในต่างประเทศและผู้ใช้บริการได้เป็นผู้กำหนดไว้ กรรมวิธีดังกล่าวมีรายละเอียดและสมรรถภาพดังต่อไปนี้

1. การทำความสะอาดเบื้องต้น
   ประสิทธิภาพในการทำความสะอาดสามารถทำได้ถึง 300 เมตริกตันต่อชั่วโมง
2. การเก็บรักษา
   จะเก็บรักษาไว้ในถังไซโลเหล็กชุบสังกะสี และความจุของ แต่ละถังเท่ากับ 500 เมตริกตัน
3. การปรับปรุงคุณภาพ
   ขีดความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพจะสามารถทำได้ประมาณ 200 ตันต่อชั่วโมง โดยกำหนด
4. การบรรจุหีบห่อ

ข้าวสารซึ่งได้ผ่านการปรับปรุงคุณภาพตามมาตรฐานแล้วนั้น จะถูกลำเลียงโดยระบบสายพานมายังเครื่องชั่งและบรรจุหีบห่อ โดยจะนำไปบรรจุกระสอบให้ได้น้ำหนักตามที่ผู้ซื้อต่างประเทศต้องการ ซึ่งในปัจจุบันขนาดบรรจุส่งออกที่นิยมมากที่สุด คือ ขนาดจัมโบ้ (1,000 กิโลกรัม) โดยข้างในจะบรรจุข้าวขนาดถุงละ 5 กิโลกรัม จำนวน 200 ถุง การชั่งและบรรจุในระบบนี้ จะมีความเที่ยงตรงมากที่สุด และหลังจากนั้น

จะต้องทำการเย็บปากกระสอบด้วยเครื่องจักร และลำเลียงลงเรือฉลอมหรือขึ้นเรือเดินสมุทร เพื่อทำการส่งออกต่อไป

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกข้าวของไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการส่งออกข้าวมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : 6 มกราคม 2546 หน้า 27) และเป็นผู้ผลิตข้าวรายใหญ่อันดับ 6 รองจากจีน อินเดีย อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และเวียดนาม ตามลำดับ โดยประเทศไทยมีสัดส่วนการส่งออกข้าวมากกว่า 45% ของผลผลิตข้าวทั้งประเทศ และราคาขายข้าวของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดีในภูมิภาคเอเชีย แต่ประเทศไทยก็ยังประสบกับปัญหาด้านต่าง ๆ คือ

ด้านการผลิต สถาบันวิจัยข้าว กรมวิชาการเกษตรต้องเร่งวิจัยพันธุ์ข้าวต่าง ๆ เพราะประเทศไทยล้าหลังคู่แข่งอยู่มาก รัฐบาลไม่ได้ให้ความสนใจเท่าที่ควร ยึดหลักวิธีการแทรกแซงราคาข้าวเป็นหลัก คือมีปัญหางบประมาณด้านบุคลากรเป็นปัญหาใหญ่ ประเทศคู่แข่งทุ่มงบงานวิจัยเป็นหลัก ข้าวสายพันธุ์ “ซุปเปอร์ไรซ์”(Super Rice) หรือ “ข้าวพิเศษ” ที่ปรับปรุงพันธุ์โดยสถาบันวิจัยนานาชาติ

เมื่อ 10 ปีก่อน ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้า และเชี่ยวชาญด้านพันธุ์ข้าวมากที่สุด เพราะรัฐบาลให้การสนับสนุนถึงขั้นตั้งกรมข้าว ขึ้นมาดูแลโดยตรง มีการจัดสรรงบประมาณให้ถึงปีละ 1,000 ล้านบาท เพื่อทำการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวใหม่ ๆ ให้เหมาะกับพื้นที่เพาะปลูก มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวพื้นเมืองมากกว่า 2,000 สายพันธุ์ พันธุ์ที่เด่นที่สุดคือ ข้าวหอมมะลิ 105 ที่มีลักษณะเด่นคือให้ความหอมเมล็ดเรียว ปลูกให้ผลดีในภาคอีสาน ในอดีตการวิจัยพันธุ์ข้าวถือว่ามีความก้าวหน้ามาก เมื่อเทียบกับประเทศที่ปลูกข้าวด้วยกัน แม้แต่สถาบันวิจัยข้าวนานาชาติ หรือ อีร์รี ยังมีการวิจัยตามแบบของไทย

ขณะที่ประเทศผู้ผลิตข้าวด้วยกันไม่ว่า จีน อินเดีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย สหรัฐ รัฐบาลจะให้ความสำคัญงานวิจัยพันธุ์ข้าวมากขึ้น เพราะทุกประเทศเล็งเห็นว่าหากต้องการลดต้นทุนหรือการแข่งขันจะสู้กันได้ พันธุ์ที่ใช้ในการเพาะปลูกจะต้องให้ผลผลิตดี โดยเฉพาะจีนต้องยอมรับว่าเป็นประเทศที่มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวไปได้เร็วกว่าไทยมาก เพราะรัฐบาลทุ่มงบประมาณกับงานวิจัยพันธุ์ข้าวในทุกด้าน

การให้ความสำคัญกับงานวิจัยได้เริ่มลดน้อยลง เห็นได้จากการจัดสรรงบประมาณงานวิจัยลดเหลือเพียงปีละ 300 ล้านบาท และเชื่อว่าจะลดลงเรื่อย ๆ จากนี้ไป ดังนั้น งานวิจัยพันธุ์ข้าวของไทยคงจะสู้คู่แข่งลำบากมากในอนาคต งานวิจัยที่เดินหน้าไม่ได้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะบุคลากรมีไม่เพียงพอ 4 – 5 ปี ที่ผ่านมาไม่เคยมีการเพิ่มบุคลากรด้านนี้เข้ามาเลย ที่มีอยู่อายุก็มากแล้ว งานวิจัยสมัยใหม่น่าจะมีผู้ที่อายุน้อยร่วมทีมมากกว่า ส่งผลให้การพัฒนาล่าช้าไปด้วย งานวิจัยแต่ละครั้งต้องใช้เวลาอย่างน้อย 5 – 10 ปี ถ้าเป็นเช่นนี้ในอีกไม่ช้าประเทศคู่แข่งก็จะพัฒนาหนีไทยไป

จากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้แต่ละประเทศสามารถผลิตข้าวได้มากขึ้น และปลูกข้าวในเขตชลประทานได้ถึง 5 ครั้งในช่วง 2 ปี จนทำให้ข้าวออกสู่ตลาดมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค จนเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกตกต่ำ จนเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกตกต่ำ จนทำให้รัฐบาลแต่ละประเทศต้องใช้เงินจำนวนมหาศาลในการแทรกแซงราคาข้าว

“ซุปเปอร์ไรซ์” ที่นักวิจัยของสถาบันวิจัยข้าวนานาชาติหรืออีร์รีได้ค้นพบเป็นรูปแบบข้าวซุปเปอร์ไรซ์ที่มีคุณสมบัติหุงต้มดี ผลผลิตต่อไร่สูง ถือเป็นเรื่องที่ดีต่อวงการวิจัยข้าว ที่เป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงเมื่อเทียบกับสายพันธุ์อื่นในขณะนี้ อย่างไรก็ตามทางสถาบันวิจัยข้าวของไทยจะต้องนำพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์มาวิจัยเพื่อต่อยอดเช่นกัน โดยจะนำมาผสมกับข้าวพันธุ์พื้นเมืองของไทยที่มีคุณสมบัติเด่นเฉพาะตัว โดยเชื่อว่าข้าวของไทยน่าจะดีกว่าของประเทศอื่น ๆ

สำหรับผลผลิตต่อไร่ของข้าวไทยปัจจุบันเฉลี่ยจะอยู่ในระดับ 340 – 350 กก. ต่อไร่ หากเป็นข้าวนาปีจะให้ผลผลิตมากประมาณ 650 กก.ต่อไร่ ข้าวนาปรังเขตพื้นที่ชลประทานจะให้ผลผลิตอยู่ที่ระดับ 700 กก. ต่อไร่ ถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตข้าวด้วยกันที่ผลิตได้ถึงไร่ละ 900 – 1,000 กก.ต่อไร่ขึ้นไป สถาบันวิจัยข้าวได้ให้การสนับสนุนการเพาะปลูกข้าวอยู่ในขณะนี้ มีอยู่ 77 พันธุ์ ซึ่งได้จัดแยกตามความเหมาะสมของพื้นที่ในการเพาะปลูก

ในระยะหลังรัฐบาลให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวได้เปลี่ยนไปเนื่องจากความไม่แน่นอนของนโยบายของรัฐบาลมีการเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยครั้ง งานวิจัยจึงไม่ต่อเนื่อง ขณะที่รัฐบาลกลับไปให้ความสนใจในเรื่องของราคาเป็นหลัก อาจด้วยเหตุผลทางการเมืองบางอย่าง จนทำให้งานวิจัยได้รับความสำคัญลดลง นอกจากนั้นตลาดต่างประเทศยังเกิดปัญหาความสับสนระหว่างข้าว “จัสมาตี” กับข้าว “จัสมิน” ที่บริษัท ไรซ์เทค ของสหรัฐได้นำชื่อ “จัสมาตี” ไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จนทำให้ผู้บริโภคสับสนว่า “ข้าวจัสมาตี” หรือข้าวจัสมิน คือข้าวหอมมะลิของไทย แต่ที่แท้จริงเพราะผู้บริโภคยังคุ้นเคยกับข้าวจัสมินอยู่แม้ว่ารัฐบาลไทยจะใช้คำว่า “Thai Hom Mali Rice” แทน “Jasmine Rice” ในการส่งออกข้าวหอมมะลิแล้วก็ตาม

ดังนั้นทางด้านการผลิตควรนำเอาแผนยุทธศาสตร์ข้าวเข้ามาพัฒนา คือ

1. การเร่งเพิ่มผลผลิตต่อไร่เพื่อให้ต้นทุนการผลิตข้าวต่ำลง จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดโลกได้
2. การสร้างยุ้งฉางตลอดจนไซโลอบพืช เพื่อให้เกษตรกรไม่ต้องเร่งขายผลผลิตในช่วงต้นฤดูกาลการผลิต ส่วนการสร้างไซโลจะเป็นการช่วยลดความชื้นของข้าว ซึ่งเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพของข้าวที่ได้ผล ทำให้ราคาข้าวสูงขึ้นกว่าในปัจจุบัน รวมทั้งการส่งเสริมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของข้าว

ด้านตลาด

การส่งออกข้าวของไทย จะต้องเน้นคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน พร้อมกับขึ้นบัญชีดำสำหรับผู้ส่งออกข้าวไทยที่ปลอมปนข้าวหอมมะลิส่งออก และยังต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ว่าข้าวเป็นอาหารสุขภาพอย่างแท้จริงเพื่อขยายตลาดคนผิวขาว เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ง่ายต่อการบริโภค เช่นข้าวพร้อมบริโภค พร้อมประชาสัมพันธ์ในร้านอาหารไทยในต่างประเทศ รายการทางโทรทัศน์ วารสาร นิตยสารที่เกี่ยวข้อง และประชาสัมพันธ์สัญลักษณ์ “Thai Hom Mali Rice” ด้วย

สถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกข้าวของโลก โดยปริมาณสำรองข้าวโลกลดลง 15 ล้านตัน โดยมีเวียดนาม อินเดีย เป็นคู่แข่งสำคัญ ขายข้าวตัดราคา ขณะที่ ปริมาณการส่งออกของไทยทรงตัว การประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของผลผลิตข้าวทั่วโลกปี 2546 ว่าอยู่ที่ระดับ 394.5 ล้านตัน เกือบจะไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2544/2545 พร้อมประมาณจำนวนข้าวสำรองจะลดลงเช่นกันในปี 2546 จะปรับตัวลง 15.3 ล้านตัน เหลือ 109 ล้านตัน ขณะที่การบริโภคทั่วโลกเติบโตขึ้น 2.5 ล้านตัน เป็น 409.8 ล้านตัน

ประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก ตัวเลขการส่งออกสำหรับปี 2546 คาดว่าจะยังอยู่ที่ระดับเดิม 7.5 ล้านตัน ส่วนผลผลิตคาดว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากปัจจุบัน

ประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่าตัวเลขการส่งออกปี 2546 จะลดลงจากปี 2544/2545 ประมาณ 50,000 ตัน โดยการส่งออกปีนี้ของสหรัฐคาดว่าจะอยู่ที่ 2.9 ล้านตัน ส่วนผลผลิตรวมในปี 2546 คาดว่าจะอยู่ที่ระดับ 6.4 ล้านตัน ซึ่งต่ำกว่าผลผลิต ปี 2544/2545 จำนวน 379,000 ตัน

ประเทศเวียดนาม ปี 2546 คาดว่าการส่งออกจะเพิ่มเป็น 3.25 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2544/2545 ประมาณ 450,000 ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการแข่งขันด้านราคากับอินเดีย โดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำ ส่วนผลผลิตรวมคาดว่าจะคงเดิมที่ 20.5 ล้านตัน

ประเทศจีน ในปี 2546 คาดว่าการส่งออกจะเพิ่มขึ้น 500,000 ล้านตัน จากปัจจุบันเป็น 2 ล้านตัน ส่วนผลผลิตคาดว่าจะลดลง ขณะที่ปริมาณการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ส่วนปริมาณสำรองข้าวของจีนจะลดลงประมาณ 13.5 ล้านตัน อยู่ที่ระดับ 69 ล้านตัน

ประเทศอินเดีย คาดว่าจะยังคงเป็นผู้ที่มีบทบาทในการส่งออกข้าวในตลาดโลก โดยคาดว่าตัวเลขการส่งออกข้าวในปี 2546 จะยังคงใกล้เคียงกับปัจจุบันซึ่งอยู่ที่ระดับ 4.5 ล้านตัน อันเป็นผลมาจากนโยบายการแข่งขันด้านราคารวมทั้งปริมาณข้าวที่เก็บสต็อกไว้ ซึ่งจะมีปริมาณที่สูงกว่าการบริโภค จึงจำเป็นต้องมีการส่งออก

ประเทศอียิปต์ คาดว่าการส่งออกข้าวไป 2546 ยังคงอยู่ที่ระดัง 500,000 แสนตัน เนื่องจากอียิปต์ยังคงแข่งขันด้านราคาข้าวกับตรุกี ส่วนการส่งออกข้าวของพม่าในปี 2545/2546 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 250,000 ตัน เป็น 1.5 ล้านตัน อันเป็นผลมากจากการใช้นโยบายการแข่งขันด้านราคาและปริมาณข้าวในสต็อกที่มีอยู่

สำหรับประเทศที่ต้องนำเข้าข้าวในปี 2545/2546 ในส่วนของอเมริกาเหนือ ซึ่งมีผู้นำเข้าข้าวหลัก 2 ประเทศ คือ สหรัฐและเม็กซิโก โดยในส่วนของสหรัฐอเมริกา นำเข้าข้าวจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากปี 2545 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 430,000 ตัน

ทางด้านเม็กซิโก คาดว่าจะยังคงเป็นผู้นำเข้าข้าวเปลือกรายสำคัญจากสหรัฐ โดยคาดการณ์ว่าปริมาณนำเข้าข้าวดังกล่าวยังอยู่ที่ระดับ 500,000 ตัน สำหรับละตินอเมริกา คาดว่าปริมาณนำเข้าข้าวจะลดลง 100,000 ตัน เหลือ 2 ล้านตัน เนื่องมาจากผลผลิตภายในภูมิภาคเพิ่มขึ้น จากเดิมที่คาดว่าจะอยู่ที่ 14.4 ล้านตัน เพิ่มขึ้นอีก 250,000 ตัน

ประเทศบราซิล ปริมาณนำเข้าข้าวจะลดลง 200,000 ตัน เนื่องจากผลผลิตภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นและในส่วนของตะวันออกกลาง ปริมาณการตัวเลขผลผลิตในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ปริมาณนำเข้าข้าวในภูมิภาคนี้ในปี 2546 จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณข้าวในสต็อกอยู่ในระดับต่ำ ในส่วนของซาอุดีอาระเบียคาดว่าจะยังคงนำเข้าข้าวอยู่ที่ระดับเดิม คือ 1 ล้านตัน

สำหรับประเทศอื่น ๆ ในทวิปแอฟริกา เนื่องจากตัวเลขคาดการณ์ด้านผลผลิตข้าวในปี 2545/2546 ที่ลดลง จึงประมาณการว่าปริมาณข้าวสำรองในแอฟริกายังจะคงลดลงด้วย ในส่วนไนจีเรีย คาดการณ์ว่าปริมาณนำเข้าข้าวปี 2546 จะอยู่ที่ 1.5 ล้านตัน ขณะที่ เซเนกัล คาดว่าจะลดลง 250,000 ตัน เหลือ 750,000 ตัน เนื่องจากปีนี้มีการนำเข้าข้าวสูงถึง 900,000 ตัน

ส่วนเอเชียใต้ คาดการณ์ว่าปริมาณการผลิต ปริมาณนำเข้าข้าวและปริมาณข้าวสำรองในภูมิภาคจะเพิ่มขึ้น ส่วนปริมาณการบริโภคคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยโดยคาดว่าปริมาณนำเข้าข้าวในปี 2546 ของบังกลาเทศอยู่ที่ 500,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีนี้ 100,000 ตัน ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณสำรองข้าวอยู่ในระดับต่ำและผลผลิตในประเทศสำหรับปี 2545/2546 เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

ประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย คาดว่าปริมาณนำเข้าข้าวในเอเชีย จะเพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นปีที่ 3 เนื่องจากปริมาณการผลิตที่ลดลง ขณะที่การบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณสำรองข้าวกลับลดลง 17 ล้านตัน เหลือ 80 ล้านตัน โดยอินโดนีเซีย คาดว่าจะยังคงนำเข้าข้าวในปริมาณสูงอยู่ ส่วนฟิลิปปินส์ ปริมาณนำเข้าข้าวคงที่แม้ผลผลิตจะลงลงแต่ปริมาณสำรองข้าวเพิ่มขึ้น

ดังนั้น ทางด้านการตลาดควรแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ สำหรับทางด้านการส่งออกข้าวนั้นมีการเร่งสร้างความร่วมมือเป็นกลุ่มของประเทศผู้ส่งออกข้าว คือการจัดตั้งคณะมนตรีว่าด้วยความร่วมมือค้าข้าว (Council on Rice Trade Cooperation : CRTC) เพื่อแก้ปัญหาการตัดราคาข้าวกันเองในตลาดโลก และรักษาระดับข้าวให้มีเสถียรภาพ

ด้านการเงิน เนื่องจากการประกอบธุรกิจส่งออกข้าวต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเป็นจำนวนเงินที่สูงในการซื้อข้าวจากนายหน้า (หยง) ที่นำข้าวมาเสนอขาย ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการขอวงเงินกู้เพื่อการส่งออก หรือทำ แพ็คกิ้ง เครดิต (Packing Credit) และผู้ส่งออกข้าวยังต้องให้เครดิตเทอม แก่ผู้ซื้อต่างประเทศด้วย อีกทั้งยังต้องหาสถานที่เพื่อจัดเก็บรักษาข้าวไว้ในโกดัง หรือไซโล ทำให้กิจการต้องมีเงินทุนหมุนเวียนในจำนวนเงินที่สูง ซึ่งปัจจุบันสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ก็มีความเข้มงวดในการพิจารณาวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้า

แนวทางพัฒนาตลาดข้าวไทย

หากพิจารณาศักยภาพการผลิตข้าวของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน อินเดีย และเวียดนาม ในด้านปัจจัยทางด้านธรรมชาติ และโครงสร้างพื้นฐานการผลิตข้าว พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ นั้นไทยจัดเป็นประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่ต่ำ ถ้ายังไม่รีบเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอาจจะทำให้ประเทศไทยไม่สามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกข้าวของโลกไว้ได้ เนื่องจากไทยยังมีอุปสรรคเกี่ยวกับพื้นที่เพาะปลูกที่ลดลงการส่งออกข้าวของไทยจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาแนวทางให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และสังคมโลก และต้องกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบของการค้าส่งออกในอนาคต โดยแบ่งความสำคัญเป็น 2 ส่วนได้แก่

1. แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการกำหนดขอบเขตการผลิตให้ชัดเจน เป้าหมายการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคภายในประเทศ และเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคในประเทศและเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนฤดูการผลิต เพื่อไม่ทำให้ผลผลิตข้าวมีมากหรือน้อยเกินไปจนเกิดปัญหาการกำหนดขอบเขตการผลิต

ควรแบ่งเขตการผลิตให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันทางภูมิอากาศและภูมิประเทศ เช่น กำหนดเป็นเขตผลิตเพื่อการส่งออก เขตการผลิตเพื่อการบริโภคและการค้าภายในประเทศ

2. แนวทางในการพัฒนารูปแบบการส่งออกและจัดจำหน่าย เน้นการพัฒนาด้านการตลาดและการควบคุมคุณภาพสินค้าไทย โดยการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายมาตรการต่าง ๆ การรักษาตลาดเดิม และการขยายตลาดใหม่เพิ่มบทบาทในเวทีการค้าโลก สร้างอำนาจต่อการต่อรอง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์การส่งออกมุ่งให้ความสำคัญต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพระบบการผลิตและการค้าข้าว การจัดมาตรฐานสินค้าอย่างเหมาะสม การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพข้าวทุกขั้นตอน

แนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยจะยังคงสดใสต่อไปถ้าได้รับการส่งเสริมปรับปรุง และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแผนการตลาดการคมนาคมขนส่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูป การพัฒนาเครื่องหมายการค้า และการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดอย่างจริงจัง ซึ่งมีความสำคัญต่ออนาคตข้าวไทยเป็นอย่างมาก การเปิดเสรีทางการค้าในตลาดโลกมากขึ้น นำไปสู่การแข่งขันที่เข้มข้นด้วยกระแสความต้องการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิสิต ธีรสุขพิมล (2538 : 140) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย กล่าวไว้ในบทสรุปว่า ในภาวะที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การปรับปรุงเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศของไทย เป็นประเด็นสำคัญยิ่งที่ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและดำเนินการต่อเนื่อง โดยเฉพาะความสามารถในการแข่งขันของภาคที่เกี่ยวเนื่อง

กับต่างประเทศ (External Sectors) ซึ่งได้แก่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกของไทยที่ใช้แรงงานมากในการผลิต และใช้เทคโนโลยีต่ำหลายประเภท ได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศคู่แข่ง เช่นจีน และอินโดนีเซีย ขณะเดียวกัน ประเทศทั้งสองก็สามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศไปจากไทยเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ จะต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในด้านการผลิต และการส่งออก เพื่อให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้าทั้งหลาย ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยส่งออกได้มากขึ้น

จากงานวิจัยนี้ ได้วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย โดยสรุปว่า ปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านการผลิต ที่จะสามารถทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้า

พลเทพ ตัณธวัชชารมณ์ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 – 2529 โดยพิจารณาการขาดเสถียรภาพของอัตราการแลกเปลี่ยน ทางรายได้ ดัชนีปริมาณส่งออก และอัตราแลกเปลี่ยนทางการค้า โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์การส่งออกรวมและแยกเป็นรายชนิดสินค้า ส่วนการวิเคราะห์ผลกระทบนั้น จะศึกษา ผลกระทบของการขาดเสถียรภาพในการส่งออก ที่มีต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ ผลการศึกษาการส่งออกรวม ปรากฏว่า สาเหตุสำคัญของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไทย มาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นสาเหตุหลัก โดยการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทานเป็นสาเหตุรอง และในงานวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่า สินค้าข้าว อัญมณี เครื่อง
ประดับ กุ้งสดแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋อง มีสาเหตุการขาดเสถียรภาพมาจากทางด้านอุปทานเป็นหลัก ทั้งนี้ เพราะวัตถุดิบ รวมถึงกระบวนการในการผลิตต้องพึ่งพาสภาพดิน ฟ้า อากาศ และแรงงานที่มีฝีมือเป็นสำคัญ

จากงานวิจัยดังกล่าว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการขาดเสถียรภาพในการส่งออกข้าวคือปัจจัยทางด้านอุปทาน

ทรงศรี อัครางกูร (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดุลการค้าของไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อดุลการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายที่จะมีต่อดุลการค้า ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วง พ.ศ. 2511 – 2538 โดยพิจารณาทั้งทางด้านอุปทานการส่งออก และอุปสงค์การนำเข้า จะแยกศึกษาเป็นรายประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนี ผลการศึกษา พบว่า ในกรณีของสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก ได้แก่ รายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาในปีก่อน และดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง

จากงานวิจัยนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา คือรายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาในปีก่อน และดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง

ดร.อัมมาร สยามวาลาและคณะ (2537:บทคัดย่อ) ศึกษาอนาคตข้าวไทยในระยะ 10 ปีข้างหน้า โดยการศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์ แนวโน้มการผลิตและการบริโภคข้าวของโลก ศึกษาผลกระทบของนโยบายการค้าโลก ศึกษาศักยภาพการส่งออกข้าวของไทย ศึกษาการแทรกแซงของรัฐในปีการตลาด 2535/2536 ศึกษาอนาคตของข้าวไทยสำหรับภาคเอกชน ศึกษามาตรการของรับเพื่ออนาคตของชาวนา

จากงานวิจัยนี้ สรุปได้ว่า อุปทานข้าวในทศวรรษหน้าของไทยน่าจะอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น สภาพดินฟ้าอากาส ราคาที่ระดับฟาร์มของข้าว อุปทานของที่เพาะปลูกอาจลดลงเพราะลดพื้นที่ปลูกข้าว

กลุ่มวิจัยการตลาด กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2540:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการใช้ยุ้งฉางเพื่อรักษาระดับราคาข้าว เป็นการศึกษาในเชิงพรรณาเกี่ยวกับ การทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จำเป็นต่อการพิจารณา ตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย หรือมาตรการต่าง ๆ ที่เหมาะสมเกี่ยวกับการใช้ยุ้งฉางข้าวเพื่อรักษาระดับข้าวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการศึกษาสถานการณ์ข้าวในปัจจุบันทำให้รัฐบาลต้องกำหนดมาตรการช่วยเหลือ และเป็นการศึกษานโยบายและมาตรการในการแก้ไขปัญหาราคาข้าว

สุปิยา จันทรเสนา (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษานโยบายข้าวของรัฐบาลไทยระหว่าง พ.ศ. 2504 – 2529 กล่าวถึงนโยบายการผลิตและการค้าข้าวของรัฐบาล นับว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศมากที่สุด ผลจาการดำเนินนโยบายส่งเสริมการผลิตของรัฐบาล ทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตข้าวได้เพิ่มมากขึ้นจนเพียงพอแก่การบริโภคภายในประเทศ และแหลือส่งไปขายยังต่างประเทศ แต่ในแง่อัตราการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ของไทยยังอยู่ในราคาที่ต่ำ ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการขยายเนื้อที่เพาะปลูกออกไป

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยและองค์ประกอบหลายประการ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณของวัตถุดิบ ราคาสินค้าภายในประเทศ โควต้าการส่งออก การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศหลาย ๆ ทฤษฎี โดยนำทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ของ Micheal E. Porter มาเป็นหลักในการวิจัย เนื่องจากทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ได้กล่าวถึง แนวความคิดที่ว่าการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้านั้นขึ้นกับปัจจัยด้านราคา ซึ่งจะพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการโครงสร้างและสภาพการแข่งขัน และการวิเคราะห์ศึกษาโดยละเอียดในทุก ๆ ปัจจัยของสภาพแวดล้อมย่อมเป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก เพราะสภาพแวดล้อมนั้นครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย การศึกษาในปัจจัยเหล่านี้จึงกระทำได้ในมุมกว้างเท่านั้น ด้วยการสร้างระบบรวบรวมข่าวสารในองค์การเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในส่วนที่ค่อนข้างเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในขณะเดียวกัน องค์การธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้หันมาเน้นการวิเคราะห์ในส่วนของสภาพแวดล้อมที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด และจะมีผลกระทบต่อองค์การธุรกิจมากที่สุดซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์การแข่งขันในระดับของอุตสาหกรรมซึ่งองค์การธุรกิจได้ทำการแข่งขันอยู่ในปัจจุบัน ทำให้การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำตัวแปรเหล่านี้มาเป็นตัวแปรอิสระ ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก

ดังนั้นในการกล่าวมาข้างต้น จะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการ

แก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดย ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในฐานะที่เป็นตัวแปรตามและมีตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศเป็นตัวแปรต้น อันจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ผู้วิจัยคาดว่าจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ทั้งนี้เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่บริษัท องค์การธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบในลักษณะที่แตกต่างกัน จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาว่าตัวแปรดังกล่าวจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างไร ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการตั้งและพิสูจน์สมมติฐานต่อไป

จากแนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของ Micheal E. Porter ซึ่งเป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านราคาและปัจจัยที่มิใช่ราคา ซึ่งการพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะต้องพิจารณาถึงสาเหตุของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน 4 ตัว คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการโครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ซึ่งปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ได้แก่ คุณภาพของข้าว ปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศ ราคาข้าวภายในประเทศ โควต้าการส่งออกข้าว และปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งการวิจัยนี้จะศึกษาจากบริษัทและองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจส่งออกข้าวไปขายยังต่างประเทศ อันจะประโยชน์ต่อบริษัทผู้ส่งออกเอง และยังเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐบาลในการวางนโยบายการส่งออกข้าวและการบริโภคข้าวภายในประเทศต่อไปด้วย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้ส่งออกข้าวที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกข้าวของไทยที่มียอดการส่งออกข้าวในรอบปี 2544 ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม 2544 – 31 ธันวาคม 2544 ซึ่งได้รายชื่อจาก กรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศด้วย มีจำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 137 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรเป้าหมาย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 137 ราย

2. วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Study) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก โดยใช้การวิเคราะห์ตัวประกอบ

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาหาปัจจัยที่มีส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ คำถามปลายปิดและปลายเปิด (Open – Ended Response Question) ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) นำมาประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร พนักงานในองค์กร ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ ประเภทของลูกค้า ภูมิภาคของการส่งออกข้าว ชนิดของข้าว และแหล่งวัตถุดิบ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 8 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก ใน 2 ด้าน

- ด้านปัจจัยภายในประเทศ แบ่งเป็น คุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณของวัตถุดิบ ราคาสินค้าภายในประเทศ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 13 ข้อ
- ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ แบ่งเป็น การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพ ของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 12 ข้อ

เป็นการวัดข้อมูลแบบ Likert Scale เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทย เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าของลิเคอร์ท (Likert) สเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขที่แทนความหมายในทางลบที่สุด

โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

4 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

3 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของปริมาณการส่งออกด้วยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้วิธีการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้น ตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นการแปลความหมายสามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 6 ข้อ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ

คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก เป็นการวัดข้อมูลแบบ Likert Scale เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทย เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าของลิเคอร์ท (Likert) สเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขที่แทนความหมายในทางลบที่สุด

โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
4 หมายถึง เห็นด้วยว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
3 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของปริมาณการส่งออกด้วยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้วิธีการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้น ตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นการแปลความหมายสามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

2.2 แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบและเสนอแนะ

2.3 ทดสอบแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบเบื้องต้น (Try Out) กับผู้ส่งออกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .8576 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยจะกระทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้จัดทำหนังสือแนะนำตัว และขอความร่วมมือ เพื่อใช้ประกอบในการจัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้ส่งออกเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางโทรสาร และติดตามโดยทางโทรศัพท์เพื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วกลับมาทำการวิเคราะห์

3.3 เมื่อผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Try Out) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Alpha Cronbach Coefficient) โดยมีค่าเท่ากับ .8576 ซึ่งค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง
3. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
5. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Windows โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลทั่วไปกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออกไทย รวมทั้งวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติ 2 ประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistics) โดยใช้สูตรดังนี้

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$= \frac{X}{N}$$

เมื่อ = แทน ค่าเฉลี่ยของประชากร

X = แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

= แทน ขนาดของประชากร

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$= \sqrt{\frac{\sum_{i\ 1}^{N} (Xi\quad)^2}{N}}$$

เมื่อ = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของประชากร

Xi = ข้อมูลดิบ

= ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของประชากร

= จำนวนประชากร

1.4 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Relaibility) เพื่อประสิทธิผลของแบบสอบถามที่จะให้มีความถูกต้อง (Accuracy) เชื่อถือได้ (Dependability) ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัคอัลฟ่า (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 161)

$$\text{cronbach's alpha} = \frac{k\ \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1+(k-1)\ \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

โดยที่ k = จำนวนคำถาม

covariance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

variance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจะใช้สถิติ ดังนี้

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 107)

$$r_{xy} = \frac{n \quad xy \quad (\quad x)(\quad y)}{\sqrt{[n \quad x^2 \quad (\quad x)^2][N \quad y^2 \quad (\quad y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y

x แทน ผลรวมของค่าตัวแปร X

y แทน ผลรวมของค่าตัวแปร Y

x^2 แทน ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X

y^2 แทน ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y

xy แทน ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y

n แทน จำนวนคู่ของค่าตัวแปรหรือจำนวนสมาชิกในกลุ่ม

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ (วีนัส ฤาชัย.2543,น.14-17) ตัวอย่างเช่น

หาก	ค่า r < 0	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
	ค่า r > 0	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
	ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
	ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
	ค่า r = 0	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์กำหนด ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ . 2544 : 316)

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.7	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.3 – 0.7	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ถ้าค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0	แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

2.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่มใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis Of Variance)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

MS_b แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)

การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 161)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ *LSD* แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ

MSE แทน ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ

n แทน ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

การทดสอบสมมุติฐาน

1. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกข้าว ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ชนิดของข้าวที่ส่งออก และภูมิภาคของการส่งออกข้าว ส่งผลกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) อธิบายค่าความแตกต่าง ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

2. ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของข้าวภายในประเทศ คุณภาพของข้าวที่ส่งออก ปริมาณผลผลิตข้าวภายในประเทศ และโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยภายในประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในทัศนะของผู้ส่งออก ซึ่งผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ 5 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนด สัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ขนาดของประชากร
	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของประชากร (Mean)
	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าใช้พิจารณา F-Distriibution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอนตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออก ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร จำนวนพนักงานในบริษัท/องค์กร ระยะเวลาประกอบกิจการ ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ ชนิดของพันธุ์ข้าวที่มีการส่งออก ตลอดจนถึงแหล่งผลิตข้าวของประเทศ โดยการแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออก

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบกิจการ		
บริษัทมหาชนจำกัด	1	0.7
บริษัทจำกัด	135	98.6
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	1	0.7
รวม	137	100.0
2. ขนาดการลงทุนของบริษัท		
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	57	41.6
5 – 12 ล้านบาท	51	37.2
มากกว่า 12 ล้านบาท	29	21.2
รวม	137	100.0
3. จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่า 50 คน	90	65.7
50 – 100 คน	39	28.5
มากกว่า 100 คน	8	5.8
รวม	137	100.0
4.ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ		
น้อยกว่า 5 ปี	0	0
5 – 12 ปี	19	13.9
มากกว่า 12 ปี	118	86.1
รวม	137	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้		
ผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทน	45	32.8
ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ	69	50.4
ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ	23	16.8
รวม	137	100
6. ภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้		
เอเชีย	39	28.5
ตะวันออกกลาง	49	35.8
ยุโรป	21	15.3
แอฟริกา	9	6.6
โอเชียนเนีย	19	13.9
รวม	137	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 137 ราย แยกตามลักษณะของผู้ส่งออก ได้ดังนี้

รูปแบบกิจการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด มีจำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.6 รูปแบบบริษัทมหาชนจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัด มีจำนวน อย่างละ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7 โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด

ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ผลการวิเคราะห์พบว่า บริษัทมีขนาดการลงทุนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.6 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดการลงทุนระหว่าง 5 – 12 ล้านบาท มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.2 และ มากกว่า 12 ล้านบาท มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีขนาดการลงทุนของบริษัทและทรัพย์สินถาวรน้อยกว่า 5 ล้านบาท รองลงมาคือ 5-12 ล้านบาท และมากกว่า 12 ล้านบาทตามลำดับ

จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กร ผลการวิเคราะห์พบว่า จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กร น้อยกว่า 50 คน มีจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.7 และ 50 – 100 คน มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 และมากกว่า 100 คน มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 โดยส่วนใหญ่จำนวนพนักงานในบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนน้อยกว่า 50 คน รองลงมาคือ 50 - 100 คน และ มากกว่า 100 คนตามลำดับ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ 5 – 12 ปี มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.9 และมากกว่า 12 ปี มีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.1 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาประกอบธุรกิจมากกว่า12 ปี และสุดท้ายคือ 5-12 ปี

ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.4 และลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทนจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.8 และลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8 โดยส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นผู้ค้าส่งในประเทศ รองลงมาคือลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าหรือเป็นตัวแทน และลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ ตามลำดับ

ภูมิภาค (ทวีป) ที่ส่งสินค้าไปให้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ภูมิภาค (ทวีป) ที่ส่งสินค้าไปให้ลูกค้าคือตะวันออกกลาง จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.8 เอเชีย จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ทวีปยุโรป 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 ทวีปโอเชียนเนีย 19 รายคิดเป็นร้อยละ13.9 และทวีปแอฟริกาจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.6 โดยส่วนใหญ่ภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ลูกค้าคือตะวันออกกลาง รองลงมาคือทวีปเอเชีย และทวีปยุโรป ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของชนิดของข้าวที่ส่งออก

ชนิดของข้าวที่ส่งออก	ปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			แปลผล
ข้าวขาว	83	45	1	8	0	4.48	0.79	มากที่สุด
ข้าวกล้อง	1	7	37	79	13	2.30	0.74	น้อย
ข้าวเหนียวขาว	0	34	48	40	15	2.74	0.96	ปานกลาง
ข้าวนึ่ง	7	26	35	37	32	2.56	1.19	น้อย

จากตาราง 2 พบว่าชนิดของข้าวที่ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ข้าวขาวโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ข้าวเหนียวขาวส่งออกในระดับปานกลางค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ข้าวนึ่งและข้าวกล้องส่งออกในในระดับน้อยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 และ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของแหล่งผลิตของข้าวส่วนใหญ่ที่ส่งออก

ชนิดของข้าวที่ส่งออก	ปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			แปลผล
ภาคกลาง เช่นปทุมธานี อยุธยา สุโขทัย	40	47	36	2	12	3.74	1.16	มาก
ภาคตะวันออก เช่น จันทบุรี ฉะเชิงเทรา	0	10	31	49	47	2.03	0.93	น้อย
ภาคเหนือ เช่น พิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่	1	39	41	40	16	2.77	1.01	ปานกลาง
ภาคใต้ เช่น ชุมพร ระนอง นครศรีธรรมราช	0	4	22	38	73	1.68	0.85	น้อยที่สุด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น อุบลราชธานี	31	39	47	18	2	3.57	1.02	มาก

จากตาราง 3 พบว่าผู้ส่งออกมีแหล่งผลิตของข้าวมาจากภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ 3.57 ภาคเหนือในระดับปานกลางค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ภาคตะวันออกในระดับน้อยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 และภาคใต้ในระดับน้อยที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

ปัจจัยภายในประเทศ	ระดับความเห็น		
			แปลผล
1. ด้านคุณภาพของข้าว	4.21	0.37	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านปริมาณของข้าว	3.76	0.29	เห็นด้วย
3. ด้านราคาข้าวภายในประเทศ	4.01	0.31	เห็นด้วย
4. ด้านโควตาการส่งออกข้าว	3.58	0.75	เห็นด้วย
รวม	3.89	0.21	เห็นด้วย

จากตาราง 4 พบว่าภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าปัจจัยด้านคุณภาพของข้าวส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนปัจจัยด้านปริมาณของข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควตาการส่งออกข้าวผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทย มีค่าเฉลี่ย 3.76 , 4.01 และ 3.58 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านคุณภาพข้าว

ด้านคุณภาพของข้าว	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับความเห็น		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว	60	38	14	24	1	4.29	0.9	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก	30	87	34	16	0	4.12	0.75	เห็นด้วย
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ	63	3	32	33	6	4.21	0.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม						4.21	0.37	เห็นด้วย

จากตาราง 5 แสดงปัจจัยด้านคุณภาพข้าวที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าด้านการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนการใช้ยาปราบศัตรูพืชเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่ง

ออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านปริมาณของข้าว

ด้านปริมาณของข้าว	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับความเห็น		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การเกิดโรคระบาดของข้าว	21	77	25	11	3	3.91	0.66	เห็นด้วย
ภูมิอากาศที่แปรปรวน	12	85	24	14	2	4.03	0.75	เห็นด้วย
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี	2	11	83	15	6	3.38	0.75	ไม่แน่ใจ
รวม						3.76	0.29	เห็นด้วย

จากตาราง 6 แสดงปัจจัยด้านปริมาณข้าวที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการเกิดโรคระบาดของข้าว และภูมิอากาศที่แปรปรวนส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การเกิดโรคระบาดของข้าว และภูมิอากาศที่แปรปรวน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น ส่วนการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับไม่แน่ใจ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านราคาข้าวภายในประเทศ

ด้านราคาข้าวภายในประเทศ	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ	12	76	25	22	2	4.02	0.69	เห็นด้วย
ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น	7	67	36	15	12	3.72	1.04	เห็นด้วย
ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง	1	91	20	16	9	3.98	0.92	เห็นด้วย
การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ	28	82	11	9	7	4.18	0.7	เห็นด้วย
ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ	45	75	9	8	0	4.15	0.78	เห็นด้วย
รวม						4.01	0.31	เห็นด้วย

จากตาราง 7 แสดงปัจจัยด้านราคาข้าวภายในประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่ากำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ราคาข้าวในประเทศที่สูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ และความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ,3.72, 3.98, 4.18 และ 4.15 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ

ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านโควตาการส่งออกข้าว

ด้านโควตาการส่งออกข้าว	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับความคิดเห็น		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
มีกำหนดโควตาปริมาณการส่งออกข้าว	3	70	12	38	14	3.65	0.86	เห็นด้วย
โควตาการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป	3	81	22	18	13	3.51	0.86	เห็นด้วย
รวม						3.58	0.75	เห็นด้วย

จากตาราง 8 แสดงปัจจัยด้านโควตาการส่งออกข้าว ที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการกำหนดโควตาปริมาณการส่งออกข้าว และโควตาการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.51 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว และโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

ปัจจัยภายนอกประเทศ	ระดับ		
			แปลผล
ด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการส่งออก	3.73	0.57	เห็นด้วย
ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	4.01	0.61	เห็นด้วย
ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ	3.82	0.51	เห็นด้วย
ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	3.86	0.32	เห็นด้วย
ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	4.25	0.97	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	3.94	0.97	เห็นด้วย

จากตาราง 9 พบว่าภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการ

ส่งออก ส่วนสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ และ ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.73, 4.01, 3.82 และ 3.86 ตามลำดับ ส่วนความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการส่งออก

ด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้า	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน	22	77	22	28	8	4.02	0.74	เห็นด้วย
ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว	8	74	37	14	4	3.85	0.92	เห็นด้วย
ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	11	14	72	19	1	3.36	0.67	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 10 แสดงปัจจัยด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน และประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าวส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 3.85 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคมีการตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น ส่วนผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับไม่แน่ใจ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	6	64	26	20	12	3.89	0.84	เห็นด้วย
ความเชื่อมั่นทางเศรษกิจของประเทศคู่ค้า	10	72	22	27	6	4.14	0.72	เห็นด้วย

จากตาราง 11 แสดงปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า และความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

ของประเทศคู่ค้าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 4.14 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าและความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ

ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค	0	97	9	27	4	3.53	0.59	เห็นด้วย
ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย	10	76	25	16	10	3.74	1.06	เห็นด้วย
ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น	68	50	14	5	0	4.22	0.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง12 แสดงปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.74ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง

ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย	24	46	48	15	4	4.13	0.76	เห็นด้วย
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง	16	67	33	19	2	3.56	0.92	เห็นด้วย
ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย	22	44	41	18	12	3.93	0.85	เห็นด้วย

จากตาราง 13 แสดงปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง และประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13, 3.56 และ 3.93 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง และประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกคือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์	62	58	8	3	6	4.25	0.97	เห็นด้วย

จากตาราง 14 แสดงปัจจัยด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกพบว่าการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกัลดอลลาร์ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกคือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต และตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามตารางที่ 15-17

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของของแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	ระดับความเห็น					ระดับ		
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			แปลผล
ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก	15	86	36	0	0	3.85	0.59	เห็นด้วย
ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย	35	84	17	1	0	4.11	0.63	เห็นด้วย
ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับข้าวจากประเทศไทย	40	80	16	1	0	4.16	0.64	เห็นด้วย
การเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทย	3	7	81	33	13	2.73	0.81	ไม่แน่ใจ
นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย	25	70	41	1	0	3.87	0.71	เห็นด้วย
แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้	27	66	42	2	0	3.86	0.74	เห็นด้วย
รวม						3.70	0.67	เห็นด้วย

จากตาราง 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกมีแนวโน้มที่ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับข้าวจากประเทศไทย นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย และ แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 4.11 ,4.16 , 3.87 และ 3.86 ตามลำดับ ส่วนการเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

ตาราง 16 แสดงจำนวน และร้อยละแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต

แนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ

เพิ่มขึ้น	106	77.37
ไม่เปลี่ยนแปลง	12	8.75
ลดลง	19	13.88
รวม	137	100.0

จากตาราง 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคตจะมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นมีจำนวน 106 รายคิดเป็นร้อยละ 77.37 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตไม่เปลี่ยนแปลงมีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตจะลดลงมีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.88

ตาราง 17 แสดงจำนวน และร้อยละตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย

ตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	110	80.30
ไม่เปลี่ยนแปลง	11	8.02
ลดลง	16	11.68
รวม	137	100.0

จากตาราง 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจำนวน 110 รายคิดเป็นร้อยละ 80.30 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลงมีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.02 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มลดลงมีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.68

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัยได้พิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในทัศนะของผู้ส่งออก ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว ได้แก่ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และใช้การทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน(Multiple Comparison) โดยวิธีทดสอบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.1 รูปแบบกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : รูปแบบกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามรูปแบบกิจการ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.06	.03	2.05	.134
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	134	1.94	.01		
	รวม	136	2.00			

N = 137

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบกิจการของผู้ส่งออกที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่ารูปแบบกิจการของผู้ส่งออกไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.2 ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	2	9.25	4.63	8.73*	.003
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	134	71.02	.53		
	รวม	136	80.27			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่าขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ขนาดการลงทุนของบริษัท		น้อยกว่า 5 ล้านบาท	5 – 12 ล้านบาท	มากกว่า 12 ล้านบาท
ในสินทรัพย์ถาวร	$\bar{x}$	3.65	3.98	4.14
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	3.65		-.33* (.011)	-.49* (.002)
5 – 12 ล้านบาท	3.98			.16(.311)
มากกว่า 12 ล้านบาท	4.14			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท กับขนาดการลงทุน 5 – 12 ล้านบาท มีค่า F-Prob. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร 5 – 12 ล้านบาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33

ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท กับขนาดการลงทุน 5 – 12 ล้านบาท มีค่า F-Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 12 ล้านบาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .49

1.3 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df.	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	2	10.17	4.02	12.45*	.000
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	134	54.72	.41		
	รวม	136	64.89			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่าลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้า	$\overline{x}$	เป็นตัวแทน 1.49	เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ 2.09	เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ 2.00
เป็นตัวแทน	1.49		-.60* (.000)	-.51* (.002)
เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ	2.09			.09(.573)
เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ	2.00			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ มีค่า F-Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .60

ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ มีค่า F-Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .51

1.4 ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามภูมิภาคของการส่งออก

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	4	6.30	1.58	3.90*	.005
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	132	61.34	.47		
	รวม	136	67.64			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบภูมิภาคของการส่งออกที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่าภูมิภาคของการส่งออกมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่ง

ออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ภูมิภาคของการส่งออก		เอเชีย	ตะวันออกกลาง	ยุโรป	แอฟริกา	โอเชียนเนีย
	$\bar{x}$	3.85	3.76	3.71	4.00	4.37
เอเชีย	3.85		0.09	0.14	-0.15	-0.52* (.006)
ตะวันออกกลาง	3.76			0.05	-0.24	-0.61* (.001)
ยุโรป	3.71				-0.29	-0.66* (.002)
แอฟริกา	4.00					-0.37
โอเชียนเนีย	4.37					

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภูมิภาคเอเชียกับภูมิภาคโอเชียนเนีย มีค่า F-Prob. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ภูมิภาคเอเชีย แตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .52

ภูมิภาคตะวันออกกลางกับภูมิภาคโอเชียนเนีย มีค่า F-Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ภูมิภาคตะวันออกกลางแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .61

ภูมิภาคยุโรปกับภูมิภาคโอเชียนเนีย มีค่า F-Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ภูมิภาคยุโรปแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .66

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ปัจจัยภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ด้านคุณภาพข้าว ด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควต้าการส่งออกข้าว มีดังนี้

2.1ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์

ปัจจัยด้านคุณภาพข้าว	0.181*	0.027	เดียวกัน	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .181 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อคุณภาพข้าวมีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านคุณภาพข้าว แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าว สำหรับการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว	.211*	.012	เดียวกัน	ต่ำ
การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก	-.186*	.028	ตรงกันข้าม	ต่ำ
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ	-.199*	.022	ตรงกันข้าม	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .211 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2. การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.186 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .022 ซึ่งซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.199 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2.2 ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านปริมาณข้าว	.294*	.004	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .294 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อปริมาณข้าวมีมากขึ้นจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านปริมาณข้าวแต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าว สำหรับการเกิดโรคระบาดข้าว ภูมิอากาศที่แปรปรวน การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การเกิดโรคระบาดของข้าว	-.129*	.026	ตรงกันข้าม	ต่ำ
ภูมิอากาศที่แปรปรวน	-.253*	.007	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี	-.286*	.002	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การเกิดโรคระบาดของข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเกิดโรคระบาดของข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ (r) มีค่าเท่ากับ .129 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำและความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดโรคระบาดของข้าวเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2. ภูมิอากาศที่แปรปรวน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภูมิอากาศที่แปรปรวนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .253 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อภูมิอากาศที่แปรปรวนเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.286 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2.3 ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านราคาข้าวภายในประเทศ	-.365*	.041	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .365 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวภายในประเทศมีราคาสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านราคาข้าวแต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 5 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าว สำหรับกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ	.099	.25	-	-
ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น	-.244*	.001	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง	-.260*	.004	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ	.336*	.001	เดียวกัน	ปานกลาง
ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ	.352*	.000	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .25 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือเมื่อกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

2. ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.244 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลงมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.260 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

4. การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .336 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

5. ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .352 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2.4 ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านโควต้าการส่งออกข้าว	.188*	.026	เดียวกัน	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณ

การส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .188 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อโควต้าการส่งออกข้าวมีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านโควต้าการส่งออกข้าว แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 2 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าว สำหรับการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว	.183*	.031	เดียวกัน	ต่ำ
โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป	.186*	.027	เดียวกัน	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. กำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า กำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .183 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อมีการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าวมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2. โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .186 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง และด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีดังนี้

3.1 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า	-.406*	.008	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.406 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สำหรับการเพาะปลูกที่ทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไป

ยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน	-.516*	.000	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว	-.498*	.000	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	-.411*	.008	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.516 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดินเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2. ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.498 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.411 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3.2 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่

ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	.491*	.002	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .491 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าดีขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 2 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า สำหรับการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	-.180*	.043	ตรงกันข้าม	ต่ำ
ความเชื่อมั่นทางเศรษกิจของประเทศคู่ค้า	.347*	.036	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.180 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการ

ส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .347 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

3.3 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ	.379*	.006	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .379 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีมากขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ สำหรับผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค	.336*	.016	เดียวกัน	ปานกลาง
ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร	-.315*	.024	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น	.403*	.003	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .016 น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .336 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2. ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.315 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .403 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

3.4 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งกับ

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	-.419*	.017	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.419 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง สำหรับประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย	.052	.716	-	-
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง	-.618*	.000	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย	-.337*	.016	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.716 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือเมื่อประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย จะไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

2. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.618 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.337 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3.5 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	-.409*	.003	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.409 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อค่าเงินบาทมีการอ่อนตัวเมื่อเทียบกับดอลลาร์ จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก ซึ่งปัจจัยภายในประเทศมุ่งศึกษา ด้านคุณภาพข้าว ปริมาณข้าว และราคาข้าวภายในประเทศ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศ มุ่งศึกษาด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ด้านประเทศคู่แข่งขัน

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกข้าวของไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยในตลาดโลกให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

3.เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยโครงการนี้จะสามารถอำนวยประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านผู้ประกอบการส่งออกข้าว สามารถนำผลการศึกษาของโครงการสารนิพนธ์นี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้

2. ด้านรัฐบาล ทำให้สามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกข้าวของไทย ในการส่งข้าวไปยังตลาดโลก ที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนา จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่จะทำให้ประเทศไทย สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ในการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกได้ และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจนสามารถครองความเป็นอันดับหนึ่ง สำหรับประเทศผู้ส่งออกข้าวของโลกได้

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทใน สินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

2. ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของข้าวภายในประเทศ คุณภาพของข้าวที่ส่งออก ปริมาณผลผลิตข้าวภายในประเทศ และโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กันแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ส่งออกข้าวที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกข้าวของไทยที่มียอดส่งออกข้าวในรอบปี 2544 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 - 31 ธันวาคม 2544 ซึ่งได้รายชื่อจากกรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และรายชื่อผู้ส่งออกจำนวน 137 รายดังกล่าวจะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรเป้าหมายซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 137 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีข้อคำถามปลายเปิด และปลายปิด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร พนักงานในองค์กร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ประเภทของลูกค้า ภูมิภาคของการส่งออกข้าว ชนิดของข้าว และแหล่งวัตถุดิบ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ใน 2 ด้าน

ด้านปัจจัยภายในประเทศ แบ่งเป็น ปริมาณข้าว ราคาข้าว โควต้าการส่งออกข้าว

ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ แบ่งเป็น การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยเป็นลักษณะคำถามปลายปิด และในส่วนข้อเสนอแนะต่างๆ เป็นคำถามปลายเปิด

2.การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและมีความสมบูรณ์ในเรื่องของการใช้ภาษา ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เมื่อนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficeient Method) ของครอนบาค (Cronbach) ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .8576

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้บริหารของบริษัทผู้ส่งออกข้าวในประเทศไทย จำนวน 137 ราย ในการตอบแบบสอบถาม โดยการจัดส่งแบบสอบถามทางโทรสาร และนำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเอง แล้วติดตามโดยทางโทรศัพท์ เพื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วกลับมาทำการวิเคราะห์

การจัดกระทำข้อมูล

1.เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้วผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2.นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3.นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจวัดความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

2. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศ พันธุ์ข้าวและแหล่งผลิตของข้าวที่ส่งออก คิดเป็นร้อยละ

3.การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศ และแนวโน้มปริมาณการส่งออก โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปตลาดโลก โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียรสัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

5. แบบสอบถามแบบปลายเปิด นำมาแจกแจงความถี่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ในทัศนะของผู้ส่งออก สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า รูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 98.6 รูปแบบบริษัทมหาชนจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 0.7 ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรลงทุนน้อยกว่า 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.6 ขนาดการลงทุนระหว่าง 5 – 12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.2 และขนาดการลงทุนมากกว่า 12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.2 จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กร น้อยกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กรจำนวน 50 – 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และจำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กรจำนวนมากกว่า 100 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ 5 – 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.9 ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจมากกว่า 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 86.1 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50.4 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทนคิดเป็นร้อยละ 32.8 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าค้าปลีกในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.8 ภูมิภาค (ทวีป) ที่ส่งสินค้าไปให้ลูกค้าคือตะวันออกกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.8 เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 15.3 ทวีปโอเชียนเนีย คิดเป็นร้อยละ13.9 และทวีปแอฟริกา คิดเป็นร้อยละ 6.6 ชนิดของข้าวที่ส่งออกมากที่สุด คือ ข้าวขาว รองลงมาคือข้าวเหนียวขาว และสุดท้ายคือข้าวนึ่งและข้าวกล้อง ตามลำดับ และแหล่งผลิตข้าวมาจากภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ปัจจัยภายในประเทศที่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก คือ ด้านคุณภาพข้าว ส่วนปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในระดับเห็นด้วย คือ ปัจจัยด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควต้าการส่งออกข้าว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76, 4.01 และ 3.58 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว, การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนเรื่องการใช้ยาปราบศัตรูพืช ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องการเกิดโรคระบาดของข้าว, ภูมิอากาศที่แปรปรวน ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนเรื่องการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ, ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น, ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง, การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ, ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02, 3.72, 3.98, 4.18 และ 4.15 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว, โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.51 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ปัจจัยภายนอกประเทศที่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก คือ ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในระดับเห็นด้วย คือ ปัจจัยด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออก ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ และด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73, 4.01, 3.82, และ 3.86 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออกที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออกที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน, และประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 3.85 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า, และเรื่องความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 4.14 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องผู้บริโภค

ต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และการที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.74 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องที่ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย เรื่องการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง และประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13, 3.56 และ 3.93 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

การวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

1.ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

2.ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

3.ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับข้าวจากประเทศไทย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

4.นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

5.แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

6.การเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต

1. เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนจะเพิ่มขึ้นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 77.37
2. เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 8.75
3. เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตจะลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.88

การวิเคราะห์ทัศนคติทีมีต่อตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทยในอนาคต

1. เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 80.30

2. เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 8.02
3. เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มลดลงในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 11.68

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว ได้แก่ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทใน สินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

รูปแบบกิจการ รูปแบบกิจการที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ของ Micheal E.Porter ที่กล่าวถึงกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัท การเงินการลงทุนว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมและการดำเนินธุรกิจ

ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกัน ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกัน มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าว ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีการจัดการที่เหมาะสมจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ด้านการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อมีการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกข้าวมากขึ้น จะส่ง

ด้านการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าว ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเกิดโรคระบาดของข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อเกิดโรคระบาดของข้าวเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านภูมิอากาศที่แปรปรวน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดภูมิอากาศที่แปรปรวนมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศ ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวของประเทศคู่แข่งสูงขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อมีการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ด้านความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าว ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อมีการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลงตาม

ปัจจัยภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ ของ Adam Smith ที่กล่าวว่า ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าประเทศอื่น ประเทศนั้นก็ควรผลิตสินค้านั้นแล้วส่งไปขายให้กับประเทศอื่นเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ของประสิทธิภาพรวมที่สูงที่สุด โดยปัจจัย

ด้านคุณภาพของข้าว ปัจจัยด้านปริมาณข้าว ปัจจัยด้านราคาข้าว มีผลต่อความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ ทั้งความได้เปรียบโดยธรรมชาติ และความได้เปรียบจากการเรียนรู้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อมีการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดินเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อเกิดความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อยลง จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ และผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคเพิ่มขึ้น และผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ด้านการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยภายนอกประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Five's Force ของ MiChael E.Porter ที่กล่าวว่า อิทธิพล 5 ประการที่มีผลต่อการแข่งขันทางการค้า ได้แก่ 1.) ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน 2.) การขู่ของภัยจากผู้เข้าสู่ตลาดใหม่ 3.) การขู่ของภัยจากสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนได้ 4.) อำนาจในการต่อรองของลูกค้า 5.) อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว ได้แก่ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

1.1 รูปแบบกิจการของผู้ส่งออกไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่ว่าจะเป็นบริษัทจำกัด บริษัทมหาชนหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด

1.2 ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก กล่าวคือกิจการที่มีเงินทุนสูงเพื่อลงทุนในสินทรัพย์ถาวรจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่มีจำนวนที่มากกว่ากิจการที่มีเงินทุนต่ำ โดยขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 5-12 ล้านบาท และขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่มากกว่า 12 ล้านบาท

1.3 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ รองลงมาคือผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทนและผู้ค้าปลีกในประเทศ โดยลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทนแตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ และลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทนแตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าปลีก

1.4 ภูมิภาคของการส่งออกข้าว ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่อยู่ในแถบตะวันออกกลาง รองลงมาคือ เอเชีย ยุโรป โอเชียนเนียและแอฟริกา ตามลำดับ โดยภูมิภาคเอเชียแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ภูมิภาคตะวันออกกลางแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ภูมิภาคยุโรปแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียเนีย และภูมิภาคแอฟริกาแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย

2.ปัจจัยภายในประเทศ ได้แก่ ด้านคุณภาพข้าว ด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ ด้านโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สรุปได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านคุณภาพข้าว แบ่งเป็น การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ จะเห็นได้ว่าการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

2.2 ปัจจัยด้านปริมาณข้าว แบ่งเป็น การเกิดโรคระบาดของข้าว ภูมิอากาศที่แปรปรวน การขาดแคลนพันธ์ข้าวที่ดี จะเห็นได้ว่าการเกิดโรคระบาดของข้าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2.3 ปัจจัยด้านราคาข้าวภายในประเทศ แบ่งเป็น กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ จะเห็นได้ว่ากำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศดีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2.4 ปัจจัยด้านโควต้าการส่งออกข้าว แบ่งเป็นการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว และโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป จะเห็นได้ว่าการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว และโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ยกเว้นด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

3.1 ปัจจัยด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า แบ่งเป็นการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเห็น

ได้ว่าการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.2 ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า แบ่งเป็น การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า จะเห็นได้ว่า การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.3 ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ แบ่งเป็น ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคต่อคนเพิ่มขึ้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.4 ปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง แบ่งเป็น ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย จะเห็นได้ว่า ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.5 ปัจจัยด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ความมุ่งหมายข้อที่ 1 ของการทำวิจัยครั้งนี้ คือเพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกข้าวของไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ความมุ่งหมายข้อที่ 2 เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก และเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศ จากการศึกษา พบว่าในทัศนะของผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นหากประเทศไทยมีการส่งเสริมด้านคุณภาพ และราคาของข้าวภายในประเทศให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมย่อมสามารถช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปิยา จันทรเสนา (2534) ที่พบว่านโยบายข้าวของรัฐบาลไทยระหว่างปี 2504-2509 ที่ดำเนินนโยบายส่งเสริมการผลิตทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตข้าวได้เพิ่มขึ้น จนเพียงพอแก่การบริโภคภายในประเทศ และเหลือส่งไปขายยังต่างประเทศ ส่วนด้านปริมาณข้าว และโควต้าการส่งออกส่งผลกระทบต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกอยู่ในระดับน้อย

สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศ ในทัศนะคติของผู้ส่งออกเห็นด้วยกับปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลก โดยหากวิเคราะห์แยกเป็นรายด้าน พบว่า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกมากที่สุดโดย หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทมีค่าลดลงส่งผลให้แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวสูงขึ้น รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เมื่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มที่ดีก็จะมีการนำเข้าข้าวจากไทยเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้า

และ ความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศในทัศนะคติของผู้ส่งออกจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกในระดับปานกลาง เนื่องจากการกีดกันทางการค้าจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในโลกของการค้าระหว่างประเทศ โดยการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเช่น องค์กรการค้าโลก (WTO) , อาเซียน (ASEAN) , นาฟตา (NAFTA) , เอเปก (APEC) ส่วนปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวอยู่ในระดับน้อย

สำหรับความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทย ซึ่งพบว่าในทัศนะคติของผู้ส่งออกเห็นด้วยว่า ปัจจัยภายในและภายนอกประเทศมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทย

ในการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า หากปริมาณข้าวภายในประเทศมีน้อย จะทำให้สามารถส่งออกได้น้อยลง ส่วนการทดสอบสมมติฐานปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 นั่นคือ หากปริมาณความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นตาม

ในการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนตัวของบริษัทที่ประกอบด้วย ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาประกอบกิจการ ชนิดของข้าวที่ส่งออก และภูมิภาคของการส่งออก กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยพบว่า ชนิดของข้าวที่ส่งออกส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออก ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ ชนิดของพันธุ์ข้าวที่มีการส่งออก ตลอดจนถึงแหล่งผลิตข้าวของประเทศ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบกิจการไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบกิจการการส่งออกข้าว เนื่องจากถ้ากิจการมีเงินทุนมากก็สามารถที่จะช่วยให้มีการลงทุนในการซื้อเครื่องจักร และอุปกรณ์การใช้งานต่าง ๆ ทำให้การส่งออกข้าวของกิจการส่งออกข้าวมีประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวไทย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงควรให้การส่งเสริมด้านเงินทุนหมุนเวียนแก่กิจการส่งออกข้าวให้มากกว่านี้ และควรจะรักษาระดับปริมาณผลผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะเดียวกันก็ควรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต ตลอดจนถึงวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต และนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ อีกทั้งจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการค้าในตลาดโลก

2. จากงานวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านประเทศคู่แข่งขันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้ส่งออกข้าวจึงต้องมีการติดตามอย่างใกล้ชิดในเรื่องรูปแบบการกีดกันทางการค้าเพื่อที่จะสามารถปรับตนเองให้เข้ากับสถานการณ์ได้ และในภาครัฐบาลซึ่งมีบทบาทมากในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

3. ในภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ พบว่ายังมีโอกาสที่ผู้ส่งออกสามารถหาตลาดใหม่ ๆ เพื่อช่วยลดการพึ่งพิงเพียงตลาดใดตลาดหนึ่ง เพราะหากเกิดการแข่งขันกันมากระหว่างประเทศคู่แข่งขัน จะทำให้ได้ส่วนต่างกำไรลดลง เนื่องจากมีการแข่งขันกันสูง จึงควรหาตลาดใหม่เพื่อชดเชยส่วนต่างกำไรที่ลดลง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษาปัจจัยภายนอกประเทศในด้านประเทศคู่แข่งขัน โดยเลือกศึกษาเป็นรายประเทศ เช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศอินเดีย หรือประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะประเทศที่มีปริมาณการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกในระดับใกล้เคียงกับประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบเสียเปรียบ และความสามารถในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวของไทย กับประเทศคู่แข่งขันว่ามีข้อดี ข้อเสีย แตกต่างกันอย่างไร ทำไมประเทศไทยปลูกข้าวหอมมะลิ แล้วส่งออกได้ในปริมาณที่สูงทุกปี และมีแนวโน้มปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นโดยตลอด แต่ทำไมประเทศคู่แข่งขันของไทย ไม่สามารถส่งออกได้เป็นปริมาณที่มากเช่นเดียวกับประเทศไทย หรือทำไมประเทศคู่แข่งขันของไทย จึงมีต้นทุนการผลิต การเพาะปลูกข้าวที่ต่ำกว่าประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยมาศึกษา ตลอดจนนำมาปรับปรุงการส่งออกข้าวของไทยในที่สุด

บรรณานุกรม

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2545). *สถิติการค้าระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

กระทรวงพาณิชย์. (2540). *มาตรฐานข้าวไทย (Thai Rice Standard 1997)*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

กลุ่มวิจัยการตลาด. (2540). *การใช้ยุ้งฉางเพื่อรักษาระดับราคาข้าว*. กรุงเทพฯ : กองวิจัยสินค้าและตลาด กรม เศรษฐกิจการพาณิชย์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546*). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

----------. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

กตัญญู หิรัญสมบูรณ์. (2543). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการ พิมพ์ คณะครุศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

คณะกรรมการมาตรฐานสินค้า. (2540). *มาตรฐานข้าวไทย พ.ศ.2540*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์.สุวินัย ต่อศิริสุข.และ อุตตม สาวนายน. (2545) *ยุทธวิธีการแข่งขัน*.กรุงเทพฯ. บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด. (มหาชน).

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท,ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2536). *การนำเข้าและการส่งออก*. กรุงเทพฯ : วังอักษร.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มูลนิธิข้าวไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2544). *ข้าว ในศิลปะและวัฒนธรรม*. เอกสารเผยแพร่ ลำดับที่1 . กรุงเทพฯ : มปพ.

----------. (2545). *ข้าว อาหารและการค้า*. เอกสารเผยแร่ ลำดับที่ 2. กรุงเทพฯ : ,มปพ.

นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ.: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2545). *ทิศทางการส่งออกและลงทุน เล่ม 5*. กรุงเทพฯ : EXIM BANK.

ธีระพงษ์ เขมฤกษ์อำพล. (2537). *การค้าและการเงินระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.

เพ็ญจันทร์ เปี่ยมสุขสิริกุล. (2542). *การส่งออกอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย ตามความคิดเห็นของผู้ส่งออก*. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2539). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

----------. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฝ่ายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2537). *อนาคตข้าวไทยในระยะ 10 ปี ข้างหน้า*. กรุงเทพฯ : กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

บัญญัติ จุลนาพันธุ์. (2527). *การตลาดระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิยาลัยรามคำแหง.

โรงสีข้าวสุพรรณบุรี. (2545). *ข้าว*. กรุงเทพฯ : บมจ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

วารินทร์ วงศ์หาญเชาว์. (2520). *การค้าและการตลาดระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2542). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์สมาคม.

สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ. (2545). *ครบรอบ 85 ปี สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ. มปพ.

----------. (2546). *เอกสารเผยแพร่. ปีที่ 15 ฉบับ มกราคม 2546.*

สุปิยา จันทรเสนา. (2534). *นโยบายข้าวของรัฐบาลไทยระหว่าง พ.ศ. 2504 – 2529.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุภาพร พิศาลบุตร. บุญเลิศ เย็นคงคา และ ทิพย์สุดา กันตา. (2543). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

สุวิทย์ เปียผ่อง,จรัสศรี นวกุลศิรินนารถ. (2530). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : กรมการฝึกหัดครู.

ศิริพร ปัญญาบาล. (2535). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ตำรา – เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 15 ภาค พัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง. (2543). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ธนชัชการพิมพ์.

อุดม เกิดพิบูลย์. (2516). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2526). *การตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

----------. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Daniels,John D.and Radebaugh, Lee H. (1998). *International Business Environments and Operations.*USA : Addison-wesley.

Cateora, Philip.(1996). *International Marketing*. USA : MC Graw-Hill Inc.

Ellsworth, P.T. and Leith, Clark J. (1984). *The international Economy*. USA : Macmillan.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ : ในทัศนะของผู้ส่งออก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) หน้าข้อที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.รูปแบบกิจการ

( ) บริษัท มหาชน จำกัด ( ) บริษัท จำกัด

( ) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ( ) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร.โดยประมาณ.....ล้านบาท

3.พนักงานในองค์กรมี.....คน

4.ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ.....ปี

5.ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ท่านส่งสินค้าไปให้เป็น

( ) ผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทน ( ) ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ

( ) ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6.ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ท่านส่งสินค้าไปให้อยู่ในภูมิภาค (ทวีป)

( ) เอเชีย ( ) ตะวันออกกลาง

( ) ยุโรป ( ) แอฟริกา

( ) อเมริกา ( ) โอเชียนเนีย

7.ชนิดของข้าวดังต่อไปนี้ท่านมีการส่งออกเป็นปริมาณระดับเท่าใด

ข้าว / ปริมาณที่ส่งออก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
ข้าวขาว					
ข้าวกล้อง					
ข้าวเหนียวขาว					
ข้าวนึ่ง					

8. บริษัทของท่านได้ข้าวที่จะส่งออกมาจากแหล่งผลิตใด

พื้นที่แหล่งผลิต / ปริมาณที่ผลิตได้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
ภาคกลาง เช่น ปทุมธานี อยุธยา สุโขทัย					
ภาคตะวันออก เช่น จันทบุรี ฉะเชิงเทรา					
ภาคเหนือ เช่น พิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่					
ภาคใต้ เช่น ชุมพร ระนอง นครศรีธรรมราช					
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น อุบลราชธานี					

ส่วนที่ 2 การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ปัจจัยต่อไปนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร

ระดับผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก

5= เพิ่มขึ้นอย่างมาก 4=เพิ่มขึ้น 3 =ไม่แน่ใจ 2= ลดลง 1=ลดลงอย่างมาก

ลำดับ	ปัจจัยภายในประเทศ	ระดับผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
	ด้านคุณภาพของข้าว ประกอบด้วย	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก
9.	เกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีการจัดการที่เหมาะสม เช่น การให้ปุ๋ย และน้ำที่พอเหมาะ ทำให้ไม่เกิดโรคกับนาข้าว					
10.	การใช้ยาปราบศัตรูพืชที่ใช้ในการเพาะปลูก					
11.	การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ					
	ด้านปริมาณของข้าว ประกอบด้วย					
12.	การเกิดโรคระบาดของข้าว เช่น โรคแมลงศัตรูข้าว ส่งผลต่อข้าวที่เพาะปลูกมีการติดเชื้อ					
13.	ภูมิอากาศที่แปรปรวน เช่น เกิดมรสุมทำให้เกิดน้ำท่วม ฝนแล้ง ฝนไม่ตกตามฤดูกาล					
14.	การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี					
	ด้านราคาข้าวภายในประเทศ ประกอบด้วย					
15.	กำไรจากการขายข้าวภายในประเทศ ที่สูงกว่าส่งออกไปขายยังต่างประเทศ					
16.	ราคาข้าวในประเทศสูง					
17.	ราคาขายข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำ					
18.	การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศเพื่อการส่งออก					
19.	ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าจากต่างประเทศ					
	ด้านโควต้าการส่งออกข้าว ประกอบด้วย					
20.	ประเทศไทยมีการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว					
21.	โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดปริมาณไว้ต่ำเกินไป					
	ปัจจัยภายนอกประเทศ					
	ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออก ประกอบด้วย					
22.	ประเทศไทยมีการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตต่อไร่ลดลง					
23.	ประเทศคู่ค้า(ลูกค้า)มีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพของข้าวที่ส่งออก					

ลำดับ	ปัจจัยภายนอกประเทศ	ระดับผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
		เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก
24.	ผู้บริโภคมีการตื่นตัว กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากชมรมต่าง ๆ เช่น กรีนพีช การรักษาระบบนิเวศน์ ทำให้เกิดการต่อต้านสินค้าจากไทย					
	ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ประกอบด้วย					
25.	การชะลอตัวทางเศรษฐกิจหรือเกิดเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศคู่ค้า (ลูกค้า)					
26.	ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี					
	ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ประกอบด้วย					
27.	ผู้บริโภคต่างประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค จากข้าวสาร ที่ยังไม่ได้หุงต้ม เป็นข้าวกระป๋องที่หุงแล้ว					
28.	ผู้บริโภคต่างประเทศ มีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย เช่น เมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะยังคงบริโภคข้าวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับสัดส่วนเดิม					
29.	ผู้บริโภคต่างประเทศ มีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนมากขึ้น					
	ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ประกอบด้วย					
30.	ประเทศคู่แข่งขัน เช่น เวียดนาม อินเดีย สหรัฐ มีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ดีกว่าประเทศไทย					
31.	การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศของคู่แข่งขัน					
32.	ประเทศคู่แข่งขัน เช่น เวียดนาม อินเดีย สหรัฐ เป็นประเทศที่มีความสามารถในการผลิตที่สูงกว่าประเทศไทย					
	ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ประกอบด้วย					
33.	การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลล่าร์					

(มีต่อหน้า 4)

ส่วนที่ 3 แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ส่งออก

ระดับความเห็น

5= เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3 =ไม่แน่ใจ 2= ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลำดับ		ระดับความเห็น				
		5	4	3	2	1
34.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ในตลาดต่างประเทศ ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขัน					
35.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย					
36.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับปริมาณข้าวจากประเทศไทย					
37.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การเกิดกรณีข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งของโลก เช่น การทำลายระบบนิเวศน์ จะไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก					
38.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า นโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ส่งออก จะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก					
39.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า แนวโน้มการส่งออกข้าวของไทย จะมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตและสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้					

40.ท่านคิดว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจท่านในอนาคตจะเป็นอย่างไร

เพิ่มขึ้น …….. %

ลดลง …… %

41.ท่านคิดว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทยจะเป็นอย่างไร

เพิ่มขึ้น …….. %

ลดลง …….. %

42.ท่านคิดว่ายังคงมีปัจจัยใดนอกจากที่ได้กล่าวมาข้างต้นซึ่งมีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกโปรดระบุ.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล		นางสาววรนุช เกิดมงคลธรรม
วัน เดือน ปี เกิด		12 ตุลาคม 2512
สถานที่เกิด		เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน		782/270 ซอยสุขสวัสดิ์ 26 ถนนสุขสวัสดิ์ แขวงบางปะกอก เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร 10140
ตำแหน่งหน้าที่การทำงานในปัจจุบัน		ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน		บริษัท ข้าวไชยพร จำกัด 613 – 617 ถนนทรงวาด แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100
ประวัติการศึกษา		
	พ.ศ.2535	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
	พ.ศ.2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แม้ว่าประเทศไทย จะเป็นผู้นำในการส่งออกข้าว แต่การส่งออกโดยรวมกลับมีแนวโน้มลดลง อย่างต่อเนื่องตามภาวะ การค้าข้าว ในตลาดโลกที่ชะลอตัวลง ประกอบกับปัญหาการแข่งขันด้านราคาที่ทวีความรุนแรงขึ้นทั้งในตลาดข้าวคุณภาพสูง คุณภาพปานกลาง และคุณภาพต่ำ โดยไทยเริ่มสูญเสียความได้เปรียบ ด้านความอุดมสมบูรณ์ของดิน ซึ่งทำให้ต้องใช้ปุ๋ย ต้นทุนการผลิตของไทยจึงสูงกว่าประเทศคู่แข่งขันที่เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวรายใหม่ คือ เวียดนามและจีน ทำให้ประเทศผู้นำเข้าข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาแถบแอฟริกาซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำหันไปนำเข้าข้าวราคาถูกจากเวียดนามและจีนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มูลค่าส่งออกข้าวของไทยลดลงแทบทุกชนิด ส่วนข้าวคุณภาพสูงนั้นมีจุดอ่อนที่มีการปลอมปนและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทำให้ขยายตลาดได้ไม่ดีเท่าที่ควร

เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน ไทยควรมุ่งพัฒนาข้าวคุณภาพสูงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เนื่องจากตลาดข้าวคุณภาพสูงมีกำลังซื้อมาก มีโอกาสขยายตัวได้ดี และมีเสถียรภาพมากกว่าตลาดข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ รวมทั้งควรหันมาแปรรูปข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออก โดยมีแนวทางดังนี้

- การเร่งพัฒนาพันธุ์ข้าวคุณภาพดี ควบคู่กับการเพาะปลูก ตามหลักการผลิตทางการเกษตร อย่างถูก ต้องและเหมาะสม (Good Agricultural Practice : Gap) เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพแน่นอนและปลอดจากสารเคมี เช่น การผลิตข้าวอินทรีย์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศพัฒนาแล้ว เช่นประเทศในแถบยุโรป
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการหีบห่อข้าว ให้มีขนาดและรูปแบบสอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละตลาด
- การทำฉลากกำกับสินค้าข้าวส่งออก โดยมีข้อความแสดงคุณค่าทางอาหาร ข้อความแนะนำวิธีการหุงหรือต้มข้าว สำหรับผู้ที่ยังไม่คุ้นเคยกับการบริโภคข้าว เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบริโภค ซึ่งจะส่งเสริมตลาดข้าวในต่างประเทศให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น
- เร่งส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวที่มีแนวโน้มขยายตัวดี เช่น ข้าวนึ่ง เป็นข้าวคุณภาพต่ำของไทยที่สามารถแข่งขันได้ และเป็นที่ต้องการมากในตลาดประเทศกำลังพัฒนา
- การแปรรูปข้าวคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการส่งออก เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เส้นก๋วยเตี๋ยว แป้งทำอาหาร และอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตสูง สามารถพัฒนาคุณภาพจนเป็นที่ยอมรับและมีมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกข้าวจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงอุปสรรคสำคัญในการส่งออกข้าว และการขยายตลาดส่งออกข้าวในตลาดโลก ซึ่งจะช่วยพัฒนาการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสอบถามผู้ส่งออกข้าว ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก” สามารถใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มองเห็นและนำไปแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ต้องการ เพื่อที่จะกระตุ้นและส่งเสริมให้มีการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น และให้รักษาส่วนแบ่งหรือเพิ่มส่วนแบ่งยอดส่งออกข้าวในตลาดโลกต่อไปได้อีก

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกข้าวของไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

3.เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยโครงการนี้จะสามารถอำนวยประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านผู้ประกอบการส่งออกข้าว สามารถนำผลการศึกษาของโครงการสารนิพนธ์นี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้

2. ด้านรัฐบาล ทำให้สามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกข้าวของไทย ในการส่งข้าวไปยังตลาดโลกที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่จะทำให้ประเทศไทย สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ในการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกได้ และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจนสามารถครองความเป็นอันดับหนึ่งสำหรับประเทศผู้ส่งออกข้าวของโลกได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทย ไปยังตลาดโลกว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบธุรกิจส่งออกข้าวในประเทศไทย ซึ่งเป็นรายชื่อผู้ส่งออกข้าวของไทยที่มียอดการส่งออกข้าวในรอบปี 2544 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 – 31 ธันวาคม 2544 มีจำนวนทั้งหมด 137 ราย โดยได้รายชื่อจาก กรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศด้วย

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรเป้าหมาย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 137 ราย

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว

3.1.1.1 ขนาดของบริษัทส่งออกข้าว

3.1.1.2 ระยะเวลาในการประกอบกิจการส่งออกข้าว

3.1.1.3 ชนิดของข้าวที่ส่งออก

3.1.1.4 ภูมิภาคของการส่งออกข้าว

3.1.2 ปัจจัยภายในประเทศ

3.1.2.1 คุณภาพของข้าว

3.1.2.2 ปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศ

3.1.2.3 ราคาข้าวสารภายในประเทศ

3.1.2.4 การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล

3.1.3 ปัจจัยภายนอกประเทศ

3.1.3.1 การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า

3.1.3.2 สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

3.1.3.3 ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า

3.1.3.4 ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง

3.1.3.5 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

3.2 ตัวแปรตาม

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1.การส่งออก หมายถึง การส่งสินค้า หรือบริการ จากประเทศหนึ่งไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อให้ดุลการค้าของประเทศไทยเป็นบวก และช่วยเพิ่มเงินตราต่างประเทศเพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ และเป็นการช่วยลดการขาดดุลการชำระเงินกับประเทศคู่ค้า

2.ปริมาณการส่งออก หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่ผู้ส่งออกได้จำหน่ายไปยังต่างประเทศ ในที่นี้ คือ มูลค่าการส่งออกข้าวไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ

3.ผู้ส่งออก หมายถึง บริษัทหรือผู้ที่ดำเนินธุรกิจในการส่งสินค้า หรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ทั้งนี้วิธีการส่งออกสามารถกระทำได้ทั้งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ ซึ่งในที่นี้ ผู้ส่งออก คือ บริษัทส่งออกข้าวไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยในการศึกษา โครงการนี้มุ่งแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ในระดับบริหารของบริษัทส่งออกข้าว

4.ความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทย หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกของผู้ส่งออกข้าวของไทย โดยอาศัยพื้นความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา

5.ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลหรือมีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปตลาดโลก โดยศึกษา 2 ด้าน คือปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศ

6.ปัจจัยภายในประเทศ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของ ไทยไปยังตลาดโลก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเกิดขึ้นภายในประเทศเท่านั้น ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ คุณภาพของข้าว ปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศ ราคาข้าวสารภายในประเทศ และการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล

7.ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร หมายถึง การลงทุนโดยการซื้อสินทรัพย์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์แก่บริษัท เช่น ซื้อที่ดิน อาคาร เครื่องจักร หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ

8.คุณภาพของข้าว หมายถึงประสิทธิภาพของข้าวที่มีความแตกต่างกันในด้านพันธุ์ข้าว การเพาะปลูก การปรับปรุงคุณภาพข้าว เพื่อให้ได้มาตรฐานเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยัง ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

9.การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล หมายถึง ประโยชน์ที่ผู้ส่งออกข้าวของไทย ได้รับจาก การสนับสนุนของรัฐบาลไทย เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวไปประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

10.ปัจจัยภายนอกประเทศ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ ประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

11.ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งขันในธุรกิจการส่งออกข้าว ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง คู่แข่งขันทุก ๆ ประเทศ ที่ส่งออกข้าวเช่นเดียวกับประเทศไทย

12.มาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้า หมายถึง ข้อกำหนดและเงื่อนไขของประเทศลูกค้าที่ประเทศไทยส่งออกข้าวไปจำหน่าย ที่ควบคุมปริมาณการส่งออกของผู้ส่งออกจากต่างประเทศ

13.สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า หมายถึง สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2544 – ปัจจุบัน) ของประเทศลูกค้าที่ประเทศไทยส่งออกข้าวไปจำหน่าย

14.อัตราแลกเปลี่ยน หมายถึง จำนวนเงินในสกุลหนึ่ง ซึ่งแลกเปลี่ยนเป็นเงิน 1 หน่วยในอีกสกุลหนึ่ง ซึ่งจะใช้ในการเปรียบเทียบราคาและต้นทุนของสินค้าและบริการระหว่างประเทศ

15.ประเทศคู่ค้า หมายถึง ประเทศที่มีการค้าขายระหว่างกัน (ลูกค้า) โดยเกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง และมีมูลค่าของสินค้าเกิดขึ้นในที่นี้คือประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

16.ประเทศคู่แข่ง หมายถึง ประเทศที่มีการขายสินค้าคล้ายกัน ทำให้เกิดสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกด้วยกัน

17. มาตรฐานสินค้าข้าว (Rice Standards) หมายถึง ข้อกำหนดขั้นต่ำสำหรับข้าวแต่ละประเภทและชนิด สำหรับการค้าภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศ ในที่นี้ คือมาตรฐานสินค้าข้าวที่เป็นการค้าระหว่างประเทศ

18.ข้าว หมายถึง ข้าวเจ้าและข้าวเหนียว (Oryza Sativa L.) ไม่ว่าจะอยู่ในรูปใด

19.ข้าวกล้อง (Cargo Rice, Loonzain Rice, Brown Rice, Husked Rice) หมายถึง ข้าวที่ผ่านการกะเทาะเอาเปลือกออกเท่านั้น

20.ข้าวขาว (White Rice) หมายถึง ข้าวที่ได้จากการนำข้าวกล้องเจ้าไปขัดเอารำออกแล้ว

21.ข้าวเหนียวขาว (White Glutinous Rice) หมายถึง ข้าวที่ได้จากการนำข้าวกล้องเหนียวไปขัดเอารำออกแล้ว

22.ข้าวนึ่ง (Parboiled Rice) หมายถึง ข้าวเจ้าที่ได้ผ่านกระบวนการทำข้าวนึ่งและขัดเอารำออกแล้ว

23.ข้าวเต็มเมล็ด (Whole Kernels) หมายถึง เมล็ดข้าวที่อยู่ในสภาพเต็มเมล็ดไม่มีส่วนใดหักและให้รวมถึงเมล็ดข้าวที่มีความยาวตั้งแต่ 9 ส่วนขึ้นไป

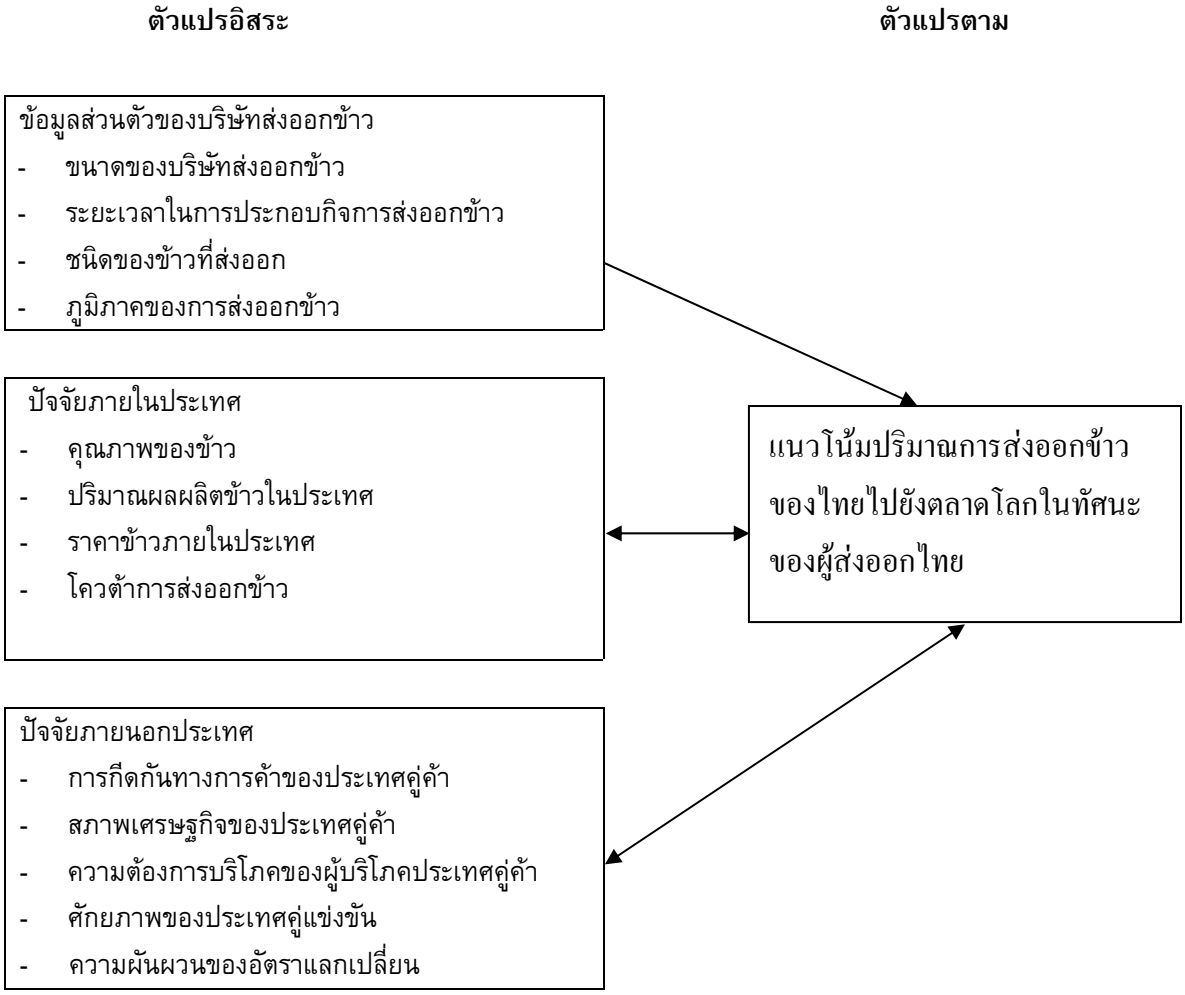
24.ข้าวเมล็ดเสีย (Damaged Kernels) หมายถึง เมล็ดข้าวที่เสียอย่างเห็นได้ชัดแจ้ง ด้วยตาเปล่า ซึ่งเกิดจากความชื้น ความร้อน เชื้อรา แมลง หรืออื่น ๆ

25.ความต้องการบริโภคของผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เกี่ยวกับเรื่องรูปแบบของการบริโภคข้าว ที่อาจเปลี่ยนแปลงการบริโภคจากรูปแบบข้าว ที่ยังไม่ได้หุงให้สุกเป็นข้าวกระป๋องหุงสุกพร้อมรับประทาน

26.ข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทส่งออกข้าว หมายถึง ข้อมูลบริษัทส่งออกข้าวของไทยที่ทำการส่งออกข้าวไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก” มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



สมมุติฐานในการทำวิจัย

1.ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกข้าว ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ชนิดของข้าวที่ส่งออก และภูมิภาคของการส่งออกข้าว ส่งผลกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก แตกต่างกัน

2.ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของข้าวภายในประเทศ คุณภาพของข้าวที่ส่งออก ปริมาณผลผลิตข้าวภายในประเทศ และโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

3.ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ
2. วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ
3. บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ
4. แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
5. แนวความคิดทางการตลาด
6. แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์
7. ทฤษฎีความคิดเห็น
8. สภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศ
9. ความหมายและประเภทของข้าว
10 การส่งออกข้าวของไทย
11. กระบวนการในการผลิตและส่งออกข้าว
12. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกข้าวของไทย
13. บทบาทและมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริมการส่งออกข้าวของไทย
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

ในอดีตกาล มนุษย์อยู่อย่างกระจัดกระจายเป็นกลุ่มเล็ก ๆ โดยแต่ละกลุ่มมีจำนวนคนน้อยมากและต้องทำการผลิตสินค้าต่าง ๆ ขึ้นใช้เองภายในกลุ่ม ท่ามกลางความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งการผลิตในยุคแรกมีลักษณะที่เรียกว่า การผลิตแบบพอยังชีพ หรือพึ่งพาตนเอง ต่อมาเมื่อมนุษย์เกิดมากขึ้น แต่ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรเริ่มลดลง และจากการที่มนุษย์มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุดรวมทั้งมีความต้องการแตกต่างกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า ที่ตนผลิตได้กับสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ตนผลิตไม่ได้ ซึ่งในระบบเศรษฐกิจแบบของแลกของมีปัญหาอุปสรรคมากจนมนุษย์เริ่มรู้จักคิดค้นใช้เงินมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ระบบเศรษฐกิจที่ใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนดังเช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

เหตุผลจากการเกิดขึ้นของการค้าระหว่างประเทศไม่ได้แตกต่างจากเหตุผลของการค้าระหว่างบุคคล กล่าวคือ การค้าระหว่างบุคคลเกิดขึ้นจากการแบ่งงานกันทำ โดยยึดความชำนาญที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่มาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น การค้าระหว่างประเทศก็เกิดขึ้นจากเหตุผลอย่างเดียวกัน กล่าวคือการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าได้ด้วย ต้นทุนที่แตกต่างกัน เพราะแต่ละประเทศต่างก็มีทรัพยากรและความชำนาญในการผลิตไม่เหมือนประเทศที่มีทรัพยากรมาก ก็มักจะได้เปรียบในการผลิตสินค้าซึ่งต้องใช้ทรัพยากรนั้นๆ อย่างไรก็ตามความมากน้อยของทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่ก็ไม่ใช่สิ่งที่กำหนดต้นทุนและความได้เปรียบในการผลิตเสมอไป ประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน

โดยทั่วไป การค้าระหว่างประเทศจะอยู่ในลักษณะที่ว่าแต่ละประเทศจะผลิตสินค้าที่ตนเองมีความถนัดซึ่งเป็นสินค้าออก ขณะเดียวกันก็จะสั่งเข้าของสินค้าที่ตนเองผลิตไม่ได้หรือผลิตได้แต่ต้นทุนสูงกว่า จึงเสมือนกับการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ ทำให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด

การค้าระหว่างประเทศจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ ได้รับประโยชน์ร่วมกัน ทำให้ประชาชนต่าง ๆ ทั่วโลก มีมาตรฐานการครองชีพโดยเฉลี่ยสูงขึ้น

ความหมายของคำว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

นิพัทธ์ จิตรประสงค์ (2531:1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็นธุรกิจของเอกชนหรือของรัฐที่ดำเนินงานข้ามประเทศ ถ้าเป็นธุรกิจเอกชนการประกอบธุรกิจก็เพื่อหวังกำไร แต่ถ้าเป็นธุรกิจของรัฐบาลอาจมีเป้าหมายที่จะหวังทำกำไรหรือไม่ก็ได้

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง (2543:13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการดำเนินธุรกรรมทุกประเภททั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ซึ่งเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2543:1) ได้ให้ความมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็นธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาลซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543:58) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมองค์การที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่าหนึ่งประเทศโดยเป็นบริษัท ซึ่งผูกมัดกับการค้าระหว่างประเทศหรือการลงทุนข้ามเขตแดนหรือข้ามประเทศ

บอล (ศิริพร ปัญญาบาล. 2535 :1 ; อ้างอิงจาก Ball.n.d.) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็นธุรกิจซึ่งมีกิจกรรมเกี่ยวพันกับการข้ามพรมแดนของชาติ และมิได้ประกอบขึ้นเฉพาะการค้าและการผลิตระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการบริการทางด้านอุตสาหกรรม เช่นการขนส่ง การท่องเที่ยว การธนาคาร การโฆษณา การก่อสร้าง การค้าปลีก การค้าส่ง การติดต่อสื่อสาร

บัญญัติ จุลนาพันธุ์ (2527:7) ให้ความหมายว่า เป็นการทำหน้าที่ทางการตลาด ข้ามเขตไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งไม่จำเป็นต้องให้สินค้าย้ายข้ามเขตจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเสมอไป

จอห์นและลี (Daniels and Radebaugh. 1998:8) ให้ความหมายว่าเป็นรายการทางธุรกิจทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลและเอกชน โดยมีการเกี่ยวพันกันตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป ขณะที่เอกชนจะเกี่ยวข้องกับผลกำไร และรัฐบาลจะเกี่ยวข้องกับผลกำไรหรือไม่ก็ตาม

ดังนั้นจะกล่าวโดยสรุปว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ จะหมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป โดยที่จะเป็นการทำการตลาดข้ามเขตแดนซึ่งจะมุ่งหวังผลกำไรหรือไม่หวังผลกำไรในการดำเนินกิจกรรมก็ได้

ซึ่งกลยุทธ์การขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศมี 5 ทิศทางคือ (Daniels and Radebaugh .1998:25)

1. การขยายตัวในเชิงรับหรือเชิงรุก (Passive to Active Expansion) ตามแกน A เป็นลักษณะที่บริษัทใหม่ ๆ ส่วนใหญ่ที่เริ่มทำการค้าก็จะมีเชิงรับมุ่งการค้าขายที่ตลาดภายในประเทศจนกว่าโอกาสทางการตลาดโดยต่างประเทศ เช่น ลูกค้าบางคนที่นิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์ก็มีการชวนธุรกิจให้ก้าวสู่ตลาด

ต่างประเทศ และการขยายในเชิงรุกเป็นลักษณะของธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศโดยเร็วเพื่อทำให้ต้นทุนถูกลงเพราะการประหยัดจากขนาดการผลิต

2. การดำเนินการด้วยผู้อื่นหรือตนเอง (External to Internal Handling of Operation) คือ แกน B การดำเนินการด้วยผู้อื่นเป็นการใช้คนกลางเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน และเมื่อประสบความสำเร็จ บริษัทแม่จะเข้าดำเนินการเอง เพราะความเสี่ยงลดลง

3. ความซับซ้อนของการปฏิบัติการ (Deepening Mode of Commitment) คือ แกน C ในการเริ่มต้นธุรกิจระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการเริ่มต้นของธุรกิจการส่งออกและนำเข้า เพราะเป็นระดับที่มีความเสี่ยงน้อย ต่อมาเมื่อมีความมั่งคงมากขึ้นก็จะเป็นลักษณะของการสร้างฐานการผลิตในแต่ละประเทศเป็นลักษณะการลงทุนในต่างประเทศ

4. การกระจายไปตามภูมิภาค (Geographic Diversification) คือ แกน D เมื่อธุรกิจเริ่มธุรกิจระหว่างประเทศจะเริ่มเพียงประเทศเดียวเนื่องจากยังไม่มีความคุ้นเคยการค้าต่างประเทศต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้นก็จะขยายตลาดไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น

5. การขยายในสภาพแวดล้อมของประเทศที่คุ้นเคย (Leapfrogging of Expansion) คือ แกน E ในการเริ่มก้าวเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศจะเริ่มจากประเทศเพื่อบ้านที่มีความคุ้นเคยทางวัฒนธรรม แล้วจึงเรียนรู้เข้าสู่ประเทศที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ธุรกิจระหว่างประเทศที่มีมูลค่าเป็นจำนวนเงินส่วนใหญ่ของโลกเกิดขึ้นจากการค้า (Trading) ซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สุดของการดำเนินงานของธุรกิจข้ามชาติ การค้าระหว่างประเทศสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การส่งออก (Export) และการนำเข้า (Import) ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนมูลค่าของสินค้าและบริการของธุรกิจในประเทศหนึ่งกับอีกธุรกิจหนึ่งในอีกประเทศหนึ่ง โดยมุ่งหวังกำไรในการประกอบการ

โดยการส่งออกก็เป็นหนึ่งในขอบเขตและเป็นกิจกรรมในธุรกิจระหว่างประเทศ (ศิริพร ปัญญาบาล. 2535 :1-2) ซึ่งมีการให้ความหมายของการส่งออกเป็นดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2521:1) ให้ความหมายการส่งออก (Export, Exporting หรือ Exportation) คือ การส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ทั้งนี้วิธีการนำเข้าและการส่งออกอาจสามารถกระทำได้ทั้งโดยทางบก ทางเรือ ทางอากาศ และทางท่อ โดยเรียกผู้ที่ดำเนินธุรกิจนี้ว่า ผู้ส่งออก (Exporter)

วิธีการของการดำเนินการทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การส่งออก (Export) และการนำเข้า (Import) โดยจะต้องพิจารณารายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สินค้าส่งออก (Merchandise Exports) เป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่ส่งออกจากประเทศใดประเทศหนึ่ง

2. สินค้านำเข้า (Merchandise Imports) เป็นสินค้าที่จับต้องได้ที่นำเข้าจากประเทศใดประเทศหนึ่ง

ดังนั้น สินค้าที่ส่งออกและนำเข้านั้นเป็นสินค้าที่เป็นสิ่งของที่ผลิตขึ้นโดยเป็นสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ (Visible) ไม่ใช่บริการ จึงเรียกว่า สินค้า

ปัจจุบันการส่งออกและการนำเข้าได้เข้ามามีบทบาทกับนานาประเทศมากขึ้นเนื่องจากนานาประเทศเหล่านั้นมองเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการนำเข้าและการส่งออก คือ

1.แต่ละประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรที่แตกต่างกันและมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Speacialization) แตกต่างกัน ทำให้ความสามารถในการผลิตสินค้าแตกต่างกันจึงทำให้มีการนำเข้าและการส่งออกซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ตนขาดแคลนและมีความต้องการ

2.การสั่งซื้อสินค้าบางอย่างจากต่างประเทศ (นำเข้า) อาจมีราคาถูกกว่าที่จะผลิตขึ้นเองภายในประเทศ

3.การส่งออกสินค้าต่าง ๆ เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถระบายสินค้าคงเหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน

4.การนำเข้าและการส่งออก มีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและรัฐเองก็มีรายได้สูงขึ้นในรูปภาษีต่าง ๆ ที่เรียกเก็บ

5.แต่ละประเทศจะได้ประโยชน์ จากหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และเป็นการสร้างความสัมพันธ์เข้าใจ อันดีระหว่างประเทศคู่ค้า

6.ประเทศต่าง ๆ ไม่สามารถผลิตสินค้าทุกชนิดตามที่ตนต้องการขึ้นใช้เองภายในประเทศได้

7.ประเทศต่าง ๆ มีความต้องการภายในประเทศเกินกว่าความสามารถในการผลิตจึงต้องมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การส่งออก หมายถึง การขนส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศที่ทำการผลิตซึ่งเป็นผู้ผลิต ส่งออกไปจำหน่ายยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งเป็นผู้บริโภค

ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะมีองค์ประกอบดังนี้ (Daniels and Radebaugh. 1998:10)

ภาพประกอบ 1 องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

ที่มา : Daniels, John D. and Radebaugh. (1998). *International Business Environments and perations.* USA : Addison-wesley

วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ

ในการดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศนั้น องค์การจำเป็นต้องทราบถึงภาพรวมของธุรกิจระหว่างประเทศให้ครอบคลุมธุรกิจส่วนใหญ่ของโลก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม เพราะต่างก็มีผลกระทบต่อสถานการณ์และการแข่งขันในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อ และการจัดจำหน่ายระดับโลก ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้องค์การต่าง ๆ มีความสนใจที่จะดำเนินกิจการทางการค้าระหว่างประเทศ ดังนี้

(Daniels and Radebaugh. 2001:4)

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย (Expand Sales) ด้วยเหตุที่ว่า ความต้องการและจำนวนของผู้บริโภคทั่วโลก มีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเดียว ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายและมีกำไรสูงขึ้น โดยสามารถกำหนดตลาดที่ชัดเจน ในลักษณะของธุรกิจระหว่างประเทศได้

2. การแสวงหาแหล่งทรัพยากร (Acquire Resources) ผู้ประกอบกิจการระหว่างประเทศ จะต้องแสงหาสินค้า บริการ และส่วนประกอบในการผลิต หรือวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ ตลอดจนมองหาแหล่งเงินทุน เทคโนโลยี ข้อมูลจากต่างประเทศที่สำคัญ และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจะใช้ในกิจการของประเทศตนเองและเพื่อลดค่าใช้จ่าย ทำให้บริษัทได้รับผลกำไรมากขึ้นจากต้นทุนที่ถูกลง

3. กระจายแหล่งขายและปัจจัยการผลิต (Diversify Sources of Sales and Supplies) เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ยอดขายและกำไรเปลี่ยนแปลงไป บริษัทควรจัดหาตลาดและแหล่งปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ เพื่อที่จะทำให้บริษัทสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบของราคาของสินค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศใดประเทศหนึ่ง

4. ลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด (Minimize Competitive Risk) บริษัทจะต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากการดำเนินการ ในต่างประเทศเพื่อที่จะปกป้องตนเองในตลาดภายในประเทศ โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาบริษัทเพื่อลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด

โซเนีย (Kahal.1994:65) ได้กล่าวถึงมูลเหตุจูงใจในการก้าวสู่การค้าระหว่างประเทศ คือ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าทางการค้า
2. การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร
3. การลดต้นทุนการผลิตจากการประหยัดจากขนาด
4. การแบ่งงานกันทำ
5. ผู้บริโภคได้ราคาที่ต่ำลง

พีที และ เจ คาร์ก (Ellsworth and Leith.1984:77) ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการค้าระหว่างประเทศ คือ เป็นการสนับสนุนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งเป็นการจัดแบ่งให้เกิดโอกาสสำหรับแต่ละประเทศที่จะนำเข้าสินค้าและแลกเปลี่ยนกับการส่งออกสินค้าที่ตนผลิตได้ราคาถูกกว่า ซึ่งทำให้ประเทศมีการประหยัดจากการใช้ทรัพยากรส่งผลให้เกิดรายได้เป็นจำนวนมากกว่าที่จะมีการผลิตสินค้าทั้งหมดด้วยตนเอง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นได้ อันเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. การขยายตัวของเทคโนโลยี (Expansion of Technology) เทคโนโลยีมีอิทธิพลมหาศาลต่อธุรกิจระหว่างประเทศ เมื่อความต้องการเพิ่มขึ้นมีผลทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2. เสรีภาพแบบข้ามพรมแดน (Liberalization of Cross-border Movements) สามารถมีส่วนช่วยให้องค์การดำเนินการทางการค้าระหว่างประเทศได้สะดวกขึ้น เช่น การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และทรัพยากร ทำให้องค์การมีข้อได้เปรียบจากธุรกิจระหว่างประเทศ

3. การพัฒนาบริการที่ให้การสนับสนุนต่าง ๆ (Development of Supporting Services) การพัฒนาเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ได้เกิดจากการขยายตัวทางเทคโนโลยีเพียงปัจจัยเดียว แต่เป็นผลมาจากการพัฒนาความร่วมมือทั้งจากสถาบันของรัฐบาลและเอกชน ที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลคุ้มค่า

4. การเพิ่มการแข่งขันทางการค้าระดับโลก (Increase in Global Competition) ความกดดันจากการเพิ่มจำนวนของการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ทำให้เกิดแรงจูงใจให้บริษัทขยายธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว สามารถทำได้ง่ายขึ้น เพราะมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และระบบราชการ

ศิริพร ปัญญาบาล (2535:6) ได้ระบุถึงมูลเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ มีดังนี้

1. ประโยชน์ทางด้านรายได้และผลกำไร
2. ใช้เป็นเครื่องมือแก้ปัญหาความไหวตัวของการผลิตตามฤดูกาล (Seasonal Fluctuation)
3. ประโยชน์ในการรักษาเสถียรภาพของการผลิตและการจำหน่าย (Stabilizing Facor)
4. เพื่อสนองความต้องการในตลาดต่างประเทศ

จอห์นและลี (Daniels and Radebaugh. n.d. :218) ได้กล่าวถึงเหตุผลของธุรกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศเนื่องมาจาก

1. การได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในการกำหนดสภาวะของความได้เปรียบทางการค้า ตามแนวคิดของ Michael E.Porter จะประกอบด้วย สภาวะของความต้องการ ปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน กลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างและสภาวะการแข่งขันในประเทศ

2. การได้เปรียบของกลยุทธ์สินค้าส่งออก

แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการส่งออกประกอบด้วย

- การใช้กำลังการผลิตส่วนเกิน เนื่องจากปริมาณความต้องการในประเทศมีไม่เพียงพอ หรือในบางครั้งการผลิตที่คุ้มค่ากับธุรกิจ คือ การผลิตสินค้าในจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดโดยขนาด (Economies of Scale) ดังนั้น เมื่อปริมาณความต้องการในประเทศมีน้อยกว่าระดับการผลิต ทำให้จึงจำเป็นที่จะต้องมีการส่งออก

- การลดลงของต้นทุน ได้มีการศึกษาพบว่า การผลิตจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนผลิตต่อหน่วยลดลง ทั้งนี้เนื่องจาก การผลิตที่คุ้มกับต้นทุนคงที่ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพราะการมีประสบการณ์มาก

- ทำให้กำไรเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตอาจจะสามารถขายผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันในตลาดต่างประเทศได้กำไรที่สูงกว่าตลาดในประเทศ ทั้งนี้ เป็นเพราะบางครั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันระหว่างตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

- การกระจายความเสี่ยง โดยการมีตลาดต่างประเทศมากกว่าหนึ่งแห่งทั้งนี้เนื่องจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด ทำให้เมื่อมีการกระจายตลาดแล้วจะช่วยลดความผันผวนของความต้องการของตลาด

3. กลยุทธ์การได้เปรียบของการนำเข้า

ผู้ผลิตจะแสวงหาการผลิตที่ต้นทุนต่ำ ธุรกิจจึงแสวงหาการนำเข้าเพื่อการผลิตสินค้าที่เป็นลักษณะผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เพราะการนำเข้าถูกกว่าและมีคุณภาพที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่ขายในประเทศ

โดยสรุปแล้ว การค้าระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นนั้น เนื่องมากจากวัตถุประสงค์ที่มาจากเหตุจูงใจที่เกิดจากภายในและภายนอก โดยมูลเหตุจูงใจภายใน คือ เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต นำไปสู่การบริหารต้นทุนการผลิตที่ทำให้ต้นทุนต่ำลงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และมูลเหตุจูงใจภายนอก คือ การขยายตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2521:5)

1. การนำเข้าทำให้ประชาชนมีสินค้าต่าง ๆ เพื่อการอุปโภคมากขึ้น ทำให้การกินอยู่ดีขึ้น
2. การนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบ จะเป็นฐานที่จำเป็นและสำคัญสำหรับการขยายการผลิต
3. เป็นการโอนอำนาจการซื้อจากประเทศหนึ่งไปอีกประเทศหนึ่ง
4. การส่งออกมีผลต่อดุลการค้า ดุลการชำระเงินของประเทศ
5. การส่งออกเป็นการระบายสินค้าส่วนเกินที่เหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน
6. ทำให้เกิดการยกระดับหรือปรับปรุงประสิทธิภาพให้สูงขึ้น
7. การส่งออกเป็นที่มาของรายได้เพื่อนำมาซื้อสินค้าเข้า (Exports Pay for Imports)
8. ทำให้รัฐบาลมีรายได้สูงขึ้นในรูปของการเก็บภาษีอากรขาออก ภาษีอากรขาเข้า ภาษีการค้า ภาษีเงินได้ ค่าธรรมเนียมและอื่น ๆ

ศิริพร ปัญญาบาล (2535:4-5) ได้ระบุถึงบทบาท หรือประโยชน์ของธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นดังนี้

1. ปัจจัยการผลิตต่างๆ ของประเทศจะถูกใช้ไปในการผลิตที่ตนได้เปรียบ (Comparative Advantage)
2. ประชากรของประเทศได้รับสินค้าและบริการมากขึ้น
3. ยกระดับรายได้ของประชากร
4. ลดปัญหาการว่างงาน
5. ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
6. ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดของรายได้ และภาษีอากรของรัฐ
7. ได้รับเงินตราต่างประเทศเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าต่างประเทศ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2542:38-41) ตามหลักเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีการคำนวณบัญชีรายได้ประชาชาติ มีวิธีการคำนวณด้ายรายจ่ายที่ว่า

GDP = C + I + G + (X-M)

C = รายจ่ายเพื่อการบริโภคอุปโภคภาคเอกชน

I = รายจ่ายเพื่อการลงทุนของภาคเอกชนและรัฐบาล

G = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการภาครัฐบาล

X = การส่งออก

M = การนำเข้า

(X-M) = การส่งออกสุทธิ

ซึ่งประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิดทำให้มีการค้าระหว่างประเทศและการค้าระหว่างประเทศนี้ก็ส่งผลกระทบต่อรายได้ประชาชาติของประเทศ

โดยสรุปแล้ว การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีของประเทศ ซึ่งเมื่อประเทศนั้น ๆ ได้มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้เกิดความมั่นคงแล้วย่อมนำไปสู่การพัฒนาทางด้านสังคมของประเทศนั้นด้วยเช่นกัน

แนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

1. ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ Micheal E.Porter ซึ่งมีการเรียบเรียงเป็นภาษาไทย โดย สุรชัย รัตนกิจตระกูล มีแนวความคิดว่าการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้านั้นขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ หลายชนิดทั้งปัจจัยด้านราคาและปัจจัยที่มิใช่ราคา ซึ่งการพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะพิจารณาบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน 4 ตัว คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการโครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (ภาพที่ 1)

1.1 ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Condition)

ตามแนวคิดนี้ จะเน้นว่าปัจจัยการผลิตต่างๆ มิได้เหมือนกันหมด แต่ละปัจจัยการผลิต ก็มีด้วยกันหลายชนิด เช่น ปัจจัยด้านแรงงานก็อาจจะมีระดับต่างกันออกไปโดยประเทศจะมีความได้เปรียบในตัวสินค้าใดนั้น จะต้องพิจารณาหลาย ๆ ประเด็นเช่น ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) ในประเทศว่าเป็นอย่างไร เช่น ถ้าประเทศมีน้ำมันดิบมากก็สามารถที่จะส่งออกน้ำมันดิบได้ ระดับการศึกษาของประเทศว่าประเทศมีระดับการศึกษาหรือทักษะของแรงงาน (Education & Skill Levels) อย่างไร และต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ว่ามีความอุดมสมบูรณ์และมีราคาของปัจจัยการผลิต

การจัดลำดับขั้นของปัจจัยการผลิตมี 2 แบบ คือ แบบปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง และแบบปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะ

1. ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน จะประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ตำแหน่งที่ตั้ง แรงงานไร้ทักษะ (Unskill Labor) ปัจจัยพื้นฐานหลายชนิดสามารถถูกทดแทนด้วย ปัจจัยอื่นภายในประเทศ หรือปัจจัยนั้น ๆ ในต่างประเทศ

1.2 ปัจจัยขั้นสูง จะประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานทางคมนาคมสมัยใหม่ แรงงานมีทักษะ (Skill Labor) และปัจจัยขั้นสูงนี้ มีความสำคัญมากต่อการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

2. ปัจจัยทั่วไปและปัจจัยเฉพาะทาง

2.1 ปัจจัยทั่วไป จะประกอบด้วย ระบบถนน แหล่งเงินทุน แรงงานในสาขาทั่วไป ปัจจัยทั่วไปจะเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบในการแข่งขันขั้นต่ำ

2.2 ปัจจัยเฉพาะทาง จะประกอบด้วย บุคลากรที่ได้รับการศึกษามาเฉพาะทาง เช่น วิศวกร แพทย์ นักวิทยาศาสตร์ ปัจจัยเฉพาะทางจะก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไป หากประเทศ

มีปัจจัยการผลิตใดพร้อมอุดมสมบูรณ์ ก็จะมีแนวโน้มว่าจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกสินค้าที่เน้นใช้ปัจจัยการผลิตนั้น

1.2 สถานภาพทางอุปสงค์ (Demand Condition)

ในด้านของอุปสงค์นั้นสิ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน จะประกอบด้วย

1.2.1 ขนาดของตลาด (Size of Market) ถ้าขนาดตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ก็แสดงว่า มีตลาดภายในประเทศที่สามารถรองรับการผลิตได้ การผลิตมีการประหยัดจากการขยายขนาด (Economy of Scale) ได้มากขึ้น ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าขายในประเทศจนเกิดความชำนาญในการผลิต มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทำให้การผลิตในประเทศไทยมีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

1.2.2 ผู้ซื้อที่รู้จริง หากผู้บริโภคมีความละเอียดในการเลือกซื้อสินค้า จะเป็นตัวที่บ่งบอกถึงคุณภาพ ลักษณะของสินค้าภายในประเทศว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างไร ประเทศใดมีผู้บริโภคไม่ละเอียด มีรสนิยมที่ราบเรียบ ประเทศนั้นก็จะมีความชำนาญในการผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ ถึงปานกลาง หรือกล่าวได้ว่าประเทศใดมีความสลับซับซ้อนของผู้บริโภคในระดับใดทำให้ประเทศนั้นมีความได้เปรียบในตัวสินค้าในระดับนั้น

1.2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น จะทำให้มีโอกาสที่ผู้ซื้อในประเทศ รู้จริงกว่าผู้ซื้อในประเทศอื่นที่มีอุปสงค์เกิดขึ้นภายหลัง ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ของประเทศใดมีความล่าช้าก็จะทำให้ประเทศนั้นมีความเสียเปรียบในด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

1.2.4 ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลาดอาจมีหลายส่วน บางส่วนคล้ายคลึงกับอุปสงค์ในตลาดโลก บริษัทจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาด ส่วนที่คล้ายคลึงกับตลาดโลก ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนั้น สูงกว่าตลาดส่วนเดียวกันในประเทศอื่น

1.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และเกี่ยวเนื่องในประเทศ

การผลิตสินค้าชนิดใด หากในประเทศมีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่แข็งแรงมีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ประเทศสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่จะนำมาซึ่งศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุน จะประกอบด้วย

1.3.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพจะทำให้มีโอกาสที่จะเข้าถึงที่ดีกว่าประเทศอื่น ซึ่งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันให้ถึงประเทศ

1.3.2 ความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร

1.3.3 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรม และกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ทำให้เกิดมุมมองและเทคโนโลยีใหม่ ๆ การที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ปัญหา แลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง หมายถึง อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถประสานระหว่างบางกิจกรรมหรือใช้บางกิจกรรมในโซ่คุณค่าร่วมกัน หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีสินค้าที่เสริมกัน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์กับซอฟต์แวร์ กิจกรรมที่ใช้ร่วมกันอาจเป็นการพัฒนาเทคโนโลยี การตลาด การผลิต การจัดจำหน่าย เป็นต้น ประเทศหนึ่งจะมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้าประเทศนั้นมีข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมนั้น

1.4 กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัท (Company Strategy Structure and Rivaluy)

ภาวะการแข่งขันในประเทศหรือจำนวนผู้ผลิตภายในประเทศ หากตลาดมีผู้ขายมากรายก็จะมีการแข่งขันในสินค้านั้น ๆ มีมาก ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตต้องทำการพัฒนาและปรับปรุงให้การผลิตของตนมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีสินค้าที่มีคุณภาพและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งถ้ามีกลยุทธ์ในการผลิตที่ดี ก็จะทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกไปแข่งขันในต่างประเทศได้ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์กรการผลิตว่า อุตสาหกรรมใดเหมาะกับองค์กรชนิดใดระหว่างภาคเอกชนหรือภาครัฐบาล การที่มีองค์กรที่เหมาะสมนั้นจะช่วยให้การผลิตดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะช่วยให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ของประเทศแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ทั้ง 4 กลุ่มปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกอีก 2 ปัจจัย ที่มีความสำคัญต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ

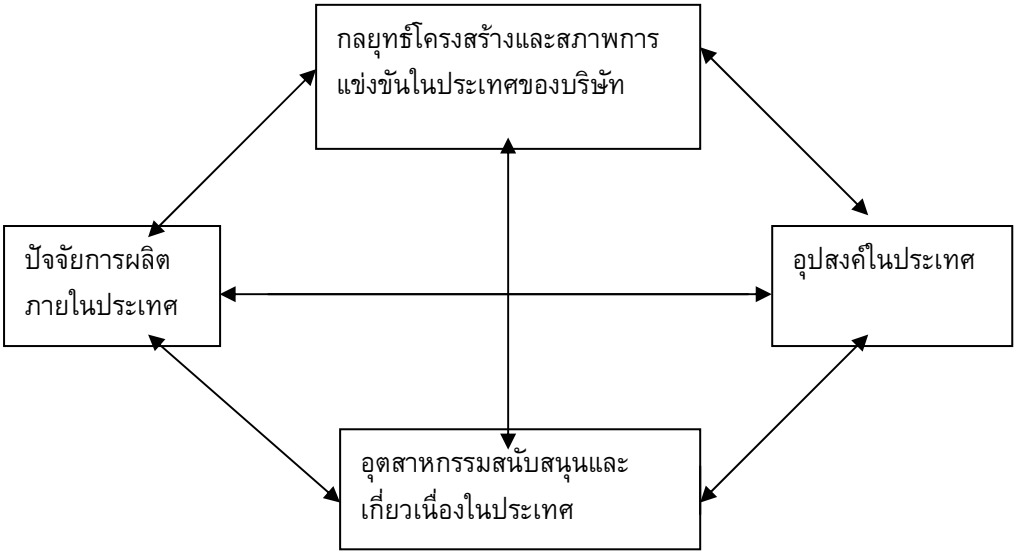
1. รัฐบาล

ภาครัฐบาลถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอย่างยิ่ง หากรัฐบาลให้การส่งเสริม เช่น การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม ให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น การลดภาษีวัตถุดิบ ก็จะทำให้อุตสาหกรรมมีต้นทุนที่ต่ำลง หากรัฐบาลดำเนินนโยบายที่ผิดพลาด ก็จะทำให้ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศลดลง อุตสาหกรรมก็ไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

2. เหตุสุดวิสัย

เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงตลาดเงินของโลก หรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลประเทศอื่น ๆ และสงคราม เหตุสุดวิสัยจะเป็นตัวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรม เหตุสุดวิสัยอาจลบล้างข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิม เกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันจากประเทศอื่น สามารถเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิมได้ ขณะเดียวกัน ประเทศอาจได้รับผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน และทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เมื่อมีการผสมผสานกัน เพื่อประกอบการพิจารณา ถึงความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ

ดังนั้น ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เป็นทฤษฎีที่มีมุมมองกว้างขึ้น ซึ่งไม่ได้พิจารณาเฉพาะต้นทุน หรือปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่มีการพิจารณาถึงสภาวะของอุปสงค์ การแข่งขัน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง บทบาทของภาครัฐ รวมถึงเหตุสุดวิสัยด้วย



ภาพประกอบ 2 ตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ
ที่มา : นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2. ทฤษฎีอุปสงค์ (วันรักษ์. 2534)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งความต้องการในที่นี้จะต้องมีอำนาจซื้อ (Ability to Pay) อยู่ด้วย โดยที่กฎของอุปสงค์กล่าวว่า “ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น” กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าสูงขึ้นอุปสงค์จะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลงอุปสงค์ก็จะเพิ่มขึ้น

การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเมื่อราคาสินค้าลดลง และซื้อสินค้าลดลงเมื่อราคาเพิ่มขึ้น หรือที่เรียกว่า “ผลของราคา” (Price Effect) เนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการคือ

1. เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้นมีราคาถูกเมื่อเทียบกับราคาของสินค้าชนิดอื่น ๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดอื่นลง แล้วหันมาบริโภคสินค้าชนิดนั้นเพิ่มแทน การบริโภคสินค้าชนิดอื่น ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรู้สึกว่า สินค้าชนิดนั้นมีราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดนั้นลงแล้วไปบริโภคสินค้าชนิดอื่น ๆ แทน จึงเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาเปรียบเทียบ (Relative Price) ของสินค้าว่า “ผลของการใช้แทนกัน” (Substitution Effect)

2. เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกเหมือนว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะรายได้จำนวนเท่าเดิม แต่มีอำนาจซื้อมากขึ้น ดังนั้น จึงซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเหมือนว่ารายได้ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากว่ารายได้จำนวนเดิมจะซื้อสินค้าได้

น้อยลง ดังนั้นจึงซื้อสินค้าลดลง จึงเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในอำนาจซื้อของเงินรายได้ว่า “ผลของรายได้” (Income Effect)

ดังนั้นผลของราคาที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคปรับปริมาณการซื้อสินค้า เมื่อราคาสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงไปจะเป็นผลรวมของการใช้แทนกันและผลของรายได้นั่นเอง

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค (Quantity Demand) ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (Deand Determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากน้อยแตกต่างกันไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ราคาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยปัจจัยนี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้นปริมาณการซื้อจะลดลง และถ้าราคาสินค้าลดลงปริมาณการซื้อจะเพิ่มขึ้น

2. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่สามารถใช้แทนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อโดยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันเพิ่มขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะเพิ่มขึ้น และถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันลดลงปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนั้นก็จะลดลง

3. จำนวนผู้บริโภคในตลาด โดยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้ามีจำนวนประชากรมากปริมาณความต้องการซื้อจะมากขึ้นและถ้าจำนวนประชากรลดลงปริมาณความต้องการซื้อจะลดลงเช่นกัน

3. <u>ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเช่อร์-โอห์ลิน (HECKSCHER – OHLIN THEORY)</u>

ในปี คศ.1950 นักเศรษฐศาสตร์ ชาวสวีเดนสองคน คือ Eli Heckscher และ Bertil Ohlin ได้สร้างทฤษฎี Factor Proportion หรือ ทฤษฎีสัดส่วนของปัจจัย ซึ่งกล่าวถึงการใช้ปัจจัยการผลิตทั้งสามคือ ที่ดิน แรงงาน และเงินทุน ในการพิจารณาเลือกประเภทของสินค้าที่แต่ละประเทศควรผลิต โดยกล่าวว่า แต่ละประเทศ จะมีปัจจัยการผลิตทั้งสามนี้ในปริมาณที่แตกต่างกันถ้าประเทศใดมีแรงงานมาก เมื่อเทียบกับปริมาณของเงินทุนและที่ดินแล้ว ค่าแรงในประทศนั้นจะต่ำแต่ต้นทุนเงินทุนและค่าที่ดินจะสูง ถ้าประเทศใดค่อนข้างขาดแคลนแรงงานค่าแรงก็จะค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับต้นทุนเงินทุนและค่าที่ดินความแตกต่างของสัดส่วนปัจจัยการผลิตดังกล่าวนี้จะทำให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่หาได้ง่ายและต้นทุนไม่สูง แล้วส่งออกไปขายต่างประเทศ ซึ่งพอสรุปได้ว่า “ความแตกต่างในต้นทุนการผลิตได้เปรียบเทียบมีผลมาจากการใช้ปัจจัยการผลิตด้วยสัดส่วนที่แตกต่างกันในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด” จากข้อความดังกล่าวจึงบอกได้ว่าการค้าเกิดขึ้นจาก

1. ประเทศต่าง ๆ มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยการผลิต (Fator Endowment) ที่แตกต่างกัน

2. การผลิตสินค้าแต่ละชนิดต้องการปัจจัยต่าง ๆ เป็นสัดส่วนต่างกันในการผลิต (Different Factor Intensity) ดังนั้นแต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าซึ่งผลิตขึ้นมากจากการใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีความอุดมสมบูรณ์มากกว่าการใช้ปัจจัยอื่นที่ตนมีไม่สมบูรณ์เท่าและจะนำเข้าสินค้าที่ได้จากการผลิตด้วยปัจจัยการผลิตที่ซึ่งตนเองมีปัจจัยชนิดนั้นในปริมาณน้อยหรือไม่มีเลย

4. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศว่าด้วยวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (THE PRODUCT LIFE CYCLE)

ทฤษฎีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เป็นทฤษฎีใหม่ซึ่งเกิดขึ้นมาประมาณปลายปี ค.ศ. 1960 ซึ่งได้อธิบายถึงการตลาดระหว่างประเทศและรูปแบบการลงทุนที่มีขั้นตอนตามชีวิตผลิตภัณฑ์ ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ PRODUCT LIFE CYCLE MODEL ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ประเทศผู้ผลิตคิดค้นผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ได้นำผลิตภัณฑใหม่เข้าสู่ตลาดภายในประเทศโดยจำหน่ายเข้าสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายกลุ่มรายได้สูงและต่อมาก็ถูกส่งออกไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศในขั้นตอนนี้ประเทศผู้ผลิตคิดค้นอยู่ในตำแหน่งผู้ผูกขาดกล่าวคือ เป็นประเทศเดียวเท่านั้นที่สามารถผลิตสินค้าประเภทนี้ได้ ตลาดส่วนใหญ่จึงอยู่ในประเทศ สำหรับตลาดต่างประเทศถ้าหากลูกค้ามีความต้องการก็จะได้รับผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการโดยการสั่งเข้าจากประเทศผู้ผลิตเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 ประเทศที่พัฒนาแล้วลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์เดียวกัน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์เจริญเติบโต เป็นที่รู้จักกันกว้างขวางในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ธุรกิจประเทศที่พัฒนาแล้ว เริ่มที่จะลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันโดยที่เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเริ่มแพร่หลายและสามารถที่จะถ่ายทอดไปได้อย่างสะดวกจากประเทศผู้ผลิตคิดค้นซึ่งต่อมาผู้ผลิตจากประเทศต่าง ๆ ที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปนั้นสามารถแข่งขันเอาชนะประเทศผู้ผลิตคิดค้นที่ได้ส่งออกสินค้ามายังประเทศของตน ทั้งนี้เพราะค่าแรงที่ถูกกว่าและค่าขนส่งที่ประหยัด

ขั้นตอนที่ 3 ประเทศที่พัฒนาแล้วแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตคิดค้นในตลาดโลกที่สามในขั้นตอนนี้ผู้ผลิตต่างประเทศเริ่มที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตคิดค้นในตลาดของ ประเทศในโลกที่สาม (คือประเทศที่กำลังพัฒนาหรือประเทศที่ด้อยการพัฒนา) ซึ่งเคยเป็นตลาดของประเทศผู้ผลิตคิดค้นมาก่อน ส่งผลให้ยอดการส่งออกของประเทศผู้ผลิตคิดค้นลดลงในระหว่างขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนที่ 3 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นเริ่มที่จะมองหาทางลงทุนโดยตรงในตลาดต่างประเทศ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำทางตลาด

ขั้นตอนที่ 4 ประเทศผู้ผลิตคิดค้นนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่ตนคิดค้น ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้ผลิตต่างประเทศมีความแข็งแกร่งในประเทศของตนเองและในตลาดส่งออกซึ่งผู้ผลิตต่างประเทศสามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในการผลิตจำนวนมาก เกิดความประหยัดจากขนาด (Economics Of Scale) และเริ่มขยายตลาดเข้าสู่ตลาดในประเทศของผู้ผลิตคิดค้นจนสามารถแข่งขันในประเทศของผู้ผลิตคิดค้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ในการส่งออก

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ โดยทั่วไปจะอธิบายในเชิงเศรษฐศาสตร์และจะเน้นด้านโครงสร้างเป็นสำคัญซึ่งมักจะเป็นปัจจัยทางด้านมหภาค แต่ทฤษฎีที่จะกล่าวถึงเป็นเรื่องของพฤติกรรมในระดับจุลภาคซึ่งอยู่ในระดับของการตัดสินใจของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ ว่าการเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศนั้นจะสามารถก่อให้เกิดผลกระทบอะไรต่อกิจการได้บ้าง แนวความคิดดังกล่าวได้อธิบายถึงมูลเหตุจูงใจในการเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ประการคือ

1. เกิดจากแรงผลักดันของตลาดภายในประเทศที่เริ่มมีปัญหา เช่น ตลาดอิ่มตัว การแข่งขันสูง กำลังการผลิตใช้ไม่ได้เต็มที่ มีผลผลิตเหลือ เป็นต้น การเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศจึงเป็นทางออกของการแก้ไขปัญหา

2. เกิดจากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น ถ้าหากกิจการก้าวเข้าสู่ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ นั่นหมายถึงยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้นทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกิดจากแรงกระตุ้นของรัฐบาลการเห็นตัวอย่างผู้ประกอบการรายอื่น หรือ การเดินทางไปดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

6. ทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage)

ตามที่ Adam Smith ได้เขียนหนังสือ The Wealth of Nations ซึ่งแยกการวิเคราะห์เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ Absolute Advantage และ Division of Labor โดยในส่วนของ Abolute Advantage กล่าวว่า ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าประเทศอื่น ก็ควรให้ประเทศนั้นผลิตสินค้านั้นแล้วส่งไปค้าขายแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ของประสิทธิภาพรวมที่สูงสุดของโลก และส่วนของ Division of Labor ได้เข้ามาเสริมทฤษฎี Absolute Advantage ว่าแต่ละประเทศควรใช้ทรัพยากรของตนให้แก่สินค้าที่สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด จนเกิดการได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้อื่น ซึ่งความเชี่ยวชาญเฉพาะที่เกิดขึ้นมีสาเหตุจาก

- แรงงานเกิดความชำนาญโดยการทำงานนั้นซ้ำ ๆ อยู่เป็นประจำ
- แรงงานไม่เสียเวลาในการเปลี่ยนงานจากงานหนึ่งไปทำอีกงานหนึ่ง
- การผลิตอย่างต่อเนื่องยาวนานจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพัมนาหาวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านก่อให้เกิดความได้เปรียบ (Advantage) ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. ความได้เปรียบโดยธรรมชาติ (Natural Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานที่มีอยู่อย่างล้นเหลือ

2. ความได้เปรียบจากการเรียนรู้ (Acquired Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากการประดิษฐ์ดัดแปลงพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีและความชำนาญ นอกจากนั้นทฤษฎีความได้เปรียบ ยังกล่าวถึง ขนาดของประเทศซึ่งมีผลต่อชนิดและปริมาณของสินค้าที่จะทำการค้าขายกัน ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความหลากหลายของทรัพยากร ประเทศใหญ่มักมีทรัพยากรหลายชนิดกระจายอยู่ตามภาคต่าง ๆ ในประเทศจนแทบสามารถพึ่งพาตนเองได้หมด

2. ค่าขนส่ง ประเทศใหญ่และประเทศเล็กได้รับผลกระทบจากค่าขนส่งแตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วค่าขนส่งจะแปรตามระยะทาง ประเทศใหญ่มักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ไกลทำให้มีค่าขนส่งสูงส่งผลให้ราคาสินค้าสูงไปด้วย แต่ประเทศเล็กมักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ใกล้จึงทำให้ค่าขนส่งต่ำราคาสินค้าก็ต่ำไปด้วย

3. ขนาดของเศรษฐกิจ ขนาดของประเทศมิได้บอกถึงความมั่งคั่งของประเทศ ความร่ำรวยของประเทศวัดได้จากขนาดของเศรษฐกิจและรายได้ประชาชาติที่ค่อนข้างสูง จึงควรมีการผลิตสินค้าในปริมาณมากอย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เพื่อให้เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคภายในประเทศและทำการส่งออกด้วย

7. ทฤษฎีความได้เปรียบเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

ทฤษฎีนี้เขียนขึ้นโดย David Ricardo ในปี ค.ศ. 1819 เป็นหนังสือชื่อ On the Principles of Political Economy and Taxation โดยใช้พื้นฐานแนวคิดของ Adam Smith มาพัฒนาต่อเนื่องออกไปว่าถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไป ประเทศนั้นควรจะผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด แล้วซื้อสิ่งที่ตนไม่ได้ผลิตจากประเทศอื่น ทฤษฎี Comparative Advantage จะมีประสิทธิผลเต็มที่ภายใต้ข้อสมมุติฐานของการใช้ความชำนาญเฉพาะดังต่อไปนี้

1. การว่าจ้างแรงงานเต็มที่ไม่มีการว่างงาน ซึ่งแสดงถึงการใช้ทรัพยากรเต็มที่ ถ้ามีการว่างงานเกิดขึ้นจะมีการลดการนำเข้าลง เพื่อให้แรงงานที่ว่างงานอยู่ได้รับการว่าจ้างให้ทำการผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า

2. การมุ่งวัตถุประสงค์ของประเทศ บางครั้งประเทศไม่ได้มีวัตถุประสงค์เชิงเศรษฐกิจหรือต้องการกำไรสูงสุดเสมอไป นอกจากนั้นรัฐบาลได้เล็งเห็นว่า การเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในสินค้าเฉพาะอย่างเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการขึ้นลงของราคาของสินค้านั้น จึงควรผลิตสินค้าที่ตนไม่ได้เปรียบด้วยเพื่อกระจายความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

3. การคิดค่าขนส่ง ไม่มีทฤษฎีใดคำนึงถึงค่าขนส่งซึ่งต้องสัมพันธ์กับระยะทางที่เคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศ ปัญหาจะเกิดขึ้นถ้าค่าขนส่งรวมกับค่าสินค้าแล้วสูงกว่าต้นทุนที่ประเทศผู้ซื้อผลิตเอง เพราะจะทำให้การค้าระหว่างประเทศไม่เกิดขึ้นความชำนาญและการได้เปรียบเฉพาะสินค้าจะหมดความหมายไปในที่สุด

ทฤษฎี Comparative Advantage แตกต่างจากทฤษฎี Absolute Advantage ตรงที่ Absolute Advantage กล่าวว่าประเทศใดสามารถใช้ทรัพยากรที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่นก็ควรผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ประเทศอื่น แต่ ทฤษฎี Comparative Advantage แสดงการวิเคราะห์ที่ซับซ้อนขึ้นไปอีกโดยกล่าวถึงประเทศที่เกิดความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเหนือกว่าอีกประเทศหนึ่ง ควรทำการผลิตโดยใช้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสิ่งที่ตนสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นอย่างมาก และให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าที่ประเทศแรกผลิตแล้วจะมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นส่วนน้อย แล้วทั้งสองประเทศจะได้ผลผลิตมากกว่าการผลิตโดยปราศจากการค้าระหว่างประเทศ

8. ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติหรือลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism)

ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติ (Mercantilism) เกิดขึ้นในช่วง คศ.1500 ที่มีการล่าอาณานิคมของประเทศมหาอำนาจในยุโรป ประเทศใหญ่ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ที่ได้พยายามขยายอิทธิพลการปกครองโดยการล่าเมืองขึ้น เพื่อแสวงหาทรัพยากรจากประเทศราชเหล่านั้นมาเสริมความมั่งคั่งแก่ตนเอง โดยตามทฤษฎีนี้มีจุดประสงค์หลักในการบำรุงเศรษฐกิจของชาติและรัฐบาลด้วยวิธีการสะสมโลหะที่มีค่า เช่น ทองคำ แร่เงิน ในด้านการค้าระหว่างประเทศของยุค Mercantilism แต่ละประเทศพยายามสะสมความมั่งคั่งในรูปของโลหะที่มีค่าซึ่งได้มาจากการที่มีการส่งออกเป็นมูลค่าสูงกว่าการนำเข้า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแนวทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติ เป็นแนวคิดที่ว่าการได้เปรียบดุลการค้า (Favorable Balance of Trade) เป็นการที่ประเทศนั้นสามารถส่งออกได้มากกว่าการนำเข้า และการเสียเปรียบดุลการค้า (Unfavorable Balance of Trade) เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา

9. <u>ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการลงทุนระหว่างประเทศ</u> (International Investment and Product Life Cycle)

เขียนโดย Raymond Vermon ในปี คส.1996 โดยเน้นถึงตัวสินค้ามากกว่าประเทศหรือเทคโนโลยีใด ๆ หรือปัจจัยการผลิต ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้งในการผลิตสินค้าต่าง ๆ จะย้ายจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ตามขั้นตอนหรือช่วงเวลาในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มข้ออ้างอิงทางเทคโนโลยีเพิ่มเติมอีก 2 ข้อ คือ

1. นวัตกรรมทางเทคนิคในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้กำไรเป็นที่น่าพอใจจะต้องอาศัยเงินทุนเป็นจำนวนมาก และใช้แรงงานที่มีความชำนาญเป็นอย่างสูงในช่วงแนะนำ ซึ่งปัจจัยการผลิตเช่นนี้จะมีได้ในประเทศอุตสาหกรรมที่มีเงินทุนมาก

2. ในช่วงต่อมาของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทั้งสามช่วง ผลิตภัณฑ์จะถูกผลิตในเชิงพาณิชย์เป็นปริมาณสูงมีมาตรฐานมากขึ้น ใช้แรงงานฝีมือน้อยลง จะมีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศแม่ไปสู่ต่างประเทศในที่สุด

10. <u>ทฤษฎีขนาดการผลิตที่ประหยัดและการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์</u> (Economies of Scale and Imperfect Competition)

กล่าวว่าต้นทุนการผลิตของสินค้าที่มีผลต่อราคาและทำให้เกิดการประหยัดจะมาจาก

- ขนาดการผลิตที่ประหยัดภายใน (Internal Economies of Scale) เมื่อธุรกิจมีขนาดใหญ่จะสามารถผลิตสินค้าจำนวนมากซึ่งจะเฉลี่ยให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลงและเกิดขนาดการผลิตที่ประหยัด ส่งผลให้สามารถผูกขาดตลาดได้ด้วยการตัดราคาคู่แข่งรายอื่น ๆ ทั้งหมดจึงเกิดสภาวะตลาดไม่สมบูรณ์

- ขนาดการผลิตที่ประหยัดภายนอก (External Economies of Scale) ประเทศใดมีขนาดของอุตสาหกรรมโดยรวมที่ใหญ่กว่า จะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าประเทศที่มีขนาดของอุตสาหกรรมที่เล็กกว่า ก่อให้เกิดการผลิตที่ประหยัดจากภายนอก

แนวความคิดทางการตลาด

ในองค์การทางธุรกิจเต็มรูปแบบ องค์การต้องมีหน่วยงานหลักคือ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการเงิน ซึ่งทั้งสามฝ่ายต่างก็มีบทบาทที่สำคัญต่อองค์การธุรกิจ และด้วยการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ฝ่ายการตลาดเป็นหน่วยงานที่โดดเด่นที่สุดเพราะฝ่ายการตลาดจะต้องเป็นฝ่ายที่ทำให้เกิดการผลิตขององค์การ ดังนั้นจึงมีความหมายของการตลาดไว้ดังนี้

สุปัญญา ไชยชาญ (2538 : 1-7) กล่าวว่า คำว่าตลาด (Market) มีความหมายสามนัยดังนี้

1) ตลาด ตามความหมายของสามัญชนทั่วไป หมายถึง สถานที่ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายใช้เป็นที่พบปะเพื่อทำการเจรจาตกลงซื้อขาย แลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์กัน

2. ตลาด ตามความหมายของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อที่ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กัน เป็นการให้ความหมายที่สนใจโครงสร้างของพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ซื้อ

3) ตลาด ตามความหมายของนักตลาด หมายถึงกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้มีศักยภาพว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์เท่านั้น

สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ (2530 : 22) ตลาด หมายถึง สิ่งที่มีตัวตน และไม่มีตัวตน ได้แก่ สถานที่ที่มีการซื้อขาย หรืออำนาจซื้อของพลเมือง หรือ แหล่งที่รวบรวมสินค้าเพื่อมาขาย ซึ่งแบ่งเป็น ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลาง ตลาดโลก และได้มีการให้ความหมายของการตลาด ไว้ดังนี้

สมาคมการตลาดของอเมริกา (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530 : 1) การตลาด คือ กิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้

วิลเลียม และ ชาร์เล็ต (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530: 1 ; อ้างอิงจาก Stanton and Futrell. 1987) การตลาดคือ กิจกรรมของระบบธุรกิจทั้งหมด ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อวางแผนการดำเนินงาน กำหนดราคา ส่งเสริมการจำหน่ายและการกระจายสินค้าและบริการในอันที่จะตอบสนองความพอใจแก่ผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre) (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530 : 1) การตลาด คือ กระบวนการจัดสรรสินค้าที่ถูกต้องเพื่อจำหน่ายในสถานที่ถูกต้อง ในเวลาที่ถูกต้อง และในราคาที่ถูกต้อง

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา (2539 : 3) การตลาดคือ กระบวนธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีบทบาทนับตั้งแต่การสร้างสรรค์และกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้การผลิตหรือการจหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค บำบัดความต้องการ พร้อมทั้งนำความพอใจไปสู่ผู้บริโภค และในขณะเดียวกันสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทผู้ผลิตด้วย

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 4 ; อ้างอิงจาก Kotler.1997) การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและบริหาร (Social and Managerial Process) ซึ่งบุคคลแต่ละกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

คอตเลอร์ (สุปัญญา ไชยชาญ 2538 : 7 ; อ้างอิงจาก Kotler. 1988,1994) ได้ให้ความหมาย การตลาดหมายถึง กระบวนการทางสังคมและกระบวนการบริหารที่ทำให้บุคคลได้รับสิ่งของที่ต้องการและอยากได้โดยอาศัยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าขึ้นมาแล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น

แมคคาที (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2526 : 3 ; อ้างอิงจาก Mc.cathy.1975) กล่าวว่าการตลาด เป็นการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งนำไปสู่การเคลื่อนตัว (Flow) ของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้

ใช้เพื่อที่จะทำความพอใจให้กับผู้บริโภคพดังกล่าวและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทด้วย

ดังนั้น สรุปได้ว่า การตลาดคือ กิจกรรมของระบบธุรกิจที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และการบริหาร จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้จะต้องทำให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด และขณะเดียวกันก็เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ผลิต

ตามที่กล่าวถึงความหมายของการตลาดมาแล้ว การดำเนินการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

คอตเลอร์ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2542 : 8-13 ; อ้างอิงจาก Kotler. 1997) การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและบริหาร การคิดค้น การวางราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายความคิด สินค้า และบริการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเพื่อตอบสนองเป้าหมายของบุคคลและองค์การ

ในการบริหารการตลาดมีปรัชญาทางการตลาด หรือแนวความคิดอยู่ 5 ประการ (อดุลย์ จาตุรงคกุล 2542 : 8-13) ที่บริษัทสามารถใช้นำทางกิจกรรมทางการตลาดมีดังนี้

1) แนวความคิดมุ่งที่การผลิต (The Production Concept)
2) แนวความคิดมุ่งที่ผลิตภัณฑ์ (The Product Concept)
3) แนวความคิดมุ่งที่การขาย (The Selling Concept)
4) แนวความคิดที่มุ่งการตลาด (The Marketing Concept)
5) แนวความคิดมุ่งที่การตลาดและสังคม (The Marketing and Social Concept)

การตลาดระหว่างประเทศ

จอห์นและฟิลลิป (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2526: 448 ; อ้างอิงจาก John and phillip.1975) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการของบริษัทเคลื่อนไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้มากกว่าหนึ่งประเทศ

แคทีโอลา (Cateora.1996 : 6) ได้กล่าวถึงการตลาดต่างประเทศว่าเป็นการดำเนินการของกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อมุ่งหวังให้สินค้าและบริการถึงตรงยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้มากกว่าหนึ่งประเทศเพื่อผลกำไร

จากความหมายการตลาดต่างประทศที่เป็นการปฏิบัติการข้ามพรมแดนทางการเมืองไปสู่ประเทศอื่น ๆ และด้วยสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศแตกต่างกับตลาดในประเทศอื่น ๆ ทำให้บริษัทการค้าต่าง ๆ ในประเทศที่ทำธุรกิจต่างประเทศต้องมีการปรับโครงสร้างของตนซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทาย แต่บริษัทการค้าต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีความเต็มใจในการก้าวเข้าสู่การตลาดต่างประเทศ โดยศึกษาได้จากความสำคัญของการตลาดต่างประเทศ

ความสำคัญของการตลาดต่างประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2526 : 448) ได้สรุปไว้ว่า เนื่องจากปริมาณสินค้าเกิดภาวะล้นตลาดเนื่องจากผลผลิตมีมากกว่าความต้องการทำให้บริษัทต้องหาตลาดในต่างประเทศเพื่อระบายผลิตผลที่มีจำนวนเกินกว่าความต้องการในประเทศ และในบางครั้งการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมีโอกาสในการทำกำไรได้สูงกว่าจำหน่ายภายในประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 272-273) กล่าวถึงเหตุผลที่บริษัทต่าง ๆ พยายามทำการตลาดระหว่างประเทศคือ

1. เพื่อหนีปัญหาเศรษฐกิจในตลาดภายในประเทศ
2. เพื่อผจญปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์อย่างมาก (เช่น อัตราการเกิดลดลงเป็นอย่างมาก
3. เพื่อส่งออกเทคโนโลยีสู่ประเทศที่ด้อยพัฒนากว่า
4. เพื่อเพิ่มอิทธิพลทางการเมือง

5. เพื่อให้ทันกับหรือหลีกหนีการแข่งขัน
6. เพื่อใช้ประโยชน์ในการประหยัดจากการผลิตขนาดใหญ่
7. เพื่อขยายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
8. เพื่อ ยักย้ายถ่ายเท สินค้าคงคลัง
9. เพื่อประโยชน์ทางภาษี
10. เพื่อสร้างโอกาสทางการวิจัย (เช่น ทดสอบตลาดในต่างประเทศ)
11. เพื่อสร้างภาพพจน์แห่งความเจริญก้าวหน้าของบริษัท

ดังนั้น โดยสรุปแล้ว การตลาดระหว่างประเทศจะเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจระหว่างประเทศ กล่าวคือ การตลาดระหว่างประเทศจะเป็นการปฏิบัติการ กิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง

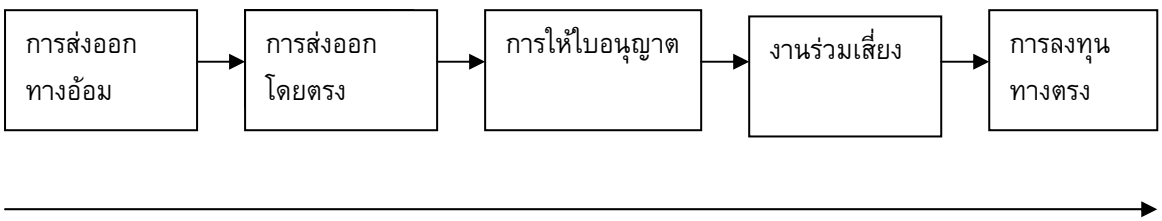
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 150 – 153) กล่าวว่าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ หรือต่างประเทศ ทุกธุรกิจจะต้องผจญกับสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือ พลังห้าชุด ที่ Michael E.Porter ที่มีอิทธิพลของอุตสาหกรรม มีดังนี้ 1) ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน 2) การขู่ของภัยจากผู้เข้าสู่ตลาดรายใหม่ 3) การขู่ของภัยจากสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนได้ 4) อำนาจในการต่อรองของลูกค้า 5) อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ

ปัจจัยแปรผันทางการตลาด (พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. 2542 : 11 – 25)

1) ที่สามารถควบคุมได้
   - ผลิตภัณฑ์ (Product)
   - ราคา (Price)
   - ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
   - การส่งเสริมสินค้า (Promotion)
2) ที่ไม่สามารถควบคุมได้
   - การเมืองและกฎหมาย
   - วัฒนธรรมและระบบสังคม
   - สภาวะเศรษฐกิจ
   - ระบบการค้าและการแข่งขัน
- ทรัพยากรและนโยบายบริษัท

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ



ภาพประกอบ 3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ.: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัจจัยกำหนดความต้องการส่งออก (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน 2542 : 80-81)

1. นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล

นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีส่งออก การขยายตลาดในต่างประเทศ การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และการปรับปรุงพิธีการศุลกากรให้สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส ก็จะทำมีการส่งออกมากขึ้น ส่วนในทางตรงข้าม ก็จะทำให้การส่งออกซบเซา

2. ราคาของสินค้าออก

หากราคาของสินค้าออกของประเทศใดอยู่ในระดับสูงกว่าตลาดต่างประเทศในสินค้าอย่างเดียวกัน ประเทศนั้นจะส่งออกได้น้อย แต่ถ้าราคาสินค้าออกต่ำกว่าตลาดต่างประเทศ ก็จะส่งออกได้มาก เนื่องจากราคาของสินค้าออกส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยน หากเงินบาทเทียบกับเงินตราต่างประเทศมีค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น สินค้าออกของไทยจะมีราคาถูกสำหรับผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น

3. ความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ความต้องการของตลาดต่างประเทศขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า หากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในเกณฑ์ดี ความต้องการซื้อสินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศจะมีมาก ทำให้การส่งออกสดใสตามไปด้วย ส่วนในกรณีตรงข้าม การส่งออกจะลดลง

แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์ของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ซึ่งตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) อธิบายว่า “ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการใด ๆ จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เมื่อสมมุติให้ปัจจัยอื่นไม่มีการเปลี่ยนแปลง” กล่าวคือ หากราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะมีปริมาณความต้องการซื้อน้อยลง แต่ถ้าราคาสินค้าและบริการลดต่ำลง ผู้บริโภคจะมีปริมาณความต้องการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อปัจจัยอื่นไม่เปลี่ยนแปลง สาเหตุที่กำหนดให้ปัจจัยอื่นไม่เปลี่ยนแปลงเพราะนักเศรษฐศาสตร์เชื่อว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่ใช้กำหนดปริมาณความต้องการ แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่มิใช่ปัจจัยราคาเข้ามามีอิทธิพลด้วย อาทิ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมและความชอบ และความจำเป็นรีบด่วนในการใช้ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงในเส้นอุปสงค์

ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ในเส้นอุปสงค์แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยราคา คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการ การเปลี่ยนแปลงประเภทนี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์ โดยสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ก็คือ ปริมาณความต้องการ (Quantity Demand) เช่น ในกรณีของราคาสินค้าปรับตัวลงจาก P1 เป็น P2 จะทำให้ปริมาณความต้องการสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก A หน่วย เป็น B หน่วย

2. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มิใช่ปัจจัยราคา เนื่องจากเส้นอุปสงค์ต่อราคานั้นสร้างขึ้นมาจากสมมติฐานที่ว่าปัจจัยอื่น ๆ คงที่ และทำให้ราคาเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงราคาจึงทำให้ปริมาณอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปตามเส้นอุปสงค์ (Movement Along thd Demand Curve) แต่เมื่อใดที่ปัจจัยอื่น ๆ ที่เคยสมมติให้คงที่ได้เปลี่ยนแปลงไป และราคากลายเป็นปัจจัยคงที่ ผลที่เกิดก็คือ เส้นอุปสงค์จะขยับ

ไปทั้งเส้น (Shift in the Demand Curve) คือการเปลี่ยนแปลงประเภทนี้จะทำให้เส้นอุปสงค์มีการเคลื่อนตัว (Shift) จากเส้นเดิมไปเป็นเส้นใหม่

ปัจจัยที่ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนตัว

การเคลื่อนตัวของเส้นอุปสงค์ ซึ่งการเคลื่อนตัวของเส้นอุปสงค์นี้เกิดจากสาเหตุ ได้ดังต่อไปนี้

1. รายได้ผู้บริโภค (Consumer Income) เนื่องจากรายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจการซื้อและปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ในทางตรงกันข้าม เมื่อรายได้ลดลงผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่ลดลง

2. รสนิยม (ความนิยม,ความพึงพอใจ) ของผู้บริโภค (Consumer Taste) ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้านั้นซึ่งสาเหตุมาจากกำลังได้รับความนิยมย่อมทำให้ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าสินค้าเสื่อมความนิยมหรือล้าสมัย ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคจะลดลง

3. ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Price of Related Commodities or Substituion Commodities) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์ 2 กรณี คือ 1) ราคาสินค้าที่แข่งขันกันหรือทดแทนกันได้ (Competitive Commodities หรือ Substitution Commodities) 2) ราคาสินค้าที่ประกอบกัน (Complementary Commodities) ดังนี้

3.1 ราคาสินค้าที่แข่งขันกันหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน คือ เมื่อราคาสินค้า A สูงขึ้น ในขณะที่สินค้า B คงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้า A แพงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาซื้อสินค้า B มากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้า B เลื่อนไปทางขวา ตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้า A ต่ำลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าราคาสินค้า A ถูกลง ในขณะที่ราคาสินค้า B คงที่ ผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า B น้อยลง ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้า B เลื่อนไปทางซ้าย

3.2 ราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมัน แก๊สกับเตาแก๊ส ในกรณีที่ราคารถยนต์ลดลง ทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันรถยนต์เพิ่มขึ้นด้วย เป็นเหตุให้เส้นอุปสงค์ของน้ำมันรถยนต์เลื่อนไปทางขวามือ ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคารถยนต์เพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์ลดลง ซึ่งมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันรถยนต์ก็ลดลงด้วยเป็นเหตุให้เส้นอุปสงค์ของน้ำมันรถยนต์เลื่อนไปทางซ้ายมือ

4. จำนวนผู้บริโภคในตลาด (Number of Consumer in the Market) จำนวนผู้บริโภคเป็นตัวแปรที่จะกระตุ้นเส้นอุปสงค์ ถ้ามีจำนวนผู้บริโภคในตลาดมากขึ้นปริมาณความต้องการซื้อก็จะเพิ่มขึ้น ตรงกันข้าม ถ้าจำนวนผู้บริโภคในตลาดมีน้อย ปริมาณความต้องการซื้อก็จะลดลง

5. ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ในช่วงที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อรายได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค ในกรณีที่เศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อลดลง

6. การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต (Estimating Goods Price) ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะลดลงในอนาคตผู้บริโภคก็จะลดความต้องการซื้อในปัจจุบัน แต่ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะสูงขึ้นในอนาคตผู้บริโภคก็จะเพิ่มความต้องการซื้อในปัจจุบัน

7. ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Cost) เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ในองค์การใดใช้งบประมาณในการสื่อสารมาก จะทำให้ความต้องการซื้อสินค้านั้นสูงขึ้นมาก แต่ถ้าองค์การใดใช้งบประมาณในการสื่อสารน้อย ความต้องการในการซื้อสินค้านั้นก็จะต่ำลง

8. ฤดูกาล (Season) เช่น ในฤดูร้อน ผู้บริโภคย่อมมีความต้องการซื้อพัดลมมากขึ้น ส่วนในฤดูหนาวผู้บริโภคมีความต้องการซื้อพัดลมน้อยลง

9. เทศกาล (Festival Season) เช่น ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนในช่วงนอกเทศกาลผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวน้อยลง

10. การกระจายรายได้ (Income Distribution) ในระบบเศรษฐกิจถ้าหากมีการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน (มีคนรวยน้อยและมีคนจนมาก) อุปสงค์ของสินค้าก็จะน้อย แต่ถ้ามีการกระจายรายได้ที่เท่าเทียมกัน อุปสงค์ในสินค้าส่วนใหญ่ก็จะสูงขึ้น

ทฤษฎีความคิดเห็น

จากแนวความคิดที่ว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากความแตกต่างระหว่างประเทศในเรื่องของปัจจัยการผลิตหรือทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต อันได้แก่ปัจจัยการผลิตประเภททุนและแรงงาน ซึ่งแต่ละประเทศจะมีความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตไม่เท่ากันและนับเป็นความได้เปรียบอันเนื่องมาจากทำเลที่ตั้ง ภายใต้สมมติที่ว่า ประเทศคู่ค้ามีปัจจัยการผลิตเหมือนกันทุกประการ ปัจจัยการผลิตมี 2 ชนิด คือ ปัจจัยทุนและแรงงาน และไม่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศ ตลอดจนไม่มีการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงการกำหนดให้ฟังก์ชันการผลิตสินค้าเดียวกันและรสนิยมการบริโภคเหมือนกันระหว่างประเทศ โดยจำลองในการวิเคราะห์ มีลักษณะเป็นแบบ มีการผลิตสินค้า 2 ชนิด 2 ปัจจัยการผลิต และ 2 ประเทศ ดังนั้นประเทศหนึ่ง ๆ จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีปัจจัยการผลิตอุดมสมบูรณ์และถูกใช้อย่างเต็มที่ ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของปัจจัยการผลิตที่มีต่อการค้าระหว่างประเทศอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าทุกอย่างเป็นไปตามข้อสมมติ การค้าระหว่างประเทศจะเป็นเพียงรูปแบบเดียวที่เป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน เนื่องจากการสมมติให้ปัจจัยการผลิตไม่อาจเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและฟังก์ชันการผลิตเหมือนกันระหว่างประเทศทำให้ทฤษฎีไม่อาจอธิบายถึงการลงทุนระหว่างประเทศ ที่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตไม่ว่าจะเป็นเงินทุน เครื่องมือ เครื่องจักร รวมถึงช่างเทคนิค ในรูปแบบของการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ เช่น บริษัทลูกของบรรษัทข้ามชาติ การร่วมทุน และการลงทุนทางอ้อมโดยผ่านการซื้อพันธบัตร ประกอบกับในแง่ของความเป็นจริงแล้ว การค้าระหว่างประเทศมิได้เกิดขึ้นอย่างเสรี แต่เกิดขึ้นภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ เช่นการรวมกลุ่มและการกีดกันทางการค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศด้านต่าง ๆ ของประเทศผู้ส่งออกเองด้วย

สภาพแวดล้อม ทางการค้าระหว่างประเทศ

1. สภาพแวดล้อมทางการเมือง

เป็นสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและนโยบายของรัฐบาล (Zikmud / d' and Amico. 2001:654) สภาพแวดล้อมทางการเมืองจะประกอบด้วย ปัจจัย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองของประเทศเจ้าบ้าน (Host – country political environment)

ประเทศต่าง ๆ ต้องการที่จะรักษาและเพิ่มพูนเอกราชของชาติของตน กิจการของต่างประเทศมักจะถูกมองว่าเป็นการคุกคามเอกราชภายในประเทศ หรือมีผลเสียหายต่อธุรกิจในประเทศ ดังนั้นในช่วงที่เกิดการจลาจลวุ่นวาย กิจการต่างประเทศหรือสถานทูตต่างประเทศจะเป็นเป้าหมายที่จะโดนโจมตีมากที่สุด

ดังนั้น ในแต่ละประเทศจึงต้องการที่จะปกป้องความมั่นคงของชาติตนเอง (National Security) โดยปกติรัฐบาลจะห้ามกิจการต่างประเทศดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันประเทศ หรืออุตสาหกรรมที่เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ เช่น การป้องกันประเทศ (Defense) การสื่อสาร (Communication) พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรธรรมชาติ (Energy and Resources)

1.2 การควบคุมโดยประเทศเจ้าบ้าน (Host – Country Controls)

ประเทศเจ้าบ้านจะมีค่านิยม (Goodwill) ให้กิจการต่างประเทศช่วยให้บรรลุเป้าหมายของประเทศตนเอง รัฐบาลอาจใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการป้องกันพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาและส่งเสริมพฤติกรรมที่ปรารถนาที่เกิดจากกิจการต่างประเทศ ซึ่งวิธีการที่รัฐบาลใช้ในการควบคุมมี 5 วิธี ดังนี้

1.2.1 การจำกัดการนำเข้า (Entry Restrictions)

ถ้าอนุญาตให้ธุรกิจเข้าประเทศได้ กิจการก็จะถูกจำกัดในอุตสาหกรรมที่เข้ามา เช่น ไม่มีการอนุญาตให้เป็นเจ้าของ 100% โดยถูกจำกัดในรูปแบบของการร่วมลงทุน (Joint venture) กับกิจการภายในประเทศ

1.2.2 การควบคุมราคา (Price controls)

เป็นระเบียบข้อบังคับของรัฐเพื่อควบคุมราคาผลิตภัณฑ์และบริการไม่ให้สูงเกินกว่าที่กำหนด เพื่อป้องกันไม่ให้ค่าครองชีพสูงต่อเนื่องไปเป็นลูกโซ่ มักจะใช้ในช่วงต่อต้านปัญหาภาวะเงินเฟ้อ การควบคุมราคานี้มักจะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นแก่การครองชีพบางชนิด และมักใช้ในช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้นโดยเฉพาะประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี เพื่อมิให้กระทบต่อกลไกตลาดมากนัก (ศิริพร สัจจานันท์. 2543 : 235) ดังนั้นกิจการต่างประเทศจึงต้องเผชิญกับข้อจำกัดอย่างมาก สิ่งที่เหมือนกันมากที่สุดคือการควบคุมราคาให้ต่ำ ซึ่งถ้าเศรษฐกิจมีภาวะเงินเฟ้อทำให้ต้นทุนสูงจะจำกัดกำไรอย่างมหาศาล

1.2.3 การจำกัดการนำเข้า (Quotas)

เป็นการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือปริมาณสินค้านำเข้า และปริมาณการส่งออกสินค้าในแต่ละปี (Daniels and Radebaugh. 2001 : 784) การเก็บภาษีศุลกากร (Tariffs) เป็นภาษีที่เก็บสำหรับสินค้านำเข้าในประเทศ ดังนั้นการจำกัดการนำเข้าและการเก็บภาษีศุลกากรอาจจะจำกัดตามความสามารถของกิจการในการนำเข้า เครื่องมือ เครื่องจักร (Equipment) ชิ้นส่วนประกอบ (Components) และผลิตภัณฑ์ (Products) การจำกัดดังกล่าวเพื่อจะเพิ่มจำนวนวัตถุดิบในประเทศมากกว่าจำนวนที่กิจการต่างประเทศต้องการ

1.2.4 การควบคุมอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Control)

ในหลายประเทศจะประสบปัญหาการขาดดุลการชำระเงิน (Balance of Payments) การขาดดุลเรื้อรัง ซึ่งทำให้เกิดการขาดแคลนของเงินตราต่างประเทศ

1.2.5 การเวนคืน (Expropriation)

หมายถึง การเวนคืนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินของธุรกิจเอกชน โดยรัฐบาลของประเทศใดประเทศหนึ่ง (Daniels and Radebaugh. 2001 : 777) โดยการบังคับอย่างเป็นทางการในทรัพย์สินของกิจการต่างประเทศ การเวนคืนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการควบคุมกิจการต่างประเทศ

2. **สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย**

กฎหมายของประเทศและกฎที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของกิจการต่างประเทศ กิจการต้องทราบสภาพแวดล้อมทางกฎหมายในแต่ละตลาด เพราะว่ากฎหมายนั้นถือว่าเป็นกฎของเกมส์ (Rules of the game) ในขณะเดียวกันกิจการต้องทราบว่าสภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองเป็นอย่างไร กฎหมายนั้นมีผลบังคับใช้อย่างไรและระบุทิศทางของกฎหมายใหม่ด้วย สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายระหว่างประเทศ เป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน กฎหมายที่สำคัญ มี 3 ประการคือ 1. กฎหมายของประเทศแม่ (Home's laws) 2. กฎหมายระหว่างประเทศ (International Law) 3. กฎหมายภายในประเทศที่บริษัทได้ไปดำเนินการในต่างประเทศหรือในประเทศนั้น ๆ

3. **สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ**

อิทธิพลด้านเศรษฐกิจจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น การเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจของประเทศและตลาดต่างประเทศจะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสามารถพยากรณ์แนวโน้มที่มีผลกระทบต่อการทำงานในอนาคต รายละเอียดอิทธิพลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ (Key Economic forces) จะประกอบด้วย

1.1 โครงร่างงานทางเศรษฐกิจของประเทศ (Economic Framework)

1.2 ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (Economic Stability)

1.3 ความสำคัญและอิทธิพลของตลาดเงินทุน (Existence and Influence of Capital Markets)

1.4 สมรรถภาพของปัจจัยการผลิต (Factor Endowments)

1.5 ขนาดของตลาด (Market Size)

1.6 ความสามารถในการจัดหาสาธารณูปโภค (Availability of Economic Infrastructure)

2. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

การคำนึงถึงวัฒนธรรม (Cultural Awareness) : คือการรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ที่จะเข้าไปทำธุรกิจ เนื่องจากมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นธุรกิจจะต้องปรับตัวและตัดสินใจว่า จะนำสิ่งที่เคยปฏิบัติในประเทศของตนเองไปใช้ในสภาพแวดล้อมต่างประเทศได้หรือไม่ เพราะว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่แตกต่างกันทั่วโลก การเข้าใจถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจ ดังนั้น การทำธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องศึกษาถึงลักษณะเด่นและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ซึ่งจะประกอบด้วย

4.1 ความเป็นชาติ (ชาตินิยม)

เป็นคำนิยามที่ใช้สำหรับสังคมหนึ่งที่มีค่านิยมคล้ายกัน เนื่องจากอาศัยอยู่ในเขตแดนเดียวกันและอยู่ภายใต้พื้นฐานกฎหมายที่ใช้ร่วมกัน เพราะความคล้ายคลึงระหว่างบุคคลเป็นเหตุและผลของวัฒนธรรมของกลุ่มชนหรือวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เพื่อประโยชน์ในการจ้างงาน การขาย และซื้อสินค้าตลอดจนมีกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งใช้สำหรับประชาชนหรือคนในประเทศนั้น ๆ

4.2 การสร้างวัฒนธรรมใหม่ (Cultural Formation) และการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรม (Cultural Dynamics)

เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากผู้นำสังคมสู่คนในสังคมนั้น ๆ ระบบค่านิยมทางวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม ประเพณี และสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะเกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ 1. สมัครใจเลือก (Choice) 2. ถูกบังคับ (Imposition) 3. การเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากการสื่อสารกับวัฒนธรรมอื่น ๆ (Contact with Other Cultures)

4.3 ภาษาเปรียบเสมือนผู้ดำรงวัฒนธรรม (Language as a Cultural Stabilizer)

ภาษาจัดเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความมีเสถียรภาพของวัฒนธรรม เมื่อบุคคลมาจากต่างสถานที่กันแต่ใช้ภาษาเดียวกัน การแพร่หลายของวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ง่าย ทำให้ความคล้ายคลึงของภาษามีมากขึ้น

4.4 ศาสนาเป็นปัจจัยที่ช่วยรักษาเสถียรภาพด้านวัฒนธรรม (Religion as a Cultural Stabilizer)

ศาสนาเป็นค่านิยมที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุด โดยมากศาสนาทั้งหมดเกิดจากประชาชนที่มีความเชื่อวัฒนธรรมของภูมิภาค ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากศาสนา เพราะฉะนั้น เขตของศาสนาจึงมีอิทธิพลออกไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งด้วย ดังนั้น ศาสนาที่เด่น ๆ จึงมีอิทธิพลทั้งในด้านกฎหมายและต่อการดำเนินการทางธุรกิจระหว่างประเทศ

ความหมายและประวัติการค้าข้าว

ประชากรไทยกว่าร้อยละ 60 เป็นเกษตรกร ส่วนใหญ่ปลูกข้าวเป็นพืชหลัก ประเทศไทยส่งออกข้าวมากที่สุดในโลก กว่า 7.2 ล้านตัน ต่อปี (เอกสารเผยแพร่ สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ : มกราคม 2546) ข้าวไทยสร้างชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมากทุกปี ข้าวจึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ช่วยกอบกู้และพยุงเศรษฐกิจของประเทศในช่วงวิกฤต

ข้าวเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมประจำชาติ มีอิทธิพลอย่างมากต่อศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ศาสนพิธี การเฉลิมฉลอง ภูมิปัญญาและวิถีทางในการดำรงชีวิตของคนไทยแต่ทุกวันนี้มีคนไทยกี่คนที่รู้ว่าข้าวมีความหมายและประวัติความเป็นมาอย่างไร

ความหมาย

ข้าว **(Rice)** หมายถึง ข้าวเจ้าและข้าวเหนียว (Oryza sativa L.) ไม่ว่าจะอยู่ในรูปใด

ประวัติการค้าข้าวของไทย

ในประวัติศาสตร์ไทยจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นก่อนถึงปี พ.ศ. 2398 สินค้าในการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็นของมาจากป่าและธรรมชาติ และมีลักษณะกระจัดกระจายเป็นอันมาก (very miscellaneous) มูลค่าการส่งออกไทยจนถึง พ.ศ.2398 มีค่าเท่ากับ 5.6 ล้านบาท และมากกว่าครึ่งของมูลค่าทั้งหมดมาจากสินค้าที่มาจากป่าและธรรมชาติ น้ำตาลซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในขณะนั้นมีมูลค่าส่งออกเท่ากับร้อยละ 15 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในขณะที่พริกไทยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับร้อยละ 3 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และเป็นที่น่าสังเกตว่าข้าวไม่ได้อยู่ในรายการของสินค้าส่งออก (Ingram. 1971 : 22)

1. สนธิสัญญาเบาริงกับระบบเศรษฐกิจและการผลิตข้าวของไทย

สนธิสัญญาเบาริง (Bowring Treaty) อันเป็นสนธิสัญญาการค้าที่รัฐบาลสยามได้ลงนามกับสหราชอาณาจักรในปี พ.ศ. 2398 ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจไทยเริ่มแปรเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพ

(Subsistence economy) ที่มีขนาดการค้าขายกับต่างประเทศอยู่ในขอบเขตจำกัด เป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (open economy) ที่มีการใช้เงินตราเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนอย่างแพร่หลาย

สนธิสัญญาดังกล่าวบังคับให้ไทยเปิดประตูการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ต้องดำเนินนโยบายการค้าเสรี (Free Trade) ในขณะเดียวกันการค้าเสรีก็ทำลายการผูกขาดโดยพระคลังข้างที่ ก่อนหน้านี้ประชาชนจำนวนมาก ทำการผลิตแบบยังชีพ พร้อมกับการเก็บของป่ามาขายเพื่อหารายได้เสริม และส่งเป็นส่วยเพื่อเสียภาษีให้แก่รัฐบาล ครัวเรือนในหมู่บ้านไทยเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่สำคัญในการผลิตสินค้าทั้งขั้นปฐม (เกษตรกรรม) และสินค้าหัตถอุตสาหกรรม (เช่น สิ่งทอ) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือนเป็นสำคัญ สนธิสัญญาเบาริงมีส่วนสำคัญต่อการกระตุ้นให้ราษฎรไทย ทำการผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

ระบบเศรษฐกิจไทยเริ่มอาศัยความชำนาญพิเศษในการผลิตข้าวเพื่อการส่งออก และประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ในระยะต่อมา แรงงานและที่ดิน ตลอดจนทรัพยากรของชาติอีกหลายอย่าง ได้ถูกจัดสรรไปใช้ในการผลิตข้าวเพื่อการค้ามากขึ้นตามลำดับ

การเปิดประตูการค้าระหว่างประเทศ มิเพียงแต่จะก่อให้เกิดการโยกย้ายแรงงานและทรัพยากรต่าง ๆ จากการผลิตสินค้าหัตถกรรมไปใช้ในการผลิตสินค้าเกษตรกรรมโดยเฉพาะข้าวเท่านั้น หากแต่สินค้าอุตสาหกรรมจากต่างประเทศก็เข้ามาตีตลาดไทยด้วย ในที่สุดอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนก็ถูกทำลายลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอ

การขยายตัวของการผลิตข้าวเพื่อเป็นสินค้าส่งออกประกอบด้วยการสลายตัวของระบบอุตสาหกรรมภายในครอบครัว ทำให้เศรษฐกิจไทยเริ่มมีลักษณะของระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพิงต่างประเทศ โดยเฉพาะพึ่งพิงการส่งออก อันมีสินค้าประกอบไปด้วย ข้าว ไม้สัก ดีบุก และยางพารา ในระยะเวลาต่อมา

2. การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจข้าวและผลกระทบ

นับแต่ปี พ.ศ. 2398 เป็นต้นมา ข้าวกลายเป็นสินค้าส่งออกที่มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ และนับแต่ต้นทศวรรษ 2400 ข้าวได้กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของไทย และไทยได้กลายเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ในการส่งออกข้าวของไทยสมัยนั้น ส่วนใหญ่จะส่งไปยังตลาดสิงคโปร์และฮ่องกงเพื่อส่งต่อไปยังประเทศอื่น ๆ ข้าว มีสัดส่วนในการส่งออกประมาณ 2 ใน 3 ถึง 3 ใน 4 ของการส่งออกของไทยต่อมาอีกเนิ่นนาน แม้ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 (2484 – 2488) การส่งออกข้าวของไทยก็ยังมีมูลค่าสูงถึงประมาณร้อยละ 50 ของการส่งออกทั้งหมด สินค้าส่งออกอื่น ๆ รองลงมาจากข้าว ได้แก่ ไม้สัก ดีบุก ยางพารา

เนื้อที่ในการปลูกข้าวเพื่อการค้าก็ได้ขยายตัวเป็นอันมาก โดยเริ่มจากที่ราบภาคกลาง โดยเฉพาะบริเวณรอบ ๆ กรุงเทพฯ เช่น มีนบุรี สมุทรปราการ เพราะบริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ง่ายต่อการคมนาคมขนส่ง หลังจากนั้นก็ขยายไปสู่แถวรังสิต อยุธยา ฯลฯ ในปี พ.ศ. 2452 กรุงเทพฯ มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 1.9 ล้านไร่ และประมาณครึ่งหนึ่งของพื้นที่ดังกล่าวใช้ในการทำนา (สมภพ วงศ์สุมาศ 2536 : 37) ในปี พ.ศ. 2453 ประมาณว่ามูลค่าการส่งออกข้าวของไทยถึงร้อยละ 95 มาจากที่ราบภาคกลาง หลังจากปี พ.ศ. 2453 พื้นที่การทำนาได้ขยายไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ของไทย เมื่อรัฐบาลไทยได้ก่อสร้างเส้นทางเชื่อมกรุงเทพฯ กับจังหวัดต่าง ๆ การสร้างทางรถไฟมีผลทำให้ชาวนาผลิตข้าวเพื่อค้าขายเพิ่มมากขึ้นเพราะต้นทุนการขนส่งต่ำลงและตลาดข้าวก็ขยายตัวเพิ่มขึ้น ผลที่ตามมาก็คือมีการบุกเบิกที่ดินเพื่อการเพาะปลูกข้าวเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ในขณะที่การขยายเนื้อที่เพาะปลูกข้าวมีผลให้ผลผลิตข้าวของไทยเพิ่มเป็นอันมาก แต่ผลผลิตต่อไร่ยังอยู่ในระดับต่ำเพราะชาวนาขาดแคลนทุนและยังใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ล้าสมัย อาทิ เช่น วัว ควาย จอบเสียม ความล้าหลังทางเทคโนโลยีมีผลให้การเกษตรของไทยในอดีตไม่ค่อยเจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร การผลิต

ของชาวนาไทยทั้งการผลิตเพื่อส่งออกและการบริโภคภายในประเทศจึงเป็นการผลิตของชาวนารายย่อย ต่างจากการบุกเบิกที่ดินทำกินในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศที่เป็นอาณานิคมบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ ซึ่งจะลงทุนและนำเอาเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ ๆ มาใช้ตลอดเวลา ผลที่ตามมาก็คือ รายได้ของเกษตรกรของเขาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ระบบการประกอบการทางเกษตรกรรมของเขาจะเป็นระบบขนาดใหญ่ (Plantation Economy) (อัมมาร สยามวาลา.2519)

3. **ปัจจัยสำคัญในการขยายตัวของการส่งออกข้าว**

มีปัจจัยอย่างน้อย 4 ประการที่มีผลต่อการขยายตัวหรือการเจริญเติบโตของการส่งออกข้าว โดยเฉพาะนับแต่ต้นทศวรรษ 2420 เป็นต้นมา

1. การพัฒนาระบบขนส่งระหว่างประเทศ

หลังจากการลงนามสนธิสัญญาเบาริง ประมาณ 14 ปี ได้มีการขุดคลองสุเอซขึ้น ซึ่งช่วยลดระยะทางและค่าขนส่งระหว่างยุโรปกับเอเชียตะวันออกเป็นอันมาก ผลที่ตามมาก็คือ ความต้องการข้าวไทยจากต่างประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มิเพียงแต่ข้าวเท่านั้นที่ปริมาณและมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้น การส่งออกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อันประกอบไปด้วยดีบุก และไม้สัก ก็ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วย กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกของไทยเพิ่มจาก 32.1 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2433 เป็น 108.91 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2453 (สมภพ.2536 : 22) จริง ๆ แล้ว การเปิดคลองสุเอซมิเพียงแต่เป็นปัจจัยสำคัญทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวเท่านั้น แต่ทว่ายังมีผลต่อการขยายการปลูกข้าวเพื่อการส่งออกของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพม่าและเวียดนามอีกด้วย

นอกจากนั้นการสร้างคลองสุเอซ ยังถือได้ว่าเป็นการปฏิวัติการขนส่งที่สำคัญเพราะได้นำไปสู่การปฏิวัติการขนส่งที่สำคัญเพราะได้นำไปสู่การนำเรือกลไฟ (Steamship) เข้ามาใช้แทนที่เรือใบ เรือกลไฟมีสมรรถนะในการขนส่งมากกว่าเรือใบ เพราะสามารถขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก (Bulky Product) ได้ดีกว่า ต้นทุนค่าระวางขนส่งจึงลดลง North นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจชาวอเมริกันได้ประมาณว่าหลังจากเปิดคลองสุเอซค่าระวางเรือลดลงถึงร้อยละ 64 ในปี พ.ศ. 2448 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2373 (สมภพ. 2536 : 22)

2. การพัฒนาระบบขนส่งภายในประเทศ

ราคาข้าวที่เพิ่มสูงขึ้นนับแต่การลงนามสนธิสัญญาเบาริงในปี พ.ศ. 2398 มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการขนส่งภายในประเทศ ราคาข้าวที่สูงขึ้นเป็นแรงจูงใจให้รัฐบาลขุดคลองเพื่อสนับสนุนการผลิตข้าวเพื่อการส่งออก ประมาณว่ามีการขุดคลองเพิ่มขึ้นกว่า 15 สาย เชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ และที่ราบภาคกลางในช่วงปี พ.ศ. 2403 – 2453

คลองที่สำคัญที่ขุดเชื่อมกรุงเทพฯ และแหล่งผลิตข้าวในที่ราบภาคกลางคือ คลองเปรมประชากร ขุดขึ้นเพื่อเชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ และอยุธยา คลองเนื่องเขตร์ และคลองประเวศบุรีรมย์ ขุดเพื่อเชื่อมกรุงเทพฯ กับแหล่งปลูกข้าวในลุ่มแม่น้ำบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และเมื่อการค้าข้าวได้เจริญรุ่งเรืองมากนับแต่ทศวรรษ 2420 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ให้สัมปทานเอกชนในการขุดคลองขนาดใหญ่ คือ คลองรังสิต หรือที่เรียกว่าโครงการรังสิต คลองนี้ใช้เวลาสร้างนับสิบปี เพราะมีการสร้างคลองซอยเป็นจำนวนมาก โครงการรังสิตนั้นผู้ริเริ่มเป็นเจ้านายขุนนางได้ร่วมมือกับบริษัทต่างชาติ โดยริเริ่มที่จะขุดคลองเพื่อระบายน้ำออกจากที่ดินแถบนั้น ซึ่งแต่เดิมมีสภาพเป็นหนองและบึงทำให้ควบคุมน้ำได้ยาก จึงต้องขุดคลองระบายน้ำ ออกลงสู่แม่น้ำเจ้าพระยา คลองรังสิตมิเพียงแต่ส่งผลให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการขนส่งข้าวเพื่อการส่งออกข้าวมากรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ทว่ายังมาผลต่อการบุกเบิกพื้นที่ดินเพื่อการเพาะปลูกในที่ราบเป็นอันมาก

การสร้างทางรถไฟเพื่อเชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ และภูมิภาคอื่น ๆ ก็มีผลต่อการขยายตัวของการเพาะปลูกข้าวด้วยเช่นกัน แม้ว่าบทบาทจะน้อยกว่าแม่น้ำลำคลองก็ตาม

3. การเพิ่มขึ้นของประชากร

นับแต่กลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์มีผลให้อัตราการตายลดลงอย่างรวดเร็ว จำนวนประชากรของประทศในเอเชีย และยุโรปเพิ่มสูงขึ้น เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2416 – 2453 ประชากรของจีนเพิ่มขึ้น 80 ล้านคน ในอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ประชากรก็เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 1.4 ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของประชากรย่อมหมายถึงตลาดเพื่อการบริโภคข้าว ขยายตัวด้วยเพราะประชากรส่วนใหญ่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก และการเพิ่มขึ้นของประชากรก็เป็นไปอย่างต่อเนื่องโดยตลอด โดยเฉพาะระหว่างหลังสงครามโลกครั้งที่ (2457 – 2461) และสงครามโลกครั้งที่ 2 (2484 – 2488)

4. ปัจจัยทางด้านสถาบันและนโยบายภาษีของรัฐบาล

การเจริญเติบโตของการผลิตข้าวนับแต่ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในฐานันดร ไพร่และทาส พลเมืองส่วนใหญ่ก่อนทศวรรษ 2440 มีฐานันดรเป็นไพร่และทาสซึ่งสังกัดมูลนายของตน รัชกาลที่ 5 ทรงพยายามยกเลิกระบบไพร่และทาสโดยตลอดกระบวนการยกเลิกระบบดังกล่าวเป็นอย่างค่อยเป็นค่อยไป และในที่สุดระบบไพร่และทาสได้ถูกยกเลิกไปในปี พ.ศ. 2443 นโยบายเลิกไพร่และทาสได้ปลดปล่อยแรงงานสู่ความเป็นอิสระ และแรงงานส่วนใหญ่ได้หันไปประกอบอาชีพในการเป็นชาวนา มีการบุกเบิกพื้นที่เพื่อทำมาหากินเป็นอันมาก นอกจากประกอบอาชีพชาวนา “รายย่อย” โดยการบุกเบิกที่ดินทำกินแล้ว แรงงานปลดปล่อยเหล่านี้ยังประกอบอาชีพ “รับจ้าง” หรือ “เช่าที่ดิน” ของเจ้าขุนมูลนายซึ่งได้ครอบครองที่ดินเพื่อการปลูกข้าวเป็นอันมาก โดยเฉพาะพื้นที่ดินในเขตรังสิตและธัญบุรี ตลอดจนที่ดินรอบ ๆ กรุงเทพฯ

นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายให้มีการเก็บภาษีที่นาในระดับต่ำเพื่อที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตข้าว “ภาระภาษี” ข้าวตกอยู่ที่กับชาวนาไม่เคยเกินร้อยละ 10 ของมูลค่าข้าวที่ผลิตได้ และภาษีที่นาของไทยในขณะนั้น ก็มีอัตราต่ำกว่าที่เก็บในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่าและอินโดนีเซียเป็นอันมาก

แหล่งกำเนิดของข้าว

ข้าวเป็นธัญญาหารหลักของชาวโลก จัดเป็นพืชสายพันธุ์เดียวกับหญ้า ซึ่งนับได้ว่าเป็นหญ้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและมีความหลากหลายทางชีวภาพ สามารถปลูกขึ้นง่าย มีความทนทานต่อทุกสภาพภูมิประเทศในโลก ไม่ว่าจะเป็นถิ่นแห้งแล้งแบบทะเลทราย พื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึงหรือแม้กระทั่งบนเทือกเขาที่หนาวเย็น ข้าวก็ยังสามารถเจริญงอกงามขึ้นมาได้อย่างทรหดอดทน

ข้าวชนิดแรกที่มนุษย์รู้จักนำมากิน คือ ข้าวป่า จากหลักฐานที่พบทำให้สันนิษฐานได้ว่าเมื่อประมาณ 13,000 - 16,000 ปีที่แล้ว ยุคน้ำแข็งใกล้สิ้นสุดลง สัตว์ใหญ่หลายชนิดเริ่มสูญพันธ์ไป มนุษย์จึงต้องลดบทบาทการล่าสัตว์แล้วหันมาสะสมข้าวป่าและพืชเพื่อเป็นอาหาร

Richard S.Macheish นักโบราณคดีชาวอเมริกัน ผู้ซึ่งทำการศึกษาสถานที่ทางประวัติศาสตร์ของจีนแผ่นดินใหญ่ในปี พ.ศ. 2536 มีหลักฐานที่ยืนยันได้ว่า ประเทศจีน คือแหล่งกำเนิดของการปลูกข้าว เพราะได้พบร่องรอยของข้าวป่าที่มีอายุถึง 16,000 ปี และข้าวที่ปลูกอายุกว่า 9,000 ปี โดยพิจารณาจากการขุดพบหลักฐานข้าวไหม้ที่ติดอยู่กับเศษภาชนะ รวมทั้งเศษต้นข้าวสมัยโบราณที่ขุดได้จากถ้ำ 2 แห่ง ในหุบเขาเมืองหนานชาง (Nanchang) เมืองหลวงของมณฑลเจียงสี (Jianxi) ซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของจีน

จุดเริ่มต้นของการเพาะปลูกข้าวของมนุษย์จากวัฒนธรรมลุงชานของประเทศจีนและวัฒนธรรมฮัวบิเนียนของประเทศเวียดนาม บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำตอนเหนือของอินเดียตอนล่างด้านตะวันออกของเชิงเขาหิมาลัยซึ่งการปลูกข้าวใช้วิธีการปลูกคล้ายกับทำไร่เลื่อนลอย

หลังจากนั้นวิวัฒนาการปลูกข้าวจากการทำไร่เลื่อนลอยมาเป็นการทำนาหว่าน ประมาณ 9,000 ปีก่อนและพัฒนาสู่การทำนาแบบปักดำ ซึ่งพบหลักฐานในวัฒนธรรมบ้านเชียงของไทย เมื่อราว 5,000 ปีที่ผ่านมา

หลักฐานจากต้นข้าวที่ค้นพบ ข้าวป่าในช่วงแรกจะมีก้านและใบเดี่ยวแต่ที่ปลูกใหม่มีถึง 5 ก้านเป็นการแสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลาดังล่าวมนุษย์เริ่มเข้าใจว่าหากปลูกข้าวลงดินเองจะเพิ่มขึ้นถึง 5 เท่า แสดงให้เห็นถึงความเป็นมนุษย์ ในการพัฒนาการเกษตรเพื่อดำรงชีวิต

สายพันธุ์ของพืชตระกูลข้าว ที่มีอยู่บนโลกนี้มีมากถึง 120,000 สายพันธุ์ แต่พันธุ์ที่รู้จักและนำมาปลูกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ Oryza Savita ที่นิยมปลูกในทวีปเอเชียและ Oryza glaberrina ที่นิยมปลูกในทวีปแอฟริกา แต่ข้าวที่ปลูกและซื้อขายกันในตลาดโลกเกือบจะทั้งหมดเป็นข้าวจากทวีปเอเชีย แบ่งเป็น 3 กลุ่มตามลักษณะและพื้นที่ปลูกได้ดังนี้

1. ข้าวอินดิกา (Indica) หรือข้าวเจ้าเป็นข้าวที่มีลักษณะเม็ดเรียวยาวรี ลำต้นสูง ตั้งชื่อมาจากแหล่งที่ค้นพบครั้งแรกในประเทศอินเดีย เป็นข้าวที่นิยมปลูกในทวีปเอเชียเขตมรสุม ตั้งแต่ จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ไทย อินโดนีเซีย ไปจนถึงอินเดียและศรีลังกา แล้วแพร่กระจายไปทั่วเขตอาคเนย์ตั้งแต่หลัง พ.ศ. 1000 ทั่วเขตลุ่มน้ำอิระวดี และต่อมาแพร่ขยายปลูกในทวีปอเมริกา

เฉพาะในเมืองไทย ข้าวอินดิกานิยมปลูกในบริเวณที่ราบลุ่มตอนใต้ของแม่น้ำเจ้าพระยาเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว แทนข้าวเหนียวที่เคยปลูก ซึ่งคนไทยสมัยนั้นเรียกข้าวอินดิกาที่มาจากต่างประเทศว่า “ข้าวของเจ้า” แล้วเรียกกันสั้งลงเหลือเพียง “ข้าวเจ้า” มาถึงทุกวันนี้

2. ข้าวจาปอนิกา (Japonica) เป็นข้าวเหนียวเมล็ดป้อม กลมรี ต้นเตี้ย มีแหล่งกำเนิดจากทางภาคเหนือแล้วผ่านมาทางลุ่มแม่น้ำโขงในสมัยก่อนพุทธศตวรรษที่ 20 หลังจากนั้นลดจำนวนลงไป แพร่หลายในเขตอบอุ่นที่ ญี่ปุ่น เกาหลี รัสเซีย ยุโรป และ อเมริกา

3. ข้าวจาวานิกา (Javanica) เป็นข้าวลักษณะเมล็ดป้อมใหญ่สันนิษฐานว่าเป็นข้าวพันธุ์ผสมระหว่างข้าวอินดิกาเป็นข้าวจาปอนิกานิยมปลูกใน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน หมู่เกาะรูกู และญี่ปุ่น แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมนักเพราะให้ผลิตผลต่ำ ประเทศต่าง ๆ ในโลกต่างก็มีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวใหม่ เพิ่มพื้นที่การปลูกข้าวและวิธีการปลูกข้าวให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น

องค์ประกอบและคุณภาพของข้าว

ข้าวเป็นพืชในตระกูล Oryza sativa L. เป็นอาหารหลักที่สำคัญของชาวเอเชีย เมล็ดข้าวประกอบด้วยเปลือกและเนื้อในเมล็ด เปลือกหรือแกลบ (hull) เป็นส่วนที่หุ้มเมล็ดอยู่ภายใน ส่วนเนื้อในเมล็ดเป็นส่วนที่บริโภคได้ โดยมีเยื่อหุ้มเมล็ดและชั้นแอลูโรน (Aleurone Layer) ห่อหุ้มเนื้อเมล็ด (Endosperm) และคัพภะ (embryo) ไว้ภายในเมื่อขัดสีเป็นข้าวสารจะเหลือเฉพาะส่วนที่เป็นเนื้อในเมล็ด ซึ่งมีแป้ง (สตาร์ช) เป็นองค์ประกอบหลัก แป้งข้าวมีรูปร่างเป็นผลึกหลายเหลี่ยม ขนาดเล็ก 2-10 ไมครอน จับเป็นกลุ่มแน่น ส่วนโปรตีนจะมีลักษณะเป็นก้อนกลม ขนาด 1 – 4 ไมครอนแทรกอยู่กับเม็ดสตาร์ช โดยมีไขมันอยู่ใกล้ ๆ กลุ่มโปรตีน

ข้าวสารประกอบด้วยคาร์โบไฮเดรต 90% โปรตีน 7% ไขมัน 1.5% ที่เหลือเป็นวิตามิน เกลือแร่ และสารอาหารอื่น คาร์โบไฮเดรตที่มีในข้าวสารเป็นแป้ง (สตาร์ช) เกือบทั้งหมดซึ่งอยู่ในเม็ดแป้งนั้นเอง แป้งประกอบด้วยอะมิโลสและ อะมิโลเปกติน โดยอะมิโลสเป็นสารประกอบที่เกิดจากการรวมตัวของน้ำตาลกลูโคส

จำนวนมากมาเชื่อมต่อกันเป็นสายโซ่ยาวแบบเส้นตรง เมื่อย้อมสีด้วยไอโอดีนจะได้สีน้ำเงิน เมื่อทำให้สุกในน้ำเดือด และทำให้เย็นจะเกิดการคืนตัวของแป้ง มีผลให้ข้าวสุกร่วนและแข็งกระด้างมากขึ้น ส่วนอะมิโลเปกติน เกิดจากการรวมตัวของน้ำตาลกลูโคส เชื่อมกันแบบแยกเป็นกิ่งก้านสาขา เมื่อย้อมสีด้วยไอโอดีน จะได้สีน้ำตาลแดง เมื่อทำให้สุกในน้ำเดือดและทิ้งไว้ให้เย็น จะคงสภาพเดิมและเป็นส่วนทำให้ข้าวสุกเหนียวติดกัน

สัดส่วนของปริมาณอะมิโลสและอะมิโลเปกตินในแป้งแตกต่างกันขึ้นอยู่กับชนิดของแป้ง และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ข้าวมีคุณสมบัติแตกต่างกัน แป้งข้าวเหนียวมีอะมิโลเปกตินเกือบ 100% ส่วนข้าวมีอะมิโลสตั้งแต่ 12 – 35% ขึ้นกับพันธุ์ข้าว

เมื่อพูดถึงคุณภาพข้าว มักหมายรวมถึง คุณภาพทางกายภาพและคุณภาพการหุงต้มและรับประทานของข้าว คุณภาพทางกายภาพ หมายถึง คุณสมบัติภายนอกของเมล็ดที่มองเห็นได้ง่าย ได้แก่ สีของข้าวกล้อง ขนาดของเมล็ดข้าว ข้าวท้องไข่ และคุณภาพการขัดสี ส่วนคุณภาพการหุงต้ม และรับประทานของข้าว เป็นคุณสมบัติที่ตรวจสอบทางวิธีเคมี เป็นคุณภาพที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกข้าว ปัจจัยที่ทำให้ข้าวพันธุ์ต่าง ๆ มีคุณภาพของข้าวสุกต่างกันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ

1. ปริมาณอะมิโลส สัดส่วนของปริมาณอะมิโลส และอะมิโลเปกตินในข้าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ข้าวสุกมีความแตกต่างกัน แป้งข้าวเหนียวมีอะมิโลเปกตินเกือบ 100% ส่วนข้าวเจ้ามีอะมิโลสตั้งแต่ 12 – 35% ขึ้นกับพันธุ์ข้าวปริมาณอะมิโลสเป็นสาเหตุที่ทำให้ข้าวสุก มีความเหนียวลดลงหรือร่วนมากขึ้น

2. ความคงตัวของแป้งสุก ข้าวที่มีปริมาณอะมิโลสเท่ากัน อาจมีความแข็งของข้าวสุกต่างกัน เนื่องจากคุณสมบัติของแป้งสุกมีอัตราการคืนตัวไม่เท่ากัน ทำให้แป้งสุกมีความแข็ง และอ่อนแตกต่างกัน

3. ระยะเวลาในการหุงต้ม ขึ้นกับอุณหภูมิของแป้งสุก ซึ่งสามารถประมาณได้โดยการหาค่าการสลายเมล็ดข้าวสารในด่าง (Alkali Test)

4. การยืดตัวของเมล็ดข้าวสุก ในระหว่างการหุงต้ม เมล็ดข้าวมีการขยายตัวทุกด้าน โดยเฉพาะด้านยาว คุณลักษณะนี้เป็นคุณภาพพิเศษของข้าว ซึ่งจะช่วยเสริมให้เมล็ดข้าวสุกขยายขนาดเพิ่มขึ้น และถ้าข้าวสุกนั้นไม่เหนียวติดกัน การขยายขนาดเมล็ดข้าวสุก จะช่วยให้ข้าวขึ้นหม้อดีขึ้น และยังทำให้ข้าวนุ่มมากขึ้น เพราะการขยายตัวทำให้เนื้อข้าวโปร่งขึ้น ไม่อัดกันแน่น

5. กลิ่นหอม ข้าวทั่วไปอาจมีสารระเหยหลายชนิด ข้าวหอมมีสาร 2 – acetye – 1 – pyrolline มากกว่าข้าวทั่วไป ซึ่งสารนี้เป็นสารที่มีมากในพืชตระกูลใบเตย

6. โปรตีน จากการทดลองพบว่า การใส่ปุ๋ยไนโตรเจนทำให้เมล็ดข้าวมีโปรตีนสูงขึ้น ข้าวสุกมีสีคล้ำลงและความเหนียวลดลงด้วย

ปัจจุบันการผลิตข้าวนอกจากจะคำนึงถึงผลผลิตแล้วยังต้องคำนึงถึงคุณภาพเมล็ดควบคู่กันด้วย คำว่า “คุณภาพข้าว” นั้นสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- คุณภาพการสี (Milling Quality)
- คุณภาพการหุงต้ม รับประทาน และการแปรรูป (cooking eating and processing quality)
- คุณภาพทางด้านโภชนาการ (Nutritive Quality)
- คุณภาพตามมาตรฐานซื้อขาย

ในแต่ละประเภทของคุณภาพดังกล่าว มีความสำคัญแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นกับวัตถุประสงค์ ตัวอย่างเช่น ในการสีข้าวต้องการข้าวที่มีคุณภาพการสีดีได้ข้าวเต็มเมล็ดและต้นข้าวสูง หรือในด้านคุณภาพการหุงต้ม รับประทานและการแปรรูป ข้าวสุกที่ได้อาจมีลักษณะแตกต่างกัน ได้แก่ ข้าวสุกนุ่มและเหนียว ข้าวสุกไม่แข็ง และข้าวสุกร่วน เป็นต้น

คุณภาพข้าวถูกควบคุมโดยลักษณะทางพันธุกรรมและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การเก็บเกี่ยว และการเก็บรักษา ดังนั้นในการพัฒนาพันธุ์ข้าวนอกจากจะคำนึงผลผลิตสูงแล้ว ควรให้มีคุณภาพเมล็ดทั้งคุณภาพการสีและคุณภาพการหุงต้มและรับประทานดีร่วมด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านค้าขายในตลาดโลก คุณภาพข้าวจะเป็นตัวกำหนดระดับราคาข้าว ซึ่งการกำหนดมาตรฐานข้าว เพื่อการส่งออกของประเทศค้าข้าวทั้งหลายมักใช้คุณสมบัติเมล็ดทางกายภาพในการจำแนกเกรดของข้าวทุกชนิด เนื่องจากมีความชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้รวดเร็ว มาตรการที่ใช้สำหรับประเมินราคาข้าวเปลือกและข้าวสารล้วนเป็นลักษณะที่มองเห็นหรือ ชั่ง ตวง วัด ได้ทั้งสิ้น รวมถึงการตรวจสอบดูพื้นข้าวว่ามีเมล็ดยาวหรือสั้น สี หักมากหรือน้อย มีเมล็ดข้าวแดงปนหรือไม่ เป็นต้น

โครงสร้างของเมล็ดข้าว

เมล็ดข้าวเป็นผลชนิด caryopsis มีเยื่อหุ้มเมล็ด (testa) อยู่ติดกับผนังรังไข่ (ovary wall) เมล็ดข้าวประกอบด้วย

แกลบ (hull หรือ husk) เป็นส่วนที่ห่อหุ้มเมล็ดข้าว ประกอบด้วยเปลือกใหญ่ (lemma) เปลือกเล็ก (palca) หาง (awn) ขั้วเมล็ด (rachilla) และกลีบรองเมล็ด (sterile lemma) เปลือกใหญ่จะปกคลุมอยู่ 2 ใน 3 ของเนื้อที่เมล็ด เปลือกเล็กจะยึดแน่นอยู่ภายในส่วนของเปลือใหญ่ด้วย โดยโครงสร้างที่มีลักษณะคล้ายตะขอ (hooklike structure) ดังนั้นเปลือกข้าวจึงปิดแน่น

ลักษณะทางกายภาพของข้าว

จากโครงสร้างของเมล็ดข้าวดังกล่าว เราสามารถนำมาใช้ประเมินคุณสมบัติทางกายภาพของเมล็ดข้าวตามความหมายของคุณภาพเมล็ดทางกายภาพ ซึ่งหมายถึง คุณสมบัติต่าง ๆ ของเมล็ดที่สามารถมองเห็น หรือชั่ง ตวง วัดได้ เช่น น้ำหนักเมล็ด สีข้าวเปลือก สีข้าวกล้อง ขนาดและรูปร่างเมล็ด ลักษณะท้องไข่ ความใสขุ่นของข้าวสารและความยาวของข้าวสาร เป็นต้น

น้ำหนักเมล็ด (Grain Weight) เป็นลักษณะที่ถูกควบคุมโดยพันธุกรรม และจะแปรปรวนไปตามสภาพแวดล้อม เช่น ชนิดของดิน การใส่ปุ๋ย ความชื้น และสภาพภูมิอากาศ จากการตรวจสอบน้ำหนักข้าวเปลือก 100 เมล็ดของข้าวไทยพันธุ์ต่าง ๆ จำนวน 344 พันธุ์ พบว่ามีน้ำหนักแปรปรวนระหว่าง 1.62 – 4.17 กรัม ส่วนข้าวพันธุ์ดีที่รัฐบาลส่งเสริมจะมีน้ำหนัก 100 เมล็ด ระหว่าง 2.25 – 3.67 กรัม น้ำหนักเมล็ดสามารถประเมินได้ 2 รูปแบบคือ

- น้ำหนักต่อปริมาตร ประเมินเป็นกรัมต่อลิตร หรือกิโลกรัมต่อถัง
- น้ำหนักต่อจำนวนเมล็ด ประเมินเป็นน้ำหนัก 100 เมล็ด หรือน้ำหนัก 1,000 เมล็ดเป็นต้น

สีข้าวเปลือก (Hull Color) เป็นลักษณะประจำพันธุ์ ซึ่งมีส่วนในการตั้งชื่อพันธุ์ในอดีต เช่น ขาวพวง ขาวนางเนย เนื่องจากมีเปลือกสีฟางหรือสีขาว เหลืองหอม เหลืองข้างรั้ว เนื่องจากมีเปลือกสีน้ำตาลหรือสีเหลือง เป็นต้น เปลือกเมล็ดข้าวจะมีผลต่อสีของข้าวสารนึ่ง กล่าวคือ เมล็ดข้าวเปลือกที่มีสีเข้ม ข้าวสารนึ่งก็จะมีสีเข้มด้วย สีข้าวเปลือกที่พบจะมีสีขาว (white) ฟาง (straw) น้ำตาลอ่อนถึงเข้ม (light to dark brown) ร่องน้ำตาล (brown furrow) กระน้ำตาล (brown spot) น้ำตาลแดง (raddish brown) ม่วง (purple) และดำ (black)

สีข้าวกล้อง (Pericarp Color) จะแสดงออกที่เยื่อหุ้มเมล็ด (pericarp) สำหรับส่วนที่เป็นแป้ง (endosperm) ของข้าวทุกชนิดจะมีสีขาวเสมอ ข้าวกล้องมีสีต่าง ๆ กัน เช่น ขาว แดง น้ำตาลเข้ม น้ำตาลเทา และม่วง ถึงเกือบดำ สีข้าวกล้องมีผลต่อข้าวสารนึ่งเช่นเดียวกับสีของข้าวเปลือก นอกจากนี้ยังมีผลต่อคุณภาพการสี กล่าวคือ ข้าวกล้องที่มีสีเข้มต้องใช้เวลาในการขัดรำนานหรือใช้แรงกดมาก เพื่อให้ส่วนของรำที่

เป็นสีเข้มหลุดออดทำให้เกิดข้าวหักมาก มีปริมาณข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าวน้อย ไม่เป็นที่ต้องการของพ่อค้าโรงสี ดังนั้น สีของข้าวกล้องที่ต้องการคือข้าวกล้องที่มีสีอ่อน

ขนาดรูปร่างเมล็ด (Grain Dimension) ได้แก่ ความยาว (length) ความกว้าง (width) ความหนา (thickness) และรูปร่าง (shape) ของเมล็ด ขนาดรูปร่างเมล็ดของพันธุ์ข้าวเป็นลักษณะประจำพันธุ์ มีความแตกต่างกันขึ้นกับพันธุ์และสภาพื้นที่ปลูก เช่น ข้าวพวก indica จะมีเมล็ดยาว รูปร่างเพรียว พวก japonica มีเมล็ดสั้น รูปร่างป้อม เป็นต้น

ขนาดเมล็ด จำแนกตามความยาวของเมล็ดได้ดังนี้ (IRRI, 1996)

ยาวมาก	ยาวกว่า 7.5 มม.
ยาว	6.6 – 7.5 มม.
ปานกลาง	5.5 – 6.6 มม
สั้น	สั้นกว่า 5.5 มม.

รูปร่างเมล็ด จำแนกโดยใช้สัดส่วนความยาว/ความกว้าง ได้ดังนี้

เรียว	มากกว่า 3.0 มม.
ปานกลาง	2.0 – 3.0 มม.
ป้อม	น้อยกว่า 2.00 มม.

ลักษณะท้องไข่ (Chalkiness) ในเมล็ดข้าว เกิดจากการจับตัวกันอย่างหลวม ๆ ของเมล็ดแป้ง (starch granule) กับโปรตีน (protein body) ในส่วนที่เป็นแป้งของเมล็ด (endosperm) มีลักษณะขาวขุ่น ข้าวท้องไข่มีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน เช่น ข้าวท้องปลาซิว ข้าวท้องขาว หรือข้าวจ๊อกกี้ เป็นต้น ลักษณะท้องไข่ในเมล็ดข้าว มี 3 ชนิด คือ

- white center หมายถึง ท้องไข่ที่เกิดขึ้นตรงกลางของส่วนที่เป็นแป้งในเมล็ด (endosperm)
- white belly หมายถึง ท้องไข่ที่เกิดขึ้นทางด้านข้างหรือด้านท้องของเมล็ดด้านเดียวกับคัพภะ (embryo)
- white back หมายถึง ท้องไข่ที่เกิดทางด้านหลังของเมล็ด ด้านตรงข้ามกับคัมพะ

ข้าวไทยส่วนใหญ่เป็นท้องไข่น้อย ยกเว้นข้าวขึ้นน้ำ และมักเป็นชนิด white belly ส่วน white center และ white back มีน้อยหรือเกือบไม่มีเลย

ลักษณะท้องไข่ในเมล็ดข้าวไม่มีผลโดยตรงต่อคุณภาพการหุงต้มและรับประทาน แต่เป็นลักษณะที่ไม่ต้องการในวงการค้าข้าว เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดคุณภาพและราคาข้าว เนื่องจากข้าวที่เป็นท้องไข่มาก เมื่อนำไปสีจะมีข้าวหัก ได้ข้าวเต็มเมล็ดต้นข้าวน้อย นอกจากนี้ข้าวที่เป็นท้องไข่มากยังไม่สามารถทำเป็นข้าวมาตรฐานสูง ๆ เช่น ข้าว 100% ข้าว 5% ได้ เนื่องจากมีข้อกำหนดว่าข้าวมาตรฐานสูง ๆ นั้นยอมให้มีข้าวท้องไข่ปนได้ไม่เกินร้อยละ 3.0 หรือ 6.0 เป็นต้น

ความขาวของข้าวสาร (Milled Rice Whiteness) ข้าวที่ผ่านการขัดสีจนเป็นข้าวสารแล้วจะมีสีขาวเสมอ เพราะเหลือเฉพาะส่วนที่เป็นแป้งของเมล็ด ความขาวของข้าวสารจะแตกต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระดับการสี องค์ประกอบทางเคมีของเมล็ดข้าว ระยะเวลาการเก็บรักษาข้าวเปลือก เป็นต้น ความขาวของข้าวสารซึ่งจำแนกโดยระดับการสีจะเป็นตัวกำหนดชั้นของข้าว เช่น ข้าว 100% จะต้องมีระดับการสีเป็นสีดีพิเศษ ซึ่งหมายถึงการสีเอาสิ่งต่าง ๆ ออกหมด ไม่มีรำอยู่เลย จนข้าวมีลักษณะใสงามเป็นพิเศษ หรือข้าว 45% มีชั้นของการสีเป็นสีธรรมดา หมายถึง การสีที่ไม่เต็มที่ สีขาวปานกลาง ส่วนสีข้าวนึ่ง ซึ่งมีตั้งแต่น้ำตาลอ่อนถึงเข้มนั้น เกิดจากกรรมวิธีและวัตถุดิบที่ใช้

ความใสขุ่นของข้าวสาร (Grain Translucency) เป็นคนละลักษณะกับท้องไข่ หมายถึง ความทึบแสงหรือความใสของเนื้อข้าวสารทั้งเมล็ด สามารถสังเกตเห็นความแตกต่างได้ในข้าวเจ้า ปัจจุบันยังไม่พบสาเหตุของความใสขุ่นของข้าวสาร แต่คาดว่าเนื่องจากทั้งพันธุ์ข้าวและสภาพพื้นที่ปลูก เช่น ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ที่ปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีเมล็ดใสกว่าข้าวที่ปลูกในภาคกลาง เป็นต้น

คุณภาพในการซื้อขาย

การประเมินคุณภาพข้าวในการซื้อขายนั้น สิ่งที่กำหนดราคาข้าว ได้แก่

1. ความชื้น มีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาข้าว ข้าวที่เก็บเกี่ยวในระยะที่เหมาะสม และนำมาลดความชื้นเหลือประมาณ 13 -15% จะมีราคาสูงกว่าข้าวที่มีความชื้นสูง เนื่องจากข้าวแห้งที่มีความชื้นเหมาะสม สามารถทำการสีได้ทันทีโดยไม่ต้องนำมาลดความชื้นอีก แต่หากรับซื้อข้าวที่มีความชื้นสูงจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลดความชื้น ดังนั้นหากข้าวมีความชื้นเกินกว่าที่กำหนดจะถูกตัดราคา

2. ลักษณะทางกายภาพของข้าว โดยการกะเทาะและขัดสี เพื่อประเมินสีข้าวกล้องท้องไข่ ความใสขุ่นของเมล็ด และสิ่งเจือปนอื่น ๆ เช่น ข้าวแดง ข้าวเหลือง ข้าวเสีย หรือข้าวชนิดอื่น เป็นต้น ซึ่งลักษณะเหล่านี้ในปริมาณต่าง ๆ จะเป็นตัวกำหนดราคาข้าว

3. คุณภาพการสี เพื่อประเมินผลของการแปรสภาพจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร ปริมาณข้าวรวม ข้าวเต็มเมล็ด ต้นข้าว ข้าวหักขนาดต่าง ๆ และปลายข้าว ซึ่งผลได้จากการขัดสีของข้าวที่รับซื้อ จะเป็นค่าที่โรงสีใช้ประเมินผลได้จากการแปรสภาพในโรงสีจริง โดยทั่วไปโรงสีจะตั้งเกณฑ์ขั้นต่ำของผลได้จากการขัดสีของข้าวที่รับซื้อ หากข้าวที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายมีผลได้จากการขัดสีต่ำกว่าเกณฑ์จะถูกตัดราคา

4. ประเภทของข้าว ข้าวคุณภาพดี ตามความต้องการของตลาดและเป็นที่นิยมของผู้บริโภค มักมีราคาดีกว่า ข้าวคุณภาพต่ำ

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดราคาข้าวดังกล่าวแล้ว ในการซื้อขายยังมีการแบ่งชนิดของข้าวเป็นชั้นต่าง ๆ เช่น ข้าว 100% ข้าว 5% ข้าว10% เป็นต้น ซึ่งข้าวในแต่ละชั้นนั้นจะมีมาตรฐานข้าวเป็นตัวกำหนดระดับชั้น

ประเภทของข้าว

มีคำกล่าวขาน เรียกข้าวมากมายแตกต่างกัน ซึ่งบ่งบอกถึงชนิดของข้าวตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกชนิดของข้าว เช่น

1. จำแนกตามการวิวัฒนาการ

1.1 ข้าวป่า หมายถึง ข้าวที่เกิดขึ้นเองในธรรมชาติ ไม่ได้ผ่านการปรับปรุงพัฒนาพันธุ์โดยมนุษย์มักพบเห็นตามบริเวณหนองน้ำ คู คลอง ข้างถนน เป็นต้น

1.2 ข้าวปลูก หมายถึง ข้าวที่คนเรานำมาปลูก คัดเลือก พัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ หลังจากใช้ปลูกมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง บางพันธุ์อาจจะเลือกปลูกแต่บางพันธุ์อาจปลูกต่อกันมาจนถึงทุกวันนี้

2. จำหน่ายตามแหล่งกำเนิด

2.1 ข้าวเอเชีย หมายถึง ข้าวที่มีแหล่งกำเนิดในทวีปเอเชีย ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทที่สำคัญ คือ ข้าวอินดิกา (ข้าวอินเดีย) ข้าวจาปอนิกา (ข้าวญี่ปุ่น) และข้าวจาวานิกา (ข้าวชวา)

2.2 ข้าวแอฟริกา หมายถึง ข้าวที่มีแหล่งกำเนิดในทวีปแอฟริกา

3. จำแนกตามนิเวศการปลูกข้าว

3.1 ข้าวไร่ หมายถึง ข้าวที่ปลูกในที่ดอน บริเวณไหล่เขา หรือที่นาที่ไม่มีน้ำขัง

3.2 ข้าวนาสวน หมายถึง ข้าวที่ปลูกในนาที่มีน้ำขัง ระดับน้ำลึกตั้งแต่ 1 ซม. ถึงไม่เกิน 50 ซม.

3.3 ข้าวน้ำลึก หมายถึง ข้าวที่ปลูกในนาน้ำลึก ระดับน้ำในนามากกว่า 50 ซม. แต่ไม่เกิน 100 ซม. เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน

3.4 ข้าวขึ้นน้ำ หมายถึง ข้าวที่ปลูกในนาน้ำลึกมาก ระดับน้ำในนามากกว่า 100 ซม.เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน

4. จำแนกตามฤดูการปลูก

4.1 ข้าวนาปี หมายถึง ข้าวที่ปลูกในฤดูฝน

4.2 ข้าวนาปรัง หมายถึง ข้าวที่ปลูกในฤดูแล้งหรือนอกฤดูฝน

5. จำแนกตามความไวต่อช่วงแสง

5.1 ข้าวที่ไวต่อช่วงแสง หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยมีวันออกดอกและวันเก็บเกี่ยวตามปฏิทินเพราะการออกดอกถูกควบคุมด้วยความยาวของช่วงแสง ทำให้สามารถปลูกได้ผลดีในสภาพธรรมชาติเพียงปีละครั้ง

5.2 ข้าวที่ไม่ไวต่อช่วงแสง หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยมีอายุนับจากวันปลูกถึงวันเก็บเกี่ยวคงที่เพราะการออกรวงไม่เกี่ยวข้องกับความยาวของช่วงแสง จึงสามารถปลูกได้ตลอดปีหากมีน้ำพอเพียงและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เหมาะสม

6. จำแนกตามวิธีการทำนา

6.1 ข้าวนาดำ หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยวิธีปักดำ

6.2 ข้าวนาหว่าน หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยวิธีหว่าน อาจเป็นการหว่านข้าวงอก (หว่านน้ำตาม หรือเพาะเลย) หรือหว่านข้าวแห้ง (หว่านสำรวย หรือหว่านหลังขี้ไถ) ก็ได้

6.3 ข้าวนาหยอด หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยวิธีหยอดเมล็ดในหลุม เช่น การปลูกข้าวไร่

7. จำแนกตามชนิดเนื้อแป้งในเมล็ดข้าว

7.1 ข้าวเหนียว หมายถึง ข้าวที่มีปริมาณอมิโลสอยู่ในแป้งข้าวสารเพียงเล็กน้อย (ประมาณ 0 - 2 %)

7.2 ข้าวเจ้า หมายถึง ข้าวที่มีปริมาณอมิโลสอยู่ในแป้งข้าวสารมากกว่าข้าวเหนียว (ประมาณ 10 – 34%)

8. จำแนกตามอายุข้าว

8.1 ข้าวเบา หมายถึง ข้าวที่มีอายุการเจริญเติบโตนับตั้งแต่งอกจนถึงเก็บเกี่ยวสั้นไม่เกิน 100 วัน สำหรับข้าวไม่ไวแสง และวันเก็บเกี่ยวประมาณก่อนกลางเดือนพฤศจิกายนสำหรับข้าวไวต่อช่วงแสง

8.2 ข้าวกลาง หมายถึง ข้าวที่มีอายุการเจริญเติบโตนับตั้งแต่งอกถึงวันเก็บเกี่ยวไม่สั้นหรือยาวเกินไป ประมาณ 100 – 130 วัน สำหรับข้าวไม่ไวแสง และวันเก็บเกี่ยวตั้งแต่ประมาณกลางเดือนพฤศจิกายน ถึงกลางเดือนธันวาคม สำหรับข้าวไวต่อช่วงแสง

8.3 ข้าวหนัก หมายถึง ข้าวที่มีอายุการเจริญเติบโตนับตั้งแต่งอกถึงวันเก็บเกี่ยวยาวมากกว่า 130 วันสำหรับข้าวไม่ไวต่อแสง และวันเก็บเกี่ยวตั้งแต่กลางเดือนธันวาคมเป็นต้นไป สำหรับข้าวไวต่อช่วงแสง

9. จำแนกตามความยาวของเมล็ด

9.1 ข้าวเมล็ดสั้น หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดสั้น ความยาวของเมล็ดข้าวกล้องน้อยกว่า 5.5 มม.

9.2 ข้าวเมล็ดยาวปานกลาง หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดยาวปานกลาง ความยาวของเมล็ดข้าวกล้องระหว่าง 5.51 – 6.60 มม.

9.3 ข้าวเมล็ดยาว หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดยาว ความยาวของเมล็ดข้าวกล้องระหว่าง 6.61 – 7.50 มม.

9.4 ข้าวเมล็ดยาวมาก หมายถึง ข้าวที่มีเมล็ดยาวมาก ความยาวของเมล็ดเกิน 7.50 มม.

10. จำแนกตามแหล่งน้ำที่ใช้ปลูก

10.1 ข้าวนาชลประทาน หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยอาศัยน้ำจากการชลประทานเป็นหลัก หรือข้าวที่ปลูกในพื้นที่ชลประทาน

10.2 ข้าวนาน้ำฝน หมายถึง ข้าวที่ปลูกโดยอาศัยน้ำฝนเป็นหลักหรือข้าวที่ปลูกในพื้นที่นาอาศัยน้ำฝน

ตามมาตรฐานข้าวไทย ซึ่งใช้ในการซื้อขายทั้งในประเทศและเพื่อการส่งออก ได้แบ่งประเภทของข้าวออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ข้าวขาว
2. ข้าวกล้อง
3. ข้าวเหนียวขาว
4. ข้าวนึ่ง

ชนิดของข้าวขาว ให้แบ่งข้าวขาวออกเป็น 13 ชนิด คือ

1. ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 1
2. ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 2
3. ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 3
4. ข้าวขาว 5 เปอร์เซ็นต์
5. ข้าวขาว 10 เปอร์เซ็นต์
6. ข้าวขาว 15 เปอร์เซ็นต์
7. ข้าวขาว 25 เปอร์เซ็นต์เลิศ
8. ข้าวขาว 25 เปอร์เซ็นต์
9. ข้าวขาว 35 เปอร์เซ็นต์
10. ข้าวขาว 45 เปอร์เซ็นต์
11. ข้าวขาวหักเอวันเลิศพิเศษ
12. ข้าวขาวหักเอวันเลิศ
13. ข้าวขาวหักเอวันพิเศษ

ชนิดของข้าวกล้อง ให้แบ่งข้าวกล้องออกเป็น 6 ชนิด คือ

1. ข้าวกล้อง 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 1
2. ข้าวกล้อง 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 2
3. ข้าวกล้อง 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้น 3
4. ข้าวกล้อง 5 เปอร์เซ็นต์
5. ข้าวกล้อง 10 เปอร์เซ็นต์
6. ข้าวกล้อง 15 เปอร์เซ็นต์

ชนิดของข้าวเหนียวขาว ให้แบ่งข้าวเหนียวขาวออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. ข้าวเหนียวขาว 10 เปอร์เซ็นต์
2. ข้าวเหนียวขาว 25 เปอร์เซ็นต์
3. ข้าวเหนียวขาวหักเอวัน

ชนิดของข้าวนึ่ง ให้แบ่งข้าวนึ่งออกเป็น 9 ชนิด คือ

1. ข้าวนึ่ง 100 เปอร์เซ็นต์คัด
2. ข้าวนึ่ง 100 เปอร์เซ็นต์
3. ข้าวนึ่ง 5 เปอร์เซ็นต์คัด
4. ข้าวนึ่ง 5 เปอร์เซ็นต์
5. ข้าวนึ่ง 10 เปอร์เซ็นต์คัด
6. ข้าวนึ่ง 10 เปอร์เซ็นต์
7. ข้าวนึ่ง 15 เปอร์เซ็นต์
8. ข้าวนึ่ง 25 เปอร์เซ็นต์
9. ข้าวนึ่งหักเอวัน

การส่งออกข้าวของไทย

สภาวะการตลาดต่างประเทศของข้าวไทย

ชาวไทยปลูกข้าวเพื่อการบริโภคมาช้านาน สังเกตได้จากการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยตามลุ่มน้ำต่าง ๆ แม้ในปัจจุบันชาวไทยยังทำการปลูกข้าวอย่างมากมายทั้งในเขตที่มีการชลประทานอย่างดีและในเขตที่อยู่นอกการชลประทานอย่างมีระบบ การปลูกข้าวของไทยยังคงพึ่งพาอาศัยฝน การส่งออกข้าวของไทยไปยังประเทศต่าง ๆ ยังอยู่บนพื้นฐานของการส่งออกในรูปการระบายสินค้าเหลือกินเหลือใช้ (Vent for Surplus) รัฐบาลต่าง ๆ ของไทยในอดีตเล็งเห็นความสำคัญของข้าวในฐานะที่เป็นอาหารหลัก ในบางขณะรัฐบาลไทยใช้นโยบายควบคุมการส่งออกจนทำให้ประเทศคู่ค้า รู้สึกถึงความไม่มั่นคงของแหล่งผลิตอย่างประเทศไทย มีผู้กล่าวว่าการปฏิวัติเขียว (Green Revolution) มีสาเหตุมาจากความจำเป็นในการแสวงหาข้าวเพื่อการบริโภค

ในสมัยที่รัฐยังเก็บค่าพรีเมียมข้าวอยู่ เหตุผลที่ใช้อ้างคือต้องการให้ราคาข้าวในประเทศแตกต่างจากราคาข้าวในต่างประเทศ พรีเมียมในลักษณะนี้ถูกอ้างว่าเป็นภาษีที่เก็บกับผู้บริโภคต่างประเทศ แต่ก็เห็นได้ว่าในอีกทางหนึ่งพรีเมียมมีบทบาทให้ราคาข้าวภายในประเทศต่ำกว่าที่จะเป็นไปได้โดยไม่มีพรีเมียม ซ้ำมองได้อีกว่าราคาข้าวในประเทศที่ต่ำนี้เป็นการอำนวยประโยชน์แก่การผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่สามารถจ่ายค่าจ้างไม่สูงเกินไป การที่ค่าครองชีพของชาวไทยต่ำ มีส่วนเอื้อการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เกิดขึ้นได้โดยสะดวก

ในอดีต พรีเมียมข้าวจึงนับได้ว่าเป็นกลไกแห่งอำนาจของกระทรวงพาณิชย์ในการเก็บภาษี และการควบคุมราคาข้าวภายใน อีกประการหนึ่ง เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการส่งออกของไทย ก็มีผู้เกรงว่าประเทศไยจะมีข้าวไม่พอขายไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้เมื่อพิจารณา อัตราการเจริญเติบโตของประชากร และเนื้อที่ทำการเกษตรที่มีอยู่อย่างจำกัด เป็นที่คาดหมายว่าในไม่ช้าไทยจะไม่มีข้าวเหลือไปขายในตลาดต่างประเทศ แต่จากข้อเท็จจริงจะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังคงสามารถส่งข้าวออกไปขายยังตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และยังคงเป็นประเทศที่มีความสำคัญต่อการค้าข้าวของโลก

ปัจจัยที่มีส่วนส่งผลให้ประชาชนชาวไทยยังคงมีข้าวไว้บริโภคภายในและส่งออกได้อย่างต่อเนื่องที่สำคัญได้แก่ การพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) ของการผลิตข้าว ผลผลิตต่อไร่โดยเฉลี่ยสูงขึ้น การขยายพื้นที่เพาะปลูก การใช้เครื่องจักรเข้ามาแทนแรงงานคน การปรับปรุงเครื่องจักรในการผลิตและการแปรรูป หรือบางส่วนอาจมาจากการบริโภคข้าวที่มีสัดส่วนลดต่ำลง เนื่องจากประชาชนเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการ

บริโภค โดยบริโภคอาหารจากแหล่งอื่น ๆ เช่น เนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ มากกว่าที่จะพึ่งข้าวเป็นหลักอย่างแต่ก่อน

ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า โครงสร้างการส่งออกของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การส่งออกสินค้าเกษตรลดความสำคัญลง สินค้าอุตสาหกรรมมีความสำคัญมากขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรม มีส่วนทำให้การส่งออกของไทยมีการกระจายตัว (Diversification) จากการที่จะต้องพึ่งพาสินค้าขั้นปฐมเพียงไม่กี่ชนิดมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมมากมายหลายชนิด

อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกข้าวของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยในปี 2543 ประเทศไทยส่งออกข้าวถึง 6.1 ล้านตัน มูลค่าประมาณหกหมื่นห้าพันล้านบาท ปริมาณนี้ใกล้เคียงกับในปี 2542 ซึ่งไทยส่งข้าวออก ประมาณ 6.4 ล้านตัน มูลค่าประมาณเจ็ดหมื่นสี่พันล้านบาท ประเทศลูกค้าที่สำคัญได้แก่ อิหร่าน สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีผู้กล่าวว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนในการค้าข้าวของโลกไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 โดยมีคู่แข่งที่สำคัญเช่น สหรัฐฯ ออสเตรเลีย ปากีสถาน เวียดนาม และอินเดีย เนื่องจากตลาดข้าวไทยมีขอบข่ายกว้างขวาง มีผู้กล่าวว่าข้าวในตลาดโลก (World Price) มีราคาข้าวในประเทศไทยเป็นตัวกำหนด (ดู อัมมาร สยามวาลา และ วิโรจน์ ณ ระนอง. 2533 และศาสตราจารย์ธีระ สูตะบุตร และคณะ. 2543)

ปัญหาที่เกิดจากการค้าข้าวที่สำคัญได้แก่ ราคาและรายได้จาก การส่งออกที่ยังคงมีความไม่แน่นอน มีลักษณะขาดเสถียรภาพ (Export Instability) ซึ่งเป็นผลมาจากทั้งความไม่แน่นอนทางการผลิต และสภาพการแข่งขันจากคู่แข่งในตลาด แต่ประเด็นที่สำคัญที่มิควรเว้นที่จะกล่าวก็คือ ตลาดการส่งออกข้าวมีการแข่งขันมากขึ้น การพัฒนาการส่งออกของไทยต้องอาศัยความพยายามในการกำหนดกลยุทธ์ตลาดเพิ่มเติมจากที่เป็นอยู่ มีผู้กล่าวถึงวิธีการที่สำคัญ เช่น การเสริมสร้างภาพพจน์ให้กับข้าวไทยเพื่อสร้างความนิยมในระหว่างผู้บริโภค (Goodwill) หรือความพยายามในการเจาะตลาดใหม่ภายใต้การดูแลการเปิดตลาดตามเงื่อนไขขององค์การค้าโลก (WTO) (ศาสตราจารย์ธีระ สูตะบุตร และคณะ. 2543)

นอกจากนี้ เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าออกที่สำคัญต่อค่าครองชีพของแรงงานไทย บทบาทของข้าวจึงเชื่อมโยงกับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยโดยรวมโดยเป็นพื้นฐานของความได้เปรียบเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของการส่งออกอีกด้วย จากมุมมองนี้จะเห็นได้ว่า การที่มีการพัฒนาด้านการผลิตข้าวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

สิ่งที่น่าสนใจที่เกี่ยวกับอนาคตของบทบาทของข้าว และท้ายที่สุดเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศของไทย ก็คือ นโยบายของรัฐควรเป็นเช่นใด จากสถานการณ์ แนวโน้มและความสำคัญของข้าวที่เปลี่ยนแปลงไป การพิจารณานี้ควรต้องครอบคลุมถึงเรื่องการวางเป้าหมาย (Positioning) ในตลาด การเลี้ยงดูประชากรในประเทศ การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย น้ำ การพัฒนากระบวนการผลิต การค้าขายส่ง ขายปลีก การบรรจุหีบห่อ การพัฒนาความนิยม การปรับปรุงคุณภาพ การสร้างมาตรฐานข้าวที่เหมาะสม การจัดระเบียบการใช้ที่ดิน นาข้าว นากุ้ง การเสริมทางด้านสินเชื่อ การวิจัยพัฒนาพันธุ์ และอื่น ๆ อีกมาก การปล่อยให้ราคาข้าวเป็นไปตามกลไกราคา โดยรัฐมิได้มีส่วนในการลงทุนในกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างเป็นระบบ จึงไม่ช่วยลดความเสี่ยงให้เกษตรกร ชาวนาผู้ยากไร้

การลงทุนในเรื่องข้าวที่แล้วมาดูเหมือนเป็นเพียงความพยายามที่จะทำอะไรทุกอย่างแต่ยังขาดการประสานงานที่เป็นระบบ กุญแจที่สำคัญจึงอยู่ที่ความเป็นระบบและความต่อเนื่อง วิธีการประสานอาจจะอยู่ในรูปของแผนแม่บท หรือแผนกลยุทธ์ เนื่องจากสถานการณ์การแข่งขันทางการค้าและความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ส่วนของกลไกที่ยังขาดอยู่ก็คือผู้รับผิดชอบในเรื่องนี้ รัฐบาลน่าจะเป็นผู้ดำเนินการเอง โดยมิปล่อยให้เป็นไปตามความเคลื่อนไหวของตลาด การดำเนินธุรกิจของพ่อค้า โรงสี ผู้

ส่งออกและเกษตรกรแต่ฝ่ายเดียว รัฐบาลไม่ควรอ้างการเปลี่ยนแปลงราคาตามกลไกตลาดเพื่อปฏิเสธความรับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรถือว่าการพัฒนาภาคการผลิตข้าวเป็นการสร้างพื้นฐานความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจทั้งระบบ เพราะข้าวมิได้มีความสำคัญด้วยความเป็นข้าวเท่านั้น แต่เป็นพืชที่อยู่เบื้องหลังความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยอ้อมที่สำคัญด้วย

การกีดกันทางการค้าของข้าวไทย

ประเทศไทยกำลังจะต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในการส่งออกข้าว โดยเฉพาะคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตข้าวด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม สหรัฐหรือแม้กระทั่งอินเดีย ซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย แม้ว่าไทยในอดีตจะเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลกก็ตาม คือมียอดการส่งออกข้าวเฉลี่ยปีละ 5-6 ล้านตัน แต่สถานการณ์จากนี้ไปการเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก กำลังจะต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคอย่างหนัก ที่เกิดจากประเทศคู่แข่งในการผลิตด้วยกันเอง และสำหรับอีกปัจจัยหนึ่งคือ การกีดกันทางการค้าโดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มว่าสินค้าข้าวจากไทยต้องประสบปัญหากีดกันทางการค้าในมาตรการจากประเทศคู่ค้ามากขึ้น เช่น

1. ผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวของไทย ต้องเผชิญกับกฎหมายฟาร์มแอ็คของสหรัฐอเมริกาที่ทุ่มเงินอุดหนุนชาวนาในประเทศ 6 ปี ถึง 7.8 ล้านล้านบาท

ล่าสุดสภาคองเกรสของสหรัฐ ได้ให้ความเห็นชอบร่างกฎหมายการเกษตรฉบับใหม่ (The Farm Security and Investment Act of 2002 หรือ Farm Act 2002) ซึ่งประธานาธิบดีสหรัฐได้ลงนามกฎหมายการเกษตรฉบับดังกล่าวไปแล้ว เนื้อหาในกฎหมายฉบับดังกล่าวเป็นกฎหมายเน้นให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรสหรัฐเต็มที่ มีอายุบังคับใช้เป็นเวลา 6 ปี โดยจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค.2545 ถึง 30 กย. 2551 ทำให้มีการคาดการณ์กันว่าในอีก 10 ปีข้างหน้า รัฐบาลสหรัฐจะใช้เงินเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรทั้งสิ้นประมาณ 7.8 ล้านบาท เฉลี่ยปีละ 1.8 แสนล้านบาท โดยคาดว่าสหรัฐจะเพิ่มวงเงินช่วยเหลือเพิ่มขึ้นจากกฎหมายฉบับนี้ประมาณ 1.9 ล้านล้านบาท ตลอดช่วง 6 ปี ที่กฎหมายมีผลบังคับใช้ หรือเพิ่มขึ้นจากกฎหมายปัจจุบันปีละ 3.2 แสนล้านบาท กฎหมายฉบับดังกล่าวยังเป็นการแก้ไขเพิ่มเติม มาตรการช่วยเหลือเกษตรกร ภายใต้โครงการอุดหนุนต่าง ๆ รวม 10 โครงการ อาทิ การอุดหนุนการผลิตภายในประเทศสินค้าเกษตร การอนุรักษ์พื้นที่การเกษตร การค้าการช่วยเหลือด้านอาหาร การให้สินเชื่อการเกษตร การพัฒนาชนบท การวิจัยด้านการเกษตร ป่าไม้ พลังงาน เป็นต้น นอกจากนี้สหรัฐได้กำหนดวงเงินสำหรับการประกันรายได้ของเกษตรกรภายใต้โครงการจ่ายเงินโดยตรง และการรับจำนำที่เพิ่มขึ้น

จากการสนับสนุนดังกล่าว เกษตรกรจะมีการผลิตสินค้าออกมาจำนวนมากได้ โดยไม่ต้องกังวลเรื่องสินค้าราคาตกต่ำเพราะจะได้รับผลตอบแทนอย่างเต็มที่จากรัฐบาลซึ่งจะก่อให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาดซึ่งจะทำให้ราคาสินค้าในตลาดโลกตกต่ำไปด้วย รวมทั้งข้าวซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สำคัญสำหรับไทย

ในระยะยาวสหรัฐจะกลายเป็นผู้นำ และผูกขาดสินค้าเกษตรของโลก เพราะสหรัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณจำนวนมาสำหรับการวิจัยด้านการเกษตรเฉลี่ยปีละ 3.87 แสนล้านบาท รวมทั้งการค้นคว้าวิจัยพันธุ์พืชและสัตว์ การปรับปรุงเทคโนโลยีทางพันธุ์พืชต่าง ๆ และการควบคุมเมล็ดพืชที่เป็นปัจจัยการผลิต สินค้าเกษตรที่สำคัญ ทำให้ประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ รวมทั้งไทย มีศักยภาพการแข่งขันลดลง

กฎหมายฉบับดังกล่าว จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก สำหรับประเทศไทยสินค้าที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ข้าว เพราะสหรัฐได้มีมาตรการให้ความช่วยเหลือชาวนาในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

1. กำหนดราคารับจำนำระหว่างปี 2545 – 2551 ไว้ที่ราคาตันละ 128 ดอลลาร์สหรัฐ
2. การให้เงินอุดหนุนโดยตรงแก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวตันละ 46.26 ดอลลาร์สหรัฐ

3. การกำหนดราคาเป้าหมายไว้ที่ตันละ 206.7 ดอลลาร์สหรัฐ

ดังนั้น รัฐบาลสหรัฐจะต้องเข้าไปให้เงินช่วยเหลือโดยการรับจำนำข้าวจากชาวนา ในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด และยังต้องจ่ายเงินส่วนต่างระหว่างราคาเป้าหมายกับราคาตลาดด้วย โดยคาดว่าชาวนาสหรัฐจะมีรายได้สุทธิหลังหักต้นทุนการผลิตแล้วจะอยู่ที่ตันละ 80 ดอลลาร์สหรัฐ

จากการสนับสนุนดังกล่าวจะทำให้ชาวนาสหรัฐมีแรงจูงใจที่จะผลิตข้าวมากขึ้นผลที่ตามมาก็คือ ผลผลิตข้าวในตลาดสหรัฐเพิ่มขึ้น ทางแก้ปัญหาก็คือสหรัฐจะต้องส่งออกไปขายยังต่างประเทศในราคาถูก โดยการให้เงินอุดหนุนการส่งออกไปยังประเทศกำลังพัฒนาที่มีความต้องการข้าว ซึ่งอาจรวมถึงตลาดข้าวในต่างประเทศของไทยด้วย ทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกตกต่ำลง ในส่วนของไทยก็อาจจะสูญเสียตลาดข้าว เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้

2. ปัจจัยที่กระทบต่อการส่งออกข้าวของไทยอีกอย่างก็คือ พันธุ์ข้าวสายพันธุ์ใหม่หรือที่เรียกว่า “ซุปเปอร์ไรซ์” ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่กำลังได้รับความนิยมแพร่หลายในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีการนำเข้าข้าว ซุปเปอร์ไรซ์เป็นพันธุ์ข้าวใหม่ เกิดจากการนำพันธุ์ข้าวเม็ดสั้นผสมกับข้าวเม็ดยาว (อินดิกา) ของนักปรับปรุงพันธุ์ข้าวของสถาบันข้าวนานาชาติ (IRRI) มองถึงความต้องการข้าวในอนาคต เพราะประชากรโลกจะบริโภคข้าวเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลน จึงได้มีการปรับปรุงข้าวที่มีให้ผลผลิตในฤดูนาปรับสูงเฉลี่ย 1,800 – 2,000 กก.ต่อไร่ ขณะที่ผลผลิตของไทยยังอยู่ที่ระดับไร่ละ 700 – 800 กก. ถือว่าน้อยมาก บางแปลงได้สูงสุดไม่เกิน 1,100 กก.ต่อไร่

ขณะนี้นักวิจัยได้นำพันธุ์ข้าวซุปเปอร์ไรซ์ไปทดลองเพาะปลูกและแพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน เวียดนาม อินเดียและปากีสถาน ขณะที่ไทยยังไม่มีการทดลองเพาะปลูกพันธ์ซุปเปอร์ไรซ์แต่อย่างใด

สำหรับคุณภาพข้าวซุปเปอร์ไรซ์เป็นข้าวคุณภาพต่ำ แต่ให้ผลผลิตต่อไร่สูง เหมาะกับประเทศที่เน้นปริมาณแต่ไม่ต้องการคุณภาพโดยประเทศแถบตะวันตกซึ่งนิยมบริโภคมากที่สุด ผลจากการกระจายพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์ จะส่งผลกระทบต่อตลาดส่งออกข้าวของไทยแน่นอนโดยเฉพาะตลาดล่าง

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นหนึ่งในประเทศที่นำพันธุ์ข้าวซุปเปอร์ไรซ์ไปทดลองเพาะปลูกแล้ว ขณะนี้ได้ประกาศชัดเจนแล้วว่าในปี 2004 อาจไม่ต้องนำเข้าข้าวอีก เพราะเชื่อว่าผลผลิตข้าวจากพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์น่าจะทำให้ผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการส่วนปีนี้ฟิลิปปินส์จะมีการนำเข้าข้าวประมาณ 9 แสนถึง 1 ล้านตัน

ประเทศอินเดีย ขณะนี้อยู่ระหว่างการทดลองเพาะปลูกอยู่หากสำเร็จก็ถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย เพราะอินเดียเป็นประเทศที่ส่งออกข้าวอันดับ 2 รองจากไทย หากมีพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์ก็จะทำให้การส่งออกของอินเดียเพิ่มขึ้น ที่สำคัญอินเดียเป็นประเทศที่ขายข้าวตัดราคามาตลอด จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก เพราะทุกประเทศที่นำพันธุ์ข้าวนี้ไปปลูกก็ถือเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย

ประเทศไทยกำลังวางแผนที่เจรจากับสถาบันวิจัยข้าวนานาชาติ (อีร์รี) เพื่อนำพันธุ์ข้าว “ซุปเปอร์ไรซ์” มาปลูกเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งขณะนี้ประเทศคู่แข่งของไทยไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย ได้นำพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์ไปปลูกและประสบความสำเร็จแล้ว พันธุ์ข้าวซุปเปอร์ไรซ์จะให้ผลผลิตมากกว่าข้าวพันธุ์ทั่วไปถึงเท่าตัว ส่วนต้นทุนการปลูกถูกกว่าข้าวทั่วไปถึง 4 เท่า ซึ่งหากมีการพัฒนาผลผลิตกันมาก ในขณะที่ไทยไม่มีการขยับเพื่อพัฒนาพันธุ์ พื้นที่เพาะปลูกบ้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งการผลิต การตลาดจะสูญเสียไป

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการส่งออกข้าวของไทย

การส่งออกข้าวของไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. **ความต้องการของตลาดโลก** ปัจจุบันโลกมีประชากร 60,000 ล้านคน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นย่อมมีความต้องการอาหารเพิ่มขึ้น จากรายงานขององค์การสหประชาชาติซึ่งแจ้งว่าปัจจุบันยังมีประชากรโลกประมาณ 800 ล้านคน ที่ยังอดอยากและขาดแคลนอาหาร ประชากรเหล่านี้ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในประเทศที่กำลังพัฒนาและด้อยพัฒนาสภาพธรรมชาติไม่อำนวย ทำให้ไม่สามารถพึ่งพาอาหารที่ผลิตมาเลี้ยงตัวเองได้

อย่างไรก็ตาม ถ้าประเทศเหล่านี้มีเศรษฐกิจดีขึ้นเมื่อไร ก็ต้องมีการนำเข้าอาหารจากประเทศต่าง ๆ อย่างแน่นอน ซึ่งจากสถิติของการนำเข้าและส่งออกอาหารรวมทั้งข้าว แม้ว่าตัวเลขบางปีมีทั้งเพิ่มขึ้นและลดลง แต่เมื่อดูโดยรวมแล้วก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

2. **คุณภาพของผลผลิตข้าวของไทย** การพิจารณาจากประเทศที่ส่งข้าวออก ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่งขันอย่างเวียดนามและอินเดีย ปัญหาสำคัญคือผลผลิตต่อไร่ของไทยต่ำกว่าประเทศอื่นมาก

จากสถิติปี 2537 – 2541 ผลผลิตข้าวเปลือกต่อไร่ของไทยอยู่ที่ 385 กิโลกรัมต่อไร่ ในขณะที่เวียดนามอยู่ที่ 600 กิโลกรัมต่อไร่ อินเดีย 460 กิโลกรัมต่อไร่ และตัวเลขเฉลี่ยของประเทศในเอเชีย อยู่ที่ 615 กิโลกรัมต่อไร่ การที่ผลผลิตข้าวเปลือกต่อไร่ของไทยยังต่ำ ย่อมแสดงว่าไทยยังมีโอกาสที่จะเพิ่มผลผลิตได้ เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในแถบที่ดินฟ้าอากาศอำนวย ภัยธรรมชาติน้อย ที่ดินก็อุดมสมบูรณ์เมื่อเทียบกับประเทศอื่น แสดงว่าไทยมีศักยภาพดีกว่า จึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่ไทยจะพัฒนาผลผลิตต่อไร่ให้มากขึ้น เพื่อให้มีผลผลิตรวมมากขึ้น ทำให้เราสามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มปริมาณการส่งออก ทั้งยังสามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งในตลาดโลกได้

เพื่อให้การเพิ่มผลผลิตสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรต้องหันมาปรับปรุงองค์ประกอบของการผลิต เพื่อเป็นการส่งเสริมเพิ่มผลผลิต เช่น เพิ่มระบบชลประทาน เพิ่มเครื่องจักรที่ช่วยการเกษตร ปรับปรุงสภาพดิน ปุ๋ยและพันธุ์ข้าวต่าง ๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่และผลผลิตรวมให้มากขึ้น ทำให้สามารถลดต้นทุน การส่งออกข้าวของไทยจึงจะมีกำลังที่จะแข่งขันกับคู่แข่งต่างประเทศได้

หากพิจารณาศักยภาพการผลิตข้าวของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน อินเดีย และเวียดนาม ในด้านปัจจัยทางธรรมชาติ และโครงสร้างพื้นฐานการผลิตข้าว พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่นั้นไทยจัดเป็นประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่ต่ำ ถ้ายังไม่รีบเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งอาจจะทำให้ประเทศไทยไม่สามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกของโลกไว้ได้ เนื่องจากไทยยังมีอุปสรรคเกี่ยวกับพื้นที่เพาะปลูกที่ลดลง การส่งออกข้าวของไทยจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาแนวทางให้เหมาะสม กับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และสังคมโลก และต้องกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบของการค้าส่งออกในอนาคต โดยแบ่งความสำคัญเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการกำหนดขอบเขตการผลิตให้ชัดเจน เป้าหมายการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคภายในประเทศ และเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคในประเทศและเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนฤดูการผลิต เพื่อไม่ทำให้ผลผลิตข้าวมีมากหรือน้อยเกินไปจนเกิดปัญหา การกำหนดขอบเขตการผลิต

ควรแบ่งเขตการผลิตให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันทางภูมิอาศและภูมิประเทศ เช่น กำหนดเป็นเขตผลิตเพื่อการส่งออกเขตการผลิตเพื่อการบริโภคและการค้าภายในประเทศ

2. แนวทางในการพัฒนารูปแบบการส่งออกและจัดจำหน่าย เน้นการพัฒนาด้านการตลาดและการควบคุมคุณภาพสินค้าไทย โดยการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายมาตรการต่าง ๆ การรักษาตลาดเดิม และการขยายตลาดใหม่เพิ่มบทบาทในเวทีการค้าโลก สร้างอำนาจต่อการต่อรอง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์การ

ส่งออกมุ่งให้ความสำคัญต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพระบบการผลิตและการค้าข้าว การจัดมาตรฐานสินค้าอย่างเหมาะสม การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพข้าวทุกขั้นตอน

แนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยจะยังคงสดใสต่อไปถ้าได้รับการส่งเสริมปรับปรุง และพัฒนาโครงสร้างขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแผนการตลาดการคมนาคมขนส่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแปรรูป การพัฒนาเครื่องหมายการค้า และการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดอย่างจริงจัง ซึ่งมีความสำคัญต่ออนาคตข้าวไทยเป็นอย่างมากการเปิดเสรีทางการค้าในตลาดโลกมากขึ้น

สินค้าในตลาดโลก ซึ่งจะมีพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ เป็นตัวกำหนดทิศทางของการค้า คือ

1. คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า
2. การรักษาสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของสินค้า
3. การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นสินค้าด้อยคุณภาพไร้มาตรฐานไม่มีความปลอดภัยต่อการบริโภค โดยมีกระบวนการผลิตที่เป็นอันตรายต่อสภาพธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมจะไม่เป็นที่ต้องการในตลาดโลกและอาจถึงขั้นถูกกีดกันหรือห้ามนำเข้า

การกำหนดโครงสร้างการผลิต และการดำเนินการเกี่ยวกับข้าวไทยสำหรับการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออก โดยมีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา ได้แก่

1. การวิจัยพัฒนา และปรับปรุงสายพันธุ์เพื่อให้ได้พันธุ์ดีให้ผลผลิตสูงต้านทานโรค และแมลงที่สำคัญ
2. การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และลดต้นทุนการผลิต
3. การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ถูกต้อง และเหมาะสมต่อเกษตรกรโดยภาครัฐ
4. การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและรักษาสภาพแวดล้อม
5. การพัฒนาวิธีเขตกรรมเพื่อลดระยะเวลา และแรงงานในวิธีการบางอย่างเช่น การไถพรวน การปักดำ
6. การแปรรูป และพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ข้าว จะช่วยให้ตลาดกว้างขวางยิ่งขึ้น
7. การพัฒนาระบบชลประทานให้สามารถรองรับการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่เพียงพอเป็นสิ่งที่ต้องการทำควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม

กระบวนในการผลิตและส่งออกข้าว

ประเภทการปลูกข้าว

โดยหลักวิชาการเกษตร ได้จัดแบ่งข้าวตามลักษณะการปลูกข้าว 4 ประเภท คือ

1. ข้าวไร่ (Hill rice) เป็นข้าวที่ปลูกหรือเจริญเติบโตในสภาพไร่ ไม่มีน้ำขังหรือมีเพียงเล็กน้อยชั่วครั้งชั่วคราว มีต้นสูงปานกลางประมาณ 130 – 150 เซนติเมตร

2. ข้าวนาสวนหรือข้าวน้ำตื้น (Lowland rice) ปลูกและเจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่ที่น้ำขังระหว่าง 5 – 50 เซนติเมตร ลำต้นเตี้ยถึงสูงปานกลาง และอาจมีพวกสูงพอสมควรอยู่บ้าง ระหว่าง 1 – 2 เมตร

3. ข้าวน้ำลึก (Deepwater rice) เป็นข้าวที่ปลูกในนาที่ลุ่มมาก มีน้ำขังตั้งแต่ 51 เซนติเมตร ถึง 3 เมตร ต้นสูงปานกลาง จนถึงสูงราว 1.20 – 1.50 เมตร ในน้ำขังและลึกมากสูง 2 – 3 เมตร เพราะยืดปล้องได้ดี

4. ข้าวนาเมือง ข้าวขึ้นน้ำ หรือข้าวฟางลอย (Floating rice) ปลูกได้ดีในที่ลุ่มและน้ำลึกมาก ตั้งแต่ระดับ 1 – 6 เมตร ต้นสูงและสูงมากตั้งแต่ 150 เซนติเมตร แต่ในสภาพพื้นที่ที่มีน้ำท่วมหรือที่น้ำลึกมาก ๆ อาจสูงได้ถึง 5 – 6 เมตร

แต่ถ้าแบ่งตามขนาดของเมล็ดข้าว สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ข้าวเมล็ดสั้น (Short grain) คือ ข้าวที่มีความยาวของเมล็ดน้อยกว่า 5.50 มิลลิเมตร
2. ข้าวเมล็ดยาวปานกลาง (Medium grain) เมล็ดมีความยาวระหว่าง 5.51 – 6.60 มิลลิเมตร
3. ข้าวเมล็ดยาว (Long grain) เมล็ดมีความยาวระหว่าง 6.61 – 7.50 มิลลิเมตร
4. ข้าวเมล็ดยาวมาก (Extra Long grain) เมล็ดมีความยาวมากกว่า 7.50 มิลลิเมตร

การทำนาหรือวิธีปลูกข้าวในประเทศไทยแบ่งตามลักษณะการปลูกได้ 3 วิธี ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่นาและชนิดพันธุ์ข้าวที่จะปลูก คือ

1. การทำนาหยอด เป็นวิธีที่ใช้สำหรับปลูกข้าวไร่ ในสภาพพื้นที่ที่มีน้ำไม่เพียงพอสำหรับการตกกล้าและปักดำ โดยการหยอดเมล็ดพันธุ์ข้าวไว้ในหลุม ๆ ละ 3 – 5 เมล็ด แล้วกลบเมล็ดทิ้งไว้ เมื่อฝนตกข้าวก็จะงอกและเจริญเติบโต

2. การทำนาดำ เหมาะสำหรับบริเวณที่มีฝนตก หรือมีน้ำท่วมและพื้นดินเก็บกักน้ำได้ดี ปลูกโดยใช้ต้นอ่อนหรือ “ต้นกล้า” โดยต้องเลี้ยงต้นกล้าให้ได้ขนาดเสียก่อนแล้วจึงถอนไปปักดำในพื้นที่นาที่ได้เตรียมดินไว้แล้ว

4. การทำนาหว่าน ส่วนใหญ่เป็นวิธีการสำหรับปลูกข้าวขึ้นน้ำ แต่อาจจะใช้การปลูกข้าวไร่หรือข้าวนาสวนก็ได้ ซึ่งการทำนาหว่านยังแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

การหว่านข้าวแห้ง เตรียมดินด้วยการไถดะและไถแปร จากนั้นนำเมล็ดข้าวไปหว่าน แล้วพรวนหรือคราดกลบอีกครั้งหนึ่ง เมื่อฝนตกหรือปล่อยน้ำเข้าไป ข้าวก็จะงอกงามขึ้น จะมีผลเสียคือ ข้าวจะขึ้นเป็นระยะห่างที่ไม่สม่ำเสมอกัน และมักจะมีวัชพืชขึ้นมาด้วย

การหว่านข้าวงอก เตรียมดินเช่นเดียวกันกับการทำนาดำ แต่ใช่ว่าการหว่านเมล็ดข้าวที่เพาะไว้จนเริ่มงอกแล้วสามารถทำได้ดีทั้งในพื้นที่ดอน ซึ่งเรียกว่า การทำนาน้ำตมในแผนใหม่ และในพื้นที่ลุ่ม ที่เรียกอีกอย่างว่านาหว่านน้ำตมหรือนาหว่านน้ำขัง

กรรมวีธีการผลิตเพื่อส่งออกข้าว เพื่อให้ถูกต้องตามมาตรฐาน ของกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งได้ถูกกำหนดไว้ ตลอดจนถูกต้องตามคุณภาพ ซึ่งผู้ซื้อในต่างประเทศต้องการ จะมีกรรมวิธีโดยสังเขป อยู่ 4 ชั้นตอน ดังนี้

1. การทำความสะอาดเบื้องต้น
2. การเก็บรักษา
3. การปรับปรุงคุณภาพข้าว
4. การบรรจุหีบห่อ

กรรมวิธีการผลิตเพื่อส่งออกข้าว มีวัตถุดิบ คือ ข้าวที่สีเรียบร้อยแล้วจากโรงสี โดยมีกระบวนการในการปรับปรุงคุณภาพ เพื่อการส่งออก ดังนี้

1. ผู้ขายข้าวจะนำข้าวมาส่งยังไซโลของผู้ส่งออกข้าว โดยรถบรรทุกขนาดใหญ่

2. ขั้นตอนการชั่ง ก่อนนำข้าวไปยังไซโลของผู้ส่งออกข้าว จะต้องผ่านการชั่งน้ำหนัก โดยระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อบันทึกน้ำหนักเข้า โดยการชั่งทั้งคันรถที่บรรทุกข้าวเข้ามา และบันทึกน้ำหนักตอนออกเมื่อส่งมอบข้าวหมดแล้ว โดยการชั่งคันรถบรรทุกเปล่า เพื่อทราบว่ามีการส่งมอบสินค้าไปในน้ำหนักเท่าใด

3. เมื่อรถบรรทุกข้าวมาถึงหน้าไซโลแล้ว จะนำข้าวออกจากกระสอบที่บรรจุ โดยเทลงบ่อหน้าไซโล ให้ผ่านตะแกรงเพื่อทำการคัดสิ่งเจือปน เศษวัสดุแปลกปลอม ออกชั้นหนึ่งก่อนซึ่งในระหว่างการเทข้าวลงบ่อ จะมีผู้ชำนาญงานคอยตรวจสอบคุณภาพข้าวขั้นต้นว่าตรงตามชนิดที่ต้องการหรือไม่

4. ขั้นตอนการคัดขยะละเอียด เมื่อข้าวผ่านตะแกรงที่คัดสิ่งแปลกปลอมแล้ว ข้าวจะถูกลำเลียงโดยสายพานไปยังตะแกรงสำหรับคัดขยะอย่างละเอียดอีกครั้ง ก่อนจะลำเลียงไปเก็บในไซโล

5. ขั้นตอนสต็อกในไซโล ข้าวที่ผ่านชั้นตอนการคัดแยกขยะอย่างละเอียดแล้ว จะลำเลียงโดยสายพานไปเก็บในไซโลตามชนิดของข้าว เพื่อรอการคัดคุณภาพข้าวตามความต้องการของผู้สั่งซื้อต่อไป

กรรมวิธีการปรับปรุงคุณภาพข้าว

ข้าวสารซึ่งมาฝากเก็บรักษาและปรับปรุงคุณภาพ จะทำการผ่ากระสอบออก แล้วผ่านกรรมวิธีการทำความสะอาด เพื่อที่จะได้แยกเอาสิ่งเจือปนขนาดใหญ่ เช่น กระดาษ เศษเชือก เศษฟาง และสิ่งเจือปนขนาดเล็ก เช่น ทราย ฝุ่น รำข้าว หลังจากนั้นข้าวสารซึ่งได้ผ่านกรรมวิธีทำความสะอาดแล้ว จะได้นำมาบรรจุเก็บรักษาในถังไซโลซึ่งมีความจุประมาณ 25,000 ตัน ในระหว่างการเก็บรักษา อุปกรณ์ในการควบคุม เช่น ระบบการถ่ายเทอากาศ ระบบการลดความร้อน โดยเครื่องทำความเย็น และระบบการตรวจสอบอุณหภูมิของสินค้า และทำการอบยาฆ่าแมลงตามมาตรฐานซึ่งกำหนดไว้ จะได้กระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ข้าวสารที่เก็บรักษามีคุณภาพที่ดี ถูกต้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ข้าวสารซึ่งเก็บรักษาจะได้ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพเพื่อให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้ ตลอดจนถูกต้องตามคุณภาพซึ่งผู้ซื้อในต่างประเทศต้องการ

การปรับปรุงคุณภาพจะกระทำโดยผ่านเครื่องทำความสะอาดอย่างละเอียด เพื่อแยกสิ่งเจือปนออกให้หมด ตลอดจนแยกข้าวซึ่งหักและไม่ถูกต้องตามมาตรฐานออก และข้าวสารจะลูกลำเลียงไปผ่านเครื่องแยกขนาดเพื่อให้มีขนาดที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ข้าวสารบางชนิดมีความจำเป็นที่จะทำการขัดสี และขัดมัน แยกสี แยกเมล็ดเสียออก ตลอดจนทำการเคลือบวิตามิน ซึ่งทั้งนี้อยู่ที่ความต้องการของผู้ซื้อต่างประเทศ เมื่อคุณภาพของข้าวสารได้รับการปรับปรุงแล้ว จะถูกลำเลียงโดยสายพานขนาดใหญ่ ไปยังท่าเทียบเรือเพื่อได้รับการบรรจุหีบห่อตามขนาดต่าง ๆ ซึ่งผู้ซื้อในต่างประเทศและผู้ใช้บริการได้เป็นผู้กำหนดไว้ กรรมวิธีดังกล่าวมีรายละเอียดและสมรรถภาพดังต่อไปนี้

1. การทำความสะอาดเบื้องต้น
   ประสิทธิภาพในการทำความสะอาดสามารถทำได้ถึง 300 เมตริกตันต่อชั่วโมง
2. การเก็บรักษา
   จะเก็บรักษาไว้ในถังไซโลเหล็กชุบสังกะสี และความจุของ แต่ละถังเท่ากับ 500 เมตริกตัน
3. การปรับปรุงคุณภาพ
   ขีดความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพจะสามารถทำได้ประมาณ 200 ตันต่อชั่วโมง โดยกำหนด
4. การบรรจุหีบห่อ

ข้าวสารซึ่งได้ผ่านการปรับปรุงคุณภาพตามมาตรฐานแล้วนั้น จะถูกลำเลียงโดยระบบสายพานมายังเครื่องชั่งและบรรจุหีบห่อ โดยจะนำไปบรรจุกระสอบให้ได้น้ำหนักตามที่ผู้ซื้อต่างประเทศต้องการ ซึ่งในปัจจุบันขนาดบรรจุส่งออกที่นิยมมากที่สุด คือ ขนาดจัมโบ้ (1,000 กิโลกรัม) โดยข้างในจะบรรจุข้าวขนาดถุงละ 5 กิโลกรัม จำนวน 200 ถุง การชั่งและบรรจุในระบบนี้ จะมีความเที่ยงตรงมากที่สุด และหลังจากนั้น

จะต้องทำการเย็บปากกระสอบด้วยเครื่องจักร และลำเลียงลงเรือฉลอมหรือขึ้นเรือเดินสมุทร เพื่อทำการส่งออกต่อไป

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกข้าวของไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการส่งออกข้าวมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : 6 มกราคม 2546 หน้า 27) และเป็นผู้ผลิตข้าวรายใหญ่อันดับ 6 รองจากจีน อินเดีย อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และเวียดนาม ตามลำดับ โดยประเทศไทยมีสัดส่วนการส่งออกข้าวมากกว่า 45% ของผลผลิตข้าวทั้งประเทศ และราคาขายข้าวของไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดีในภูมิภาคเอเชีย แต่ประเทศไทยก็ยังประสบกับปัญหาด้านต่าง ๆ คือ

ด้านการผลิต สถาบันวิจัยข้าว กรมวิชาการเกษตรต้องเร่งวิจัยพันธุ์ข้าวต่าง ๆ เพราะประเทศไทยล้าหลังคู่แข่งอยู่มาก รัฐบาลไม่ได้ให้ความสนใจเท่าที่ควร ยึดหลักวิธีการแทรกแซงราคาข้าวเป็นหลัก คือมีปัญหางบประมาณด้านบุคลากรเป็นปัญหาใหญ่ ประเทศคู่แข่งทุ่มงบงานวิจัยเป็นหลัก ข้าวสายพันธุ์ “ซุปเปอร์ไรซ์”(Super Rice) หรือ “ข้าวพิเศษ” ที่ปรับปรุงพันธุ์โดยสถาบันวิจัยนานาชาติ

เมื่อ 10 ปีก่อน ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้า และเชี่ยวชาญด้านพันธุ์ข้าวมากที่สุด เพราะรัฐบาลให้การสนับสนุนถึงขั้นตั้งกรมข้าว ขึ้นมาดูแลโดยตรง มีการจัดสรรงบประมาณให้ถึงปีละ 1,000 ล้านบาท เพื่อทำการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวใหม่ ๆ ให้เหมาะกับพื้นที่เพาะปลูก มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวพื้นเมืองมากกว่า 2,000 สายพันธุ์ พันธุ์ที่เด่นที่สุดคือ ข้าวหอมมะลิ 105 ที่มีลักษณะเด่นคือให้ความหอมเมล็ดเรียว ปลูกให้ผลดีในภาคอีสาน ในอดีตการวิจัยพันธุ์ข้าวถือว่ามีความก้าวหน้ามาก เมื่อเทียบกับประเทศที่ปลูกข้าวด้วยกัน แม้แต่สถาบันวิจัยข้าวนานาชาติ หรือ อีร์รี ยังมีการวิจัยตามแบบของไทย

ขณะที่ประเทศผู้ผลิตข้าวด้วยกันไม่ว่า จีน อินเดีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย สหรัฐ รัฐบาลจะให้ความสำคัญงานวิจัยพันธุ์ข้าวมากขึ้น เพราะทุกประเทศเล็งเห็นว่าหากต้องการลดต้นทุนหรือการแข่งขันจะสู้กันได้ พันธุ์ที่ใช้ในการเพาะปลูกจะต้องให้ผลผลิตดี โดยเฉพาะจีนต้องยอมรับว่าเป็นประเทศที่มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวไปได้เร็วกว่าไทยมาก เพราะรัฐบาลทุ่มงบประมาณกับงานวิจัยพันธุ์ข้าวในทุกด้าน

การให้ความสำคัญกับงานวิจัยได้เริ่มลดน้อยลง เห็นได้จากการจัดสรรงบประมาณงานวิจัยลดเหลือเพียงปีละ 300 ล้านบาท และเชื่อว่าจะลดลงเรื่อย ๆ จากนี้ไป ดังนั้น งานวิจัยพันธุ์ข้าวของไทยคงจะสู้คู่แข่งลำบากมากในอนาคต งานวิจัยที่เดินหน้าไม่ได้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะบุคลากรมีไม่เพียงพอ 4 – 5 ปี ที่ผ่านมาไม่เคยมีการเพิ่มบุคลากรด้านนี้เข้ามาเลย ที่มีอยู่อายุก็มากแล้ว งานวิจัยสมัยใหม่น่าจะมีผู้ที่อายุน้อยร่วมทีมมากกว่า ส่งผลให้การพัฒนาล่าช้าไปด้วย งานวิจัยแต่ละครั้งต้องใช้เวลาอย่างน้อย 5 – 10 ปี ถ้าเป็นเช่นนี้ในอีกไม่ช้าประเทศคู่แข่งก็จะพัฒนาหนีไทยไป

จากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้แต่ละประเทศสามารถผลิตข้าวได้มากขึ้น และปลูกข้าวในเขตชลประทานได้ถึง 5 ครั้งในช่วง 2 ปี จนทำให้ข้าวออกสู่ตลาดมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค จนเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกตกต่ำ จนเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาข้าวในตลาดโลกตกต่ำ จนทำให้รัฐบาลแต่ละประเทศต้องใช้เงินจำนวนมหาศาลในการแทรกแซงราคาข้าว

“ซุปเปอร์ไรซ์” ที่นักวิจัยของสถาบันวิจัยข้าวนานาชาติหรืออีร์รีได้ค้นพบเป็นรูปแบบข้าวซุปเปอร์ไรซ์ที่มีคุณสมบัติหุงต้มดี ผลผลิตต่อไร่สูง ถือเป็นเรื่องที่ดีต่อวงการวิจัยข้าว ที่เป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงเมื่อเทียบกับสายพันธุ์อื่นในขณะนี้ อย่างไรก็ตามทางสถาบันวิจัยข้าวของไทยจะต้องนำพันธุ์ซุปเปอร์ไรซ์มาวิจัยเพื่อต่อยอดเช่นกัน โดยจะนำมาผสมกับข้าวพันธุ์พื้นเมืองของไทยที่มีคุณสมบัติเด่นเฉพาะตัว โดยเชื่อว่าข้าวของไทยน่าจะดีกว่าของประเทศอื่น ๆ

สำหรับผลผลิตต่อไร่ของข้าวไทยปัจจุบันเฉลี่ยจะอยู่ในระดับ 340 – 350 กก. ต่อไร่ หากเป็นข้าวนาปีจะให้ผลผลิตมากประมาณ 650 กก.ต่อไร่ ข้าวนาปรังเขตพื้นที่ชลประทานจะให้ผลผลิตอยู่ที่ระดับ 700 กก. ต่อไร่ ถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตข้าวด้วยกันที่ผลิตได้ถึงไร่ละ 900 – 1,000 กก.ต่อไร่ขึ้นไป สถาบันวิจัยข้าวได้ให้การสนับสนุนการเพาะปลูกข้าวอยู่ในขณะนี้ มีอยู่ 77 พันธุ์ ซึ่งได้จัดแยกตามความเหมาะสมของพื้นที่ในการเพาะปลูก

ในระยะหลังรัฐบาลให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวได้เปลี่ยนไปเนื่องจากความไม่แน่นอนของนโยบายของรัฐบาลมีการเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยครั้ง งานวิจัยจึงไม่ต่อเนื่อง ขณะที่รัฐบาลกลับไปให้ความสนใจในเรื่องของราคาเป็นหลัก อาจด้วยเหตุผลทางการเมืองบางอย่าง จนทำให้งานวิจัยได้รับความสำคัญลดลง นอกจากนั้นตลาดต่างประเทศยังเกิดปัญหาความสับสนระหว่างข้าว “จัสมาตี” กับข้าว “จัสมิน” ที่บริษัท ไรซ์เทค ของสหรัฐได้นำชื่อ “จัสมาตี” ไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จนทำให้ผู้บริโภคสับสนว่า “ข้าวจัสมาตี” หรือข้าวจัสมิน คือข้าวหอมมะลิของไทย แต่ที่แท้จริงเพราะผู้บริโภคยังคุ้นเคยกับข้าวจัสมินอยู่แม้ว่ารัฐบาลไทยจะใช้คำว่า “Thai Hom Mali Rice” แทน “Jasmine Rice” ในการส่งออกข้าวหอมมะลิแล้วก็ตาม

ดังนั้นทางด้านการผลิตควรนำเอาแผนยุทธศาสตร์ข้าวเข้ามาพัฒนา คือ

1. การเร่งเพิ่มผลผลิตต่อไร่เพื่อให้ต้นทุนการผลิตข้าวต่ำลง จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดโลกได้
2. การสร้างยุ้งฉางตลอดจนไซโลอบพืช เพื่อให้เกษตรกรไม่ต้องเร่งขายผลผลิตในช่วงต้นฤดูกาลการผลิต ส่วนการสร้างไซโลจะเป็นการช่วยลดความชื้นของข้าว ซึ่งเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพของข้าวที่ได้ผล ทำให้ราคาข้าวสูงขึ้นกว่าในปัจจุบัน รวมทั้งการส่งเสริมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของข้าว

ด้านตลาด

การส่งออกข้าวของไทย จะต้องเน้นคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน พร้อมกับขึ้นบัญชีดำสำหรับผู้ส่งออกข้าวไทยที่ปลอมปนข้าวหอมมะลิส่งออก และยังต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ว่าข้าวเป็นอาหารสุขภาพอย่างแท้จริงเพื่อขยายตลาดคนผิวขาว เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ง่ายต่อการบริโภค เช่นข้าวพร้อมบริโภค พร้อมประชาสัมพันธ์ในร้านอาหารไทยในต่างประเทศ รายการทางโทรทัศน์ วารสาร นิตยสารที่เกี่ยวข้อง และประชาสัมพันธ์สัญลักษณ์ “Thai Hom Mali Rice” ด้วย

สถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกข้าวของโลก โดยปริมาณสำรองข้าวโลกลดลง 15 ล้านตัน โดยมีเวียดนาม อินเดีย เป็นคู่แข่งสำคัญ ขายข้าวตัดราคา ขณะที่ ปริมาณการส่งออกของไทยทรงตัว การประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของผลผลิตข้าวทั่วโลกปี 2546 ว่าอยู่ที่ระดับ 394.5 ล้านตัน เกือบจะไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2544/2545 พร้อมประมาณจำนวนข้าวสำรองจะลดลงเช่นกันในปี 2546 จะปรับตัวลง 15.3 ล้านตัน เหลือ 109 ล้านตัน ขณะที่การบริโภคทั่วโลกเติบโตขึ้น 2.5 ล้านตัน เป็น 409.8 ล้านตัน

ประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก ตัวเลขการส่งออกสำหรับปี 2546 คาดว่าจะยังอยู่ที่ระดับเดิม 7.5 ล้านตัน ส่วนผลผลิตคาดว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากปัจจุบัน

ประเทศสหรัฐอเมริกา คาดว่าตัวเลขการส่งออกปี 2546 จะลดลงจากปี 2544/2545 ประมาณ 50,000 ตัน โดยการส่งออกปีนี้ของสหรัฐคาดว่าจะอยู่ที่ 2.9 ล้านตัน ส่วนผลผลิตรวมในปี 2546 คาดว่าจะอยู่ที่ระดับ 6.4 ล้านตัน ซึ่งต่ำกว่าผลผลิต ปี 2544/2545 จำนวน 379,000 ตัน

ประเทศเวียดนาม ปี 2546 คาดว่าการส่งออกจะเพิ่มเป็น 3.25 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2544/2545 ประมาณ 450,000 ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการแข่งขันด้านราคากับอินเดีย โดยเฉพาะข้าวคุณภาพต่ำ ส่วนผลผลิตรวมคาดว่าจะคงเดิมที่ 20.5 ล้านตัน

ประเทศจีน ในปี 2546 คาดว่าการส่งออกจะเพิ่มขึ้น 500,000 ล้านตัน จากปัจจุบันเป็น 2 ล้านตัน ส่วนผลผลิตคาดว่าจะลดลง ขณะที่ปริมาณการบริโภคเพิ่มสูงขึ้น ส่วนปริมาณสำรองข้าวของจีนจะลดลงประมาณ 13.5 ล้านตัน อยู่ที่ระดับ 69 ล้านตัน

ประเทศอินเดีย คาดว่าจะยังคงเป็นผู้ที่มีบทบาทในการส่งออกข้าวในตลาดโลก โดยคาดว่าตัวเลขการส่งออกข้าวในปี 2546 จะยังคงใกล้เคียงกับปัจจุบันซึ่งอยู่ที่ระดับ 4.5 ล้านตัน อันเป็นผลมาจากนโยบายการแข่งขันด้านราคารวมทั้งปริมาณข้าวที่เก็บสต็อกไว้ ซึ่งจะมีปริมาณที่สูงกว่าการบริโภค จึงจำเป็นต้องมีการส่งออก

ประเทศอียิปต์ คาดว่าการส่งออกข้าวไป 2546 ยังคงอยู่ที่ระดัง 500,000 แสนตัน เนื่องจากอียิปต์ยังคงแข่งขันด้านราคาข้าวกับตรุกี ส่วนการส่งออกข้าวของพม่าในปี 2545/2546 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 250,000 ตัน เป็น 1.5 ล้านตัน อันเป็นผลมากจากการใช้นโยบายการแข่งขันด้านราคาและปริมาณข้าวในสต็อกที่มีอยู่

สำหรับประเทศที่ต้องนำเข้าข้าวในปี 2545/2546 ในส่วนของอเมริกาเหนือ ซึ่งมีผู้นำเข้าข้าวหลัก 2 ประเทศ คือ สหรัฐและเม็กซิโก โดยในส่วนของสหรัฐอเมริกา นำเข้าข้าวจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากปี 2545 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 430,000 ตัน

ทางด้านเม็กซิโก คาดว่าจะยังคงเป็นผู้นำเข้าข้าวเปลือกรายสำคัญจากสหรัฐ โดยคาดการณ์ว่าปริมาณนำเข้าข้าวดังกล่าวยังอยู่ที่ระดับ 500,000 ตัน สำหรับละตินอเมริกา คาดว่าปริมาณนำเข้าข้าวจะลดลง 100,000 ตัน เหลือ 2 ล้านตัน เนื่องมาจากผลผลิตภายในภูมิภาคเพิ่มขึ้น จากเดิมที่คาดว่าจะอยู่ที่ 14.4 ล้านตัน เพิ่มขึ้นอีก 250,000 ตัน

ประเทศบราซิล ปริมาณนำเข้าข้าวจะลดลง 200,000 ตัน เนื่องจากผลผลิตภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นและในส่วนของตะวันออกกลาง ปริมาณการตัวเลขผลผลิตในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ปริมาณนำเข้าข้าวในภูมิภาคนี้ในปี 2546 จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณข้าวในสต็อกอยู่ในระดับต่ำ ในส่วนของซาอุดีอาระเบียคาดว่าจะยังคงนำเข้าข้าวอยู่ที่ระดับเดิม คือ 1 ล้านตัน

สำหรับประเทศอื่น ๆ ในทวิปแอฟริกา เนื่องจากตัวเลขคาดการณ์ด้านผลผลิตข้าวในปี 2545/2546 ที่ลดลง จึงประมาณการว่าปริมาณข้าวสำรองในแอฟริกายังจะคงลดลงด้วย ในส่วนไนจีเรีย คาดการณ์ว่าปริมาณนำเข้าข้าวปี 2546 จะอยู่ที่ 1.5 ล้านตัน ขณะที่ เซเนกัล คาดว่าจะลดลง 250,000 ตัน เหลือ 750,000 ตัน เนื่องจากปีนี้มีการนำเข้าข้าวสูงถึง 900,000 ตัน

ส่วนเอเชียใต้ คาดการณ์ว่าปริมาณการผลิต ปริมาณนำเข้าข้าวและปริมาณข้าวสำรองในภูมิภาคจะเพิ่มขึ้น ส่วนปริมาณการบริโภคคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยโดยคาดว่าปริมาณนำเข้าข้าวในปี 2546 ของบังกลาเทศอยู่ที่ 500,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีนี้ 100,000 ตัน ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณสำรองข้าวอยู่ในระดับต่ำและผลผลิตในประเทศสำหรับปี 2545/2546 เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

ประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย คาดว่าปริมาณนำเข้าข้าวในเอเชีย จะเพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นปีที่ 3 เนื่องจากปริมาณการผลิตที่ลดลง ขณะที่การบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณสำรองข้าวกลับลดลง 17 ล้านตัน เหลือ 80 ล้านตัน โดยอินโดนีเซีย คาดว่าจะยังคงนำเข้าข้าวในปริมาณสูงอยู่ ส่วนฟิลิปปินส์ ปริมาณนำเข้าข้าวคงที่แม้ผลผลิตจะลงลงแต่ปริมาณสำรองข้าวเพิ่มขึ้น

ดังนั้น ทางด้านการตลาดควรแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ สำหรับทางด้านการส่งออกข้าวนั้นมีการเร่งสร้างความร่วมมือเป็นกลุ่มของประเทศผู้ส่งออกข้าว คือการจัดตั้งคณะมนตรีว่าด้วยความร่วมมือค้าข้าว (Council on Rice Trade Cooperation : CRTC) เพื่อแก้ปัญหาการตัดราคาข้าวกันเองในตลาดโลก และรักษาระดับข้าวให้มีเสถียรภาพ

ด้านการเงิน เนื่องจากการประกอบธุรกิจส่งออกข้าวต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเป็นจำนวนเงินที่สูงในการซื้อข้าวจากนายหน้า (หยง) ที่นำข้าวมาเสนอขาย ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการขอวงเงินกู้เพื่อการส่งออก หรือทำ แพ็คกิ้ง เครดิต (Packing Credit) และผู้ส่งออกข้าวยังต้องให้เครดิตเทอม แก่ผู้ซื้อต่างประเทศด้วย อีกทั้งยังต้องหาสถานที่เพื่อจัดเก็บรักษาข้าวไว้ในโกดัง หรือไซโล ทำให้กิจการต้องมีเงินทุนหมุนเวียนในจำนวนเงินที่สูง ซึ่งปัจจุบันสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ก็มีความเข้มงวดในการพิจารณาวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้า

แนวทางพัฒนาตลาดข้าวไทย

หากพิจารณาศักยภาพการผลิตข้าวของไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน อินเดีย และเวียดนาม ในด้านปัจจัยทางด้านธรรมชาติ และโครงสร้างพื้นฐานการผลิตข้าว พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ นั้นไทยจัดเป็นประเทศที่มีผลผลิตต่อไร่ต่ำ ถ้ายังไม่รีบเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอาจจะทำให้ประเทศไทยไม่สามารถรักษาความเป็นผู้นำในการส่งออกข้าวของโลกไว้ได้ เนื่องจากไทยยังมีอุปสรรคเกี่ยวกับพื้นที่เพาะปลูกที่ลดลงการส่งออกข้าวของไทยจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาแนวทางให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และสังคมโลก และต้องกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบของการค้าส่งออกในอนาคต โดยแบ่งความสำคัญเป็น 2 ส่วนได้แก่

1. แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการกำหนดขอบเขตการผลิตให้ชัดเจน เป้าหมายการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคภายในประเทศ และเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนการผลิตควรกำหนดจากความต้องการบริโภคในประเทศและเป้าหมายการส่งออกให้ชัดเจนก่อนฤดูการผลิต เพื่อไม่ทำให้ผลผลิตข้าวมีมากหรือน้อยเกินไปจนเกิดปัญหาการกำหนดขอบเขตการผลิต

ควรแบ่งเขตการผลิตให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันทางภูมิอากาศและภูมิประเทศ เช่น กำหนดเป็นเขตผลิตเพื่อการส่งออก เขตการผลิตเพื่อการบริโภคและการค้าภายในประเทศ

2. แนวทางในการพัฒนารูปแบบการส่งออกและจัดจำหน่าย เน้นการพัฒนาด้านการตลาดและการควบคุมคุณภาพสินค้าไทย โดยการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายมาตรการต่าง ๆ การรักษาตลาดเดิม และการขยายตลาดใหม่เพิ่มบทบาทในเวทีการค้าโลก สร้างอำนาจต่อการต่อรอง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์การส่งออกมุ่งให้ความสำคัญต่อคุณภาพ และประสิทธิภาพระบบการผลิตและการค้าข้าว การจัดมาตรฐานสินค้าอย่างเหมาะสม การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพข้าวทุกขั้นตอน

แนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยจะยังคงสดใสต่อไปถ้าได้รับการส่งเสริมปรับปรุง และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแผนการตลาดการคมนาคมขนส่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูป การพัฒนาเครื่องหมายการค้า และการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารการตลาดอย่างจริงจัง ซึ่งมีความสำคัญต่ออนาคตข้าวไทยเป็นอย่างมาก การเปิดเสรีทางการค้าในตลาดโลกมากขึ้น นำไปสู่การแข่งขันที่เข้มข้นด้วยกระแสความต้องการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิสิต ธีรสุขพิมล (2538 : 140) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย กล่าวไว้ในบทสรุปว่า ในภาวะที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การปรับปรุงเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศของไทย เป็นประเด็นสำคัญยิ่งที่ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและดำเนินการต่อเนื่อง โดยเฉพาะความสามารถในการแข่งขันของภาคที่เกี่ยวเนื่อง

กับต่างประเทศ (External Sectors) ซึ่งได้แก่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกของไทยที่ใช้แรงงานมากในการผลิต และใช้เทคโนโลยีต่ำหลายประเภท ได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศคู่แข่ง เช่นจีน และอินโดนีเซีย ขณะเดียวกัน ประเทศทั้งสองก็สามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศไปจากไทยเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ จะต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในด้านการผลิต และการส่งออก เพื่อให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้าทั้งหลาย ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยส่งออกได้มากขึ้น

จากงานวิจัยนี้ ได้วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย โดยสรุปว่า ปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านการผลิต ที่จะสามารถทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้า

พลเทพ ตัณธวัชชารมณ์ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 – 2529 โดยพิจารณาการขาดเสถียรภาพของอัตราการแลกเปลี่ยน ทางรายได้ ดัชนีปริมาณส่งออก และอัตราแลกเปลี่ยนทางการค้า โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์การส่งออกรวมและแยกเป็นรายชนิดสินค้า ส่วนการวิเคราะห์ผลกระทบนั้น จะศึกษา ผลกระทบของการขาดเสถียรภาพในการส่งออก ที่มีต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ ผลการศึกษาการส่งออกรวม ปรากฏว่า สาเหตุสำคัญของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไทย มาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นสาเหตุหลัก โดยการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทานเป็นสาเหตุรอง และในงานวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่า สินค้าข้าว อัญมณี เครื่อง
ประดับ กุ้งสดแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋อง มีสาเหตุการขาดเสถียรภาพมาจากทางด้านอุปทานเป็นหลัก ทั้งนี้ เพราะวัตถุดิบ รวมถึงกระบวนการในการผลิตต้องพึ่งพาสภาพดิน ฟ้า อากาศ และแรงงานที่มีฝีมือเป็นสำคัญ

จากงานวิจัยดังกล่าว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการขาดเสถียรภาพในการส่งออกข้าวคือปัจจัยทางด้านอุปทาน

ทรงศรี อัครางกูร (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดุลการค้าของไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อดุลการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายที่จะมีต่อดุลการค้า ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วง พ.ศ. 2511 – 2538 โดยพิจารณาทั้งทางด้านอุปทานการส่งออก และอุปสงค์การนำเข้า จะแยกศึกษาเป็นรายประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนี ผลการศึกษา พบว่า ในกรณีของสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก ได้แก่ รายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาในปีก่อน และดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง

จากงานวิจัยนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา คือรายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาในปีก่อน และดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง

ดร.อัมมาร สยามวาลาและคณะ (2537:บทคัดย่อ) ศึกษาอนาคตข้าวไทยในระยะ 10 ปีข้างหน้า โดยการศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์ แนวโน้มการผลิตและการบริโภคข้าวของโลก ศึกษาผลกระทบของนโยบายการค้าโลก ศึกษาศักยภาพการส่งออกข้าวของไทย ศึกษาการแทรกแซงของรัฐในปีการตลาด 2535/2536 ศึกษาอนาคตของข้าวไทยสำหรับภาคเอกชน ศึกษามาตรการของรับเพื่ออนาคตของชาวนา

จากงานวิจัยนี้ สรุปได้ว่า อุปทานข้าวในทศวรรษหน้าของไทยน่าจะอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น สภาพดินฟ้าอากาส ราคาที่ระดับฟาร์มของข้าว อุปทานของที่เพาะปลูกอาจลดลงเพราะลดพื้นที่ปลูกข้าว

กลุ่มวิจัยการตลาด กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2540:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการใช้ยุ้งฉางเพื่อรักษาระดับราคาข้าว เป็นการศึกษาในเชิงพรรณาเกี่ยวกับ การทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จำเป็นต่อการพิจารณา ตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย หรือมาตรการต่าง ๆ ที่เหมาะสมเกี่ยวกับการใช้ยุ้งฉางข้าวเพื่อรักษาระดับข้าวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการศึกษาสถานการณ์ข้าวในปัจจุบันทำให้รัฐบาลต้องกำหนดมาตรการช่วยเหลือ และเป็นการศึกษานโยบายและมาตรการในการแก้ไขปัญหาราคาข้าว

สุปิยา จันทรเสนา (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษานโยบายข้าวของรัฐบาลไทยระหว่าง พ.ศ. 2504 – 2529 กล่าวถึงนโยบายการผลิตและการค้าข้าวของรัฐบาล นับว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศมากที่สุด ผลจาการดำเนินนโยบายส่งเสริมการผลิตของรัฐบาล ทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตข้าวได้เพิ่มมากขึ้นจนเพียงพอแก่การบริโภคภายในประเทศ และแหลือส่งไปขายยังต่างประเทศ แต่ในแง่อัตราการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ของไทยยังอยู่ในราคาที่ต่ำ ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการขยายเนื้อที่เพาะปลูกออกไป

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยและองค์ประกอบหลายประการ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณของวัตถุดิบ ราคาสินค้าภายในประเทศ โควต้าการส่งออก การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศหลาย ๆ ทฤษฎี โดยนำทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ของ Micheal E. Porter มาเป็นหลักในการวิจัย เนื่องจากทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ได้กล่าวถึง แนวความคิดที่ว่าการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกสินค้านั้นขึ้นกับปัจจัยด้านราคา ซึ่งจะพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการโครงสร้างและสภาพการแข่งขัน และการวิเคราะห์ศึกษาโดยละเอียดในทุก ๆ ปัจจัยของสภาพแวดล้อมย่อมเป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก เพราะสภาพแวดล้อมนั้นครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย การศึกษาในปัจจัยเหล่านี้จึงกระทำได้ในมุมกว้างเท่านั้น ด้วยการสร้างระบบรวบรวมข่าวสารในองค์การเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในส่วนที่ค่อนข้างเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในขณะเดียวกัน องค์การธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้หันมาเน้นการวิเคราะห์ในส่วนของสภาพแวดล้อมที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด และจะมีผลกระทบต่อองค์การธุรกิจมากที่สุดซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์การแข่งขันในระดับของอุตสาหกรรมซึ่งองค์การธุรกิจได้ทำการแข่งขันอยู่ในปัจจุบัน ทำให้การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำตัวแปรเหล่านี้มาเป็นตัวแปรอิสระ ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก

ดังนั้นในการกล่าวมาข้างต้น จะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการ

แก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดย ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในฐานะที่เป็นตัวแปรตามและมีตัวแปรด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศเป็นตัวแปรต้น อันจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ผู้วิจัยคาดว่าจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ทั้งนี้เนื่องจากตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่บริษัท องค์การธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลกระทบในลักษณะที่แตกต่างกัน จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาว่าตัวแปรดังกล่าวจะมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างไร ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการตั้งและพิสูจน์สมมติฐานต่อไป

จากแนวความคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของ Micheal E. Porter ซึ่งเป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านราคาและปัจจัยที่มิใช่ราคา ซึ่งการพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะต้องพิจารณาถึงสาเหตุของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน 4 ตัว คือ ปัจจัยการผลิตในประเทศ อุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ และยุทธการโครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ ซึ่งปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ได้แก่ คุณภาพของข้าว ปริมาณผลผลิตข้าวในประเทศ ราคาข้าวภายในประเทศ โควต้าการส่งออกข้าว และปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งการวิจัยนี้จะศึกษาจากบริษัทและองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจส่งออกข้าวไปขายยังต่างประเทศ อันจะประโยชน์ต่อบริษัทผู้ส่งออกเอง และยังเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐบาลในการวางนโยบายการส่งออกข้าวและการบริโภคข้าวภายในประเทศต่อไปด้วย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้ส่งออกข้าวที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกข้าวของไทยที่มียอดการส่งออกข้าวในรอบปี 2544 ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม 2544 – 31 ธันวาคม 2544 ซึ่งได้รายชื่อจาก กรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศด้วย มีจำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 137 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรเป้าหมาย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 137 ราย

2. วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Study) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก โดยใช้การวิเคราะห์ตัวประกอบ

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาหาปัจจัยที่มีส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ คำถามปลายปิดและปลายเปิด (Open – Ended Response Question) ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม (Questionnaire) นำมาประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร พนักงานในองค์กร ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ ประเภทของลูกค้า ภูมิภาคของการส่งออกข้าว ชนิดของข้าว และแหล่งวัตถุดิบ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 8 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก ใน 2 ด้าน

- ด้านปัจจัยภายในประเทศ แบ่งเป็น คุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณของวัตถุดิบ ราคาสินค้าภายในประเทศ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 13 ข้อ
- ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ แบ่งเป็น การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพ ของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 12 ข้อ

เป็นการวัดข้อมูลแบบ Likert Scale เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทย เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าของลิเคอร์ท (Likert) สเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขที่แทนความหมายในทางลบที่สุด

โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

4 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

3 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของปริมาณการส่งออกด้วยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้วิธีการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้น ตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นการแปลความหมายสามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 6 ข้อ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ

คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก เป็นการวัดข้อมูลแบบ Likert Scale เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทย เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีการกำหนดค่าของลิเคอร์ท (Likert) สเกล 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 โดยที่ 5 จะเป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 จะเป็นตัวเลขที่แทนความหมายในทางลบที่สุด

โดยมีระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
4 หมายถึง เห็นด้วยว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
3 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก
1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า ไทยมีแนวโน้มส่งออกไปยังตลาดโลก

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82) โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของปริมาณการส่งออกด้วยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้วิธีการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้น ตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นการแปลความหมายสามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

2.2 แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบและเสนอแนะ

2.3 ทดสอบแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบเบื้องต้น (Try Out) กับผู้ส่งออกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .8576 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยจะกระทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้จัดทำหนังสือแนะนำตัว และขอความร่วมมือ เพื่อใช้ประกอบในการจัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้ส่งออกเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางโทรสาร และติดตามโดยทางโทรศัพท์เพื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วกลับมาทำการวิเคราะห์

3.3 เมื่อผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Try Out) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Alpha Cronbach Coefficient) โดยมีค่าเท่ากับ .8576 ซึ่งค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง
3. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
5. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ในทัศนะของผู้ส่งออก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Windows โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลทั่วไปกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออกไทย รวมทั้งวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวของไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติ 2 ประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistics) โดยใช้สูตรดังนี้

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$= \frac{X}{N}$$

เมื่อ = แทน ค่าเฉลี่ยของประชากร

X = แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

= แทน ขนาดของประชากร

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$= \sqrt{\frac{\sum_{i\ 1}^{N} (Xi\quad)^2}{N}}$$

เมื่อ = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของประชากร

Xi = ข้อมูลดิบ

= ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของประชากร

= จำนวนประชากร

1.4 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Relaibility) เพื่อประสิทธิผลของแบบสอบถามที่จะให้มีความถูกต้อง (Accuracy) เชื่อถือได้ (Dependability) ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัคอัลฟ่า (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 161)

$$\text{cronbach's alpha} = \frac{k\ \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1+(k-1)\ \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

โดยที่ k = จำนวนคำถาม

covariance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

variance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจะใช้สถิติ ดังนี้

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 107)

$$r_{xy} = \frac{n \quad xy \quad (\quad x)(\quad y)}{\sqrt{[n \quad x^2 \quad (\quad x)^2][N \quad y^2 \quad (\quad y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y

x แทน ผลรวมของค่าตัวแปร X

y แทน ผลรวมของค่าตัวแปร Y

x^2 แทน ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X

y^2 แทน ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y

xy แทน ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y

n แทน จำนวนคู่ของค่าตัวแปรหรือจำนวนสมาชิกในกลุ่ม

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ (วีนัส ฤาชัย.2543,น.14-17) ตัวอย่างเช่น

หาก	ค่า r < 0	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
	ค่า r > 0	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
	ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
	ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
	ค่า r = 0	แสดงว่า	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์กำหนด ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ . 2544 : 316)

ถ้าค่า r มีค่ามากกว่า 0.7	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ถ้าค่า r มีค่าระหว่าง 0.3 – 0.7	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ถ้าค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3	แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0	แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

2.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่มใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis Of Variance)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

MS_b แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)

การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 161)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ *LSD* แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ

MSE แทน ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ

n แทน ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

การทดสอบสมมุติฐาน

1. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ขนาดของบริษัทส่งออกข้าว ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ชนิดของข้าวที่ส่งออก และภูมิภาคของการส่งออกข้าว ส่งผลกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) อธิบายค่าความแตกต่าง ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

2. ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของข้าวภายในประเทศ คุณภาพของข้าวที่ส่งออก ปริมาณผลผลิตข้าวภายในประเทศ และโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยภายในประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปสู่ตลาดโลก

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในทัศนะของผู้ส่งออก ซึ่งผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ 5 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนด สัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ขนาดของประชากร
	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของประชากร (Mean)
	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าใช้พิจารณา F-Distriibution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอนตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออก ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร จำนวนพนักงานในบริษัท/องค์กร ระยะเวลาประกอบกิจการ ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ ชนิดของพันธุ์ข้าวที่มีการส่งออก ตลอดจนถึงแหล่งผลิตข้าวของประเทศ โดยการแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออก

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบกิจการ		
บริษัทมหาชนจำกัด	1	0.7
บริษัทจำกัด	135	98.6
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	1	0.7
รวม	137	100.0
2. ขนาดการลงทุนของบริษัท		
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	57	41.6
5 – 12 ล้านบาท	51	37.2
มากกว่า 12 ล้านบาท	29	21.2
รวม	137	100.0
3. จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่า 50 คน	90	65.7
50 – 100 คน	39	28.5
มากกว่า 100 คน	8	5.8
รวม	137	100.0
4.ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ		
น้อยกว่า 5 ปี	0	0
5 – 12 ปี	19	13.9
มากกว่า 12 ปี	118	86.1
รวม	137	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้		
ผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทน	45	32.8
ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ	69	50.4
ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ	23	16.8
รวม	137	100
6. ภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้		
เอเชีย	39	28.5
ตะวันออกกลาง	49	35.8
ยุโรป	21	15.3
แอฟริกา	9	6.6
โอเชียนเนีย	19	13.9
รวม	137	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 137 ราย แยกตามลักษณะของผู้ส่งออก ได้ดังนี้

รูปแบบกิจการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด มีจำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.6 รูปแบบบริษัทมหาชนจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัด มีจำนวน อย่างละ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7 โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด

ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ผลการวิเคราะห์พบว่า บริษัทมีขนาดการลงทุนน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.6 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดการลงทุนระหว่าง 5 – 12 ล้านบาท มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.2 และ มากกว่า 12 ล้านบาท มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีขนาดการลงทุนของบริษัทและทรัพย์สินถาวรน้อยกว่า 5 ล้านบาท รองลงมาคือ 5-12 ล้านบาท และมากกว่า 12 ล้านบาทตามลำดับ

จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กร ผลการวิเคราะห์พบว่า จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กร น้อยกว่า 50 คน มีจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.7 และ 50 – 100 คน มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 และมากกว่า 100 คน มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 โดยส่วนใหญ่จำนวนพนักงานในบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนน้อยกว่า 50 คน รองลงมาคือ 50 - 100 คน และ มากกว่า 100 คนตามลำดับ

ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์พบว่า ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ 5 – 12 ปี มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.9 และมากกว่า 12 ปี มีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.1 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาประกอบธุรกิจมากกว่า12 ปี และสุดท้ายคือ 5-12 ปี

ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.4 และลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทนจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.8 และลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8 โดยส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นผู้ค้าส่งในประเทศ รองลงมาคือลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าหรือเป็นตัวแทน และลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ ตามลำดับ

ภูมิภาค (ทวีป) ที่ส่งสินค้าไปให้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ภูมิภาค (ทวีป) ที่ส่งสินค้าไปให้ลูกค้าคือตะวันออกกลาง จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.8 เอเชีย จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ทวีปยุโรป 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 ทวีปโอเชียนเนีย 19 รายคิดเป็นร้อยละ13.9 และทวีปแอฟริกาจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.6 โดยส่วนใหญ่ภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ลูกค้าคือตะวันออกกลาง รองลงมาคือทวีปเอเชีย และทวีปยุโรป ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของชนิดของข้าวที่ส่งออก

ชนิดของข้าวที่ส่งออก	ปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			แปลผล
ข้าวขาว	83	45	1	8	0	4.48	0.79	มากที่สุด
ข้าวกล้อง	1	7	37	79	13	2.30	0.74	น้อย
ข้าวเหนียวขาว	0	34	48	40	15	2.74	0.96	ปานกลาง
ข้าวนึ่ง	7	26	35	37	32	2.56	1.19	น้อย

จากตาราง 2 พบว่าชนิดของข้าวที่ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ข้าวขาวโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ข้าวเหนียวขาวส่งออกในระดับปานกลางค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ข้าวนึ่งและข้าวกล้องส่งออกในในระดับน้อยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 และ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของแหล่งผลิตของข้าวส่วนใหญ่ที่ส่งออก

ชนิดของข้าวที่ส่งออก	ปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			แปลผล
ภาคกลาง เช่นปทุมธานี อยุธยา สุโขทัย	40	47	36	2	12	3.74	1.16	มาก
ภาคตะวันออก เช่น จันทบุรี ฉะเชิงเทรา	0	10	31	49	47	2.03	0.93	น้อย
ภาคเหนือ เช่น พิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่	1	39	41	40	16	2.77	1.01	ปานกลาง
ภาคใต้ เช่น ชุมพร ระนอง นครศรีธรรมราช	0	4	22	38	73	1.68	0.85	น้อยที่สุด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น อุบลราชธานี	31	39	47	18	2	3.57	1.02	มาก

จากตาราง 3 พบว่าผู้ส่งออกมีแหล่งผลิตของข้าวมาจากภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ 3.57 ภาคเหนือในระดับปานกลางค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ภาคตะวันออกในระดับน้อยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 และภาคใต้ในระดับน้อยที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

ปัจจัยภายในประเทศ	ระดับความเห็น		
			แปลผล
1. ด้านคุณภาพของข้าว	4.21	0.37	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านปริมาณของข้าว	3.76	0.29	เห็นด้วย
3. ด้านราคาข้าวภายในประเทศ	4.01	0.31	เห็นด้วย
4. ด้านโควตาการส่งออกข้าว	3.58	0.75	เห็นด้วย
รวม	3.89	0.21	เห็นด้วย

จากตาราง 4 พบว่าภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าปัจจัยด้านคุณภาพของข้าวส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนปัจจัยด้านปริมาณของข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควตาการส่งออกข้าวผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทย มีค่าเฉลี่ย 3.76 , 4.01 และ 3.58 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านคุณภาพข้าว

ด้านคุณภาพของข้าว	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับความเห็น		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว	60	38	14	24	1	4.29	0.9	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก	30	87	34	16	0	4.12	0.75	เห็นด้วย
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ	63	3	32	33	6	4.21	0.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม						4.21	0.37	เห็นด้วย

จากตาราง 5 แสดงปัจจัยด้านคุณภาพข้าวที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าด้านการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนการใช้ยาปราบศัตรูพืชเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่ง

ออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านปริมาณของข้าว

ด้านปริมาณของข้าว	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับความเห็น		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การเกิดโรคระบาดของข้าว	21	77	25	11	3	3.91	0.66	เห็นด้วย
ภูมิอากาศที่แปรปรวน	12	85	24	14	2	4.03	0.75	เห็นด้วย
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี	2	11	83	15	6	3.38	0.75	ไม่แน่ใจ
รวม						3.76	0.29	เห็นด้วย

จากตาราง 6 แสดงปัจจัยด้านปริมาณข้าวที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการเกิดโรคระบาดของข้าว และภูมิอากาศที่แปรปรวนส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การเกิดโรคระบาดของข้าว และภูมิอากาศที่แปรปรวน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น ส่วนการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับไม่แน่ใจ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านราคาข้าวภายในประเทศ

ด้านราคาข้าวภายในประเทศ	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ	12	76	25	22	2	4.02	0.69	เห็นด้วย
ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น	7	67	36	15	12	3.72	1.04	เห็นด้วย
ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง	1	91	20	16	9	3.98	0.92	เห็นด้วย
การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ	28	82	11	9	7	4.18	0.7	เห็นด้วย
ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ	45	75	9	8	0	4.15	0.78	เห็นด้วย
รวม						4.01	0.31	เห็นด้วย

จากตาราง 7 แสดงปัจจัยด้านราคาข้าวภายในประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่ากำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ราคาข้าวในประเทศที่สูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ และความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ,3.72, 3.98, 4.18 และ 4.15 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ

ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านโควตาการส่งออกข้าว

ด้านโควตาการส่งออกข้าว	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับความคิดเห็น		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
มีกำหนดโควตาปริมาณการส่งออกข้าว	3	70	12	38	14	3.65	0.86	เห็นด้วย
โควตาการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป	3	81	22	18	13	3.51	0.86	เห็นด้วย
รวม						3.58	0.75	เห็นด้วย

จากตาราง 8 แสดงปัจจัยด้านโควตาการส่งออกข้าว ที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการกำหนดโควตาปริมาณการส่งออกข้าว และโควตาการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.51 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว และโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

ปัจจัยภายนอกประเทศ	ระดับ		
			แปลผล
ด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการส่งออก	3.73	0.57	เห็นด้วย
ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	4.01	0.61	เห็นด้วย
ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ	3.82	0.51	เห็นด้วย
ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	3.86	0.32	เห็นด้วย
ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	4.25	0.97	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	3.94	0.97	เห็นด้วย

จากตาราง 9 พบว่าภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการ

ส่งออก ส่วนสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ และ ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 3.73, 4.01, 3.82 และ 3.86 ตามลำดับ ส่วนความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าในการส่งออก

ด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้า	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน	22	77	22	28	8	4.02	0.74	เห็นด้วย
ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว	8	74	37	14	4	3.85	0.92	เห็นด้วย
ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	11	14	72	19	1	3.36	0.67	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 10 แสดงปัจจัยด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้าที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน และประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าวส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 3.85 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคมีการตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น ส่วนผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับไม่แน่ใจ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	6	64	26	20	12	3.89	0.84	เห็นด้วย
ความเชื่อมั่นทางเศรษกิจของประเทศคู่ค้า	10	72	22	27	6	4.14	0.72	เห็นด้วย

จากตาราง 11 แสดงปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า และความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

ของประเทศคู่ค้าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 4.14 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าและความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ

ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค	0	97	9	27	4	3.53	0.59	เห็นด้วย
ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย	10	76	25	16	10	3.74	1.06	เห็นด้วย
ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น	68	50	14	5	0	4.22	0.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง12 แสดงปัจจัยด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.74ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก คือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง

ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย	24	46	48	15	4	4.13	0.76	เห็นด้วย
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง	16	67	33	19	2	3.56	0.92	เห็นด้วย
ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย	22	44	41	18	12	3.93	0.85	เห็นด้วย

จากตาราง 13 แสดงปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง และประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13, 3.56 และ 3.93 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง และประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกคือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้น

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	ผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก					ระดับ		
	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก			แปลผล
การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์	62	58	8	3	6	4.25	0.97	เห็นด้วย

จากตาราง 14 แสดงปัจจัยด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกพบว่าการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่าการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกัลดอลลาร์ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกคือจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกในระดับเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต และตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามตารางที่ 15-17

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของของแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก	ระดับความเห็น					ระดับ		
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			แปลผล
ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก	15	86	36	0	0	3.85	0.59	เห็นด้วย
ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย	35	84	17	1	0	4.11	0.63	เห็นด้วย
ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับข้าวจากประเทศไทย	40	80	16	1	0	4.16	0.64	เห็นด้วย
การเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทย	3	7	81	33	13	2.73	0.81	ไม่แน่ใจ
นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย	25	70	41	1	0	3.87	0.71	เห็นด้วย
แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้	27	66	42	2	0	3.86	0.74	เห็นด้วย
รวม						3.70	0.67	เห็นด้วย

จากตาราง 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกมีแนวโน้มที่ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับข้าวจากประเทศไทย นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย และ แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 4.11 ,4.16 , 3.87 และ 3.86 ตามลำดับ ส่วนการเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

ตาราง 16 แสดงจำนวน และร้อยละแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต

แนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ

เพิ่มขึ้น	106	77.37
ไม่เปลี่ยนแปลง	12	8.75
ลดลง	19	13.88
รวม	137	100.0

จากตาราง 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคตจะมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นมีจำนวน 106 รายคิดเป็นร้อยละ 77.37 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตไม่เปลี่ยนแปลงมีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตจะลดลงมีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.88

ตาราง 17 แสดงจำนวน และร้อยละตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย

ตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทย	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	110	80.30
ไม่เปลี่ยนแปลง	11	8.02
ลดลง	16	11.68
รวม	137	100.0

จากตาราง 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจำนวน 110 รายคิดเป็นร้อยละ 80.30 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลงมีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.02 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มลดลงมีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.68

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัยได้พิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในทัศนะของผู้ส่งออก ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว ได้แก่ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และใช้การทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน(Multiple Comparison) โดยวิธีทดสอบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.1 รูปแบบกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : รูปแบบกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามรูปแบบกิจการ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	2	0.06	.03	2.05	.134
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	134	1.94	.01		
	รวม	136	2.00			

N = 137

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบกิจการของผู้ส่งออกที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่ารูปแบบกิจการของผู้ส่งออกไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.2 ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	2	9.25	4.63	8.73*	.003
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	134	71.02	.53		
	รวม	136	80.27			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่าขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ขนาดการลงทุนของบริษัท		น้อยกว่า 5 ล้านบาท	5 – 12 ล้านบาท	มากกว่า 12 ล้านบาท
ในสินทรัพย์ถาวร	$\bar{x}$	3.65	3.98	4.14
น้อยกว่า 5 ล้านบาท	3.65		-.33* (.011)	-.49* (.002)
5 – 12 ล้านบาท	3.98			.16(.311)
มากกว่า 12 ล้านบาท	4.14			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท กับขนาดการลงทุน 5 – 12 ล้านบาท มีค่า F-Prob. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร 5 – 12 ล้านบาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33

ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท กับขนาดการลงทุน 5 – 12 ล้านบาท มีค่า F-Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 12 ล้านบาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .49

1.3 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df.	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	2	10.17	4.02	12.45*	.000
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	134	54.72	.41		
	รวม	136	64.89			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่าลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้า	$\overline{x}$	เป็นตัวแทน 1.49	เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ 2.09	เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ 2.00
เป็นตัวแทน	1.49		-.60* (.000)	-.51* (.002)
เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ	2.09			.09(.573)
เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ	2.00			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้แตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ มีค่า F-Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .60

ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ มีค่า F-Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทน แตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .51

1.4 ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงการทดสอบแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกจำแนกตามภูมิภาคของการส่งออก

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าว	ระหว่างกลุ่ม	4	6.30	1.58	3.90*	.005
ของไทยไปยังตลาดโลก	ภายในกลุ่ม	132	61.34	.47		
	รวม	136	67.64			

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบภูมิภาคของการส่งออกที่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่ามีค่า F-Prob. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_O) แสดงว่าภูมิภาคของการส่งออกมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่ง

ออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ภูมิภาคของการส่งออก		เอเชีย	ตะวันออกกลาง	ยุโรป	แอฟริกา	โอเชียนเนีย
	$\bar{x}$	3.85	3.76	3.71	4.00	4.37
เอเชีย	3.85		0.09	0.14	-0.15	-0.52* (.006)
ตะวันออกกลาง	3.76			0.05	-0.24	-0.61* (.001)
ยุโรป	3.71				-0.29	-0.66* (.002)
แอฟริกา	4.00					-0.37
โอเชียนเนีย	4.37					

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภูมิภาคเอเชียกับภูมิภาคโอเชียนเนีย มีค่า F-Prob. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ภูมิภาคเอเชีย แตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .52

ภูมิภาคตะวันออกกลางกับภูมิภาคโอเชียนเนีย มีค่า F-Prob. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ภูมิภาคตะวันออกกลางแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .61

ภูมิภาคยุโรปกับภูมิภาคโอเชียนเนีย มีค่า F-Prob. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ภูมิภาคยุโรปแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .66

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ปัจจัยภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ด้านคุณภาพข้าว ด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควต้าการส่งออกข้าว มีดังนี้

2.1ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์

ปัจจัยด้านคุณภาพข้าว	0.181*	0.027	เดียวกัน	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .181 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อคุณภาพข้าวมีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านคุณภาพข้าว แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าว สำหรับการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว	.211*	.012	เดียวกัน	ต่ำ
การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก	-.186*	.028	ตรงกันข้าม	ต่ำ
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ	-.199*	.022	ตรงกันข้าม	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .211 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2. การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.186 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .022 ซึ่งซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.199 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2.2 ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านปริมาณข้าว	.294*	.004	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .294 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อปริมาณข้าวมีมากขึ้นจะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านปริมาณข้าวแต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าว สำหรับการเกิดโรคระบาดข้าว ภูมิอากาศที่แปรปรวน การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การเกิดโรคระบาดของข้าว	-.129*	.026	ตรงกันข้าม	ต่ำ
ภูมิอากาศที่แปรปรวน	-.253*	.007	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี	-.286*	.002	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การเกิดโรคระบาดของข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเกิดโรคระบาดของข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ (r) มีค่าเท่ากับ .129 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำและความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดโรคระบาดของข้าวเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2. ภูมิอากาศที่แปรปรวน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภูมิอากาศที่แปรปรวนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .253 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อภูมิอากาศที่แปรปรวนเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.286 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2.3 ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านราคาข้าวภายในประเทศ	-.365*	.041	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .365 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวภายในประเทศมีราคาสูงขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านราคาข้าวแต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 5 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าว สำหรับกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ	.099	.25	-	-
ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น	-.244*	.001	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง	-.260*	.004	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ	.336*	.001	เดียวกัน	ปานกลาง
ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ	.352*	.000	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .25 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือเมื่อกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

2. ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.244 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลงมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.260 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

4. การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .336 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

5. ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .352 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2.4 ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านโควต้าการส่งออกข้าว	.188*	.026	เดียวกัน	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณ

การส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .188 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อโควต้าการส่งออกข้าวมีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายในด้านโควต้าการส่งออกข้าว แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 2 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าว สำหรับการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว	.183*	.031	เดียวกัน	ต่ำ
โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป	.186*	.027	เดียวกัน	ต่ำ

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. กำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า กำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .183 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อมีการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าวมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2. โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไปมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .186 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง และด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีดังนี้

3.1 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า	-.406*	.008	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.406 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สำหรับการเพาะปลูกที่ทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไป

ยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน	-.516*	.000	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว	-.498*	.000	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	-.411*	.008	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.516 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดินเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2. ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.498 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.411 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3.2 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่

ค้ากับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	.491*	.002	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .491 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าดีขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 2 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า สำหรับการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	-.180*	.043	ตรงกันข้าม	ต่ำ
ความเชื่อมั่นทางเศรษกิจของประเทศคู่ค้า	.347*	.036	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.180 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการ

ส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .347 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

3.3 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ	.379*	.006	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .379 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีมากขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ สำหรับผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค	.336*	.016	เดียวกัน	ปานกลาง
ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร	-.315*	.024	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น	.403*	.003	เดียวกัน	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .016 น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .336 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

2. ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.315 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .403 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

3.4 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งกับ

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง	-.419*	.017	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.419 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีมากขึ้น จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง แต่ละด้านที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก จำนวน 3 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง สำหรับประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย	.052	.716	-	-
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง	-.618*	.000	ตรงกันข้าม	ปานกลาง
ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย	-.337*	.016	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.716 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือเมื่อประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย จะไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

2. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.618 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3. ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.337 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

3.5 ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

H_1 : ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

ตัวแปร	แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	-.409*	.003	ตรงกันข้าม	ปานกลาง

N = 137

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่าเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) หมายความว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.409 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อค่าเงินบาทมีการอ่อนตัวเมื่อเทียบกับดอลลาร์ จะส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก ซึ่งปัจจัยภายในประเทศมุ่งศึกษา ด้านคุณภาพข้าว ปริมาณข้าว และราคาข้าวภายในประเทศ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศ มุ่งศึกษาด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ด้านประเทศคู่แข่งขัน

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกข้าวของไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2.เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยในตลาดโลกให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

3.เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยโครงการนี้จะสามารถอำนวยประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านผู้ประกอบการส่งออกข้าว สามารถนำผลการศึกษาของโครงการสารนิพนธ์นี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้

2. ด้านรัฐบาล ทำให้สามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกข้าวของไทย ในการส่งข้าวไปยังตลาดโลก ที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนา จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่จะทำให้ประเทศไทย สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ในการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกได้ และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจนสามารถครองความเป็นอันดับหนึ่ง สำหรับประเทศผู้ส่งออกข้าวของโลกได้

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าวที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทใน สินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน

2. ปัจจัยภายในประเทศ ประกอบด้วย ราคาของข้าวภายในประเทศ คุณภาพของข้าวที่ส่งออก ปริมาณผลผลิตข้าวภายในประเทศ และโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กันแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปสู่ตลาดโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ส่งออกข้าวที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกข้าวของไทยที่มียอดส่งออกข้าวในรอบปี 2544 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 - 31 ธันวาคม 2544 ซึ่งได้รายชื่อจากกรมส่งเสริมการส่งออก โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และรายชื่อผู้ส่งออกจำนวน 137 รายดังกล่าวจะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกหน่วยของประชากรเป้าหมายซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 137 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีข้อคำถามปลายเปิด และปลายปิด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร พนักงานในองค์กร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ประเภทของลูกค้า ภูมิภาคของการส่งออกข้าว ชนิดของข้าว และแหล่งวัตถุดิบ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกข้าวไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ใน 2 ด้าน

ด้านปัจจัยภายในประเทศ แบ่งเป็น ปริมาณข้าว ราคาข้าว โควต้าการส่งออกข้าว

ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ แบ่งเป็น การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยเป็นลักษณะคำถามปลายปิด และในส่วนข้อเสนอแนะต่างๆ เป็นคำถามปลายเปิด

2.การหาคุณภาพของแบบสอบถาม

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและมีความสมบูรณ์ในเรื่องของการใช้ภาษา ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เมื่อนำแบบสอบถามที่ทดสอบแล้วไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficeient Method) ของครอนบาค (Cronbach) ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .8576

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้บริหารของบริษัทผู้ส่งออกข้าวในประเทศไทย จำนวน 137 ราย ในการตอบแบบสอบถาม โดยการจัดส่งแบบสอบถามทางโทรสาร และนำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเอง แล้วติดตามโดยทางโทรศัพท์ เพื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับการกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วกลับมาทำการวิเคราะห์

การจัดกระทำข้อมูล

1.เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้วผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2.นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3.นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจวัดความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

2. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศ พันธุ์ข้าวและแหล่งผลิตของข้าวที่ส่งออก คิดเป็นร้อยละ

3.การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศ และแนวโน้มปริมาณการส่งออก โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปตลาดโลก โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียรสัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

5. แบบสอบถามแบบปลายเปิด นำมาแจกแจงความถี่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ในทัศนะของผู้ส่งออก สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า รูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 98.6 รูปแบบบริษัทมหาชนจำกัดและห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 0.7 ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรลงทุนน้อยกว่า 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.6 ขนาดการลงทุนระหว่าง 5 – 12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.2 และขนาดการลงทุนมากกว่า 12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.2 จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กร น้อยกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 จำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กรจำนวน 50 – 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และจำนวนพนักงานในบริษัท / องค์กรจำนวนมากกว่า 100 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ 5 – 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.9 ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจมากกว่า 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 86.1 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50.4 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทนคิดเป็นร้อยละ 32.8 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่เป็นผู้นำเข้าค้าปลีกในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.8 ภูมิภาค (ทวีป) ที่ส่งสินค้าไปให้ลูกค้าคือตะวันออกกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.8 เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 28.5 ทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 15.3 ทวีปโอเชียนเนีย คิดเป็นร้อยละ13.9 และทวีปแอฟริกา คิดเป็นร้อยละ 6.6 ชนิดของข้าวที่ส่งออกมากที่สุด คือ ข้าวขาว รองลงมาคือข้าวเหนียวขาว และสุดท้ายคือข้าวนึ่งและข้าวกล้อง ตามลำดับ และแหล่งผลิตข้าวมาจากภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ปัจจัยภายในประเทศที่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก คือ ด้านคุณภาพข้าว ส่วนปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในระดับเห็นด้วย คือ ปัจจัยด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ และด้านโควต้าการส่งออกข้าว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76, 4.01 และ 3.58 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว, การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนเรื่องการใช้ยาปราบศัตรูพืช ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องการเกิดโรคระบาดของข้าว, ภูมิอากาศที่แปรปรวน ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 4.03 ตามลำดับ ส่วนเรื่องการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ, ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น, ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง, การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ, ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02, 3.72, 3.98, 4.18 และ 4.15 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายในประเทศ เรื่องการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว, โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.51 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ปัจจัยภายนอกประเทศที่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก คือ ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในระดับเห็นด้วย คือ ปัจจัยด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออก ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ และด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73, 4.01, 3.82, และ 3.86 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออกที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออกที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน, และประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 3.85 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า, และเรื่องความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 4.14 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องผู้บริโภค

ต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และการที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.74 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องที่ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย เรื่องการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง และประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13, 3.56 และ 3.93 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก พบว่า ภาพรวมของปัจจัยภายนอกประเทศเรื่องการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

การวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

1.ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

2.ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

3.ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับข้าวจากประเทศไทย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

4.นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาลจะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

5.แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคตและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

6.การเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจของตนในอนาคต

1. เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนจะเพิ่มขึ้นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 77.37
2. เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 8.75
3. เห็นว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวในธุรกิจของตนในอนาคตจะลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.88

การวิเคราะห์ทัศนคติทีมีต่อตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทยในอนาคต

1. เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 80.30

2. เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 8.02
3. เห็นว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมจะมีแนวโน้มลดลงในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 11.68

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว ได้แก่ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทใน สินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

รูปแบบกิจการ รูปแบบกิจการที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ของ Micheal E.Porter ที่กล่าวถึงกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัท การเงินการลงทุนว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมและการดำเนินธุรกิจ

ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกัน ภูมิภาคของการส่งออกแตกต่างกัน มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยภายในประเทศที่มีต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าว ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีการจัดการที่เหมาะสมจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ด้านการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อมีการใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูกข้าวมากขึ้น จะส่ง

ด้านการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าว ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเกิดโรคระบาดของข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อเกิดโรคระบาดของข้าวเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านภูมิอากาศที่แปรปรวน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดภูมิอากาศที่แปรปรวนมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศ ปัจจัยภายในประเทศด้านราคาข้าวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านกำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อราคาข้าวของประเทศคู่แข่งสูงขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อมีการสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ด้านความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ปัจจัยภายในประเทศด้านโควต้าการส่งออกข้าว ปัจจัยภายในประเทศด้านโควตาการส่งออกข้าวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อมีการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ด้านโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลงตาม

ปัจจัยภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ ของ Adam Smith ที่กล่าวว่า ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใดสินค้าหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าประเทศอื่น ประเทศนั้นก็ควรผลิตสินค้านั้นแล้วส่งไปขายให้กับประเทศอื่นเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ของประสิทธิภาพรวมที่สูงที่สุด โดยปัจจัย

ด้านคุณภาพของข้าว ปัจจัยด้านปริมาณข้าว ปัจจัยด้านราคาข้าว มีผลต่อความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ ทั้งความได้เปรียบโดยธรรมชาติ และความได้เปรียบจากการเรียนรู้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อมีการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดินเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อเกิดความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อยลง จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ด้านการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ และผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคเพิ่มขึ้น และผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นตาม

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง ปัจจัยภายนอกประเทศด้านด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ด้านการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อเกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ด้านประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเมื่อประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย จะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกลดลง

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ปัจจัยภายนอกประเทศด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยภายนอกประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Five's Force ของ MiChael E.Porter ที่กล่าวว่า อิทธิพล 5 ประการที่มีผลต่อการแข่งขันทางการค้า ได้แก่ 1.) ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่งขัน 2.) การขู่ของภัยจากผู้เข้าสู่ตลาดใหม่ 3.) การขู่ของภัยจากสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนได้ 4.) อำนาจในการต่อรองของลูกค้า 5.) อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกข้าวไทยในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลส่วนตัวของบริษัทส่งออกข้าว ได้แก่ รูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคของการส่งออกที่แตกต่างกันส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกไม่แตกต่างกัน สรุปได้ดังนี้

1.1 รูปแบบกิจการของผู้ส่งออกไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่ว่าจะเป็นบริษัทจำกัด บริษัทมหาชนหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด

1.2 ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก กล่าวคือกิจการที่มีเงินทุนสูงเพื่อลงทุนในสินทรัพย์ถาวรจะส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกที่มีจำนวนที่มากกว่ากิจการที่มีเงินทุนต่ำ โดยขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 5-12 ล้านบาท และขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่า 5 ล้านบาท แตกต่างเป็นรายคู่กับ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่มากกว่า 12 ล้านบาท

1.3 ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ รองลงมาคือผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทนและผู้ค้าปลีกในประเทศ โดยลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทนแตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ และลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นตัวแทนแตกต่างเป็นรายคู่กับลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ที่เป็นผู้ค้าปลีก

1.4 ภูมิภาคของการส่งออกข้าว ที่แตกต่างกันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่อยู่ในแถบตะวันออกกลาง รองลงมาคือ เอเชีย ยุโรป โอเชียนเนียและแอฟริกา ตามลำดับ โดยภูมิภาคเอเชียแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ภูมิภาคตะวันออกกลางแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย ภูมิภาคยุโรปแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียเนีย และภูมิภาคแอฟริกาแตกต่างเป็นรายคู่กับภูมิภาคโอเชียนเนีย

2.ปัจจัยภายในประเทศ ได้แก่ ด้านคุณภาพข้าว ด้านปริมาณข้าว ด้านราคาข้าวภายในประเทศ ด้านโควต้าการส่งออกข้าว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก สรุปได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านคุณภาพข้าว แบ่งเป็น การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ จะเห็นได้ว่าการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ การใช้ยาปราบศัตรูพืชในการเพาะปลูก และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

2.2 ปัจจัยด้านปริมาณข้าว แบ่งเป็น การเกิดโรคระบาดของข้าว ภูมิอากาศที่แปรปรวน การขาดแคลนพันธ์ข้าวที่ดี จะเห็นได้ว่าการเกิดโรคระบาดของข้าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดีมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2.3 ปัจจัยด้านราคาข้าวภายในประเทศ แบ่งเป็น กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศ ราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ จะเห็นได้ว่ากำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายภายในประเทศและต่างประเทศดีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนราคาข้าวในประเทศสูงขึ้น ราคาข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำลง การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศ ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าต่างประเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2.4 ปัจจัยด้านโควต้าการส่งออกข้าว แบ่งเป็นการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว และโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป จะเห็นได้ว่าการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว และโควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดมีปริมาณต่ำเกินไป มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

3. ปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ยกเว้นด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก

3.1 ปัจจัยด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า แบ่งเป็นการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเห็น

ได้ว่าการเพาะปลูกข้าวทำลายระบบหน้าดิน ประเทศคู่ค้ามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพข้าว ผู้บริโภคมีความตื่นตัวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.2 ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า แบ่งเป็น การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า จะเห็นได้ว่า การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.3 ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ แบ่งเป็น ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร ผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนเพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค และผู้บริโภคต่างประเทศมีแนวโน้มบริโภคต่อคนเพิ่มขึ้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสาร มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.4 ปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่ง แบ่งเป็น ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ดีกว่าประเทศไทย การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย จะเห็นได้ว่า ประเทศคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ดีกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศคู่แข่ง ประเทศคู่แข่งมีความสามารถในการผลิตสูงกว่าประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3.5 ปัจจัยด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ความมุ่งหมายข้อที่ 1 ของการทำวิจัยครั้งนี้ คือเพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกข้าวของไทยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ความมุ่งหมายข้อที่ 2 เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยในตลาดโลก และเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศ จากการศึกษา พบว่าในทัศนะของผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นหากประเทศไทยมีการส่งเสริมด้านคุณภาพ และราคาของข้าวภายในประเทศให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมย่อมสามารถช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปิยา จันทรเสนา (2534) ที่พบว่านโยบายข้าวของรัฐบาลไทยระหว่างปี 2504-2509 ที่ดำเนินนโยบายส่งเสริมการผลิตทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตข้าวได้เพิ่มขึ้น จนเพียงพอแก่การบริโภคภายในประเทศ และเหลือส่งไปขายยังต่างประเทศ ส่วนด้านปริมาณข้าว และโควต้าการส่งออกส่งผลกระทบต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกอยู่ในระดับน้อย

สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศ ในทัศนะคติของผู้ส่งออกเห็นด้วยกับปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลก โดยหากวิเคราะห์แยกเป็นรายด้าน พบว่า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกมากที่สุดโดย หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทมีค่าลดลงส่งผลให้แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวสูงขึ้น รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เมื่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มที่ดีก็จะมีการนำเข้าข้าวจากไทยเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยด้านการกีดกันของประเทศคู่ค้า

และ ความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศในทัศนะคติของผู้ส่งออกจะส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกในระดับปานกลาง เนื่องจากการกีดกันทางการค้าจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในโลกของการค้าระหว่างประเทศ โดยการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเช่น องค์กรการค้าโลก (WTO) , อาเซียน (ASEAN) , นาฟตา (NAFTA) , เอเปก (APEC) ส่วนปัจจัยด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกข้าวอยู่ในระดับน้อย

สำหรับความมุ่งหมายที่ 3 เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทย ซึ่งพบว่าในทัศนะคติของผู้ส่งออกเห็นด้วยว่า ปัจจัยภายในและภายนอกประเทศมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทย

ในการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณข้าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า หากปริมาณข้าวภายในประเทศมีน้อย จะทำให้สามารถส่งออกได้น้อยลง ส่วนการทดสอบสมมติฐานปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 นั่นคือ หากปริมาณความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นตาม

ในการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนตัวของบริษัทที่ประกอบด้วย ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาประกอบกิจการ ชนิดของข้าวที่ส่งออก และภูมิภาคของการส่งออก กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยพบว่า ชนิดของข้าวที่ส่งออกส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกของข้าวไทยไปยังตลาดโลกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลกในทัศนะของผู้ส่งออก โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ส่งออก ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร ลักษณะการประกอบกิจการของลูกค้าที่ส่งสินค้าไปให้ และภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ ชนิดของพันธุ์ข้าวที่มีการส่งออก ตลอดจนถึงแหล่งผลิตข้าวของประเทศ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบกิจการไม่มีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวรเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบกิจการการส่งออกข้าว เนื่องจากถ้ากิจการมีเงินทุนมากก็สามารถที่จะช่วยให้มีการลงทุนในการซื้อเครื่องจักร และอุปกรณ์การใช้งานต่าง ๆ ทำให้การส่งออกข้าวของกิจการส่งออกข้าวมีประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวไทย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงควรให้การส่งเสริมด้านเงินทุนหมุนเวียนแก่กิจการส่งออกข้าวให้มากกว่านี้ และควรจะรักษาระดับปริมาณผลผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะเดียวกันก็ควรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต ตลอดจนถึงวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต และนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ อีกทั้งจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการค้าในตลาดโลก

2. จากงานวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านประเทศคู่แข่งขันมีผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดโลก ดังนั้นผู้ส่งออกข้าวจึงต้องมีการติดตามอย่างใกล้ชิดในเรื่องรูปแบบการกีดกันทางการค้าเพื่อที่จะสามารถปรับตนเองให้เข้ากับสถานการณ์ได้ และในภาครัฐบาลซึ่งมีบทบาทมากในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

3. ในภูมิภาคที่ส่งสินค้าไปให้ พบว่ายังมีโอกาสที่ผู้ส่งออกสามารถหาตลาดใหม่ ๆ เพื่อช่วยลดการพึ่งพิงเพียงตลาดใดตลาดหนึ่ง เพราะหากเกิดการแข่งขันกันมากระหว่างประเทศคู่แข่งขัน จะทำให้ได้ส่วนต่างกำไรลดลง เนื่องจากมีการแข่งขันกันสูง จึงควรหาตลาดใหม่เพื่อชดเชยส่วนต่างกำไรที่ลดลง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษาปัจจัยภายนอกประเทศในด้านประเทศคู่แข่งขัน โดยเลือกศึกษาเป็นรายประเทศ เช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศอินเดีย หรือประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะประเทศที่มีปริมาณการส่งออกข้าวไปยังตลาดโลกในระดับใกล้เคียงกับประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบเสียเปรียบ และความสามารถในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการเพาะปลูกข้าวของไทย กับประเทศคู่แข่งขันว่ามีข้อดี ข้อเสีย แตกต่างกันอย่างไร ทำไมประเทศไทยปลูกข้าวหอมมะลิ แล้วส่งออกได้ในปริมาณที่สูงทุกปี และมีแนวโน้มปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นโดยตลอด แต่ทำไมประเทศคู่แข่งขันของไทย ไม่สามารถส่งออกได้เป็นปริมาณที่มากเช่นเดียวกับประเทศไทย หรือทำไมประเทศคู่แข่งขันของไทย จึงมีต้นทุนการผลิต การเพาะปลูกข้าวที่ต่ำกว่าประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยมาศึกษา ตลอดจนนำมาปรับปรุงการส่งออกข้าวของไทยในที่สุด

บรรณานุกรม

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2545). *สถิติการค้าระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

กระทรวงพาณิชย์. (2540). *มาตรฐานข้าวไทย (Thai Rice Standard 1997)*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

กลุ่มวิจัยการตลาด. (2540). *การใช้ยุ้งฉางเพื่อรักษาระดับราคาข้าว*. กรุงเทพฯ : กองวิจัยสินค้าและตลาด กรม เศรษฐกิจการพาณิชย์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546*). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

----------. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

กตัญญู หิรัญสมบูรณ์. (2543). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการ พิมพ์ คณะครุศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

คณะกรรมการมาตรฐานสินค้า. (2540). *มาตรฐานข้าวไทย พ.ศ.2540*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์.สุวินัย ต่อศิริสุข.และ อุตตม สาวนายน. (2545) *ยุทธวิธีการแข่งขัน*.กรุงเทพฯ. บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด. (มหาชน).

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท,ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2536). *การนำเข้าและการส่งออก*. กรุงเทพฯ : วังอักษร.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มูลนิธิข้าวไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2544). *ข้าว ในศิลปะและวัฒนธรรม*. เอกสารเผยแพร่ ลำดับที่1 . กรุงเทพฯ : มปพ.

----------. (2545). *ข้าว อาหารและการค้า*. เอกสารเผยแร่ ลำดับที่ 2. กรุงเทพฯ : ,มปพ.

นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ.: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2545). *ทิศทางการส่งออกและลงทุน เล่ม 5*. กรุงเทพฯ : EXIM BANK.

ธีระพงษ์ เขมฤกษ์อำพล. (2537). *การค้าและการเงินระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.

เพ็ญจันทร์ เปี่ยมสุขสิริกุล. (2542). *การส่งออกอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย ตามความคิดเห็นของผู้ส่งออก*. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2539). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

----------. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฝ่ายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2537). *อนาคตข้าวไทยในระยะ 10 ปี ข้างหน้า*. กรุงเทพฯ : กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

บัญญัติ จุลนาพันธุ์. (2527). *การตลาดระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิยาลัยรามคำแหง.

โรงสีข้าวสุพรรณบุรี. (2545). *ข้าว*. กรุงเทพฯ : บมจ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

วารินทร์ วงศ์หาญเชาว์. (2520). *การค้าและการตลาดระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2542). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์สมาคม.

สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ. (2545). *ครบรอบ 85 ปี สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ. มปพ.

----------. (2546). *เอกสารเผยแพร่. ปีที่ 15 ฉบับ มกราคม 2546.*

สุปิยา จันทรเสนา. (2534). *นโยบายข้าวของรัฐบาลไทยระหว่าง พ.ศ. 2504 – 2529.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุภาพร พิศาลบุตร. บุญเลิศ เย็นคงคา และ ทิพย์สุดา กันตา. (2543). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

สุวิทย์ เปียผ่อง,จรัสศรี นวกุลศิรินนารถ. (2530). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : กรมการฝึกหัดครู.

ศิริพร ปัญญาบาล. (2535). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ตำรา – เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 15 ภาค พัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง. (2543). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ธนชัชการพิมพ์.

อุดม เกิดพิบูลย์. (2516). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2526). *การตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

----------. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Daniels,John D.and Radebaugh, Lee H. (1998). *International Business Environments and Operations.*USA : Addison-wesley.

Cateora, Philip.(1996). *International Marketing*. USA : MC Graw-Hill Inc.

Ellsworth, P.T. and Leith, Clark J. (1984). *The international Economy*. USA : Macmillan.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ : ในทัศนะของผู้ส่งออก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงใน ( ) หน้าข้อที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.รูปแบบกิจการ

( ) บริษัท มหาชน จำกัด ( ) บริษัท จำกัด

( ) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ( ) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร.โดยประมาณ.....ล้านบาท

3.พนักงานในองค์กรมี.....คน

4.ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ.....ปี

5.ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ท่านส่งสินค้าไปให้เป็น

( ) ผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทน ( ) ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศ

( ) ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศ ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6.ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ท่านส่งสินค้าไปให้อยู่ในภูมิภาค (ทวีป)

( ) เอเชีย ( ) ตะวันออกกลาง

( ) ยุโรป ( ) แอฟริกา

( ) อเมริกา ( ) โอเชียนเนีย

7.ชนิดของข้าวดังต่อไปนี้ท่านมีการส่งออกเป็นปริมาณระดับเท่าใด

ข้าว / ปริมาณที่ส่งออก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
ข้าวขาว					
ข้าวกล้อง					
ข้าวเหนียวขาว					
ข้าวนึ่ง					

8. บริษัทของท่านได้ข้าวที่จะส่งออกมาจากแหล่งผลิตใด

พื้นที่แหล่งผลิต / ปริมาณที่ผลิตได้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
ภาคกลาง เช่น ปทุมธานี อยุธยา สุโขทัย					
ภาคตะวันออก เช่น จันทบุรี ฉะเชิงเทรา					
ภาคเหนือ เช่น พิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่					
ภาคใต้ เช่น ชุมพร ระนอง นครศรีธรรมราช					
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น อุบลราชธานี					

ส่วนที่ 2 การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก

ปัจจัยต่อไปนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร

ระดับผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก

5= เพิ่มขึ้นอย่างมาก 4=เพิ่มขึ้น 3 =ไม่แน่ใจ 2= ลดลง 1=ลดลงอย่างมาก

ลำดับ	ปัจจัยภายในประเทศ	ระดับผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
	ด้านคุณภาพของข้าว ประกอบด้วย	เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก
9.	เกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีการจัดการที่เหมาะสม เช่น การให้ปุ๋ย และน้ำที่พอเหมาะ ทำให้ไม่เกิดโรคกับนาข้าว					
10.	การใช้ยาปราบศัตรูพืชที่ใช้ในการเพาะปลูก					
11.	การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ					
	ด้านปริมาณของข้าว ประกอบด้วย					
12.	การเกิดโรคระบาดของข้าว เช่น โรคแมลงศัตรูข้าว ส่งผลต่อข้าวที่เพาะปลูกมีการติดเชื้อ					
13.	ภูมิอากาศที่แปรปรวน เช่น เกิดมรสุมทำให้เกิดน้ำท่วม ฝนแล้ง ฝนไม่ตกตามฤดูกาล					
14.	การขาดแคลนพันธุ์ข้าวที่ดี					
	ด้านราคาข้าวภายในประเทศ ประกอบด้วย					
15.	กำไรจากการขายข้าวภายในประเทศ ที่สูงกว่าส่งออกไปขายยังต่างประเทศ					
16.	ราคาข้าวในประเทศสูง					
17.	ราคาขายข้าวของประเทศคู่แข่งต่ำ					
18.	การสร้างไซโลเก็บข้าวในประเทศเพื่อการส่งออก					
19.	ความต้องการซื้อข้าวของลูกค้าจากต่างประเทศ					
	ด้านโควต้าการส่งออกข้าว ประกอบด้วย					
20.	ประเทศไทยมีการกำหนดโควต้าปริมาณการส่งออกข้าว					
21.	โควต้าการส่งออกข้าวที่รัฐบาลกำหนดปริมาณไว้ต่ำเกินไป					
	ปัจจัยภายนอกประเทศ					
	ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้าในการส่งออก ประกอบด้วย					
22.	ประเทศไทยมีการเพาะปลูกข้าวที่ทำลายระบบหน้าดิน ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตต่อไร่ลดลง					
23.	ประเทศคู่ค้า(ลูกค้า)มีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพของข้าวที่ส่งออก					

ลำดับ	ปัจจัยภายนอกประเทศ	ระดับผลกระทบต่อปริมาณการส่งออก				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**
		เพิ่มขึ้นอย่างมาก	เพิ่มขึ้น	ไม่แน่ใจ	ลดลง	ลดลงอย่างมาก
24.	ผู้บริโภคมีการตื่นตัว กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากชมรมต่าง ๆ เช่น กรีนพีช การรักษาระบบนิเวศน์ ทำให้เกิดการต่อต้านสินค้าจากไทย					
	ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ประกอบด้วย					
25.	การชะลอตัวทางเศรษฐกิจหรือเกิดเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศคู่ค้า (ลูกค้า)					
26.	ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี					
	ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคต่างประเทศ ประกอบด้วย					
27.	ผู้บริโภคต่างประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค จากข้าวสาร ที่ยังไม่ได้หุงต้ม เป็นข้าวกระป๋องที่หุงแล้ว					
28.	ผู้บริโภคต่างประเทศ มีความอ่อนไหวต่อราคาข้าวสารน้อย เช่น เมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะยังคงบริโภคข้าวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับสัดส่วนเดิม					
29.	ผู้บริโภคต่างประเทศ มีแนวโน้มบริโภคข้าวต่อคนมากขึ้น					
	ด้านศักยภาพของประเทศคู่แข่งขัน ประกอบด้วย					
30.	ประเทศคู่แข่งขัน เช่น เวียดนาม อินเดีย สหรัฐ มีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ดีกว่าประเทศไทย					
31.	การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศของคู่แข่งขัน					
32.	ประเทศคู่แข่งขัน เช่น เวียดนาม อินเดีย สหรัฐ เป็นประเทศที่มีความสามารถในการผลิตที่สูงกว่าประเทศไทย					
	ด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ประกอบด้วย					
33.	การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลล่าร์					

(มีต่อหน้า 4)

ส่วนที่ 3 แนวโน้มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ส่งออก

ระดับความเห็น

5= เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3 =ไม่แน่ใจ 2= ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลำดับ		ระดับความเห็น				
		5	4	3	2	1
34.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ในตลาดต่างประเทศ ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขัน					
35.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากประเทศไทย					
36.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ตลาดต่างประเทศยังคงมีศักยภาพในการรองรับปริมาณข้าวจากประเทศไทย					
37.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การเกิดกรณีข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งของโลก เช่น การทำลายระบบนิเวศน์ จะไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก					
38.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า นโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ส่งออก จะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลก					
39.	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า แนวโน้มการส่งออกข้าวของไทย จะมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตและสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้					

40.ท่านคิดว่าแนวโน้มการส่งออกข้าวของธุรกิจท่านในอนาคตจะเป็นอย่างไร

เพิ่มขึ้น …….. %

ลดลง …… %

41.ท่านคิดว่าตลาดส่งออกข้าวโดยรวมของไทยจะเป็นอย่างไร

เพิ่มขึ้น …….. %

ลดลง …….. %

42.ท่านคิดว่ายังคงมีปัจจัยใดนอกจากที่ได้กล่าวมาข้างต้นซึ่งมีผลต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทยไปยังตลาดโลกโปรดระบุ.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล		นางสาววรนุช เกิดมงคลธรรม
วัน เดือน ปี เกิด		12 ตุลาคม 2512
สถานที่เกิด		เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน		782/270 ซอยสุขสวัสดิ์ 26 ถนนสุขสวัสดิ์ แขวงบางปะกอก เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร 10140
ตำแหน่งหน้าที่การทำงานในปัจจุบัน		ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน		บริษัท ข้าวไชยพร จำกัด 613 – 617 ถนนทรงวาด แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100
ประวัติการศึกษา		
	พ.ศ.2535	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
	พ.ศ.2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ