



## ยุทธศาสตร์การส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน

Strategy of Thailand's Rice Exports to ASEAN

ดิศพรบุตร เหล่าสุนทร<sup>1</sup>

รณิดา ปิงเมือง<sup>2</sup> วรณะ รัตนพงษ์<sup>3</sup> นาวิณ พรหมใจสา<sup>4</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปสู่อาเซียนในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน และกำหนดข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน ประชากร คือ ข้าราชการจากกรมการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย รวมจำนวน 12 ท่าน และ ตัวแทนจากบริษัทเอกชนผู้ส่งออกข้าวไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 80 คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถามโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ส่วนการวิเคราะห์เนื้อหา รวบรวมได้จากข้อมูลเอกสาร และการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ SWOT

ผลการวิจัยสถานการณ์ข้าวพบว่า ด้านปัจจัยภายนอกประเทศนั้นประเทศผู้ส่งออกข้าวในอาเซียนส่วนใหญ่ไม่มีมาตรการกีดกันการนำเข้าข้าว ส่วนประเทศนำเข้าข้าวมีมาตรการกีดกันการนำเข้าข้าวทั้งในรูปของภาษี และมาตรการที่มีใช้ภาษี แม้ว่าเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 เริ่มเปิดประชาคมอาเซียน แต่บางประเทศก็ยังไม่ลดภาษีการค้าข้าวเป็นศูนย์ หรือมีมาตรการที่มีใช้ภาษีมาใช้กับการนำเข้าส่งออกข้าว เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมเกษตรภายในประเทศ ด้านปัจจัยภายในประเทศ พบว่า การเสริมศักยภาพการส่งออกข้าว

<sup>1</sup> ศึกษานิพนธ์ิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากฎมภาค สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประธานควบคุมวิทย์พันธ์ อ้อจารย์ ดร. กรรมการควบคุมวิทย์พันธ์

<sup>4</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรรมการควบคุมวิทย์พันธ์



ของไทยควรปรับปรุง ระบบชลประทาน คุณภาพดิน และการส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างจริงจัง เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตข้าวของไทยให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้สูงขึ้น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ การต่างประเทศ โรงงาน และการเงิน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระในกลุ่มปัจจัยต่างๆ ทั้ง 9 ด้าน มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน กับตัวแปรตาม ผลสัมฤทธิ์ของการส่งออกข้าว พบว่ามีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการส่งออกข้าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งหมด ประกอบด้วย  $X_1$  การเมือง,  $X_2$  เศรษฐกิจ,  $X_5$  การต่างประเทศ,  $X_7$  โรงงาน และ  $X_8$  การเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .461 .424 .469 .466 และ .451 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ด้านการส่งออกของประเทศไทยสู่อาเซียน คือ

1. ประเทศที่มีมาตรการการกีดกันทางการค้าควรสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศผู้นำเข้า นำเสนอข้าวพิเศษของไทย และจัดกิจกรรมกระตุ้นการตลาดอย่างต่อเนื่องในประเทศผู้นำเข้า ส่วนประเทศที่ไม่มีมาตรการการกีดกันการค้าควรเข้าไปทำตลาดให้มากขึ้น

2. ข้าวขาวควรลดต้นทุนการผลิต เพิ่มปริมาณการผลิตและคุณภาพของข้าว โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิไทยเน้นการสร้างตราสินค้า และสร้างสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค และลดการปลอมปนของข้าว ข้าวหอมปทุมควรมีการประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดเพื่อแข่งขันกับข้าวหอมเวียดนาม และข้าวพิเศษอื่นๆควรประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดในประเทศผู้นำเข้าข้าวอย่างต่อเนื่อง

**คำสำคัญ :** ยุทธศาสตร์การส่งออกข้าว การส่งออกข้าวของประเทศไทย อาเซียน

## Abstract

The objectives of this study were: 1) to investigate the current situation of exporting Thai rice to ASEAN; 2) to examine the factors relation the export of Thai rice to ASEAN; and 3) to formulate strategic recommendations involving the export of Thai rice to ASEAN. The population were 12 Thai Rice



Exporters Association and government officials from Rice Department of Thailand, Department of Foreign Trade, Department of International Trade Promotion, Department of Trade Negotiations, and 80 representatives from the companies dealing with exporting Thai rice to ASEAN. Data collection and analysis involved documentary analysis, interview, SWOT Analysis, and questionnaire. Statistical analysis was percentage, mean, standard deviation, and correlation analysis.

The findings showed that: Countries exporting rice in ASEAN showed no countermeasures for rice import; however, countries importing rice showed various forms of the countermeasures for rice import including tax and non-tax measures. Potentiality enhancement of Thai rice export should focus on fixing the issues involving irrigation system, quality of soil, and strongly empowering the knowledge for the farmers in order to strengthen the potentiality in rice production of Thailand and maintain the competitive advantages against the global competition. In the meantime, ASEAN countries are approaching the full-mode of integration by the December 2015, but many ASEAN countries still do not implement zero tax policy or employ other non-tax measures for rice trading to protect the agricultural industry of the country.

The factors relation Thai rice export to ASEAN country were politics, economics, foreign affairs, factory, and financial.

Recommendations for application of the findings were :

1. Countries holding the countermeasures in trading should build good ambassador relationship with the importing countries, offer special types of Thai rice, and run the marketing campaign in the importing countries to stimulate the market consistently. While in countries without the countermeasures, there should be more implementation of marketing activities by means of offering special types of Thai rice and expanding the branch offices in the importing countries for marketing purpose and



approaching variety of the target groups. Marketing campaign should also be organized consistently to trigger the needs of the consumers.

2. The white rice should reduce the cost of manufacturing and increase the volume of production as well as the quality. The Mali brand focused on brand creation and confidence of the consumers on eliminating rice contamination. Khao Hom Pathum should increase the public relations and boost the marketing activity to compete against Khao Hom Vietnam. The other special types of rice should concentrate on public relations and employ consistent marketing activities in the rice importing countries.

**Keywords :** Strategy of rice exports, Thailand's rice exports, ASEAN

## บทนำ

ข้าวเป็นอาหารหลักของประชาชนชาวไทยทั่วประเทศ ข้าวนี้ไม่ได้เป็นเพียงอาหารหลักของคนไทยทั่วประเทศ และยังผสมผสานอยู่ในวิถีชีวิตของคนไทยมาแต่ช้านาน ที่หลอมรวมเข้ากับขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงามของคนไทย จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนไทย อีกทั้งการเพาะปลูกข้าวนี้ถือเป็นอาชีพหลักของประเทศ เมื่อรัฐเริ่มให้ความสำคัญกับการผลิตข้าวเพื่อส่งออกไปขายยังต่างประเทศมากขึ้น การส่งออกข้าวจึงเข้ามามีบทบาททางเศรษฐกิจของประเทศ ในประเทศอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ ประกอบด้วย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน เวียดนาม กัมพูชา ลาว และพม่า เป็นประเทศที่ไทยได้ส่งออกข้าวไปทุกประเทศ โดยมาเลเซียเป็นประเทศนำเข้าข้าวไทยมากที่สุด เมื่อมองย้อนมาที่ประเทศต่างๆ ในอาเซียนก็จะพบว่าประเทศส่วนใหญ่ในนั้นมีความสามารถในการผลิตข้าวได้เอง ซึ่งบางประเทศนั้นก็มีการผลิตข้าวได้สูงกว่าไทย แต่ก็ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ และเป็นที่น่าสังเกตว่าเวียดนามที่มีกำลังการผลิตที่สูงกว่าไทย แต่ยังมีการนำเข้าข้าวไทยเป็นจำนวนมาก (กรมการข้าว, 2556 : 2 - 5)

กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่เป็นผู้ส่งออกข้าวประกอบไปด้วย ไทย เวียดนาม กัมพูชา และพม่า ปัจจุบันผู้มีบทบาทสำคัญในด้านการส่งออกข้าวของโลกไม่มีแต่ประเทศไทย และเวียดนามเท่านั้น แต่ประเทศในอนุภูมิภาคนี้โขงเริ่มให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อส่งออกข้าว ดังจะเห็นได้ว่าประเทศกัมพูชา และประเทศพม่าที่เพิ่มบทบาทใน



การส่งออกข้าว รวมทั้งลาวที่จะตามมาในอนาคต ดังนั้นส่วนแบ่งทางการตลาด การส่งออกข้าวของไทยกำลังจะถูกบั่นทอนลงไปเรื่อยๆ จากประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2557 : 3) อีกทั้งนโยบายประชานิยมในอดีต ที่ผ่านมาเพื่อยกระดับราคาข้าวไทยให้สูงขึ้น และสูงกว่าราคาข้าวในตลาดโลกส่งผลให้ ผู้ส่งออกข้าวไทยไม่สามารถส่งออกข้าวได้ เพราะข้าวไทยหมดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อส่งออก ส่งผลให้ประเทศผู้นำเข้าข้าวจากไทยเริ่มหันมามำเข้าข้าวจากประเทศอื่นๆ มากขึ้น อีกทั้งการยกระดับราคาข้าวไทยให้สูงขึ้นนั้นก็ไม่สามารถแก้ปัญหาความเดือดร้อน ของเกษตรกรได้อย่างแท้จริง เพราะราคาอุปกรณ์ทางการเกษตรหลายรายการก็ได้ ปรับสูงขึ้นตามไปด้วย

จากที่ได้กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าข้าวนั้นมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนไทย รวมทั้ง การส่งออกข้าวนั้นยังเป็นรายได้ที่สำคัญของเศรษฐกิจประเทศไทย แต่ในขณะนี้คู่แข่งที่ ส่งออกข้าวของไทยเริ่มที่จะเข้ามาเป็นจำนวนมากขึ้นทั้งผู้ส่งออกข้าวที่มีอยู่เดิมและผู้ส่งออก ข้าวที่จะเข้ามาใหม่ ประกอบกับประเทศไทยไม่ได้มีแผนตั้งรับที่ดีเพียงพอจึงทำให้ไทย อาจสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการส่งออกข้าวไปเรื่อยๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ใน สามประเด็น คือ ในส่วนของการส่งออกข้าวของไทย การส่งออกข้าวของประเทศสมาชิก อาเซียน และการนำเข้าข้าวของประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งทั้งสามปัจจัยนี้ส่งผลต่อ การส่งออกข้าวของประเทศไทย ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งออกข้าวของ ประเทศไทยสู่อาเซียน เพื่อประโยชน์ต่อเกษตรกรไทย และผู้ส่งออกข้าวไทย รวมทั้ง ป้องกันและแก้ไขปัญหาอันอาจเกิดขึ้นต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยที่เกิดขึ้นอยู่ใน ขณะนี้ และจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทยควรปรับแนวทางการ ส่งออกข้าวไปยังประเทศอาเซียนโดยการหายุทธศาสตร์ที่เหมาะสม และนำประโยชน์ ที่ได้จากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการส่งออกข้าว ของไทยในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปสู่อาเซียนในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน
3. เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน



## สมมุติฐานการวิจัย

มีปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การวิจัยโดยรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ และการตอบแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้าราชการจากหัวหน้ากลุ่มยุทธศาสตร์ กรมการข้าว อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์ เจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ รวมจำนวน 6 ท่าน ที่ปรึกษาคณะกรรมการบริหาร อุปนายก รองเลขาธิการ เทรินญิก สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย รวมจำนวน 6 ท่าน และบริษัทเอกชน ผู้ส่งออกข้าวไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน 80 บริษัท

## เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. การวิจัยเอกสาร : จากข้อมูลของการส่งออกข้าวรวมทั้งแนวทางการส่งเสริมการส่งออกข้าวจาก กรมการข้าว กรมการค้าต่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สมาคมผู้ส่งออกข้าว งานวิจัยจากศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เป็นต้น
2. การวิจัยภาคสนาม : แบบการสัมภาษณ์เชิงลึก กึ่งโครงสร้าง และทำการหาคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ และทำการทดลองสัมภาษณ์ก่อนการสัมภาษณ์จริง ส่วนแบบสอบถามจะเป็น คำถามปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด โดยในส่วนเกณฑ์การให้คะแนน แบบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ตามแนวคิดของเบสท์ (อุณวัช อุ๋นกอง, 2553: 155) การหาคุณภาพเครื่องมือโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) ทำการทดลองใช้ก่อนใช้จริงและหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



## การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวของประเทศไทย และข้อมูลทุติยภูมิรายปี ระหว่าง พ.ศ. 2551 - พ.ศ. 2556 โดยทำการรวบรวมข้อมูลจาก กรมการค้าต่างประเทศ กรมอาเซียน สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการส่งออก กรมการข้าว สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย เป็นต้น

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากบริษัทเอกชนผู้ส่งออกข้าวไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน โดยการจัดทำบัญชีรายชื่อบริษัทผู้ส่งออกข้าวของประเทศไทย ทาบตามเพื่อขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ส่งออกข้าว ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม ติดตามการส่งคืนแบบสอบถามทางโทรศัพท์ และนำแบบสอบถามที่ได้ไปจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล (ธนรัตน์ ครุวรรณเจริญ, 2555 : 155)

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์รายบุคคล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากข้าราชการ และคณะกรรมการสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย โดยการติดต่อดังกล่าว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญล่วงหน้า และจัดส่งหนังสืออนุเคราะห์ พร้อมกับประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ ดำเนินการเข้าพบและสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมายไว้ และนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ และวิจัยเอกสารโดยนำมาเรียบเรียงและจำแนกตามเรื่องต่างๆ ส่วนการวิเคราะห์ทางสถิติจากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์โดยสถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ SWOT

## สรุปผลการวิจัย

1. สถานการณ์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปสู่อาเซียนในปัจจุบัน

สถานการณ์ภายนอกประเทศด้านการส่งออกข้าว พบว่า ตลาดผู้นำเข้าข้าวในอาเซียนที่เป็นตลาดหลักของไทยประกอบด้วย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นกลุ่มประเทศที่มีการผลิตข้าวภายในประเทศแต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ



จึงจำเป็นต้องนำเข้าข้าวจากต่างประเทศเพื่อให้เพียงพอต่อปริมาณการบริโภคข้าวภายในประเทศ ประเทศเหล่านี้มีความต้องการข้าวเป็นปริมาณมาก ในราคาที่ถูกโดยเฉพาะข้าวขาว อีกทั้งมีมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี และภาษีในการป้องกันปริมาณข้าวเข้าประเทศ เพื่อป้องกันการทำลายอุตสาหกรรมข้าวภายในประเทศ ส่วนสิงคโปร์เป็นประเทศที่ไม่มีมาตรการกีดกันทางการค้า และบรูไนเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูง และไม่สามารถผลิตข้าวภายในประเทศได้ อีกทั้งเป็นประเทศที่ผูกขาดการนำเข้าโดยหน่วยงานของรัฐ ตลาดผู้ส่งออกข้าวอาเซียนในด้านการนำเข้าข้าวของประเทศ เวียดนาม กัมพูชา พม่า และลาว แม้จะเป็นประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออกข้าว แต่ให้เสรีการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ โดยจะมีเพียงพม่าประเทศเดียวที่ห้ามการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศเท่านั้น ส่วนด้านประชาคมเขตเศรษฐกิจอาเซียน ไทยไม่ได้รับประโยชน์จากการเปิดประชาคมเขตเศรษฐกิจอาเซียนในเรื่องการส่งออกข้าว เพราะข้าวเป็นสินค้าอ่อนไหวของหลายประเทศที่ได้รับการคุ้มครอง จากทั้ง AEC และ WTO รวมทั้งแต่ละประเทศมีมาตรการภายในประเทศเพื่อป้องกันการไหลเข้าของข้าวจากต่างประเทศ

สถานการณ์ภายในประเทศด้านการส่งออกข้าว พบว่า การผลิตข้าวของไทยมีผลผลิตข้าวต่อไร่ในปริมาณที่น้อยกว่าหลายประเทศผู้ผลิตข้าวในอาเซียน แต่คุณภาพข้าวสูง ดังนั้นสิ่งที่ไทยควรปรับปรุงด้านการผลิต คือ การปรับปรุงศักยภาพการผลิตให้สูงขึ้น โดยการพัฒนาการเพาะปลูก ระบบชลประทานด้านการเกษตร คุณภาพดิน การให้ความรู้วิชาการด้านการผลิตจากการส่งเสริมของภาครัฐ และการลดปัญหาการปลอมปนในข้าวในส่วนของภาครัฐมีนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อด้านการส่งออกคือการส่งเสริมการส่งออกข้าวโดยวิธีการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกข้าวไทย กับผู้นำเข้าข้าวจากต่างประเทศ และการประชาสัมพันธ์ข้าวไทยด้วยการจัดงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ส่วนภาคสมาคมมีบทบาทในการสนับสนุนการส่งออกข้าวของไทย ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐโดยการเป็นผู้กำหนดทิศทางทางการส่งออกข้าวของผู้ส่งออกข้าวไทยเป็นคนกลางในการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐในการแก้ไขปัญหาระหว่างรัฐด้านการส่งออกข้าว

## 2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน พบว่าตัวแปรอิสระ 5 ตัวมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการส่งออกข้าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งหมด





ประกอบด้วย  $X_1$  การเมือง,  $X_2$  เศรษฐกิจ,  $X_5$  การต่างประเทศ,  $X_7$  โรงงาน และ  $X_8$  การเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .461 .424 .469 .466 และ .451 ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน  
ยุทธศาสตร์การส่งออกข้าวแบ่งตามประเทศได้ ดังนี้

1. ประเทศที่มีมาตรการการกีดกันทางการค้าควรสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศผู้นำเข้า นำเสนอข้าวพิเศษต่างๆ ของไทย และจัดกิจกรรมกระตุ้นการตลาดอย่างต่อเนื่องในประเทศผู้นำเข้า

2. ประเทศในประเทศที่ไม่มีมาตรการการกีดกันการค้าควรเข้าไปทำตลาดให้มากขึ้น โดยการนำเสนอข้าวพิเศษของไทย การขยายกิจการโดยการเปิดสาขาในประเทศผู้นำเข้า เพื่อทำการตลาดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายยิ่งขึ้น และจัดกิจกรรมกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในการผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์การส่งออกข้าวแบ่งตามชนิดข้าว ดังนี้

1. ข้าวขาวควรลดต้นทุนการผลิต เพิ่มปริมาณการผลิตและคุณภาพของข้าว

2. ข้าวหอมมะลิไทยเน้นการสร้างแบรนด์ สร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค และลดการปลอมปนของข้าว

3. ข้าวหอมปทุมควรประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดเพื่อแข่งขันกับข้าวหอมเวียดนาม

4. ข้าวพิเศษอื่นๆ ควรประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดในประเทศผู้นำเข้าข้าวอย่างต่อเนื่อง

## อภิปรายผลการวิจัย

1. สถานการณ์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปสู่อาเซียนในปัจจุบัน

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศนำเข้าข้าวไทย พบว่า ไทยไม่ได้รับผลประโยชน์จากการเปิดประชาคมเขตเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศนำเข้าข้าวไทย เพราะมีการปกป้องเกษตรกรภายในประเทศไม่ให้ข้าวจากต่างประเทศมาทำลายอุตสาหกรรมการผลิตข้าวภายในประเทศ เพราะโดยเนื้อแท้แล้วประเทศอาเซียนผลิตข้าวเกือบทุกประเทศ แต่ก็ไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ยกเว้นสิงคโปร์ และ บรูไน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ (2554: บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า ประเทศในอาเซียนไม่ได้ปรับลดภาษีศุลกากรข้าวสาร โดยเฉพาะ



ตลาดส่งออกข้าวที่สำคัญของไทย คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ที่เก็บภาษีในอัตราสูง ส่งผลให้ประโยชน์ที่ไทยจะได้รับน้อยลง

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศผู้ผลิตเพื่อการส่งออกข้าว ผลการศึกษาพบว่าประเทศเหล่านี้ไม่มีมาตรการกีดกันทางการนำเข้า ในมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โดยให้การนำเข้าข้าวจากต่างประเทศเป็นไปอย่างเสรี แม้แต่ในประเทศ เวียดนาม ผู้เป็นคู่แข่งในการส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของไทย ลาว และกัมพูชา ยกเว้นเพียงพม่าประเทศเดียวที่ห้ามมีการนำเข้า นั่นเป็นโอกาสของไทยในการทำตลาดส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ (2555 : บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่าข้าวไทยมีคู่แข่งหลักในตลาดอาเซียน คือ เวียดนาม และข้าวจากไทยถูกข้าวจาควียดนามแย่งส่วนแบ่งตลาดไปครองตั้งแต่ 2548 เนื่องจากราคาข้าวเวียดนามถูกกว่า

ปัจจัยสำคัญของตลาดข้าวขาว คือ ราคา เพราะข้าวขาวไม่มีขีดความสามารถโดดเด่นเหมือนกับข้าวหอมมะลิ และการส่งออกส่วนใหญ่ส่งออกเป็นคอมมูนิตี้ และไม่มีตราสินค้า สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากคณะกรรมการสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทยท่านหนึ่ง ที่กล่าวว่า "ข้าวนี้อาจบอกได้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้วการซื้อขายนี้ มันเป็นการขายด้วยราคาชะเป็นส่วนใหญ่ เพราะว่าข้าวมันถือเป็นคอมมูนิตี้ซึ่งเหมือนๆ กัน สำหรับสิ่งๆ ที่เหมือนๆ กันไปราคาถูกก็ได้ขาย ถ้าใครราคาแพงก็ไม่ได้ขายนะ" ดังนั้นอุตสาหกรรมเกษตรไทยจำเป็นต้องภาคการผลิตทั้งจากส่วนราชการ และเกษตรกรจะต้องมีความใกล้ชิดในการร่วมกันพัฒนาศักยภาพการผลิตให้สูงขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ข้าว ดิน โดยเฉพาะระบบชลประทานที่เข้าถึงแหล่งเพาะปลูกของเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรสามารถเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพเทียบเท่าประเทศผู้ผลิตข้าวประเทศต่างๆ เพราะจุดอ่อนของข้าวไทยคือ ต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศต่างๆ ในอาเซียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาฆะสิริ เชาวกุล และคณะ (2554 : บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า ความถดถอยในความสามารถที่แท้จริงในการแข่งขันส่งออกข้าวของประเทศไทยในระยะยาว คือ ประสิทธิภาพการผลิตข้าวของประเทศไทยที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ทั้งประเด็นผลผลิตต่อไร่ที่ต่ำและต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ

ตลาดข้าวหอมมะลิไทยถือว่าเป็นจุดแข็งของข้าวไทย แม้ต้นทุนกระบวนการผลิตข้าวของไทยจะสูงก็ตาม แต่ด้วยศักยภาพของข้าวเองที่สูงจึงทำให้ไทยสามารถกำหนดราคาข้าวที่สูงขึ้นและมีอำนาจต่อรองในการขายได้สูง แต่ทั้งนี้ไทยไม่ควรหยุดนิ่งกับการพัฒนาข้าวหอมมะลิไทย เพราะข้าวหอมเวียดนามที่เป็นคู่แข่งของไทยมีอัตราการเติบโตในตลาด



อาเซียนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ (2555: บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า ในส่วนของคุณภาพข้าวไทยกับเวียดนาม พบว่าข้าวไทยมีคุณภาพดีกว่า และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากกว่าข้าวเวียดนาม โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ข้อค้นพบตลาดข้าวพิเศษอื่นๆ คือ ข้าวกลุ่มนี้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่สูง หรือมีคุณสมบัติทางยา แม้ข้าวกลุ่มนี้จะมีจำนวนการบริโภคที่ไม่สูงมาก แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ราคาสูงที่สุด ดังนั้น การที่จะทำได้มูลค่าที่แท้จริงและเกิดประโยชน์สูงสุดกับเกษตรกรไทย จำเป็นที่ทุกฝ่ายจะต้องร่วมกันบูรณาการทั้งในการผลิต การตลาดรองรับ การประชาสัมพันธ์ส่งเสริม การทำการตลาดข้าว และการส่งออกข้าวโดยข้าวกลุ่มนี้ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมากจากทางภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ข้าวไทยส่วนหนึ่ง เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรส่วนหนึ่ง สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากกรมการข้าว, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557: 27) ว่าควรยกระดับการผลิตข้าวให้มีคุณภาพโดยการพัฒนาการผลิตข้าวคุณภาพให้มีความหลากหลาย เช่น ข้าวอินทรีย์ ข้าวเพื่อสุขภาพ ข้าวโภชนาการสูง ข้าวปลอดภัย

ศักยภาพของการส่งออกข้าวไทย พบว่า สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกข้าวทั่วโลก ทั้งนี้เพราะ คุณภาพข้าวไทยที่สูง การส่งออกข้าวไทยมาอย่างยาวนาน จนเป็นที่พอใจของผู้นำเข้าข้าวทั่วโลก จึงทำให้ประเทศไทยมีมูลค่าเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจาก คณะกรรมการสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทยท่านหนึ่งว่า "ผู้ส่งออกไทยเก่งทั้งเรื่องการส่งมอบตรงเวลา คุณภาพที่ดี และยังมีระบบการเงินที่ให้สินเชื่อด้านการส่งออกได้ ความเชื่อถือเรายังดีกว่า ความเชื่อถือที่เรามีต่อคู่ค้า"

## 2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน

ด้านการเมือง หรือนโยบายต่างๆ ส่งผลอย่างมาก ต่อปริมาณการส่งออกข้าว จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ไทยมีการบิดเบือนราคาข้าว ทำให้ศักยภาพในการแข่งขันเพื่อการส่งออกข้าวของไทยนั้นลดลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนโยบายการนำเข้าข้าวของประเทศผู้นำก็มิผลโดยตรงต่อปริมาณการส่งออกข้าวของไทย สอดคล้องกับผลงานของ ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ (2555 : 86) ที่พบว่า ธุรกิจระหว่างประเทศจำเป็นต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากการประกอบธุรกิจภายในประเทศ และสภาพแวดล้อมทางการเมืองและระบบกฎหมายที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ



ด้านเศรษฐกิจ มีผลโดยตรงต่อความสามารถในการนำเข้าข้าวของประเทศผู้ซื้อ โดยตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาฆะสิริ เชาวกุล และคณะ (2554 : บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า เศรษฐกิจข้าวไทยต้องพึ่งพิงตลาดข้าวโลกมากขึ้น ระบบเศรษฐกิจข้าวไทย อาจอยู่ในภาวะความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาวะการแข่งขันในตลาดโลกมีเพิ่มขึ้น

ด้านการต่างประเทศ ประเทศผู้นำเข้าอาเซียนในหลายๆ ประเทศมีการกีดกันทางการค้า ซึ่งไม่สามารถทำการค้าได้โดยเสรีระหว่างเอกชนต่อเอกชน สอดคล้องกับผลงานของ พรพิมล สันติมนิรัตน์ (2542 : 78) ที่พบว่า นโยบายการค้าแบบคุ้มกัน ที่สินค้าจะผ่านเข้าออกประเทศต่างๆ ไม่ได้ใช้อย่างอิสระ เพราะรัฐบาลจะเข้าควบคุมโดยใช้นโยบายกีดขวางการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปในปริมาณ และทิศทางที่รัฐบาลต้องการ

ด้านโรงงาน พบว่าการผลิตข้าวที่ให้คุณภาพที่สูงโดดเด่นเหนือคู่แข่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ข้าวของไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก แต่ในส่วนของศักยภาพการผลิตต้องยอมรับว่าไทยยังมีข้อบกพร่องที่ต้องปรับปรุงอยู่หลายส่วน รวมทั้งขาดการจัดสรรพื้นที่ทำการเกษตร และระบบชลประทานอย่างจริงจัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาฆะสิริ เชาวกุล และคณะ (2554 : บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า รัฐควรเพิ่มความสนใจกับโครงการการลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะใน 3 รายการของปัจจัยการผลิต คือ ปุ๋ย สารเคมีเกษตร และเมล็ดพันธุ์ข้าวอย่างจริงจัง การสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ที่ให้กับชุมชน

ด้านการเงิน เสถียรภาพทางการเงิน ความแน่นอนของค่าเงิน รวมถึงระบบธนาคารที่มีประสิทธิภาพทำให้การค้าระหว่างเอกชนต่อเอกชนเป็นไปได้ด้วยความราบรื่น และเป็นเครื่องมือที่สำคัญประการหนึ่งในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ สอดคล้องกับผลงานของ ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2555: 265) ที่พบว่า ความเสี่ยงที่สำคัญที่สุดของธุรกิจระหว่างประเทศ คือความเสี่ยงของสภาพแวดล้อมทางการเงินระหว่างประเทศ เพราะสามารถสร้างความเสียหายต่อการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศเป็นอย่าง

### 3. ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ด้านการส่งออกข้าวของประเทศไทยสู่อาเซียน

ยุทธศาสตร์สำหรับประเทศที่มีมาตรการป้องกันการนำเข้าข้าว ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ สิ่งที่สำคัญคือการเจรจา และสร้างความสัมพันธ์กับประเทศผู้นำเข้าเพื่อคงส่วนแบ่งทางการตลาดของข้าวไทยให้ได้ และนำเสนอข้าวพิเศษของไทยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการซื้อขายระหว่างรัฐต่อรัฐ สอดคล้องกับอ้อर्थ พิศาลวานิช และคณะ (2554 : บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า การส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดข้าวเพื่อการส่งออกมากขึ้นนั้นโดยการ กระชับสัมพันธ์ในตลาดส่งออกเดิม การทำตลาดในตลาดส่งออกใหม่ๆ



ส่งเสริมหรือพัฒนาพันธุ์ข้าวได้ตรงความต้องการ จุดเด่นของเอกลักษณ์ข้าวไทย ตั้งศูนย์แสดงสินค้าถาวรของข้าวไทยในประเทศสมาชิกอาเซียน โดยถ่วงน้ำหนักตลาดเชิงรุกนั้น ข้าวไทยควรที่จะตั้งร้าน บริษัทในประเทศผู้นำเข้าเลย ทั้งนี้เพราะจะได้เข้าใจความต้องการของลูกค้าในประเทศผู้นำเข้าให้มากขึ้น สอดคล้องกับผลงานของ Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Hooi Den Huan (2556 : 66 - 67) ที่พบว่า หากธุรกิจใดต้องการจะได้รับสิทธิประโยชน์ในภูมิภาคนี้ ต้องคำนึงถึงการตั้งกิจการในอาเซียน เพื่อรองรับโอกาสต่างๆในทางธุรกิจที่จะเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์สำหรับประเทศที่ไม่มีมาตรการการป้องกันการนำเข้าคือ สิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม และ ลาว ควรที่จะเข้าไปทำตลาดให้มากขึ้นในประเทศที่นำเข้าข้าวของไทย รวมทั้ง ประเทศคู่แข่งทางการส่งออกข้าวของไทยเองก็ตาม สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจาก กรมการค้า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557: 54 - 55) ที่พบว่า ควรเพิ่มช่องทางตลาดให้มากขึ้น โดยจัดคณะผู้แทนการภาครัฐ และภาคเอกชนไปเจรจาเข้าร่วมประมุขและขยายตลาดข้าวอย่างสม่ำเสมอ ส่งเสริมการขยายข้าวให้กับ Trader รายใหญ่ของต่างประเทศ การเพิ่มปริมาณการเปลี่ยนแปลงคุณภาพข้าวที่นำเข้า และการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมข้าวหอมมะลิ และข้าวพิเศษผ่านทางกิจกรรมต่างๆในประเทศผู้นำเข้า เพื่อให้ผู้บริโภคในประเทศเหล่านั้น หันมาสนใจที่จะนิยมบริโภคข้าวที่มีคุณภาพสูงขึ้น และ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจาก กรมการค้า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557: 54 - 55) ที่พบว่า เสริมสร้างภาพลักษณ์ คุณค่า และความมั่นใจในคุณภาพข้าวไทย โดยการป้องกันการปลอมปนข้าว รวมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านช่องทางต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ รับผิดชอบต่อคุณค่า คุณลักษณะสินค้าข้าวไทย ตรารับรองคุณภาพ สินค้าข้าว ความหลากหลายของสินค้าข้าวไทย

ยุทธศาสตร์จำแนกตามชนิดข้าว การแข่งขันข้าวส่วนใหญ่แข่งขันด้วยราคาเป็นหลัก ควรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นและ ลดต้นทุนการผลิตโดยการปรับปรุงคุณภาพดิน ระบบชลประทานเพื่อให้ข้าวขาวไทยอยู่ในระดับราคาที่ใกล้เคียงกับระดับราคาการผลิตข้าวของผู้ส่งออกข้าวประเทศอื่นๆอย่างเวียดนาม และพม่า เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับ ข้าวขาวของไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ (2554 : บทคัดย่อ) ที่ค้นพบว่า ควรส่งเสริมให้ชาวนาลดต้นทุนการเพาะปลูกข้าวอย่างจริงจัง ข้าวหอมมะลิและข้าวพิเศษอื่นๆ นั้นควรที่จะยกระดับให้เป็นข้าวพรีเมียมของไทยโดยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ ผ่านงานจัดแสดงสินค้าต่างๆทั้งในประเทศและประเทศคู่ค้าของไทย



รวมทั้งควรที่จะส่งเสริมข้าวหอมปทุมเพื่อการแข่งขันกับข้าวหอมเวียดนามให้สูงขึ้นในอนาคต สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจาก กรมการข้าว, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2557: 54 - 55) ที่พบว่า ควรส่งเสริมตลาดข้าวคุณภาพสูง ได้แก่ ข้าวหอมมะลิเกรดพรีเมียม และข้าวตลาดเฉพาะ ให้กว้างขวางเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาด

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้
  - 1.1 ยุทธศาสตร์การส่งออกข้าวแบ่งตามประเทศได้ มีดังนี้
    - 1.1.1 ยุทธศาสตร์การค้าผ่านการสร้างความสัมพันธ์ทางการทูต
    - 1.1.2 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ และ ส่งเสริมการตลาด
    - 1.1.3 ยุทธศาสตร์การขยายกิจการในประเทศผู้นำเข้าข้าว
  - 1.2 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ตามชนิดข้าวที่ทำการส่งออก มีดังนี้
    - 1.2.1 ข้าวขาว คือ ยุทธศาสตร์ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มปริมาณการผลิตและคุณภาพของข้าว
    - 1.2.2 ข้าวหอมมะลิไทย คือ ยุทธศาสตร์การสร้างตราสินค้าและความมั่นใจของผู้บริโภค
    - 1.2.3 ข้าวหอมปทุม และข้าวพิเศษอื่นๆ คือ ยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ และ ส่งเสริมการตลาด
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
  - 2.1 การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากเอกสารเป็นหลัก และทำการสัมภาษณ์หน่วยงานราชการ กับสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย รวมทั้ง ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยยังไม่ได้ลงลึกถึงรายละเอียดอย่างลึก ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลในประเทศกลุ่มอาเซียนให้เพิ่มขึ้น โดยการลงพื้นที่จริงเพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึก
  - 2.2 เนื่องจากการได้รับข้อมูลจากทางภาครัฐที่น้อยกว่าภาคเอกชนจึงทำให้ได้มุมมองจากทางภาครัฐที่มีต่อการส่งออกข้าวที่น้อยตามไปด้วย รวมทั้งขาดข้อมูลจากนักวิชาการต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการส่งออกข้าวหลายท่าน ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการเก็บข้อมูลจากทางภาครัฐ และนักวิชาการด้านการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น



## เอกสารอ้างอิง

- กรมการข้าว. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2557). **ยุทธศาสตร์สินค้าข้าวในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- \_\_\_\_\_. (2556). **สถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าวของโลก ปีการผลิต 2556/2557**. กรุงเทพมหานคร : กรมการข้าว.
- ธนรัตน์ คุรุวรรณเจริญ. (2555). **การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย**. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. กรุงเทพมหานคร.
- พรพิมล สันติมณีรัตน์. (2542). **เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาฆะสิริ เขาวกุล และคณะ. (2554). **การทบทวนโครงสร้างตลาดข้าวของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทร์โสภณ. (2555). **การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพมหานคร : สยาม บุ๊คส์ จำกัด.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (มปป.). **สถานการณ์ข้าวไทยและการปรับตัวของเกษตรกร**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ. (2554). **โครงการศึกษาความอยู่รอดของข้าวไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ. (2555). **สองนโยบายเกษตรไทยเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันภายใต้การค้าเสรี**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อนุวัช อุ่นกอง. (2553). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองท่าขนส่งทางเรือในแม่น้ำโขงตามแนวชายแดนไทย-ลาว**. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ราย. เชียงราย.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Hooi Den Huan. (2556). **คิดอย่างอาเซียน**. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).