

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ และราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก (2) วิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ และราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทยต่อปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องในตลาดโลก และ (3) วิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ซึ่งนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ในการแข่งขัน (competitive strategy) ของข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก

ระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย 2 วิธี คือ (1) การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์และราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย โดยใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares--OLS) ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากหน่วยงานราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลระหว่างพ.ศ. 2532 - พ.ศ. 2544 การวิเคราะห์อุปสงค์และราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย เป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม (holistic view) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) จำนวน

24 ประเทศ จากประชากรทั้งสิ้น 34 ประเทศ หลังจากนั้น ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ตัวแปรควบคุม (control variables) เพื่อพิสูจน์ว่า ความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นความสัมพันธ์ที่แท้จริงหรือเป็นความสัมพันธ์ลวง และ (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารระดับสูงของบริษัทผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิไทย จำนวน 16 บริษัท โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) แยกเป็นบริษัทที่มีปริมาณการส่งออกสูงสุด 8 บริษัท และบริษัทรายย่อย 8 บริษัท ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เจาะลึก ข้อมูลที่ได้ นำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ภายใตกรอบ Diamond model และ SWOT analysis

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย กับอุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2. รายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศผู้นำเข้ามีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = .01$ โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.501 แสดงว่า ข้าวหอมมะลิไทยเป็นสินค้าปกติและเป็นสินค้าจำเป็น นอกจากนี้พบว่า รายได้ประชาชาติส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทยโดยผ่านตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = .01$ โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.225 แต่ทิศทางของความสัมพันธ์ดังกล่าว ถูกบิดเบือนโดยตัวแปรรายได้ประชาชาติและจำนวนประชากรที่อาศัยในเขตเมือง นอกจากนี้พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทยโดยผ่านตัวแปรจำนวนประชากรที่อาศัยในเขตเมือง
4. จำนวนประชากรที่อาศัยในเขตเมือง มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = .01$ โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.605 และมีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกข้าวหอมมะลิไทยมากที่สุด ในบรรดาตัวแปรทั้ง

สามที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = .01$

5. ปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิไทยในปีที่พิจารณาเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = .01$ โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.416 ส่วนรายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศผู้นำเข้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทยก็ต่อเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศคงที่ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทย ก็ต่อเมื่อรายได้ประชาชาติและจำนวนประชากรที่อาศัยในเขตเมืองของประเทศผู้นำเข้าคงที่

6. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า ด้านปัจจัยการผลิต ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจโดยรวมมากกว่าประเทศผู้ส่งออกข้าวในเอเชียด้วยกัน แต่ยังเสียเปรียบสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประเทศผู้ส่งออกข้าวในเอเชีรวมทั้งไทยอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งยังคงเสียเปรียบสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ส่วนด้านอุปสงค์พบว่า ไทยไม่ได้มีความได้เปรียบนัก เนื่องจาก ผู้บริโภคภายในประเทศพิจารณาปัจจัยด้านราคามากกว่าด้านคุณภาพ ตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็กกว่าตลาดต่างประเทศ และอุปสงค์ภายในประเทศไม่สามารถคาดการณ์อุปสงค์ในต่างประเทศได้ ทั้งนี้ด้านการแข่งขันพบว่า ไทยมีการแข่งขันภายในประเทศที่สูงขึ้น แต่ยังคงเป็นการแข่งขันด้านราคามากกว่าด้านการสร้างความแตกต่าง จึงทำให้ไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ขณะที่ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน พบว่า ไทยมีความได้เปรียบในการเชื่อมโยงวิสาหกิจมากกว่า ประเทศผู้ส่งออกข้าวในเอเชียด้วยกัน แต่ยังคงเสียเปรียบสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ดี ไทยยังคงต้องพัฒนาปัจจัยทั้ง 4 ด้านให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันของข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลควรสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปยังประเทศที่จำนวนประชากรที่อาศัยในเขตเมืองมีอัตราการเพิ่มสูง รายได้ประชาชาติต่อหัวมีอัตราการเติบโตสูง และค่าเงินสกุลท้องถิ่นมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐอเมริกา เนื่องจากเศรษฐกิจดีขึ้น รวมทั้งเพิ่มปริมาณผลผลิต

ข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งจะส่งผลให้อุปสงค์และราคาส่งออกข้าวหอมมะลิไทยสูงขึ้น นอกจากนี้ รัฐบาลควรสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของ ข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก โดยการ (1) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่มี ปัญหา เช่น การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ค่าไฟฟ้าแพง การขาดสายการบินเร็วแห่งชาติ ค่าที่เอชซี (THC) สูง และโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปข้าวหอมมะลิไทยภายในประเทศ (2) เพิ่มอุปสงค์ข้าวหอมมะลิไทยภายในประเทศรวมทั้งส่งเสริมให้อุปสงค์ภายในประเทศมีความซับซ้อนมากขึ้น (3) ส่งเสริมการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ และ (4) ส่งเสริมการแปรรูปข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

The purposes of this research were to analyze (1) important factors affecting the export demand and the export price of Thai Hom Mali rice in the global market; (2) the elasticity of export demand and the export price of Thai Hom Mali rice in relation to important factors in the global market; and (3) the comparative advantage leading to the stipulation of competitive strategy of Thai Hom Mali rice in the global market.

Two research methodologies employed in this research were as follows: (1) The quantitative research studies the relationship between important factors affecting the export demand and export price of Thai Hom Mali rice using the ordinary least squares technique. The secondary data was

from related government agencies and other organizations from 1989 to 2001. The analysis of the demand for and export price of Thai Hom Mali rice consisted of a holistic view analysis using stratified random sampling of 24 countries from the total population of 34 countries. Then the relationship between variables had to be tested using control variables to prove whether such a relationship was spurious or non-spurious. (2) The qualitative research used the documentary method and in-depth interviews with an open-ended questionnaire distributed to top executives of 16 Thai Hom Mali rice exporting companies using purposive sampling. The companies were divided into two groups: 8 companies with the highest export quantity and another 8, small export companies. The data was analyzed using content analysis based on the Diamond model and SWOT analysis.

The findings were as follows.

1. The relationship between the export price of Thai Hom Mali rice and the export demand for Thai Hom Mali rice had no statistical significance.
2. The national income per capita of the importing countries had a positive effect on the export demand of Thai Hom Mali rice at a statistically significant level of $\alpha = .01$, with an elasticity value of 0.501. This indicated that Thai Hom Mali rice fell into the category of normal goods and basic necessities. Moreover, it was found that national income affected the export demand for Thai Hom Mali rice through the variable of the international exchange rate.

3. The international exchange rate had a positive effect on the export

demand of Thai Hom Mali rice at a statistically significant level of $\alpha = .01$, with an elasticity value of 0.225. However, the direction of that relationship was distorted by the variable of national income and the number of urban population. Moreover, it was found that the international exchange rate affected the export demand for Thai Hom Mali rice through the variable of the number of urban population.

4. The size of the urban population had a positive effect on the export demand of Thai Hom Mali rice at a statistically significant level of $\alpha = .01$ and with an elasticity value of 0.605. This affected the export demand for Thai Hom Mali rice at the most among the three variables at a statistically significant level of $\alpha = .01$.

5. The quantity of Thai Hom Mali rice produced in the year under the study was the factor that had a positive relationship with the export price of Thai Hom Mali rice at a statistically significant level of $\alpha = .01$ and with an elasticity value of 0.416. The national income per capita of the importing countries had a positive relationship with the export price of Thai Hom Mali rice when the international exchange rate was stable. The international exchange rate had a positive relationship with the export price of Thai Hom Mali rice when the national income and the size of the urban population of the importing countries were stable.

6. The qualitative analysis found that, in regard to the factor conditions, Thailand had a higher competitive advantage in terms of the overall physical infrastructure than other rice exporting countries in Asia. However, it had

disadvantages when compared with the US and Australia. In regard to the scientific and technological infrastructure, Asian rice exporting countries, including Thailand, were at more or less the same level, but had disadvantages when compared with the US and Australia. In regard to demand conditions, it was found that Thailand did not have much advantage due to the fact that local consumers considered the price factor more than the quality factor. The domestic market was smaller than the overseas market. Domestic demands could not predict foreign demands. In regard to the context of firm strategy, structure, and rivalry, it was found that Thailand had high competition locally. However, competitiveness lay more in terms of price strategy than in differentiation strategy. Therefore, there was no advantage in terms of competition. With regard to related and support industries, it was found that Thailand had an advantage in the enterprises cluster development more than the rice exporting countries in Asia. However, it was at a disadvantage when compared with the US. Thailand, however, had to develop all four factors in order to increase its advantage with regard to the competitiveness of Thai Hom Mali rice in the global market.

The findings indicated that the government should encourage and support the export of Thai Hom Mali rice to countries with increasing urban populations, with a high growth rate in terms of the national income per capita, and with a strong local currency when compared with US dollars due to a strong economy. In addition, the quantity of Thai Hom Mali rice should be increased in order to enable a higher level of export demand and a higher

export price for Thai Hom Mali rice. Moreover, the government should encourage and support more advantages regarding the competitiveness of Thai Hom Mali rice in the global market by doing the following. (1) The physical infrastructure should be developed and certain problems dealt with, such as the shortage of containers, the high cost of electricity, the lack of a national shipping line, high THC expenses, in addition to developing the scientific and technological infrastructure, for example in terms of promoting the research and development of domestic transformation (modification) of Thai Hom Mali rice. (2) Domestic demand for Thai Hom Mali rice should be increased, in addition to encouraging a more sophisticated domestic demand. (3) Support should be provided with regard to enhancing competitiveness in terms of product differentiation. (4) Support should also be provided regarding the transformation of Thai Hom Mali rice to add greater value to this product.