

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลเรื่อง การศึกษาเชิงเปรียบเทียบศักยภาพในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน รวมถึงข้อเสนอแนะตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้าวเป็นพืชอาหารหลักสำหรับคนไทยมาเป็นระยะเวลาช้านาน การปลูกข้าวกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเกษตรกรไทยจนกลายเป็นแหล่งกำเนิดของความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม และวัฒนธรรมที่ฝังรากลึกต่อเนื่องกันมาทุกยุคทุกสมัย นอกจากนี้ การผลิตข้าวในแต่ละปียังมีปริมาณมากเพียงพอที่จะเหลือส่งออกจนทำให้ข้าวกลายเป็นสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญและทำให้ประเทศไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้ส่งออกข้าวเป็นอันดับหนึ่งของโลกในช่วงเวลาทศวรรษที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม เมื่อปี พ.ศ.2555 ที่ผ่านมามีประเทศไทยได้เริ่มสูญเสียตำแหน่งการเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลกให้กับเวียดนาม เช่นนี้ ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดส่งออกข้าวของไทยจึงกำลังถูกท้าทายจากประเทศคู่แข่งหลักอย่างข้าวจากประเทศเวียดนามในปัจจุบันและอนาคต สำหรับตลาดส่งออกข้าวจีนนั้น แม้ว่าที่ผ่านมาจีนจะมีได้เป็นตลาดส่งออกข้าวที่สำคัญของไทยดังเช่นประเทศคู่ค้าหลัก เช่น เบนิน อิรัก หรือแอฟริกาใต้ เป็นต้น ก็ตาม แต่จีนก็เป็นประเทศที่มีสัดส่วนของการขยายตัวในผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติมากและเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี อันทำให้รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรจีนสูงขึ้นมาโดยตลอด ดังนั้น จีนจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับข้าวคุณภาพสูงของไทยในอนาคต แต่กระนั้นก็ตาม ผลการทบทวนงานวิจัยสำคัญในอดีตพบว่า การศึกษาศักยภาพในการส่งออกข้าวของประเทศไทยในตลาดจีน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักในตลาดคือ ประเทศเวียดนาม ยังไม่ปรากฏว่ามีผู้ศึกษามาก่อน ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาศักยภาพเชิงเปรียบเทียบการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีนในครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพทางการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดศักยภาพในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน 3) เพื่อคาดคะเนอุปสงค์ต่อข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนในช่วงระยะเวลา 10 ปี ข้างหน้า รวมถึงวิเคราะห์การตอบสนองของราคาส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีนต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจ และ 4) เพื่อศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนโดยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนาม โดยอาศัยทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ อันประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ประกอบด้วย ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis: CMS) และทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's diamond model) รวมถึงทฤษฎีอุปสงค์ทางตรง แนวคิดการวิเคราะห์การตอบสนองของตัวแปร (Impulse Response Function) และการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) มาทำการศึกษา ตลอดจนงานวิจัยต่างๆในอดีตที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของการเปรียบเทียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ อาศัยวิธีการทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมด้วยข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ได้รับจากการสำรวจโดยมีประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการส่งออกข้าวที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย ซึ่งนำมากำหนดเป็นขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 132 ราย และอาศัยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มกระจายอย่างง่ายจากรายชื่อผู้ประกอบการส่งออกข้าวที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทยในการวิจัยเชิงปริมาณ รวมถึงมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเชิงลึกที่กระทำขึ้นภายหลังจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับมีความชัดเจนในการสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณจากผู้เกี่ยวข้องจำนวนทั้งสิ้น 5 ราย ก็มีความอึดตัวของข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ให้เห็นถึงประเด็นต่างๆในด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกข้าวของประเทศไทยในตลาดจีน ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณและเจ้าหน้าที่ของภาครัฐและเอกชนที่สามารถให้ข้อมูลดังกล่าวได้ ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้รับข้อมูลต่างๆแล้วก็ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยในส่วนของวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการนำเอาข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รับ เช่น ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ สถานการณ์ทั่วไปของผลผลิต การบริโภค และการนำเข้าข้าวของจีน เป็นต้น ตลอดจนข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจ ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทย และปัจจัยต่างๆที่กำหนดศักยภาพในการส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีน มาทำการจัดระเบียบและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยอาศัยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น และใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ มาทำการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน สำหรับการศึกษาปัจจัยที่กำหนดศักยภาพในการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนามในตลาดจีน ได้อาศัยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่กับข้อมูลทุติยภูมิ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงถดถอยกับข้อมูลปฐมภูมิ เช่นเดียวกับการประมาณค่าแบบจำลองอุปสงค์ต่อข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนซึ่งก็ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงถดถอยเช่นกัน สำหรับการวิเคราะห์การตอบสนองของราคาใช้วิธีการประมาณค่าแบบ VAR (Vector Autoregressive Model) นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในเรื่องสถานการณ์การค้าข้าวไทยในตลาดจีน คู่แข่งและการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต เป็นต้น รวมถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนโดยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนาม โดยนำข้อมูลที่ได้รับมาประมวลผล สังเคราะห์และสรุปข้อค้นพบที่จะอธิบายเพิ่มเติมจากผลการศึกษาเชิงปริมาณให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น โดยมีการอ้างคำพูด (quotation) เพื่อเป็นหลักฐานประกอบสำหรับประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งการอ้างคำพูดนั้น ถึงแม้ว่าจะเป็นการตัดทอนบางส่วนมาจากการสัมภาษณ์ แต่จะไม่ทำให้ความหมายของถ้อยคำเปลี่ยนแปลงไปแต่ประการใด

สำหรับผลการวิจัยที่ได้รับสามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลการศึกษาโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์การศึกษา รวมถึงสรุปผลการศึกษาในภาพรวมได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

### 5.1.1 สรุปผลการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพทางการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน

ในภาพรวมมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยและเวียดนามไปยังประเทศจีนในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาระหว่างปี พ.ศ.2553-2557 นั้นพบว่า ประเทศเวียดนามมีมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดส่งออกข้าวโดยรวมในตลาดจีนมากกว่าประเทศไทย กล่าวคือ ประเทศเวียดนามมีการ

ส่งออกข้าวไปยังประเทศจีนคิดเป็นมูลค่าส่งออกเฉลี่ย 581.4 ล้านเหรียญสหรัฐ มีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยร้อยละ 34.98 ในขณะที่มูลค่าส่งออกข้าวเฉลี่ยของประเทศไทยเท่ากับ 249.3 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีส่วนแบ่งตลาดเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 20.79 นอกจากนี้ หากพิจารณาแนวโน้มที่ผ่านมาแล้วก็จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า แม้ว่ามูลค่าการส่งออกข้าวของประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 222.8 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ.2553 เป็น 384.5 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ.2557 แต่ในด้านส่วนแบ่งตลาดกลับลดลงจากร้อยละ 33.06 ในปี พ.ศ.2553 เหลือร้อยละ 20.04 ในปี พ.ศ.2557 ซึ่งตรงกันข้ามกับประเทศเวียดนามที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดทั้งในแง่มูลค่าส่งออกและส่วนแบ่งตลาด โดยมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 54.64 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ.2553 เป็น 891.19 ล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ.2557 และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.11 ในปี พ.ศ.2553 เป็นร้อยละ 46.44 ในปี พ.ศ.2557

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ที่ผู้วิจัยคำนวณขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันระหว่างปี พ.ศ.2553-2557 พบว่า ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยและเวียดนามไปยังประเทศจีนมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้งประเทศไทยและเวียดนามอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวไปยังตลาดจีน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาโดยเปรียบเทียบข้อมูลนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 เป็นต้นมา พบว่า ประเทศเวียดนามมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่าประเทศไทยมากในทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2554-2557 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ.2555 ซึ่งเป็นช่วงที่ราคาข้าวส่งออกที่มีการแข่งขันสูงอย่างเช่น ข้าวขาวส่งออกของไทยสูงกว่าเวียดนามมาก ก็ได้ทำให้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยมีค่าลดลง ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีค่าดัชนีดังกล่าวสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ดังนั้น ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมไปยังประเทศจีนของประเทศเวียดนามมีมากกว่าประเทศไทยตลอดระยะเวลาสี่ปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยและเวียดนามไปยังประเทศจีนระหว่างปี พ.ศ.2553-2557 โดยรวมพบว่า ทั้งประเทศไทยและเวียดนามล้วนตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกันที่เรียกว่า “สวนกระแส” ซึ่งหมายความว่า เป็นสถานการณ์ที่ทั้งประเทศไทยและเวียดนามมีความได้เปรียบในการแข่งขันข้าวในตลาดจีนเพิ่มขึ้น แม้ว่าแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการส่งออกข้าวโดยรวมของโลกไปยังประเทศจีนจะลดลงในช่วงเวลาดังกล่าวก็ตาม อย่างไรก็ตาม ค่าพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยในตลาดจีนมีค่าสูงกว่าของประเทศไทย จึงแสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมีค่าสูงกว่าประเทศไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมา

### 5.1.2 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่กำหนดศักยภาพในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ในด้านปัจจัยการขยายตัวของตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์นั้น มูลค่าส่งออกทั้งของประเทศไทยและเวียดนามในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของความต้องการผลิตภัณฑ์มากกว่าการขยายตัวของตลาดสินค้านำเข้าทั้งหมด ซึ่งมีนัยสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าความต้องการบริโภคข้าวของชาวจีนจากประเทศไทยและเวียดนามที่ผ่านมา เป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศทั้งสองมากกว่าการเติบโตของตลาด ซึ่งผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้สอดคล้องกับข้อมูลอัตราการขยายตัวของการนำเข้าสินค้าทั้งหมดและการนำเข้าข้าวโดยรวมของประเทศจีนใน

ช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งอัตราการขยายตัวของการนำเข้าข้าวโดยรวมของจีนสูงกว่าการขยายตัวของตลาดนำเข้าทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโดยเปรียบเทียบพบว่า ประเทศไทยได้รับประโยชน์มากกว่าประเทศเวียดนามในทั้งสองด้าน กล่าวคือ ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการเติบโตของตลาดนำเข้าสินค้าและการขยายตัวของความต้องการข้าวจากประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลของการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ได้หันมาให้ความสำคัญกับการบริโภคข้าวที่มีคุณภาพสูงและราคาแพงมากขึ้น ทำให้ความต้องการข้าวคุณภาพ เช่น ข้าวหอมมะลิของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการนำเข้าข้าวไทยมาวางจำหน่ายในตลาดจีนซึ่งกว่าครึ่งเป็นข้าวหอมมะลิที่มีชื่อเสียง (Tang Zhimin & Orrasa Rattana-amornpirom, 2015) ดังนั้น จึงทำให้มูลค่าการส่งออกในส่วนนี้ของประเทศไทยมากกว่าเวียดนาม

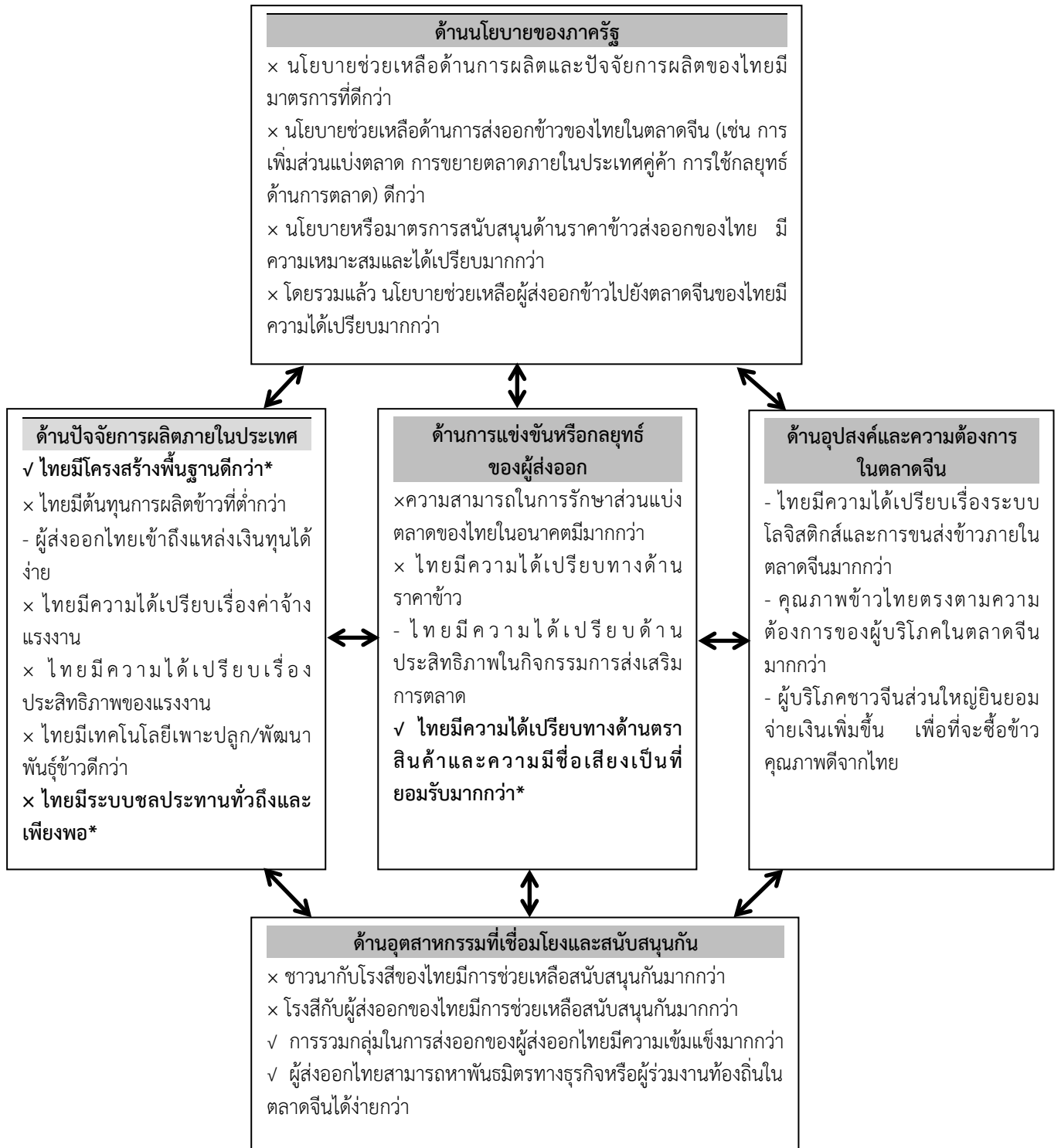
แต่หากพิจารณาที่ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) แล้ว จะเห็นได้ว่า มูลค่าส่งออกของประเทศไทยที่ได้รับประโยชน์จากส่วนนี้ได้ลดลงอย่างมากในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา โดยการขยายตัวของมูลค่าส่งออกข้าวอันเนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยได้ลดลงคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยถึง 7,611.79 ล้านบาทหรือสหรัฐ ในขณะที่ประเทศเวียดนามก็ลดลงเช่นกันแต่น้อยกว่าเพียง 1,069.84 ล้านบาทหรือสหรัฐเท่านั้น ซึ่งปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยที่ลดลงนี้เอง ได้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มูลค่าส่วนแบ่งตลาดข้าวส่งออกของไทยในตลาดจีน มีการขยายตัวต่ำกว่าประเทศเวียดนามระหว่างปี พ.ศ.2553 และปี พ.ศ.2557 โดยมีมูลค่าเท่ากับ 161.7 และ 836.55 ล้านบาทหรือสหรัฐ ตามลำดับ ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการเติบโตของตลาดและการขยายตัวของความต้องการข้าวมากกว่าประเทศเวียดนาม ทั้งนี้สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันข้าวส่งออกโดยรวมของประเทศไทยลดลงก็คือ การที่ราคาข้าวส่งออกสำคัญที่มีการแข่งขันสูงกับเวียดนามโดยตรงในตลาดจีน อันได้แก่ ข้าวขาวทุกชนิดของประเทศไทยมีราคาสูงกว่าประเทศเวียดนามตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา (ไม่นับรวมข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพสูง บริโภคเฉพาะกลุ่ม และมีราคาแพงอยู่แล้ว) แม้ว่าปริมาณการนำเข้าข้าวโดยรวมในตลาดจีนจะมีการขยายตัวมากที่สุดก็ตาม แต่ราคาข้าวขาวส่งออกทุกชนิดของประเทศไทยก็ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดเช่นเดียวกัน ซึ่งการปรับเพิ่มของราคาส่งออกของข้าวไทยดังกล่าว ประกอบกับการที่ราคาส่งออกข้าวไทยที่สูงกว่าเวียดนามอยู่แล้ว ก็ได้บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยในตลาดจีนช่วงที่ผ่านมามากที่สุด

ผลการวิจัยข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมไปยังตลาดจีนของประเทศไทยนั้นน้อยกว่าประเทศเวียดนามในช่วงระยะเวลาห้าปีที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของตลาดอื่นๆในอดีต เช่น งานวิจัยของ อัทธ์ พิศาลวานิช และคณะ (2554) ที่พบว่า ประเทศไทยสูญเสียศักยภาพในการแข่งขันข้าวส่งออกให้กับประเทศเวียดนามในตลาดอาเซียน เป็นต้น โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยที่ไม่สนับสนุนต่อการเพิ่มมูลค่าส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทย

สำหรับผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดศักยภาพในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงถดถอย (Regression Analysis) นั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกในลักษณะของศักยภาพเชิงเปรียบเทียบ ด้วยข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์มาประยุกต์ใช้ อันทำให้สามารถจำแนกปัจจัยที่เป็น

ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบของการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนามในตลาดจีนซึ่งเป็นตัวแปรอิสระได้เป็น 5 ด้านหลักด้วยกัน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิตภายในประเทศ ด้านการแข่งขันหรือกลยุทธ์ของผู้ส่งออก ด้านอุปสงค์และความต้องการในตลาดจีน ด้านอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและสนับสนุนกัน และด้านนโยบายของภาครัฐ รวมเป็นจำนวนตัวแปรอิสระทั้งสิ้น 22 ตัวแปร และตัวแปรตามคือ สัดส่วนการส่งออกข้าวในตลาดจีนของผู้ส่งออกข้าวไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ทำให้สัดส่วนการส่งออกข้าวในตลาดจีนของผู้ส่งออกข้าวไทยเพิ่มขึ้นได้มากที่สุดในตลาดจีนตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) การที่ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานดีกว่า 2) การที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านตราสินค้าและความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมากกว่า และ 3) การที่ประเทศไทยมีระบบชลประทานทั่วถึงเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของอาร์ท พิศาลวานิช และคณะ (2554) ที่พบผลการศึกษาที่คล้ายคลึงกันว่า ประเทศไทยมีศักยภาพมากกว่าประเทศเวียดนามในด้านพันธุ์ข้าว คุณภาพข้าว ความชำนาญของชาวนา โครงสร้างพื้นฐาน และเทคโนโลยีการสีข้าว เป็นต้น จึงทำให้ข้าวไทยมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากกว่าข้าวเวียดนามในปัจจุบัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของอัครพงศ์ อันทอง และคณะ (2553) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่า หากเปรียบเทียบข้าวไทยกับข้าวอื่นๆ แล้ว ข้าวไทยจัดเป็นสินค้าคุณภาพพรีเมียมในตลาดข้าวจีน เมื่อคนจีนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นก็จะหันมาบริโภคข้าวไทยทดแทนข้าวอื่นๆ เพิ่มขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ทั้งหมดข้างต้น สามารถสรุปความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีนในครั้งนี้ ได้ดังภาพที่ 5.1



หมายเหตุ: ✓ หมายถึง เห็นด้วยมาก - หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง × หมายถึง เห็นด้วยน้อย \* หมายถึง ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาพที่ 5.1 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน  
ที่มา: จากการคำนวณของผู้วิจัย

### 5.1.3 สรุปผลการคาดคะเนอุปสงค์ต่อข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนในช่วงระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า และการวิเคราะห์การตอบสนองของราคาส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีนต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อข้าวไทยทั้งหมดในตลาดจีน พบว่า ปริมาณการนำเข้าข้าวไทยทั้งหมดในตลาดจีนมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของราคาข้าวส่งออกเฉลี่ยของไทย ผลผลิตภัณฑมวลรวมประชาชาติของจีน และอัตราแลกเปลี่ยน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยในภาพรวมข้าวส่งออกของไทยในตลาดจีนเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับข้าวส่งออกของเวียดนาม ในขณะที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ต่ำ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ข้าวส่งออกของไทยในตลาดจีนเป็นสินค้าระดับพรีเมียมในสายตาของชาวจีนมีราคาสูงหากเปรียบเทียบกับข้าวจากเวียดนาม ซึ่งผลการศึกษาข้อสรุปสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของอัครพงศ์ อั่นทอง และคณะ (2553) ตามที่กล่าวมาแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ข้าวส่งออกจากประเทศไทยก็ยังเป็นสินค้าปกติ และเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะบริโภคข้าวส่งออกของไทยมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวของชาวจีนที่มีรายได้สูงจะนิยมบริโภคข้าวหอมมะลิของไทย กระนั้นก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของราคาข้าวส่งออกเฉลี่ยของประเทศเวียดนามไม่มีผลต่อปริมาณการนำเข้าข้าวไทยทั้งหมดในตลาดจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นว่า ตลาดข้าวส่งออกของไทยในตลาดจีนโดยรวมเป็นตลาดข้าวพรีเมียมอย่างเช่นข้าวหอมมะลิไทย นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า หากเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐ ก็จะทำให้ปริมาณการนำเข้าข้าวไทยทั้งหมดในตลาดจีนเพิ่มขึ้นด้วย แต่ผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในปีต่อไป

ส่วนผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อข้าวขาวไทยในตลาดจีน พบว่า ปริมาณการนำเข้าข้าวขาวไทยในตลาดจีนมีความสัมพันธ์กับราคาข้าวขาวส่งออกเฉลี่ยของไทย ราคาข้าวขาวส่งออกเฉลี่ยของประเทศเวียดนาม ผลผลิตภัณฑมวลรวมประชาชาติของจีน และอัตราแลกเปลี่ยน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยข้าวขาวส่งออกของไทยในตลาดจีนเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและอุปสงค์ต่อรายได้สูง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ แม้ข้าวขาวส่งออกของไทยจะเป็นสินค้าปกติสำหรับผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะบริโภคข้าวขาวส่งออกของไทยมากขึ้นด้วยก็ตาม แต่หากเปรียบเทียบกับข้าวขาวส่งออกของเวียดนามแล้ว ข้าวขาวส่งออกของไทยในตลาดจีนถือเป็นสินค้าไม่จำเป็นซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงในราคาก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้ามากกว่าข้าวขาวของเวียดนามซึ่งเป็นสินค้าทดแทนกันได้ แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยกลับพบว่า การที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นหรือค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลงนั้นจะส่งผลทำให้ปริมาณนำเข้าข้าวขาวไทยในตลาดจีนลดลง ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า การแข็งค่าของเงินบาทหรืออ่อนค่าลงของเงินดอลลาร์สหรัฐจะทำให้ผู้นำเข้าข้าวในตลาดจีนหันไปนำเข้าข้าวที่มีราคาสูงเช่นข้าวหอมมะลิไทยโดยอาศัยข้อได้เปรียบของอัตราแลกเปลี่ยนที่เงินดอลลาร์สหรัฐที่มีค่าอ่อนลงแทนก็เป็นไปได้ แต่การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวจะใช้ระยะเวลาเวลาในการส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าข้าวขาวไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอันเป็นไปตามปกติของการค้าระหว่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อข้าวหอมมะลิไทยในตลาดจีน พบว่า การเปลี่ยนแปลงในปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาดจีนมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงราคาข้าวหอมมะลิส่งออกเฉลี่ยของไทย การเติบโตของผลิตภัณฑมวลรวมประชาชาติของจีน และการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยข้าวหอมมะลิไทยในตลาดจีนเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและอุปสงค์ต่อรายได้สูง หรือกล่าวได้ว่า ข้าวหอมมะลิไทยในตลาดจีนเป็นสินค้า

ระดับพรีเมียมในสายตาของชาวจีนที่มีราคาสูงเป็นสินค้าไม่จำเป็น แต่หากผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะบริโภคข้าวหอมมะลิมากขึ้นด้วย ในทำนองเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) จะส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดจีนในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วย แต่การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวจะใช้ระยะเวลาเร็วกว่าในกรณีของข้าวขาวคือ การหันเหทิศทางการนำเข้าข้าวจะเกิดขึ้นทันทีในปัจจุบันที่อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทและเงินดอลลาร์สหรัฐมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ข้าวหอมมะลิไทยยังเป็นที่ต้องการหรือได้รับความนิยมนอกจากตลาดจีนคือ เมื่อผู้นำเข้ามีข้อได้เปรียบในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยนที่ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนลง ก็จะมีการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มขึ้นในปัจจุบันทันที แต่กระนั้นก็ตาม การหันเหทิศทางการนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยจะเกิดขึ้นได้ ยังคงต้องพิจารณาขนาดของการเปลี่ยนแปลงระหว่างค่าเงินหยวนและค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐด้วยเช่นกัน

สำหรับผลการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อข้าวเหนียวไทยในตลาดจีน พบว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าข้าวเหนียวไทยในตลาดจีนมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของราคาข้าวเหนียวส่งออกเฉลี่ยของไทย ผลผลิตภัณฑมวลรวมประชาชาติของจีน และอัตราแลกเปลี่ยน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยข้าวเหนียวไทยในตลาดจีนเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและอุปสงค์ต่อรายได้สูงหรือเป็นสินค้าไม่จำเป็น แต่หากผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะบริโภคข้าวเหนียวไทยมากขึ้น เนื่องจากข้าวเหนียวไทยแม้จะไม่ได้รับความนิยมนเหมือนข้าวหอมมะลิ แต่ชาวจีนที่บริโภคข้าวเหนียวก็ชื่นชอบข้าวเหนียวไทย เพราะข้าวเหนียวของไทยมีคุณลักษณะค่อนข้างแตกต่างจากข้าวของคู่แข่ง (product differentiation) และจำนวนประเทศคู่แข่งในการส่งออกข้าวเหนียวยังมีไม่มากนัก กล่าวคือ ข้าวส่งออกของเวียดนามส่วนใหญ่เป็นข้าวขาว ซึ่งแม้ว่าจะทดแทนกับข้าวขาวและข้าวหอมมะลิของไทยได้ดีแต่ยังไม่สามารถทดแทนกับข้าวเหนียวส่งออกของไทยได้มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตของอรรธรณ ศรีโสมพันธ์ และคณะ (2556) ที่ได้สรุปว่า การที่ข้าวเหนียวไทยยังคงครองส่วนแบ่งในตลาดโลกได้มากกว่าร้อยละ 95 นั้น เนื่องจากยังคงรักษาตลาดข้าวเหนียวคุณภาพดี ซึ่งถือเป็นจุดแข็งเพียงอย่างเดียวที่ประเทศไทยได้เปรียบคู่แข่งการส่งออกข้าวเหนียวคือเวียดนามที่มีราคาส่งออกต่ำกว่า นอกจากนี้ ผลการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้นี้ยังพบด้วยว่า หากราคาข้าวเหนียวส่งออกไทยเฉลี่ยในปัจจุบันลดลง ก็จะส่งผลทำให้ปริมาณนำเข้าข้าวเหนียวของไทยในตลาดจีนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในอีก 6 เดือนข้างหน้า

ในส่วนของผลการคาดคะเนอุปสงค์ต่อข้าวของประเทศไทยในตลาดจีน พบว่า ในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2567) ปริมาณนำเข้าข้าวส่งออกของไทยทั้งหมดในตลาดจีนจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.037 ล้านตัน หรือเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 900,000 ตัน โดยจำแนกเป็นการนำเข้าข้าวขาวมากที่สุด เฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 750,000 ตัน รองมาได้แก่ ข้าวหอมมะลิและข้าวเหนียว โดยมีปริมาณนำเข้าเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 140,000 ตัน และ 60,000 ตัน ตามลำดับ

สำหรับผลศึกษาการตอบสนองของราคาส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีนในกรณีเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (shock) ของตัวแปรทางเศรษฐกิจที่อยู่ในแบบจำลองอุปสงค์ต่อข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนข้างต้น ซึ่งผลการวิจัยส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำไปกำหนดเป็นข้อเสนอแนะต่อไปเกี่ยวกับการกำหนดมาตรการเฉพาะหน้าในการสนับสนุนการส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีนในอนาคตนั้น มีสาระสำคัญกล่าวคือ เมื่อพิจารณาผลกระทบของตัวแปรทางเศรษฐกิจต่อราคาส่งออกข้าวโดยรวมและราคาข้าวขาว พบว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของอัตราแลกเปลี่ยนจะทำให้เกิดความผันผวนต่อราคาข้าวส่งออกโดยรวมของไทย



มากที่สุด ซึ่งตรงกันข้ามกับตัวแปรรายได้หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของจีนที่การตอบสนองของราคาจะเกิดขึ้นช้ากว่าตัวแปรอื่นๆ และแทบไม่มีความผันผวนเกิดขึ้นเลย ในขณะที่ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้หรือผลิตภัณฑ์ประชาชาติของจีนที่ไม่คาดหมายหรือฉับพลันจะส่งผลทำให้เกิดความผันผวนต่อราคาส่งออกข้าวหอมมะลิให้ขึ้นลงเป็นอย่างมากและยาวนานกว่า และการตอบสนองของราคาข้าวหอมมะลิไทยต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของปริมาณนำเข้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาดจีนจะเกิดขึ้นเร็วกว่าในกรณีของข้าวขาว สำหรับการตอบสนองของราคาข้าวเหนียวส่งออกของไทยนั้น พบว่า จะเกิดขึ้นเร็วและมีความผันผวนขึ้นลงอย่างชัดเจนยาวนานกว่าข้าวประเภทอื่นๆ ในทุกตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ทำการวิเคราะห์ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันในราคาส่งออกข้าวเหนียวเองก็จะส่งผลกระทบต่อตัวมันเองในระยะเวลาเกินกว่า 10 ไตรมาสก่อนที่จะเริ่มปรับตัวเข้าสู่เสถียรภาพในระยะต่อไป เช่นเดียวกันกับในกรณีของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้หรือผลิตภัณฑ์ประชาชาติของจีนที่ไม่คาดหมายหรือฉับพลัน ก็จะส่งผลทำให้เกิดความผันผวนต่อราคาส่งออกข้าวเหนียวของไทยเป็นระยะเวลาหลายไตรมาส ในขณะที่การตอบสนองของราคาข้าวเหนียวต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณนำเข้าข้าวเหนียวของจีนและอัตราแลกเปลี่ยน แม้จะใช้เวลาเร็ววกว่าการปรับตัวเข้าสู่เสถียรภาพระยะยาวคือ ไม่เกิน 10 ไตรมาส แต่ก็ถือว่ากินระยะเวลายาวนานกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับในกรณีข้าวส่งออกของไทยประเภทอื่นๆ ในตลาดจีน ผลการศึกษาในส่วนนี้จึงช่วยยืนยันผลวิเคราะห์ที่สำคัญในส่วนก่อนหน้านี้ว่า ข้าวหอมมะลิไทยมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากข้าวของคู่แข่งชั้นและเป็นสินค้าพรีเมียมในตลาดจีน ดังนั้น การที่ผู้บริโภคชาวจีนจะบริโภคข้าวชนิดนี้เพิ่มขึ้น ส่วนมากก็จะเกิดจากการมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้ตัวแปรรายได้มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของราคามากกว่าและเร็วกว่าในกรณีของข้าวขาว ที่แม้จะมีปริมาณส่งออกไปยังตลาดจีนมากกว่าแต่ก็มีการแข่งขันทางด้านราคาสูง จึงมักเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของตัวแปรที่มีความผันผวนขึ้นลงระยะสั้นอยู่ตลอดเวลาอย่างเช่น อัตราแลกเปลี่ยนและราคาของคู่แข่ง เป็นต้น ซึ่งเหตุผลนี้สะท้อนให้เห็นได้จากผลการวิเคราะห์ส่วนประกอบของความผันผวนในราคาส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีน กล่าวคือ ขนาดความผันผวนของตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนจะมีอิทธิพลต่อความแปรปรวนของราคาส่งออกข้าวโดยรวมและข้าวเหนียวของไทยมากที่สุด เช่นเดียวกับขนาดความผันผวนของราคาข้าวขาวส่งออกของเวียดนามและอัตราแลกเปลี่ยนมีอิทธิพลต่อความแปรปรวนของราคาส่งออกข้าวขาวของไทยมากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่ขนาดความผันผวนของรายได้หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของจีนมีอิทธิพลต่อความแปรปรวนของราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทยมากที่สุด

#### 5.1.4 สรุปผลการศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนโดยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนาม

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกข้าวของประเทศไทยในตลาดจีน ดังแสดงในตารางที่ 5.1

**ตารางที่ 5.1** สรุปผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการส่งออกข้าวของประเทศไทย ในตลาดจีน

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>- พื้นที่กายภาพที่เหมาะสมและมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวจำนวนมาก</li> <li>- พันธุ์ข้าวหอมมะลิ เป็นที่ต้องการของตลาดจีน ในขณะที่เวียดนามคู่แข่งและจีนเองก็ไม่สามารถเพาะปลูกพันธุ์ข้าวชนิดนี้ได้เช่นเดียวกับประเทศไทย</li> <li>- การบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดส่งสินค้าตรงเวลา การมีเงินทุนสนับสนุนการค้าดำเนินงานอย่างเพียงพอ อันทำให้สามารถขายสินค้าเป็นเงินสดได้ ในขณะที่คู่แข่งหลักยังขายเป็นเงินสด</li> <li>- ตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวจีนมากกว่า ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนที่มีรายได้สูงขึ้นส่วนใหญ่มองเรื่องตราสินค้าเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาข้าวส่งออกของไทยสูงกว่าเวียดนาม</li> <li>- คำนียามเกี่ยวกับตัวผู้ส่งออกไทยไม่มีความชัดเจนว่าใครเป็นผู้ส่งออกบ้าง ที่ผ่านมาโรงสีเองก็สามารถส่งออกข้าวโดยตรงไปยังต่างประเทศได้ในขณะเดียวกัน เมื่อตลาดส่งออกไม่ดี ผู้ส่งออกข้าวบางส่วนก็หันกลับมาทำการตลาดภายในประเทศเสียเอง ทำให้การพัฒนาตลาดส่งออกข้าวเป็นไปอย่างไม่มีทิศทาง และมีการตัดราคากันเอง ในขณะที่เวียดนามมีความเป็นเอกภาพมากกว่าเนื่องจากดำเนินการโดยภาครัฐ มีการทำตลาดข้าวแบบทีมเดียว โดยรัฐบาลเป็นผู้นำในการหาตลาด การส่งออกข้าวของเวียดนามจึงมีปริมาณและมูลค่าการค้าสูง</li> <li>- การบริหารจัดการในเรื่องค่าจ้างแรงงานและค่าขนส่ง เพราะไทยไม่มีกองเรือในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเป็นของตนเอง ทำให้ต้องพึ่งพาการขนส่งสินค้าจากกองเรือต่างประเทศ จึงมีค่าใช้จ่ายด้านขนส่งข้าวที่สูงกว่าเวียดนามที่มีกองเรือเป็นของตนเอง รวมถึงเวียดนามสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ใกล้กับประเทศจีนมากกว่าไทย</li> <li>- ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวของไทยมีการปรับตัวในการแข่งขันที่ช้ากว่าเวียดนาม โดยรัฐบาลเวียดนามมีการจัดสรรเงินงบประมาณจำนวนมากในการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในบริเวณแหล่งเพาะปลูกข้าวที่สำคัญให้เป็นแหล่งปลูกข้าวเพื่อการส่งออก อันได้แก่ บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงและปากแม่น้ำแดง เป็นต้น</li> </ul>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> <li>- แม้จีนเป็นประเทศที่มีการผลิตข้าวเป็นจำนวนมากในแต่ละปีก็ตาม แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ</li> <li>- ชาวจีนมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้รสนิยมการบริโภคข้าวของชาวจีนเปลี่ยนแปลงไปโดยหันมาบริโภคข้าวที่มีคุณภาพสูง เช่น ข้าวหอมมะลิไทยมากขึ้น ในขณะที่รัฐบาลจีนยังไม่สามารถปรับปรุงพันธุ์ข้าวให้สามารถเทียบได้กับข้าวคุณภาพสูงจากต่างประเทศ</li> <li>- การขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนทำให้มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากที่ดินเดิมจากการเพาะปลูกข้าวไปเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมแทน ซึ่งทำให้พื้นที่เพาะปลูกข้าวลดลง ซึ่งเป็นโอกาสของไทยในการส่งออกข้าวไปยังตลาดจีนได้มากยิ่งขึ้น</li> <li>- การนำเข้าข้าวของจีนใช้ระบบการจัดการโควต้า แม้ด้านหนึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการค้าเสรี แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นโอกาสของผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทยในการรักษาตลาดส่งออกข้าวในจีน เนื่องจากการจัดสรรโควต้าจะพิจารณาจากประวัติการส่งออกที่ผ่านมาในปีก่อนๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จีนเป็นประเทศขนาดใหญ่ มีประชากรจำนวนมาก ทำให้มีความแตกต่างของวัฒนธรรมและรสนิยมในการบริโภคที่ไม่เหมือนกัน และมีความหลากหลาย ชาวจีนตอนเหนือของแม่น้ำแยงซีนิยมบริโภคข้าวเมล็ดสั้น ขณะที่ตอนใต้นิยมบริโภคข้าวเมล็ดยาวเช่น ข้าวหอมมะลิไทย จึงเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดโดยรวม</li> <li>- คู่แข่งขันหลักอย่างเวียดนามได้มีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันข้าวทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ อันทำให้เป็นอุปสรรคต่อข้าวส่งออกของไทยมากขึ้น</li> <li>- ข้าวเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งราคาและคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ แต่การปรับเพิ่มราคาก็ทำได้ลำบาก เนื่องจากผู้ซื้อมีทางเลือกมาก หากราคาข้าวสูงเกินไปผู้บริโภคก็จะหันไปบริโภคข้าวชนิดอื่นทดแทนได้ง่าย ส่งผลทำให้การทำตลาดข้าวส่งออกจำเป็นต้องได้รับการดูแลจากภาครัฐด้วยนโยบายระยะยาวเป็นระบบและมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจน</li> <li>- ในทัศนะของผู้ส่งออกข้าวไทย ยังเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐของไทยยังขาดการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์ข้าวส่งออกอย่างเป็นระบบ รวมถึงความชัดเจนและจริงจังในการนำนโยบายลงสู่ภาคปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลระยะยาวอย่างจริงจัง</li> <li>- การกำหนดมาตรฐานข้าวส่งออกของไทยในปัจจุบันยังจำกัดอยู่เพียงข้าวไม่กึ่งชนิด ซึ่งทำให้เป็นอุปสรรคและข้อจำกัดในการขยายตลาดข้าวส่งออกชนิดอื่นๆที่เป็นที่ต้องการและมีศักยภาพในการทำตลาดในต่างประเทศ</li> </ul>

## ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การขาดความชัดเจนว่า ใครเป็นผู้ส่งออกข้าวของไทยกันแน่ระหว่างโรงสีหรือผู้ส่งออก ทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการไทยทั้งสองฝ่าย อันทำให้สูญเสียศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยโดยรวม เพราะมีต้นทุนการดำเนินงานไม่เท่ากัน ดังคำพูดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นไว้ว่า “...ลองคิดดูคือโรงสีอยากทำส่งออกผมไม่ได้ว่านะใครส่งออก แต่มันต้องอยู่ในกติกาเดียวกันใช่ไหมในทางภาษีโรงสีส่งออกก็ได้เปรียบเรา เพราะโรงสีซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาไม่ต้องเสียภาษีหัก ณ ที่จ่าย 0.75% ฉะนั้นเขาเอาข้าวไปส่งออกก็ได้ถูกกว่าเราอย่างน้อย 0.75 %” เป็นต้น</li> <li>- ระบบโควตาการนำเข้าข้าวของจีนยังไม่เปิดกว้างตามกลไกการค้าเสรี</li> <li>- ปัญหาข้าวปลอมปน จากการที่ผู้นำเข้าจีนเอาเข้าเป็นกระสอบใหญ่ไปรีแพ็คใหม่ (บรรจุใหม่) โดยปนกับข้าวชนิดอื่นที่มีคุณภาพต่ำกว่าเป็นแพ็คเล็ก เพื่อจำหน่ายปลีกให้กับผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งทำให้ชาวจีนเข้าใจผิดว่า เป็นข้าวที่มาจากประเทศไทยโดยตรง</li> </ul>

ที่มา: จากการสรุปของผู้วิจัย

### 5.1.5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาในภาพรวม

จากสรุปผลการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทั้งหมดข้างต้นนั้น สามารถอภิปรายผลในภาพรวมได้ว่า ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวโดยรวมไปยังตลาดจีนของประเทศไทยน้อยกว่าประเทศเวียดนามในช่วงระยะเวลาห้าปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ประเทศไทยได้รับประโยชน์มากกว่าประเทศเวียดนามในด้านการเติบโตของตลาดนำเข้าสินค้าและการขยายตัวของความต้องการข้าวของจีนจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น แต่ปัจจัยด้านความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยที่ลดลงอย่างมากไม่สนับสนุนต่อการส่งออกข้าวโดยรวม จึงทำให้ศักยภาพเชิงเปรียบเทียบโดยรวมของไทยในการส่งออกข้าวไปยังตลาดจีนนั้นต่ำกว่าประเทศเวียดนาม โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยที่กำหนดศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวของประเทศไทยเองก็มีน้อยกว่าประเทศเวียดนามเกือบทุกด้าน มีเพียงปัจจัย 3 ด้านเท่านั้นที่ผู้ส่งออกข้าวไทยเห็นว่า ประเทศไทยเองมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ได้แก่ การมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีกว่า การมีความได้เปรียบทางด้านตราสินค้าและควมมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมากกว่า และการมีระบบชลประทานทั่วถึงเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมถึงงานวิจัยที่สำคัญในอดีตที่พบผลการศึกษาที่คล้ายคลึงกันว่า ประเทศไทยมีศักยภาพมากกว่าประเทศเวียดนามในด้านพันธุ์ข้าว คุณภาพข้าว ความชำนาญของชาวนา โครงสร้างพื้นฐาน และเทคโนโลยีการสีข้าว เป็นต้น จึงทำให้ข้าวไทยมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากกว่าข้าวเวียดนามในปัจจุบัน โดยเฉพาะในตลาดจีนนั้น หากเปรียบเทียบข้าวไทยกับข้าวอื่นๆ แล้ว ข้าวไทยจัดเป็นสินค้าคุณภาพพรีเมียมในตลาดข้าวจีน เมื่อคนจีนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นก็จะหันมาบริโภคข้าวไทยทดแทนข้าวอื่นๆ เพิ่มขึ้น จึงทำให้มีการคาดคะเนได้ว่า อุปสงค์ต่อข้าวของประเทศไทยในตลาดจีนช่วงระยะเวลา 10 ปีข้างหน้าระหว่างปี พ.ศ.2558-2567 ปริมาณนำเข้าข้าวส่งออกของไทยทั้งหมดในตลาดจีนโดยเฉลี่ยจะยังคงเพิ่มขึ้นทุกๆปี แต่จะยังคงเป็นการเพิ่มขึ้นของข้าวขาวมากที่สุด รองมาได้แก่ ข้าวหอมมะลิและข้าวเหนียว ตามลำดับ สำหรับในระยะสั้นผลศึกษาการตอบสนองของราคาส่งออกข้าวของไทยในตลาดจีนในกรณีเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญๆ พบว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของอัตราแลกเปลี่ยนจะทำให้เกิดความผันผวนต่อราคาข้าวส่งออกโดยรวมของไทยมากที่สุด ในขณะที่ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของรายได้หรือผลิตภัณฑ์ประชาชาติของจีนที่ไม่คาดหมายจะส่งผลทำให้เกิดความผันผวนต่อราคาส่งออกข้าวหอมมะลิให้ขึ้นลงเป็นอย่างมากและยาวนานกว่าข้าวประเภทอื่นๆ และขนาดความผันผวนของราคาข้าวขาวส่งออกของเวียดนามและอัตราแลกเปลี่ยนจะมีอิทธิพลต่อความแปรปรวนของราคาส่งออกข้าวขาวของไทยในระยะสั้นมากที่สุดตามลำดับ ผลการศึกษาทั้งหมดจึงช่วยยืนยันผลงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาได้ว่า ข้าวหอมมะลิไทยมีคุณลักษณะเฉพาะตัวและเป็นสินค้าพรีเมียมในตลาดจีน ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนจะบริโภคข้าวชนิดนี้เพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้ปัจจัยด้านรายได้ของชาวจีนมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของราคามากกว่าและเร็วกว่าในกรณีของข้าวขาวที่มีการแข่งขันทางด้านราคาสูง จึงมักเปลี่ยนแปลงไปตามอิทธิพลของปัจจัยที่มีความผันผวนขึ้นลงระยะสั้นอยู่ตลอดเวลา อาทิ อัตราแลกเปลี่ยนและราคาของคู่แข่ง เป็นต้น

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงศักยภาพเชิงเปรียบเทียบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามในตลาดจีน ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาเป็นประโยชน์เชิงนโยบายของผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าวิจัยต่อไป ดังนี้

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

**ประการแรก:** ภาครัฐควรดำเนินการเข้ามาวางนโยบายด้านการส่งออกข้าวไปยังตลาดจีนและตลาดอื่นๆ ในระยะยาวอย่างมีทิศทางที่ชัดเจน มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวส่งออกอย่างเป็นระบบโดยมีเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกันส่งเสริมอย่างมีเอกภาพเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างสอดคล้องและจริงจัง มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวและเพิ่มมูลค่าข้าวเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สู้ท้องตลาด มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ส่งออกให้ชัดเจน และเพิ่มการกำหนดมาตรฐานข้าวส่งออกในข้าวชนิดอื่นๆ เพื่อส่งเสริมการทำตลาดในระยะยาวและเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับข้าวผสมที่เกิดจากปัญหาข้าวปลอมปน

**ประการที่สอง:** สำหรับการทำตลาดข้าวส่งออกในประเทศจีนนั้น ในระยะสั้นทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทยควรให้ความสำคัญกับการบริหารอัตราแลกเปลี่ยนและการบริหารต้นทุนเพื่อรักษาระดับราคาให้สามารถแข่งขันได้โดยเฉพาะข้าวขาวและข้าวเหนียว แต่ในระยะยาวนั้น ควรให้ความสำคัญกับการส่งออกข้าวคุณภาพอย่างข้าวหอมมะลิไทย การเพิ่มมูลค่าข้าวในรูปแบบต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์จากข้าว เป็นต้น และการอาศัยความได้เปรียบทางด้านตราสินค้าและความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมากกว่า ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ให้สอดคล้องกับรสนิยมการบริโภคข้าวของผู้บริโภคชาวจีนที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาเศรษฐกิจของทางการเงิน ซึ่งจะช่วยรักษาสถานภาพและเพิ่มโอกาสการแข่งขันในระยะยาวแก่ผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทยในอนาคต

**ประการที่สาม:** ภาครัฐควรเร่งส่งเสริมผลักดันให้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานข้าวเพื่อแก้ไขอุปสรรคต่างๆ ที่ยังคงมีอยู่ในปัจจุบันและเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวอย่างเป็นระบบและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในอนาคต เช่น การจัดตั้ง “สภาข้าว” ที่มีทั้งชาวนา โรงสี ผู้ส่งออก หยง สมาคมข้าวถุง และสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย มารวมตัวกันเพื่อนำเสนอความต้องการและกำหนดข้อเสนอแนะต่างๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวส่งออกไปยังหน่วยงานภาครัฐได้อย่างรอบด้านและมีทิศทางที่ต้องชัดเจนเพื่อประโยชน์แก่อุตสาหกรรมนี้ในระยะยาว

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

**ประการแรก:** ควรมีการศึกษาศักยภาพเชิงเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวของประเทศไทยและคู่แข่งหลักในตลาดอื่นๆ ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ในประเด็นใดบ้าง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนดำเนินธุรกิจและ/หรือการขยายตลาด รวมถึงการกำหนดนโยบายของภาครัฐในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้นกับอุตสาหกรรมส่งออกข้าวโดยรวมในอนาคต

**ประการที่สอง:** ควรมีการศึกษาวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดข้าวจีนในเชิงลึกเพิ่มเติม เนื่องจากยังไม่ได้มีการศึกษา ซึ่งจะเป็นการช่วยพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านนี้ให้มากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและประโยชน์ต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทย และต่อการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องของภาครัฐได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้นในอนาคต