



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปริญญา

บริหารธุรกิจ

สาขา

บริหารธุรกิจ

คณะ

เรื่อง ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าว

Rice Security Strategy

นามผู้วิจัย นางสาวกมลรัตน์ เหลืองสด

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

( รองศาสตราจารย์ยุรพร ศุทธรัตน์, Ph.D. )

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

( รองศาสตราจารย์ปรีชา นุช อภิภูณ โยภาส, Ph.D. )

ประธานสาขาวิชา

( อาจารย์นันทวุฒิ ลือมรสิริ, Ph.D. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

สืบสันทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าว

Rice Security Strategy

โดย

นางสาวกมลรัตน์ เหลืองสด

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กมลรัตน์ เหลืองสด 2557: ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าว ปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ยุพร ศุภรัตน์, Ph.D. 233 หน้า

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภท  
ข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารและแนวทางสร้าง  
ความสามารถทางการแข่งขันในข้าวไทยและกลุ่ม CLMV โดยพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร  
จาก 3 มิติ ได้แก่ การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร ประกอบ  
กับการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายในอุตสาหกรรมข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV ด้วย SWOT  
Analysis, PESTEL Analysis และ Five Forces Model และสถิติการส่งออกข้าวของไทยและ  
กลุ่ม CLMV ในตลาดโลก

ผลการศึกษา พบว่า เวียดนาม มีความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวสูงสุด  
ไทยเป็นอันดับ 2 รองลงมา คือ เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว ตามลำดับ โดยหากต้องการพัฒนา  
ความมั่นคงทางอาหารจะต้องพัฒนาในหลายด้าน เช่น สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่าย  
ครัวเรือน ความพร้อมของถนน เสถียรภาพทางการเมือง เป็นต้น นำมาซึ่งยุทธศาสตร์ความมั่นคง  
ทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของแต่ละประเทศ โดยประกอบด้วย การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร  
การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาการผลิต การพัฒนาเกษตรกร  
การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวของภาครัฐแต่ละประเทศ และแนวทางสร้างความสามารถ  
ทางการแข่งขัน โดยแบ่งประเภท กลยุทธ์เป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย กลยุทธ์สำหรับตลาดที่  
เป็นผู้นำ เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำในตลาดให้ยั่งยืนและทิ้งห่างคู่แข่ง และกลยุทธ์สำหรับตลาดที่  
เป็นผู้ตาม เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดที่เป็นผู้ตาม และพัฒนาให้ขึ้นมาอยู่ในอันดับ  
ที่สูงขึ้นในตลาด

Kanonrat Luengsode 2014: Rice Security Strategy. Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Faculty of Business Administration. Thesis Advisor: Associate Professor Yuraporn Sudharatna, Ph.D. 233 pages.

The objectives of this research were to assess food security on rice, to create the food security strategy on rice and to propose the way to create competitive advantage on rice in Thailand and CLMV (Cambodia Laos PDR. Myanmar and Vietnam). By using food security assessment which consist of three dimensions: food availability, food affordability and utilization; as well as SWOT analysis, PESTEL analysis, Five Forces Model and rice export statistics by country.

The research has shown Vietnam was the most food secure on rice, while Thailand was second place, followed by Myanmar Cambodia and Laos PDR, respectively. To improve food secure by decrease proportion of food consumption and total household expenditure and increase road infrastructure and political stability etc. The food security strategy contains increase food availability and food accessibility, development of infrastructure, agricultural production, agriculturist and government contribution. To create competitive advantage on rice classify into 2 categories, leader and followers of market, first to maintain number one in market and go beyond competitors and second to increase market share and rise in rank in the market.

---

Student's signature

---

Thesis Advisor's signature

## กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จในการศึกษาและเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร” นี้จะไม่สำเร็จขึ้นได้ หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ยุรพร ศุภรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ได้กรุณาให้การปรึกษาคำแนะนำและให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งในการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องตลอดระยะเวลาในการดำเนินวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง ทั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ปรีชา นุช อภิบุญโยภาส ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริจินต์ วงศ์จารุพรรณ ประธานกรรมการสอบ และรองศาสตราจารย์เชาว์ โรจนแสง ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี และกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่ให้การสนับสนุน ตลอดจนคอยห่วงใยและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบคุณบุคลากรและเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ โครงการภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดีตลอดมา

คุณค่าและคุณประโยชน์ของงานวิจัยเล่มนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบรรพบุรุษคณาจารย์ทุกท่านที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย หากมีข้อผิดพลาดประการใดอันเกิดมาจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับและขออภัยอย่างสูงในความผิดพลาดนั้น

กมลรัตน์ เหลืองสด

มิถุนายน 2557

## สารบัญ

## หน้า

|                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| สารบัญตาราง                                                                                                                        | (3) |
| สารบัญภาพ                                                                                                                          | (5) |
| บทที่ 1 บทนำ                                                                                                                       | 1   |
| ความสำคัญของปัญหา                                                                                                                  | 1   |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย                                                                                                            | 3   |
| ขอบเขตการวิจัย                                                                                                                     | 4   |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                                                                                          | 4   |
| นิยามศัพท์                                                                                                                         | 4   |
| บทที่ 2 การตรวจเอกสาร                                                                                                              | 5   |
| การจัดทำยุทธศาสตร์                                                                                                                 | 5   |
| ยุทธศาสตร์ความสามารถทางการแข่งขัน                                                                                                  | 13  |
| ข้าว ประเภท และคุณสมบัติ                                                                                                           | 25  |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหารและ<br>ความไม่มั่นคงทางอาหาร                                                              | 28  |
| อาเซียน                                                                                                                            | 55  |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                                                                                              | 58  |
| บทที่ 3 วิธีการวิจัย                                                                                                               | 65  |
| การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ                                                                                                       | 65  |
| การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ                                                                                                         | 66  |
| การวิเคราะห์ข้อมูล                                                                                                                 | 67  |
| บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์                                                                                                    | 69  |
| ส่วนที่ 1 ความมั่นคงทางอาหารของไทยและกลุ่ม CLMV                                                                                    | 69  |
| ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย<br>SWOT Analysis และปัจจัยภายนอกของไทยและกลุ่ม CLMV<br>ด้วย PESTEL Analysis | 78  |

## สารบัญ (ต่อ)

## หน้า

|                                                                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมการค้าข้าว<br>ด้วย Five Forces Model                                    | 124 |
| ส่วนที่ 4 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง                                                                        | 139 |
| ส่วนที่ 5 กำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวและเสนอแนะ<br>แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในไทยและกลุ่ม CLMV | 147 |
| ส่วนที่ 6 เสนอแนะแนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขัน<br>ในอุตสาหกรรมส่งออกข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV                        | 158 |
| ข้อวิจารณ์                                                                                                              | 192 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ                                                                                     | 195 |
| สรุปผลการวิจัย                                                                                                          | 195 |
| ข้อเสนอแนะ                                                                                                              | 200 |
| เอกสารและสิ่งอ้างอิง                                                                                                    | 202 |
| ภาคผนวก                                                                                                                 | 214 |
| ภาคผนวก ก การคำนวณการพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช (ข้าว)                                                                  | 215 |
| ภาคผนวก ข คำถามในการสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัย                                                                            | 216 |
| ภาคผนวก ค ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าข้าวที่สำคัญของไทย กัมพูชา ลาว<br>เมียนมาร์ และเวียดนาม                                     | 221 |
| ประวัติการศึกษาและการทำงาน                                                                                              | 233 |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                | หน้า |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1        | โครงสร้างตลาดแบ่งตามส่วนแบ่งทางการตลาด                                         | 20   |
| 2        | ปัจจัยในการประเมินความมั่นคงทางอาหาร และหน่วยในการประเมิน                      | 34   |
| 3        | ปัจจัยในการประเมินความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของ EIU<br>โดย 3 ปัจจัยคิดเป็น 100% | 38   |
| 4        | คะแนนความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของ EIU                                          | 40   |
| 5        | ปัจจัยในการประเมินความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของ FAO                             | 43   |
| 6        | ปัจจัยในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร มิติการมีอยู่ของอาหาร                     | 48   |
| 7        | ปัจจัยในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร มิติการเข้าถึงอาหาร                       | 50   |
| 8        | ปัจจัยในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร มิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร                | 52   |
| 9        | การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร                            | 70   |
| 10       | การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหาร                              | 71   |
| 11       | การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร                       | 72   |
| 12       | ผลรวมการประเมินความมั่นคงทางอาหาร โดยการปรับฐานด้วย<br>Min/Max Normalization   | 75   |
| 13       | ผู้ส่งออกข้าว 10 อันดับแรกในตลาดโลก                                            | 127  |
| 14       | ผู้นำเข้าข้าว 10 อันดับแรกในตลาดโลก                                            | 134  |

### สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |                                                                                                    | หน้า |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 15       | ปริมาณการส่งออกข้าวและส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ส่งออกข้าว<br>รายใหญ่ 10 อันดับแรกในช่วงปี 2009-2013 | 159  |
| 16       | สถิติการนำเข้าข้าวไทยในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013                                       | 165  |
| 17       | สถิติการนำเข้าข้าวหอมมะลิในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013                                   | 172  |
| 18       | สถิติการนำเข้าข้าวหอมมะลิในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013                                   | 179  |
| 19       | สถิติการนำเข้าข้าวเหนียวในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013                                    | 183  |
| 20       | สถิติการนำเข้าข้าวเหนียวในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013                                    | 188  |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ |                                                                                  | หน้า |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1      | SWOT Analysis                                                                    | 9    |
| 2      | The Five Forces Model                                                            | 11   |
| 3      | PESTEL Analysis                                                                  | 12   |
| 4      | ห้าเหลี่ยมยุทธศาสตร์ของมือรอง                                                    | 16   |
| 5      | ห้าเหลี่ยมยุทธศาสตร์ของผู้นำ                                                     | 17   |
| 6      | กลยุทธ์พื้นฐาน                                                                   | 25   |
| 7      | เมล็ดข้าว 3 กลุ่ม Subspecies                                                     | 26   |
| 8      | ความมั่นคงทางอาหารของประเทศในกลุ่มอาเซียน (ยกเว้น บรูไนและลาว)                   | 41   |
| 9      | ลำดับพัฒนาการความร่วมมือของอาเซียน                                               | 56   |
| 10     | กรอบแนวคิดการวิจัย                                                               | 64   |
| 11     | ผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร<br>ในไทยและกลุ่ม CLMV      | 76   |
| 12     | ผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหารในไทย<br>และกลุ่ม CLMV        | 77   |
| 13     | ผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการใช้ประโยชน์<br>จากอาหารในไทยและกลุ่ม CLMV | 77   |
| 14     | จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของไทย                                         | 100  |

### สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ |                                                                                                                               | หน้า |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 15     | จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของกัมพูชา                                                                                  | 101  |
| 16     | จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของลาว                                                                                      | 102  |
| 17     | จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของเมียนมาร์                                                                                | 103  |
| 18     | จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของเวียดนาม                                                                                 | 104  |
| 19     | ปริมาณการส่งออกของผู้ค้าในตลาดข้าวโลกในช่วงปี 2004-2013                                                                       | 126  |
| 20     | ปริมาณการบริโภคข้าวและแป้งสาลีของผู้ซื้อข้าวรายใหญ่ 9 อันดับแรกในตลาดข้าวโลกในช่วงปี 1999-2009                                | 130  |
| 21     | ปริมาณการบริโภคข้าวและแป้งสาลีของผู้ซื้อข้าวรายใหญ่ 9 อันดับแรกในตลาดข้าวโลกในช่วงปี 2010-2014 โดยการพยากรณ์ด้วยสมการเชิงเส้น | 130  |
| 22     | ปริมาณการนำเข้าของผู้ซื้อในตลาดข้าวโลกในช่วงปี 2004-2013                                                                      | 133  |
| 23     | ปริมาณการบริโภคข้าวในปี 2019                                                                                                  | 148  |
| 24     | ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ 10 อันดับแรกในช่วงปี 2009-2013                                                      | 160  |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประชากรโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.23 จาก 6,355 ล้านคน ในปี 2003 เป็น 7,046 ล้านคน ในปี 2012 (World Bank, 2013a) และคาดว่าจะมีประชากร จำนวน 8,100 และ 9,600 ล้านคน ในปี 2025 และ 2050 ตามลำดับ (Department of Economic and Social Affairs, United Nations, 2013) ดัชนีการผลิตอาหาร (Food Production Index) ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีทิศทางเพิ่มขึ้นจาก 93.8 ในปี 2003 เป็น 116.6 ในปี 2012 (World Bank, 2013b) โดยค่าเฉลี่ยมูลค่าการผลิตอาหารต่อหัว (Average Value of Food Production) เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 จากเดิม 263 เหรียญสหรัฐฯ ในปี 2001 เป็น 298 เหรียญสหรัฐฯ ในปี 2010 และดัชนีระดับราคาอาหาร (Food Price Level Index) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากเดิม 1.32 ในปี 2003 เป็น 1.44 ในปี 2012 (Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO], 2013a) เป็นปัจจัยหนึ่ง que แสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงอาหาร (Food Access) ลดลง นอกจากนี้ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อัตราส่วนพื้นที่เกษตรกรรมของโลกก็ลดลง จากร้อยละ 37.91 ในปี 2002 เป็นร้อยละ 37.46 ในปี 2011 (World Bank, 2013c)

อัตราการบริโภคอาหารมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 1969/1971 เป็นต้นมาจนปัจจุบัน โดยในปี 2005/2007 มีอัตราการบริโภคอาหาร 2,772 กิโลกรัม/คน/ปี และคาดว่าอัตราการบริโภคอาหาร จะเพิ่มขึ้นเป็น 2,960 กิโลกรัม/คน/ปี ในปี 2030 เมื่อพิจารณาอาหารตามปริมาณการบริโภคอาหารต่อคนต่อปี พบว่า อาหารหลักที่บริโภคทั่วโลก ประกอบด้วย ธัญพืช (ข้าวสาลี Coarse Grain และข้าวสาร) นม รากและส่วนหัวของพืช เนื้อสัตว์ น้ำตาล และน้ำมันพืช จากสถิติพบว่าอัตราการบริโภคธัญพืชต่อคนต่อปี มีปริมาณสูงสุดในสินค้าหลักทั้ง 6 ประเภท โดยในปี 2005/2007 มีอัตราการบริโภคธัญพืช 158 กิโลกรัม/คน/ปี และคาดว่าจะมีอัตราการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 160 กิโลกรัม/คน/ปี ในปี 2030 ในขณะที่นมเป็นสินค้าอาหารที่มีอัตราการบริโภคของลงมา โดยในปี 2005/2007 มีอัตรา

การบริโภค 83 กิโลกรัม/คน/ปี และคาดว่าจะมีอัตราการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 92 กิโลกรัม/คน/ปี ในปี 2030 (Agricultural Development Economics Division FAO, 2012)

ข้าวเป็นอาหารหลักของประชากรมากกว่าครึ่งโลก ผลผลิตข้าวมากเป็นอันดับ 2 ของ ผลผลิตอาหารกลุ่มธัญพืชของโลก เป็นรองผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (FAO, 2013b) โดยประมาณการว่าในปี 2012 มีผลผลิตข้าว 731.2 ล้านตัน ข้าวเปลือก หรือ 487.5 ล้านตัน ข้าวสาร และคาดการณ์ว่าในปี 2013 จะมีผลผลิตข้าวเพิ่มขึ้นเป็น 746.7 ล้านตัน ข้าวเปลือก หรือ 497.7 ล้านตัน ข้าวสาร (Trade and Markets Division FAO, 2013b) หากพิจารณาคุณค่าทางอาหารที่ได้รับ การบริโภคข้าวจะได้คุณค่าทางอาหารมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าวสาลี (FAO, 2013a) โดยประมาณการว่าในปี 2012 การบริโภคข้าวทั้งโลกจะมีปริมาณ 401.5 ล้านตัน ข้าวสาร (Trade and Markets Division FAO, 2012) และเพิ่มขึ้นเป็น 402.7 และ 410.4 ล้านตัน ข้าวสาร ในปี 2013 และ 2014 ตามลำดับ (Trade and Markets Division FAO, 2013b) โดยในปี 2012 ประมาณการว่า มีอัตราการบริโภคข้าว 56.7 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (Trade and Markets Division FAO, 2013a) และเพิ่มเป็น 56.9 และ 57.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ในปี 2013 และ 2014 ตามลำดับ (Trade and Markets Division FAO, 2013b)

เอเชียเป็นภูมิภาคที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคข้าวขนาดใหญ่ของโลก (FAO, 2013b) โดยประมาณการว่า ในปี 2012 ทวีปเอเชียผลิตข้าว 662.9 ล้านตัน ข้าวเปลือก หรือ 442.0 ล้านตัน ข้าวสาร เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 จากปี 2011 และเพิ่มขึ้นเป็น 677.5 ล้านตัน ข้าวเปลือก หรือ 451.7 ล้านตัน ข้าวสาร โดยประเทศที่ผลิตข้าวได้เพิ่มขึ้นจากปี 2011 ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ไทย ออสเตรเลีย กัมพูชา อิหร่าน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย และติมอร์เลสเต ในขณะที่ อินเดีย ปากีสถาน ไต้หวัน เกาหลีเหนือ ลาว เนปาล และศรีลังกา ผลิตข้าวได้น้อยลง เนื่องจากภัยทางธรรมชาติ มรสุม น้ำท่วม และฝนตกไม่ตรงตามฤดูกาล โดยประเทศผู้ผลิตข้าวมากที่สุด 5 อันดับแรกของทวีปเอเชีย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย อินโดนีเซีย บังคลาเทศ และเวียดนาม บางประเทศในเอเชีย ไม่สามารถผลิตข้าวให้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ จึงต้องนำเข้าข้าว โดยประเทศที่นำเข้าข้าว ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย อิหร่าน อิรัก ซาอุดีอาระเบีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ญี่ปุ่น และบังคลาเทศ ในขณะที่บางประเทศผลิตข้าวมากกว่าปริมาณการบริโภคภายในประเทศ หรือ บางประเทศผลิตข้าวเพื่อการส่งออก โดยประเทศที่ส่งออกข้าว ได้แก่ อินเดีย เวียดนาม ไทย ปากีสถาน กัมพูชา พม่า และสาธารณรัฐประชาชนจีน (Trade and Markets Division FAO, 2013b)

ภูมิภาคอาเซียนเป็นภูมิภาคที่เป็นทั้งผู้ส่งออกข้าว และผู้นำเข้าข้าว โดยในปี 2012 เวียดนาม และไทย เป็นผู้ส่งออกข้าว อันดับ 2 และ 3 ของโลก<sup>1</sup> ตามลำดับ รองจากอินเดีย (Trade and Markets Division FAO, 2013b) ผู้ส่งออกข้าว 5 อันดับแรกของโลก ได้แก่ อินเดีย เวียดนาม ไทย สหรัฐอเมริกา และปากีสถาน ในขณะที่อาเซียนได้ตั้งเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาความร่วมมือจากสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) เป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี 2015 โดยประกอบด้วยความร่วมมือจาก 3 ฝ่าย ได้แก่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ประชาคมความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community: ASC) และประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC) ดังนั้น ท่ามกลางแนวโน้มการบริโภคข้าวที่มากขึ้น แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และการพัฒนาความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียน

ความมั่นคงทางอาหาร จะเกิดขึ้นเมื่อประชากรทุกคน สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีโภชนาการอย่างเพียงพอ ได้ตลอดเวลา ทั้งทางกายภาพและทางเศรษฐศาสตร์ โดยตอบสนองความต้องการและความชอบของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง (FAO, 1996) โดยความมั่นคงทางอาหาร สามารถประเมินได้จาก การเข้าถึงอาหาร การมีอยู่ของอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร (WHO, 2013; EIU 2013a) คำถามงานวิจัย คือ ประเทศผู้ผลิตข้าวในอาเซียนซึ่งประกอบด้วย ไทยและกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) มีความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวหรือไม่ ต้องกำหนดยุทธศาสตร์อย่างไรเพื่อเพิ่มความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวในแต่ละประเทศ และต้องสร้างความสามารถทางการแข่งขันในสินค้าประเภทข้าวของไทย และกลุ่ม CLMV อย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV
2. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV
3. เพื่อหาแนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันข้าวไทยและกลุ่ม CLMV

### ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาความมั่นคงทางอาหาร กรณีสินค้าประเภทข้าว ในไทยและกลุ่ม CLMV ในช่วงระยะปี 2007-2013 โดยการประเมินความมั่นคงทางอาหารผ่าน 3 มิติ ประกอบด้วย การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์ทางอาหาร ทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis, PESTEL Analysis และ Five Forces Model แล้วนำข้อมูลที่ได้มากำหนด ยุทธศาสตร์และแนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในสินค้าประเภทข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าว ของไทยและกลุ่ม CLMV ที่ได้จากการประเมินความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าว เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV และเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกต่อไป
2. แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันของไทยและกลุ่ม CLMV ในสินค้าประเภทข้าว เพื่อส่งเสริมการค้าข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV สำหรับในตลาดที่เป็นผู้นำและตลาดที่เป็นผู้ตาม
3. รูปแบบประเมินความมั่นคงทางอาหาร สำหรับสินค้าอื่นๆ ที่สามารถนำวิธีการประเมินความมั่นคงในการวิจัยเป็นต้นแบบในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

### นิยามศัพท์

**ยุทธศาสตร์** หมายถึง การวางแผนงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม (อุปสรรค) ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์เป็นคำที่มักใช้ในหน่วยงานภาครัฐ ในขณะที่ภาคเอกชนหรือองค์กรธุรกิจมักใช้คำว่า กลยุทธ์

**ความมั่นคงทางอาหาร** หมายถึง การที่ประชากรทุกคนสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าโภชนาการตามมาตรฐานของแต่ละประเทศ โดยการเข้าถึงอาหารนั้นจะต้องสามารถทำได้ทุกเวลา ทั้งทางกายภาพ ทางสังคม และทางเศรษฐกิจ โดยตอบสนองความต้องการและความชอบของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง โดยความมั่นคงทางอาหารในการวิจัยนี้ จะหมายถึงความมั่นคงทางอาหาร ประเภทข้าว

**กลุ่ม CLMV** ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย โดยมีเนื้อหาครอบคลุมทั้งหมดตามลำดับ ดังนี้

1. การจัดทำยุทธศาสตร์
2. ทฤษฎีความสามารถทางการแข่งขัน
3. ข้าว ประเภทและคุณสมบัติ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหาร ความไม่มั่นคงทางอาหาร และการประเมินความมั่นคงทางอาหาร
5. อาเซียน (Association of South East Asian Nations: ASEAN)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ด้วยการนำเอาแนวคิดและทฤษฎี มาประมวลเพื่อเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจเบื้องต้น และเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

### การจัดทำยุทธศาสตร์

#### 1. คำจำกัดความยุทธศาสตร์

สุมิตร สุวรรณ (2554) สรุปที่มาและคำจำกัดความยุทธศาสตร์ (Strategy) ว่า เริ่มปรากฏใช้ในทางทหารมาก่อน โดยเน้นเรื่องการยุทธ์เป็นเครื่องมือเพียงอย่างเดียว ต่อมายุทธศาสตร์มีความหมายที่กว้างขึ้นและใช้กันอย่างแพร่หลายในการวางแผนทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยใช้ในความหมายว่า หลักการหรือแนวทางเพื่อปฏิบัติการที่สำคัญ หากใช้ในระบอบองค์กรและระดับชาติ ยุทธศาสตร์อาจมีความหมาย คือ การใช้พลังอำนาจของชาติให้บรรลุวัตถุประสงค์ของชาติ ซึ่งยุทธศาสตร์สูงสุดในระดับประเทศ เรียกว่า ยุทธศาสตร์ชาติ

(National Strategy) ซึ่งเป็นการจัดและใช้เครื่องมือที่เป็นพลังอำนาจแห่งชาติทุกด้าน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หลักของชาติหรือผลประโยชน์แห่งชาติ ในขณะที่วงการธุรกิจ คำว่า Strategy เป็นคำศัพท์พื้นฐานในการพัฒนาองค์กร ซึ่งไม่ได้ใช้คำว่า ยุทธศาสตร์ แต่ใช้คำว่า กลยุทธ์ แทน ซึ่งหมายถึง การวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (SWOT Analysis) ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคาม (อุปสรรค) ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้ ยังพบว่า การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นคำที่มักใช้ในหน่วยงานภาครัฐ ในขณะที่ภาคเอกชนหรือองค์กรธุรกิจมักใช้คำว่า การวางแผนกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ในทำนองเดียวกัน

Hayes *et al.* (2005) กล่าวว่า ยุทธศาสตร์ (Strategy) เริ่มต้นใช้ในการรบสมัยกรีก โดยหมายถึงการตั้งวัตถุประสงค์ การกำหนดทิศทาง และการปรับปรุงและพัฒนาแผน เพื่อชัยชนะหรืออำนาจเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ปัจจุบัน คำว่า ยุทธศาสตร์ใช้ในหลากหลายความหมาย โดยส่วนมากใช้อธิบายความแตกต่างในยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ 3 ระดับ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ระดับองค์การ (Corporate Strategy) ยุทธศาสตร์ระดับธุรกิจ (Strategic Business Units: SBU) และยุทธศาสตร์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy)

Wheelen and Hunger (2012) กล่าวว่า ยุทธศาสตร์ (Strategy) ขององค์การมาจากแผนแม่บทที่ทำให้วัตถุประสงค์และพันธกิจขององค์การบรรลุ ยุทธศาสตร์แบ่งเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) คือ ส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กำหนดทิศทางขององค์กร แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.1 กลยุทธ์ทิศทางองค์กร (Directional Strategy) ประกอบด้วย

1.1.1 กลยุทธ์เติบโต (Growth Strategy) ประกอบด้วย

ก. กลยุทธ์การขยายกิจการในผลิตภัณฑ์กลุ่มเดิม (Concentration Strategy) โดยมีทั้งการเติบโตในแนวดิ่ง (Vertical Growth) เช่น การควบรวมไปด้านหลัง (Backward Integration) เช่น การซื้อกิจการของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) และการควบรวมไปด้านหน้า (Forward Intergration) เช่น การควบรวม หรือ ซื้อกิจการ ไปเป็นผู้จำหน่ายเอง เป็นต้น ในส่วนของ การเติบโตในแนวราบ (Horizontal Growth) เช่นการขยายพื้นที่ ขยายร้าน สาขาในการจำหน่าย

ข. กลยุทธ์การขยายธุรกิจใหม่ (Diversification Strategy) แบ่งเป็น การทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ของผลิตภัณฑ์ชนิดเดิม (Concentric Diversification) และการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่อาศัยเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ของผลิตภัณฑ์ชนิดเดิม (Conglomerate Diversification)

1.1.2 กลยุทธ์คงที่ (Stabilization Strategy) คือ กลยุทธ์ที่มุ่งรักษาสถานะเดิมของธุรกิจ

1.1.3 กลยุทธ์ถดถอยหรือตัดทอน (Retrenchment Strategy) คือ กลยุทธ์ที่มุ่งลดขนาดหรือการลงทุนของธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาที่องค์กรกำลังเผชิญ

1.2 กลยุทธ์การลงทุนในหลายธุรกิจ (Portfolio Strategy) ใช้ในการเลือกการลงทุนในธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์และตำแหน่งของธุรกิจ ด้วยเทคนิค BCG Growth Share Matrix ซึ่งจะสามารถแยกธุรกิจได้ 4 ประเภท ประกอบด้วย กลุ่มดาวรุ่ง (Star) กลุ่มน่าสงสัย (Question Mark) กลุ่มแม่วัวให้นม (Cash Cow) และกลุ่มสุนัข (Dog)

1.3 กลยุทธ์การขยายกิจการแบบบริษัทแม่-บริษัทลูก (Parenting Strategy) กรณีบริษัทมีหลายธุรกิจ หากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจนั้น หากสามารถส่งเสริม หรือ ผนึกกำลัง (Synergy) ได้ จะทำให้บริษัทได้ผลประโยชน์มากขึ้น

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) คือ กลยุทธ์ที่มุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร แบ่งเป็น

2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) กลยุทธ์ผู้นำด้านราคาในตลาดเล็ก (Cost Focus Strategy) และกลยุทธ์สร้างความแตกต่างในตลาดเล็ก (Differentiation Focus Strategy)

2.2 กลยุทธ์ความร่วมมือ (Cooperative Strategy) เป็นการรวมทุนกับคู่แข่งในลักษณะของการฮั้วกัน (Collusion) และพันธมิตร (Alliance) เช่น การรวมกิจการ (Joint Venture) การให้สิทธิแก่บริษัทอื่นในประเทศอื่น (Licensing Agreement) เป็นต้น

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) คือ กลยุทธ์ที่หน่วยงานต่างๆ ขององค์กร เช่น ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการเงิน เป็นต้น ใช้ในการทำหน้าที่ตนเพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์ระดับองค์กร และระดับธุรกิจ

จากข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์ (Strategy) นั้นหากใช้ในภาคราชการจะใช้คำว่า ยุทธศาสตร์ แต่หากใช้ในภาคธุรกิจ จะใช้คำว่า กลยุทธ์ โดย หมายถึงการกำหนดทิศทาง กำหนดเป้าหมายขององค์กร กำหนดแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

## 2. ขั้นตอนและกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์

สุมิตร สุวรรณ (2554) กล่าวว่า การวางแผนยุทธศาสตร์หรือการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เปรียบเสมือนการแก้ไขปัญหาเชิงรุกที่มุ่งพิจารณาเงื่อนไขสิ่งแวดล้อมขององค์กรเป็นหลัก และเป็นวิธีการต่อสู้เพื่อให้องค์กรคงอยู่ในสถานะที่ทรัพยากรมีจำกัด

เสรี พงศ์พิศ (2553) กล่าวว่า การวางแผนยุทธศาสตร์ เป็นกระบวนการเพื่อนำองค์กรสู่เป้าหมายหรือสถานภาพอันพึงปรารถนาในอนาคต ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แผนยุทธศาสตร์จึงเป็นแผนการดำเนินงานที่วางขึ้นมาอย่างเป็นระบบ โดยองค์ประกอบด้านสอดคล้องกัน เป็นแผนที่มิวิสัยทัศน์ (Vision) มีเป้าหมาย (Purpose) ที่แสดงเจตนารมณ์ของทุกฝ่ายเพื่อกระทำพันธกิจ (Mission) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Objectives) ที่ตั้งไว้ เพื่อให้เกิดผลกระทบ (Outcome) และผลลัพธ์ (Output) ที่พึงประสงค์

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2550) การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ จะต้องกำหนด 1) แนวคิดหรือขอบเขตของธุรกิจ 2) ทิศทางหรือตำแหน่งธุรกิจ 3) กลยุทธ์พื้นฐาน กลยุทธ์เฉพาะอย่าง (กลยุทธ์แยกตามกลไก) 4) เป้าหมายธุรกิจ ในส่วนของขั้นตอนพื้นฐานการจัดทำแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก

ขั้นตอนที่ 2 คือ การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ได้แก่ การจัดทำกลยุทธ์พื้นฐาน และกลยุทธ์สำหรับประเด็นแยกตามกลไกงาน (Function)

ขั้นตอนที่ 3 คือ การจัดทำแผนปฏิบัติ (Action Plan) ซึ่งประกอบด้วย เป้าหมายเชิงปริมาณ และการดำเนินการตามลำดับของเวลา

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และจัดทำยุทธศาสตร์

#### 3.1 SWOT Analysis

Pearce and Robinson (2009) กล่าวถึง SWOT Analysis ว่าเป็นเครื่องมือที่นิยมใช้อย่างมากในการพิจารณาสถานการณ์ของบริษัทอย่างรวดเร็ว SWOT เป็นตัวย่อที่ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) โดยแบ่งเป็นการพิจารณาทรัพยากรภายใน ประกอบด้วย 1) จุดแข็ง หมายถึง ข้อได้เปรียบทางทรัพยากร หรือ ความสามารถของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 2) จุดอ่อน หมายถึง ข้อจำกัดหรือการขาดแคลนทรัพยากร หรือ ศักยภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และสถานการณ์ภายนอก ประกอบด้วย 3) โอกาส หมายถึง สถานการณ์ภายนอกที่เป็นผลดีต่อบริษัท 4) ภัยคุกคาม หมายถึง สถานการณ์ภายนอกที่ไม่เป็นผลดีต่อบริษัท

The Economist (2009) กล่าวถึง SWOT Anlysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ โดย SWOT ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) จะใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอย่างไร จุดอ่อน (Weaknesses) จะหยุดยั้งจุดอ่อนอย่างไร โอกาส (Opportunities) จะใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอย่างไร และภัยคุกคาม (Threats) จะป้องกันภัยคุกคามด้วยวิธีใด

|                                    | เชิงบวก<br>(Positive) | เชิงลบ<br>(Negative) |
|------------------------------------|-----------------------|----------------------|
| ปัจจัยภายใน<br>(Internal Factors)  | จุดแข็ง (Strengths)   | จุดอ่อน (Weaknesses) |
| ปัจจัยภายนอก<br>(External Factors) | โอกาส (Opportunities) | ภัยคุกคาม (Threats)  |

#### ภาพที่ 1 SWOT Analysis

ที่มา: ดัดแปลงจาก สุมิตร สุวรรณ (2554)

### 3.2 The Five Forces Model

Dranove and Marciano (2005) กล่าวถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม ด้วยเครื่องมือ Five Forces Model ที่คิดค้นโดย Porter ซึ่งประกอบด้วย

ก. แรงขับเคลื่อนภายใน (Internal Rivalry) หมายถึง การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ที่ส่งผลให้ราคาสินค้าถูกลง ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์

ข. ผู้เข้ามาใหม่ (Entry) หมายถึง ความสามารถในการเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด และการแข่งขันทางราคาสินค้าของคู่แข่งรายใหม่

ค. สินค้าทดแทน (Substitutes) หมายถึง การเข้ามาของสินค้าทดแทนเข้าสู่ตลาด

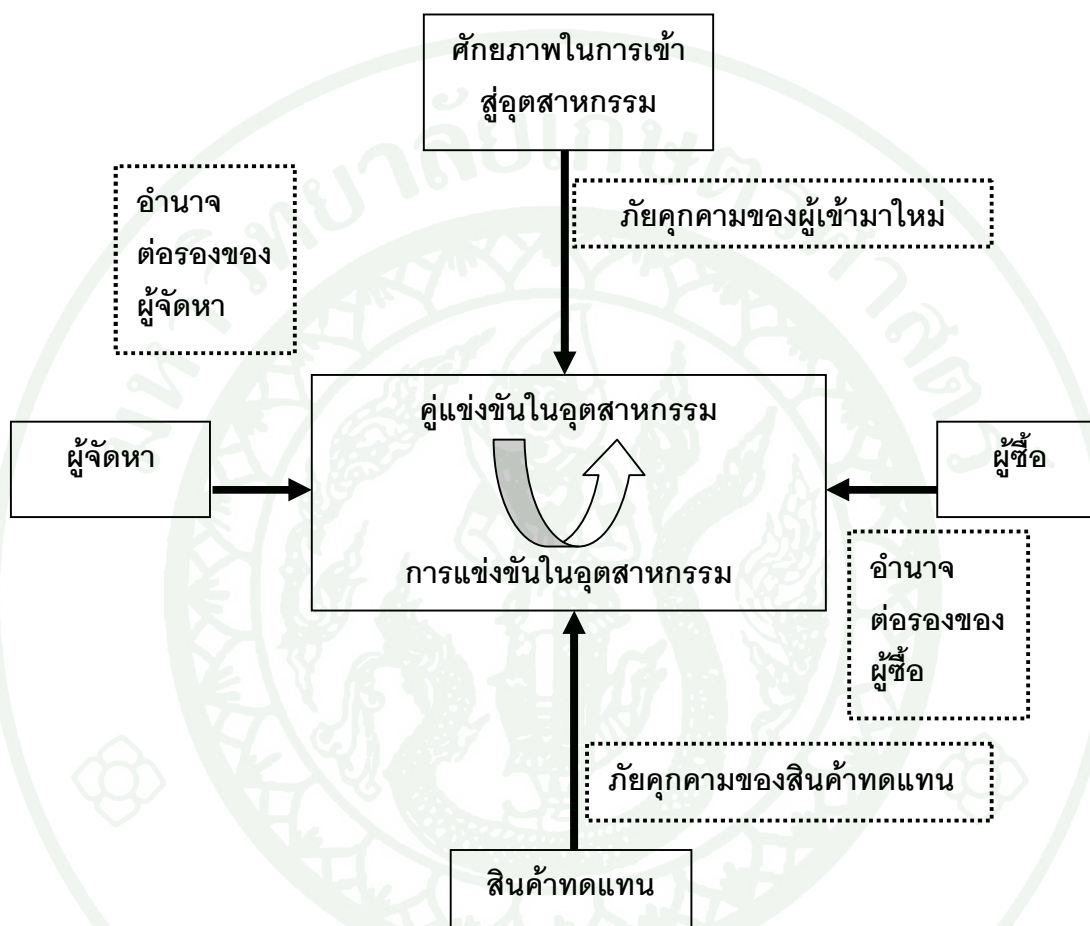
ง. อำนาจของผู้จัดหา (Suppliers Power) หมายถึง อำนาจของผู้จัดหาในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากลูกค้า เพราะลูกค้าไม่มีทางเลือกอื่นในการซื้อสินค้า

จ. อำนาจของผู้ซื้อ (Buyer Power) หมายถึง อำนาจของผู้ซื้อในการต่อรองราคาสินค้า เพราะผู้จัดหาไม่มีทางเลือกอื่นในการขายสินค้า

Walker (2007) กล่าวว่า Porter ได้กล่าวถึงแรงผลักดันที่มีผลต่อกำไรของบริษัท ไว้ 5 ข้อ ประกอบด้วย 1) ความแข็งแกร่งของการแข่งขัน (The Strength of Competition) 2) ความสามารถในการเข้าสู่อุตสาหกรรม (The Potential for Entry into the Industry) 3) อำนาจของผู้ซื้อ (The Power of Buyers) 4) อำนาจของผู้จัดหา (The Power of Suppliers) และ 5) ความแข็งแกร่งของสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรม (The Strength of Substitutes for the Industry's Products) โดยหากแรงผลักดันนี้มีมาก จะทำให้บริษัททำกำไรได้น้อยลง ในทางตรงกันข้ามหากแรงผลักดันนี้ต่ำ บริษัทจะสามารถทำกำไรได้มากขึ้น

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2555) กล่าวว่า แรงกดดันทางการแข่งขัน 5 ประการ (Five Forces Model) คือ เครื่องมือทางการจัดการ (Management Tool) ในการวิเคราะห์ความน่าสนใจของ

อุตสาหกรรม เพื่อสร้างความเข้าใจว่า ทำไมอุตสาหกรรมหนึ่งจึงดีกว่าอีกอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังช่วยกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันเพื่อโอกาสที่ดีกว่าในอุตสาหกรรม



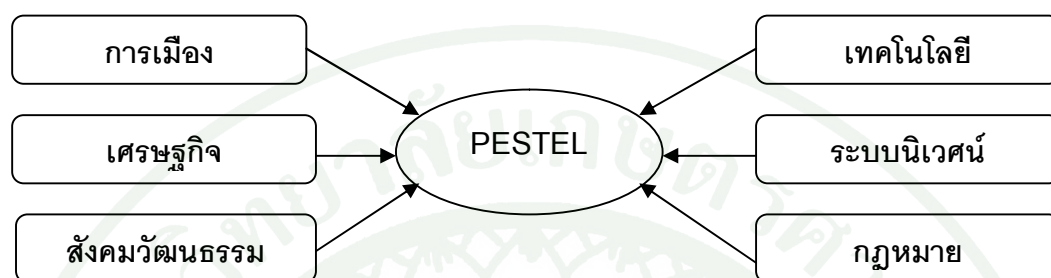
ภาพที่ 2 The Five Forces Model

ที่มา: ดัดแปลงจาก Porter (1980)

### 3.3 PESTEL Analysis หรือ STEEP Analysis

Wheelen and Hunger (2012) กล่าวว่า STEEP Analysis หรือ PESTEL Analysis (ภาพที่ 3) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมโดย STEEP ย่อมาจาก สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural) เทคโนโลยี (Technological) เศรษฐกิจ (Economic) ระบบนิเวศน์ (Ecological) และการเมืองและกฎหมาย (Political-legal) ในขณะที่ PESTEL ย่อมาจาก นโยบายการเมือง (Political

Force) เศรษฐกิจ (Economic Force) สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force) เทคโนโลยี (Technological Force) ระบบนิเวศน์ (Ecological Force) และ กฎหมาย (Legal Force)



ภาพที่ 3 PESTEL Analysis

ที่มา: ดัดแปลงจาก Wheelen and Hunger (2012)

สุดใจ วันอุดมเดชชัย (2556) จำแนก ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั่วไปที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ 4 ปัจจัย ได้แก่

1) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment) สภาพเศรษฐกิจของแต่ละประเทศมีอิทธิพลต่อภาวการณ์ดำเนินงานของธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยปัจจัยที่ควรพิจารณาประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rates) อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rates) และอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Rates)

2) สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม (Society, Culture, Demography and Natural Environment)

3) สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment)

4) สภาพแวดล้อมทางการเมือง รัฐบาล และกฎหมาย (Political, Government and Legal Environments)

จากข้างต้น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis, Five Forces Model และ PESTEL Analysis เพื่อใช้ในการจัดทำยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารและเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขัน

### ยุทธศาสตร์ความสามารถทางการแข่งขัน

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2542) ได้ทำการศึกษาการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยอธิบายว่า ความสามารถทางการแข่งขัน หรือ (Competitiveness) ของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจที่จะออกแบบ ผลิต และบริหารการตลาดของสินค้าและบริการได้ดีกว่าบริษัทคู่แข่งจากทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ความสามารถทางการแข่งขันในระดับประเทศ หมายถึง การที่ประเทศสามารถมีการขยายตัวของการส่งออกและการลงทุนในอัตราที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขัน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ปัจจัยที่มีโดยธรรมชาติ เช่น วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติ จำนวนแรงงาน เป็นต้น 2) ปัจจัยที่ถูกกำหนดจากนโยบายหรือมาตรการ ของภาครัฐหรือเอกชน เช่น อัตราแลกเปลี่ยน มาตรการของภาครัฐในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ มาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายในของประเศนำเข้า เป็นต้น ดังนั้น การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันในการส่งออกสินค้าจึงควรพิจารณาในเรื่องของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ มาตรการทางเทคนิคที่ใช้โดยประเทศผู้นำเข้า เทคโนโลยีของผู้ผลิต ว่าผลิตสินค้าได้มาตรฐานหรือไม่

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2542 อ้างถึง ไพฑูรย์, 2540) นโยบายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้ากับต่างประเทศนั้นแตกต่างตามยุคสมัย โดยในช่วงแรกเป็นการมุ่งเน้นป้องกันมิให้ดุลการค้ามีสภาวะขาดทุน ต่อมาได้มีการให้คำจำกัดความใหม่ว่า เป็นนโยบายซึ่งทำให้สินค้าที่ผลิตในประเทศไม่ว่าจะเป็นการสินค้าส่งออก หรือ สินค้าทดแทนการนำเข้ามีราคาใกล้เคียงกับราคาโลก และในขณะเดียวกันเป็นนโยบายที่ทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการเพิ่มมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Walker (2007) กล่าวว่า การได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) จะสร้างสมรรถนะทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าคู่แข่ง (Superior Economic Performance) และหากบริษัทต้องการรักษาความยั่งยืนในการได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน จะต้องดำเนินยุทธศาสตร์แบบรุก โดยตั้งเป้าหมายในการครอบครองตลาด และดำเนินยุทธศาสตร์แบบรับ โดยตั้งเป้าหมายในการพัฒนาเพื่อรักษาผลกำไรของบริษัทจากคู่แข่ง การได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น

Spulber (2009) กล่าวถึง การที่จะมีความสามารถทางการแข่งขันในโลกยุคปัจจุบันได้นั้น ต้องมีสมรรถนะที่สูงกว่าคู่แข่งทั้งคู่แข่งในระดับนานาชาติ และคู่แข่งในระดับท้องถิ่น ธุรกิจในระดับ

นานาชาติต้องได้มาตรฐานระดับโลก ทั้งด้าน ราคา คุณภาพผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรม กรอบแนวคิดที่ใช้พิจารณาความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์การแข่งขัน การพิจารณามูลค่าเพิ่มที่เกิดจากบริษัท การสร้างยุทธศาสตร์ความสามารถทางการแข่งขัน และ การออกแบบโครงสร้างขององค์กร ทั้งนี้ ผู้แต่งได้เสนอ Star Analysis เพื่อใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์ในการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย

1) ลักษณะของบริษัทภายในประเทศ ได้แก่ การเป็นบริษัทที่เป็นสากล ประวัติและวัฒนธรรมของบริษัท สัญชาติบริษัท ธรรมชาติบริษัท ตลาดภายในประเทศ (อุปสงค์และอุปทาน) การเมือง กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ

2) ลักษณะของบริษัทผู้จัดหาภายในประเทศ ได้แก่ ค่าแรงและการเพิ่มผลผลิต เทคโนโลยี เงินทุน ต้นทุนการผลิต การเมือง กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ เป็นต้น

3) ลักษณะของลูกค้าภายในประเทศ ได้แก่ ความชอบของลูกค้า ความยืดหยุ่นของความต้องการ ความยืดหยุ่นของสินค้าทดแทน รายได้ต่อหัว สังคมและวัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ เป็นต้น

4) ลักษณะของคู่ค้าภายในประเทศ ได้แก่ สินค้าที่ใช้ประกอบกัน เทคโนโลยีที่ใช้ประกอบกัน องค์ความรู้ในตลาด การเมือง กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ เป็นต้น

5) ลักษณะของคู่แข่ง ได้แก่ ลักษณะของบริษัท ผู้จัดหา ลูกค้า และคู่ค้า ของคู่แข่ง

ประวัติ เพียร์เจรีญ (2556) กล่าวถึง กลยุทธ์ Lanchester หรือ แนวทางปฏิบัติเพื่อเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ ทั้งกลยุทธ์การขายและกลยุทธ์การแข่งขัน ที่พัฒนาขึ้นโดยทาโอกะ โนบูโอะ ที่ปรึกษาด้านการตลาดชื่อดังผู้ล่วงลับไปแล้วร่วมกับ โอโนะดะ ไทโคโบ นักสถิติสังคม บนพื้นฐานของ กฎของ Lanchester (Lanchester's Law) สมการ Lanchester (Lanchester's Equations) และทฤษฎีมาร์เก็ตแชร์ โดยเสนอเป็น 2 รูปแบบ คือ

1) กลยุทธ์ของมือรอง ซึ่งหมายถึงทุกบริษัทที่ไม่ได้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ในตลาด โดยแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำตลาด หรือ 5 เหลี่ยมยุทธศาสตร์ของการสร้างความแตกต่างสำหรับมือรอง ประกอบด้วย

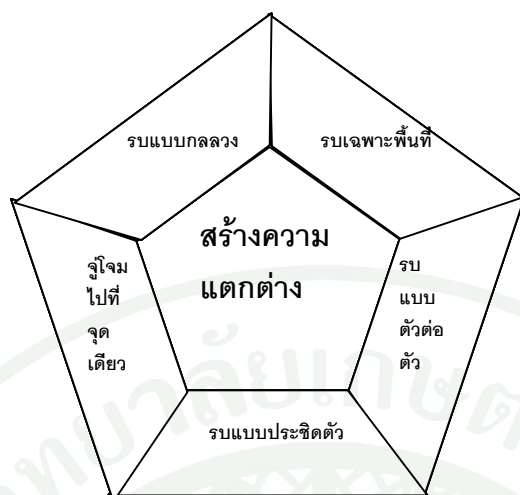
1.1) รบเฉพาะพื้นที่ (Local Battles) หมายถึง การรบหรือต่อสู้โดยจำกัดตลาด (ประเภทธุรกิจ กลุ่มลูกค้า) หรือ พื้นที่ (เขต) ไว้อย่างเฉพาะเจาะจง หากฝ่ายของตนเป็นมือรอง ก่อนอื่นต้องเริ่มจากกำหนดตลาด หรือ พื้นที่ให้แคบ เพราะจะทำให้เห็นสภาพที่แท้จริงของตลาดชัดเจนขึ้น

1.2) รบแบบตัวต่อตัว (Single Combat / Man-to-Man Combat) หมายถึง การเข้าสู่กับคู่แข่งที่มีจำนวนน้อย ถ้าเป็นได้ควรเลือกสถานการณ์หรือตลาดที่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งแบบตัวต่อตัวจะดีที่สุด หากคู่แข่งมีเพียงหนึ่ง การสร้างความแตกต่างย่อมทำได้ง่าย การเสนอสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้ารายใหม่พร้อมกับ คู่ค้าหรือพันธมิตร เป็นอีกหนึ่งวิธีที่นิยม

1.3) รบแบบประชิดตัว (Close Combat) หมายถึง การเข้าถึงลูกค้าหรือผู้ใช้โดยตรง เป็นการลดระยะห่างระหว่างบริษัทกับลูกค้า และเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น หากอยู่ในสถานะที่เป็นมือรอง ต้องเสริมพื้นฐานของกระบวนการขายไปยังลูกค้าหรือผู้ใช้โดยตรงให้แข็งแกร่ง ไม่ควรพึ่งตัวแทนจำหน่ายหรือร้านขายส่งมากเกินไป เพราะจะทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง นอกจากนี้ ยังสามารถใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ (PR) โดยมองหาสื่อที่เชื่อมถึงผู้บริโภคในกลุ่มของตนและเสนอข่าวของสื่อ นั้นโดยตรง

1.4) จูโจมไปที่จุดเดียว (One-point Concentration) หากฝ่ายเราอยู่ในสถานะมือรอง ควรรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่ไปที่จุดเดียว เพราะหากต้องกระจายกำลังออกไปย่อมทำให้อำนาจการจูโจมลดลงอย่างมาก

1.5) รบแบบกลลวง (Diversionary Operations) อาจเรียกว่าเป็นการรบแบบกองโจร กลยุทธ์ก่อวุ่นคู่ต่อสู้แบบนี้ เป็นกลยุทธ์ที่มีมือรองเท่านั้นที่สามารถทำได้ และมักจะได้ผล



ภาพที่ 4 ห้าเหลี่ยมยุทธศาสตร์ของมัวร์

ที่มา: Ryo (2010)

2) กลยุทธ์ของผู้นำ ซึ่งหมายถึงบริษัทที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 ในตลาด โดย 5 เหลี่ยมยุทธศาสตร์ของผู้นำ หรือ แนวทางการดำเนินการเพื่อครองตลาดความเป็นผู้นำคือ

2.1) รบกินพื้นที่กว้าง (Wided-area Battles) หมายถึง การขยายตลาด พื้นที่ ฯลฯ ของสมรภูมิการแข่งขันให้กว้างออกไป เช่น ถ้าเป็นมิติเชิงภูมิศาสตร์ หมายถึง การขยายขอบเขตของธุรกิจไปทุกจังหวัด ทั่วประเทศ หากเป็นธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ หมายถึง การขยายขอบเขตการทำธุรกิจให้คลุมทุกด้าน

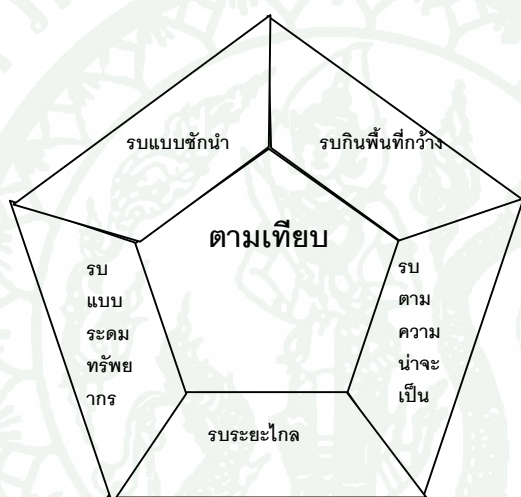
2.2) รบตามทฤษฎีความน่าจะเป็น (Stochastic Battles) หากเป็นผู้นำในตลาด โอกาสที่จะได้รับเลือกจากลูกค้าหรือผู้บริโภคย่อมสูงกว่าคู่แข่งรายอื่น เพราะบริษัทผู้นำมักมีการรับรู้ในชื่อของแบรนด์ ชื่อเสียงของบริษัท เป็นต้น

2.3) รบระยะไกล (Remote Battles) หมายถึง การใช้ร้านขายส่ง ร้านตัวแทนจำหน่าย ที่มีอยู่อย่างเต็มประสิทธิภาพและเพิ่มปริมาณการจู่โจม (การขาย) ด้วยการขยายเครือข่ายทางอ้อม นอกจากนี้ ยังหมายถึง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (PR) ซึ่งหากเราเป็นผู้นำในตลาด เราควรใช้ประโยชน์จากกลยุทธ์ PR ให้เต็มที่ เพื่อให้บริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รับรู้ในตลาดมากที่สุด

2.4) รบแบบระดมทรัพยากร (Comperhensive Battles) หมายถึง วิธีการรบเพื่อครอบครองตลาดด้วยจำนวนหรือปริมาณที่มากกว่าคู่แข่ง เช่น การกระจายสินค้าจำนวนมากของ

เครือข่ายร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ การเพิ่มรุ่นสินค้า แปรณต์สินค้าในเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกส่วนของตลาด

2.5) ระบบชักนำ (Inducement Battles) หมายถึง การชักนำให้มือรองของตลาดเข้ามาต่อสู้ในสังเวียนของตน แล้วใช้ความได้เปรียบโจมตีคู่แข่งจนพ่ายแพ้อย่างราบคาบ เช่น การลวงให้มือรองติดกับด้วย “ราคา” โดยผู้นำจะตั้งราคาให้ต่ำกว่าปกติเป็นบางครั้ง เพื่อลวงให้คู่แข่งลงมาเล่นในสงครามราคา ซึ่งโดยหลักการแล้วสงครามราคาถือเป็นกลยุทธ์สำหรับผู้นำเท่านั้น



ภาพที่ 5 ห้าเหลี่ยมยุทธศาสตร์ของผู้นำ

ที่มา: Ryo (2010)

นอกจากยุทธศาสตร์การแข่งขันทางธุรกิจแล้ว ผู้เขียนยังได้กล่าวถึง การกำหนดตัวเลขเป้าหมายของส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เรียกว่า เป้าหมายเชิงสัญลักษณ์ 7 แบบ ดังนี้

1) เป้าหมายขั้นสูงสุด 73.9% หากสามารถครอบครองส่วนแบ่งตลาดได้ถึง 74% ถือว่าครอบครองตลาดได้อย่างเบ็ดเสร็จ ตำแหน่งที่ยืนในตลาดมีความมั่นคงสูง

2) เป้าหมายสร้างเสถียรภาพ 41.7% โดยทั่วไปแล้วบริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่า 40% ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในสภาพนำเดี่ยวเหนือคู่แข่งทั้งปวง ทำให้เกิดความได้เปรียบอย่างมาก ตำแหน่งที่ยืนในตลาดมีเสถียรภาพสูง

3) เป้าหมายต่ำ 26.1% เป็นเงื่อนไขขั้นต่ำของผู้นำที่จะสามารถยืนบนตำแหน่งสูงสุดของตลาด เป็นจุดแบ่งแยกระหว่างความมีเสถียรภาพกับไม่มีเสถียรภาพ หากส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่านี้ จะไม่สามารถยืนหยัดในตำแหน่งได้อย่างมั่นคง

4) เป้าหมายแถวหน้า 19.3% อยู่ในกลุ่มแถวหน้าของผู้เล่นในตลาด อาจเรียกว่าเป็นผู้นำของกลุ่มมือรองก็ได้ บริษัทที่เป็นมือรองจำนวนไม่น้อยนิยมใช้ตัวเลขนี้เป็นเป้าหมาย ( $26.1\% \times 73.9\% = 19.3\%$ )

5) เป้าหมายสร้างผลกระทบ 10.9% เริ่มส่งผลกระทบต่อตลาดโดยรวม ถือว่าเข้าสู่สงครามการแย่งตลาดอย่างเต็มตัว และถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการมีฐานที่มั่นคง ( $26.1\% \times 41.7\% = 10.9\%$ )

6) เป้าหมายเพื่อกองอยู่ 6.8% ส่วนแบ่งตลาดระดับนี้ ถือว่าไม่ส่งผลกระทบใดๆ ต่อตลาด คู่แข่งเริ่มรับรู้ถึงการดำรงอยู่ของตลาด ในบางกรณีอาจนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าควรจะต้องถอนตัวออกจากตลาดหรือไม่ ( $26.1\% \times 26.1\% = 6.8\%$ )

7) เป้าหมายสร้างที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์ 2.8% เรียกได้ว่า ไม่มีค่าของการดำรงอยู่ในตลาดเลย เป็นได้เพียงที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์เท่านั้น หากส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.8% ควรใช้กลยุทธ์การเข้าตลาด แต่หากมีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่า 2.8% ควรใช้กลยุทธ์การแข่งขัน ( $6.8\% \times 41.7\% = 2.8\%$ )

ส่วนแบ่งทางการตลาดนอกจากจะเป็นเป้าหมายเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงฐานะของแต่ละผู้แข่งขันแล้ว ยังใช้แสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของการแข่งขันในตลาดด้วย ตามทฤษฎีระยะหวังผลที่กล่าวว่า เมื่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจของการแข่งขันห่างกันตั้งแต่ 3 ต่อ 1 ขึ้นไป จะถือว่าเห็นผลแพ้ชนะกันอย่างเด็ดขาด และหมายถึงการสิ้นสุดของการแข่งขันโดยปริบูรณ์ หรือ กล่าวได้ว่า หากสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดทิ้งห่างคู่แข่ง ตั้งแต่ 3 เท่าขึ้นไป ก็ถือว่าอยู่ในเขตปลอดภัย ตามกฎที่ 2 ของ Lanchester ยุทธนาภาพจะแปรผันตามกำลังพลยกกำลังสอง ดังนั้น ส่วนต่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจึงเท่ากับ  $\sqrt{3}$  หรือ ประมาณ 1.7 เท่า ในมุมของมือรอง หากส่วนต่างของส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างตนกับคู่แข่งที่เหนือกว่าอยู่ต่ำกว่า 1.7 เท่า ก็เปรียบเสมือนอยู่ในระยะหวังผล โอกาสที่จะพลิกกลับมาชนะก็มีทางเป็นไปได้มากขึ้น ดังนั้น จึงสามารถแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ตามลักษณะการแข่งขันในตลาด ได้ดังนี้

1) รูปแบบกระจายตัว หมายถึง สภาพที่ไม่มีบริษัทใดโดดเด่น โดยแต่ละบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่ต่างกันนัก โดย อันดับ 1 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 20% อันดับ 2, 3, 4, 5 และ 6 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 18%, 16%, 14%, 12% และ 10% โดยช่วงห่างของแต่ละส่วนแบ่งทางการตลาดห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ ประมาณ 1.7 เท่า

2) รูปแบบปึกทึบ หมายถึง สภาพที่บริษัท 3 บริษัทในตลาดอยู่ในกลุ่มผู้ชนะ และบริษัทอื่นๆ อยู่ในกลุ่มผู้แพ้ โดย ส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ 1 + อันดับ 2 + อันดับ 3  $\geq 73.9\%$  และอันดับ 1  $\leq$  อันดับ 2 + อันดับ 3 โดยช่วงห่างของแต่ละส่วนแบ่งทางการตลาดห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ ประมาณ 1.7 เท่า เช่น อันดับ 1 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 30% อันดับ 2, 3, 4, 5 และ 6 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 25%, 20%, 11%, 8% และ 6% เป็นต้น

3) รูปแบบปึกทึบ หมายถึง สภาพที่มีเพียง 2 บริษัทเท่านั้นเป็นผู้ชนะ ส่วนบริษัทอื่นๆ อยู่ในกลุ่มผู้แพ้ โดยส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ 1 + อันดับ 2  $\geq 73.9\%$  และอันดับ 1  $\leq$  อันดับ 2 \*  $\sqrt{3}$  โดยช่วงห่างของแต่ละส่วนแบ่งทางการตลาดห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ ประมาณ 1.7 เท่า เช่น อันดับ 1 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 38% อันดับ 2, 3, 4 และ 5 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 36%, 18%, 5% และ 3% เป็นต้น

4) รูปแบบกินรวบ หมายถึง สภาพที่บริษัทอันดับหนึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 41.7% ขึ้นไป ส่วนบริษัทตั้งแต่อันดับ 2 ลงมา ถือว่าเป็นเป็นผู้แพ้ทั้งหมด กล่าวคือ ส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ 1  $\geq 41.7\%$  และอันดับ 1  $\geq$  อันดับ 2 \*  $\sqrt{3}$  เช่น อันดับ 1 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 43% อันดับ 2, 3, 4 และ 5 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 24%, 17%, 9% และ 7% เป็นต้น

5) รูปแบบครองตลาด หมายถึง สภาพที่บริษัทอันดับหนึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 73.9% ส่วนบริษัทอื่นๆ อยู่ในกลุ่มผู้แพ้ทั้งหมด เช่น อันดับ 1 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 74% อันดับ 2, 3 และ 4 มีส่วนแบ่งทางการตลาด 16%, 7% และ 3% เป็นต้น

Acord (1999) กล่าวว่า ทาโอเกะ โนบูโอะ ได้ประยุกต์สูตร Lanchester มาใช้ในการพัฒนาแนวคิดการขายและกลยุทธ์ในทางธุรกิจ ซึ่งต่อมาเรียกว่า New Lanchester Strategy โดยแนวคิดนี้พิจารณาการเพิ่มและรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำแผนทางการตลาด กลยุทธ์ที่นำมาใช้จะขึ้นอยู่กับลักษณะของบริษัทว่าเป็นผู้นำในตลาด หรือ บริษัทขนาดเล็ก หากเป็น

บริษัทขนาดเล็ก และต้องการขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาด สามารถเลือกใช้กลยุทธ์ 4 แนวทาง ดังนี้ 1) สร้างความแตกต่าง บริษัทจะต้องเสนอบางสิ่งที่แตกต่างกันจากคู่แข่งให้แก่ลูกค้า วิธีนี้ยากต่อการลอกเลียนแบบ 2) รบเฉพาะพื้นที่ (Local Battles) บริษัทขนาดเล็กไม่ควรเข้าทุกตลาด แต่ควรมุ่งเจาะเฉพาะพื้นที่ ซึ่งอาจเป็น Niche Market ที่คู่แข่งไม่ได้ให้ความสำคัญ 3) ระบบตัวต่อตัว (Hand-to-Hand Combat) กลยุทธ์นี้จะใช้เมื่อในตลาดมีคู่แข่ง 1 บริษัท และบริษัทต้องการแย่งชิงลูกค้าจากคู่แข่ง บริษัทจะต้องวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของทั้งคู่แข่งและบริษัทอย่างละเอียด เพื่อแทรกซึมเข้าสู่ตลาด และ 4) จู่โจมไปที่จุดเดียว (Pin-Point Concentration) บริษัทควรกำหนดชุดเป้าหมาย 1 ชุด และมุ่งทำให้สำเร็จมากกว่าการพยายามในหลายเป้าหมาย

Campbell and Roberts (1986) กล่าวถึงทฤษฎี Lanchester ว่าได้คิดค้นโดย F. W. Lanchester วิศวกรและนักคณิตศาสตร์สัญชาติอังกฤษ ต่อมา ทาโนกะและโอโนดะ ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้กับการแข่งขันในทางธุรกิจ โอโนดะ เสนอว่าการต่อสู้ระหว่าง 2 กองทัพ เทียบได้กับการแข่งขันระหว่างผู้นำตลาดและกลุ่มที่เหลื่อ โดยจุดแข็งของกองทัพเทียบได้กับส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท ยุทธวิธีการรบเทียบได้กับ การกำหนดราคาสินค้า การโฆษณา และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อัตราเร็วของกำลังสนับสนุนเทียบได้กับอัตราเร็วที่แต่ละบริษัทเข้ายึดครองลูกค้าที่มีศักยภาพ กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้บริษัทยังคงเป็นผู้นำในตลาด โดยแบ่งประเภทตลาดเป็น 6 ประเภท ตามสัดส่วนทางการตลาด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 โครงสร้างตลาดแบ่งตามส่วนแบ่งทางการตลาด

| ตลาด            | ลักษณะส่วนแบ่งทางการตลาด                      |
|-----------------|-----------------------------------------------|
| 1. Monopoly     | $A > 74\%$                                    |
| 2. Premium      | $74\% > A > 42\% ; B < A/1.7$                 |
| 3. Duopoly      | $B > A/1.7 ; A+B > 74\% > A$                  |
| 4. Oligopoly    | $A+B+C > 74\% ; A < \text{Max} \{1.78, B+C\}$ |
| 5. Intermediate | ไม่มีข้อกำหนด                                 |
| 6. Polypoly     | $A < 26\%$                                    |

ที่มา: Campbell and Roberts (1986)

หากบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 26% บริษัทอาจสูญเสียความเป็นผู้นำ ตลาดในลักษณะนี้ เรียกว่า Polyopoly Market หากบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 42% บริษัทจะต้องอุทิศให้กับการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ยังคงเป็นผู้นำในตลาด ตลาดในลักษณะนี้ เรียกว่า Premium Market และหากบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 74% ตำแหน่งผู้นำทางการตลาดของบริษัทมีความปลอดภัยมาก ตลาดในลักษณะนี้เรียกว่า ตลาดผูกขาด (Monopoly) ตำแหน่งผู้นำในตลาด Premium Market และตลาดผูกขาด ค่อนข้างมีความเสถียร หากบริษัทต้องการรักษาตำแหน่งผู้นำทางการตลาด จะต้องมียุทธศาสตร์ทางการตลาดที่ดีกว่าคู่แข่ง สำหรับผู้นำในตลาด Polyopoly Market จะมีสลับสับเปลี่ยนมากกว่าตลาดอื่นๆ

Lefler (2012) กล่าวถึง ยุทธศาสตร์ New Lanchester ว่า พัฒนามาจากยุทธศาสตร์ Lanchester คิดค้นโดย F. W. Lanchester ยุทธศาสตร์ New Lanchester เป็นยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการพิจารณาประเภทของตลาดเหมาะทั้งบริษัทจะเริ่มเข้าสู่ตลาด และบริษัทที่อยู่ในตลาดแล้ว

Steven (2007) กล่าวถึง 4 ขั้นตอนในการวิเคราะห์ตลาดตามยุทธศาสตร์ New Lanchester ว่า 1) หากในตลาดมีเพียงบริษัทเดียว และมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 74 ขึ้นไป ตลาดนี้เป็นตลาดผูกขาด 2) หากส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างบริษัทที่เป็นผู้นำในตลาดและบริษัทที่เป็นรองอันดับมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า ร้อยละ 74 และบริษัทผู้นำมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็น 1.7 เท่าของส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทที่สอง ตลาดนี้เป็น Duopoly 3) หากบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 41 และมากเป็น 1.7 เท่าของบริษัทลำดับถัดไป บริษัทนี้อาจถือได้ว่าเป็นผู้นำในตลาด ตลาดลักษณะนี้ ยากต่อการเข้าแข่งขัน 4) หากผู้นำในตลาดมีสัดส่วนทางการตลาดน้อยกว่าร้อยละ 26 ตลาดนี้ไม่เสถียร และอาจมีการสลับลำดับการเป็นผู้นำในตลาดได้ 5) หากผู้นำในตลาดมีสัดส่วนทางการตลาดน้อยกว่าร้อยละ 26 ตลาดลักษณะนี้ไม่มีผลต่อการเข้าทำตลาดของคู่แข่งรายใหม่

อนิวัช แก้วจำนงค์ (2551) กล่าวถึง กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย

1) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) หมายถึง การกำหนดรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีความพิเศษในความรู้สึกของลูกค้าและเหนือกว่าคู่แข่ง ความแตกต่างนั้นมีหลากหลาย เช่น ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการอำนวยความสะดวก

ความสะดวก คุณภาพและบริการ ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของกิจการ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น

2) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) หมายถึงการดำเนินงานขององค์กรโดยมุ่งการใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ทั้งในด้านการผลิต การจัดการ องค์กรที่เป็นผู้นำด้านต้นทุนจะมีผลตอบแทนที่สูงกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้ ผู้นำด้านต้นทุนจะไม่สนใจความแตกต่างของลูกค้าหรือตลาด โดยต้องผลิตสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่ได้

3) กลยุทธ์การมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) หมายรวมทั้งกลุ่มลูกค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มตลาด และกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กที่มีความต้องการพิเศษ (Niche Market) องค์กรต้องสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย และสร้างความพึงพอใจในตลาดให้มากกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้ องค์กรจะต้องไม่สร้างความแตกต่างที่เกิดขึ้นในหลายตลาดแต่ควรมุ่งเน้นเฉพาะที่ตลาดเดียวเท่านั้น

4) การมุ่งการตอบสนองที่รวดเร็ว (Quick Response) องค์กรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันได้มากกว่า องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วได้ด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว (Delivery of Ordered Products) การตอบคำถามลูกค้าด้วยความเต็มใจ (Answering Customer Questions) การพัฒนาสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Developing New Products) การปรับปรุงสินค้าเก่าที่มีอยู่เพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของลูกค้า (Improving Existing Products)

5) กลยุทธ์เชิงรุก (Offensive Strategies) องค์กรขนาดใหญ่จะนำกลยุทธ์เชิงรุกมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้เหนือกว่าองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก ประกอบด้วย

5.1) การโจมตีจุดแข็งของคู่แข่ง (Attacking Competitor Strengths) เช่น การขายตัดราคา การโฆษณาเปรียบเทียบ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นต้น

5.2) การโจมตีจุดอ่อนของคู่แข่ง (Attacking Competitor Weaknesses) เช่น การโจมตีในเรื่องคุณภาพ รูปแบบ ราคา วิธีการผลิต เป็นต้น วิธีนี้มีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่าการโจมตีจุด

แข็งของคู่แข่ง องค์การที่จะใช้วิธีนี้ได้จะต้องมีความสามารถรอบด้านโดยเฉพาะการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของคู่แข่ง

5.3) การมุ่งเน้นไปยังจุดที่คู่แข่งละเลย (End-run Offensive) โดยการค้นหาสิ่งที่คุณแข่งขันไม่สนใจในการดำเนินงาน คู่แข่งขันไม่มีหรือทำได้ไม่ดีในความรู้สึกของลูกค้า วิธีนี้จะเป็นการหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าและการทำตัวเป็นคู่แข่งซึ่งกันและกัน ตัวอย่าง เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

5.4) การโจมตีแบบกองโจร (Guerrilla Offensive) คือ การเลือกในจุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบ ในกรณีที่คุณแข่งถึงจุดอิ่มตัว หรือ คู่แข่งขันเผชิญหน้ากับปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น ปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านการผลิต เป็นต้น วิธีนี้เหมาะกับองค์การขนาดเล็กและขนาดกลาง ที่มีทรัพยากรจำกัด

5.5) กลยุทธ์การเป็นเจ้าแรก (Preemptive Strategies) เป็นการตอกย้ำให้ลูกค้าได้รับทราบว่าคุณคือเจ้าแรกที่ดำเนินการในเรื่องนั้นๆ กลยุทธ์นี้จะทำให้องค์การเป็นองค์การที่ดีและมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและทำให้เกิดการเปรียบเทียบกับองค์การคู่แข่งโดยอัตโนมัติ

6) กลยุทธ์เชิงรับ (Defensive Strategy) ใช้เพื่อป้องกันความเสียเปรียบจากการดำเนินงานเมื่อเทียบกับคู่แข่ง กลยุทธ์เชิงรับไม่ได้ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแต่เป็นการป้องกันและรักษาไว้ซึ่งความได้เปรียบเดิมที่องค์การได้รับ นอกจากนี้ กลยุทธ์เชิงรับยังเป็นการส่งสัญญาณเตือนคู่แข่งว่าไม่ควรเข้ามาแข่งขันกับองค์การและหากฝ่าฝืน คู่แข่งจะได้รับการตอบโต้กลับอย่างรุนแรง

7) กลยุทธ์การเป็นผู้นำ (Leadership Strategies) ส่วนใหญ่ใช้กับองค์การขนาดใหญ่ โดยจะดำเนินการได้เมื่อองค์การมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านในด้านหนึ่ง เช่น ด้านวัตถุดิบ ด้านต้นทุน การจัดจำหน่าย การผลิต การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต การรักษาสีงแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น การเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจด้านใดด้านหนึ่ง จะก่อให้เกิดภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีต่อองค์การ และเป็นการสร้างความภักดีของลูกค้าให้กับองค์การ

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2555) กล่าวว่า กลยุทธ์ทางการแข่งขัน (Competitive Strategy) คือ กลยุทธ์ที่องค์กรใช้เพื่อแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยมีผู้บริหารระดับแผนกของหน่วยธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานและควบคุมกลยุทธ์ โดยมุ่งเพิ่มกำไร (Improving Profitability) และขยาย

การเติบโต (Growth) บางครั้งอาจเรียกกลยุทธ์การแข่งขันว่า กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy) กลยุทธ์ที่จะสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันจะต้องเข้าใจบุคคล 3 กลุ่ม (3 C's) ได้แก่ 1) ลูกค้า (Customers) เพราะลูกค้าคือ ผู้ตัดสินใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า 2) บริษัท (Corporation) การสร้างรายได้เปรียบ คือ การสร้างจุดเด่นอันเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของธุรกิจที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง โดยบริษัทต้องคำนึงถึงการทุ่มเทพยายามและจังหวะเวลา เช่น ในช่วงแนะนำตลาด ปัจจัยแห่งความสำเร็จอาจเน้นที่การวิจัยและพัฒนา (R&D) และในช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ ปัจจัยแห่งความสำเร็จจะเน้นที่การผลิตแบบขนานใหญ่ (Economies of Scale) เป็นต้น นอกจากนี้ การได้เปรียบเหนือคู่แข่งอาจพิจารณาการวิเคราะห์ด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่า เพื่อค้นหากิจกรรมหลักอันเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จก็ได้ 3) คู่แข่งขัน (Competitors) บริษัทต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบริษัทกับคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วย ราคาขาย ปริมาณการผลิต และต้นทุนการผลิต เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากจุดด้อยของคู่แข่ง กลยุทธ์การแข่งขัน ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) แหล่งของรายได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ คือ ต้นทุนต่ำหรือเอกลักษณ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ และ 2) เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ คือ ตลาดทั่วไปหรือผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มลูกค้า ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 4 กลยุทธ์ (ภาพที่ 6) ได้แก่

1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) โดยการให้ความสำคัญในตลาดทั่วไป ร่วมกับปัจจัยด้านราคาเพื่อแข่งขันในอุตสาหกรรม ส่วนมากจะเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งสร้างความแตกต่างได้ยาก เช่น น้ำมัน ถ่านหิน เป็นต้น

2) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง หรือ เน้นเอกลักษณ์ (Differentiation) เป็นกลยุทธ์ในตลาดทั่วไปร่วมกับคุณภาพ ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ เช่น เบียร์สิงห์ โชดาซัง เป็นต้น

3) กลยุทธ์การมุ่งเฉพาะต้นทุน (Cost Focus) โดยการให้ความสำคัญต่อตลาดเฉพาะกลุ่มร่วมกับราคา เช่น สายการบิน Southwest Airlines ที่นำเสนอตั๋วเครื่องบินราคาต่ำเฉพาะในกลุ่มตลาดเฉพาะ โดยใช้ประโยชน์จากค่าใช้จ่ายที่ลดลง เนื่องจากขอบเขตตลาดที่เล็กกว่าบริษัทอื่น

4) กลยุทธ์การมุ่งเฉพาะตลาดที่เน้นความแตกต่าง (Differentiation Focus) คือ การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ตลาดเฉพาะกลุ่มที่ชอบความหรูหรา เช่น นาฬิกาโรเล็กซ์ รถยนต์เมอร์เซเดส-เบนซ์ เป็นต้น

### ข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage)

| ขอบเขต<br>การแข่งขัน<br>(Competitive<br>Scope) |                  | Lower Cost                                      | Differentiation                                                    |
|------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|                                                | Board<br>Target  | ต้นทุนต่ำ ผลิตภัณฑ์<br>มาตรฐานเน้นราคาต่ำที่สุด | การสร้างแตกต่าง<br>ผลิตภัณฑ์มาตรฐานสูง เน้น<br>ภาพลักษณ์ และคุณภาพ |
|                                                | Narrow<br>Target | มุ่งเฉพาะต้นทุน มุ่งราคาต่ำ<br>เฉพาะส่วนตลาด    | มุ่งเฉพาะความแตกต่าง<br>เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่<br>เหนือกว่าคู่แข่ง  |

### ภาพที่ 6 กลยุทธ์พื้นฐาน (Generic Strategies)

ที่มา: Porter (1980)

### ข้าว ประเภทและคุณสมบัติ

ข้าวเป็นอาหารหลักของประชากรมากกว่าครึ่งโลก ผลผลิตข้าวมากเป็นอันดับ 2 ของผลผลิตอาหารกลุ่มธัญพืชของโลก เป็นรองผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (FAO, 2013b) ประชากรโลกมากกว่า 3.5 พันล้านคนบริโภคข้าว ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของพลังงานที่ได้รับต่อวัน (IRRI, 2013) โดยในปี 2010 ประชากรโลกบริโภคข้าว 439 ล้านตัน และคาดว่าประชากรโลกจะบริโภคข้าว 496 ล้านตัน ในปี 2020 และเพิ่มขึ้นเป็น 555 ล้านตันในปี 2035 (Seck, P. A. et al., 2012) ภูมิภาคเอเชียเป็นผู้ผลิตข้าว ผลิตโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 90 ของปริมาณข้าวในตลาดโลก (IRRI, 2013)

ข้าวเป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว จัดอยู่ในสกุล *Oryza* สกุลนี้ประกอบด้วยพันธุ์ (Species) มากกว่า 22 พันธุ์ แต่มีเพียง 2 พันธุ์ที่เป็นข้าวที่นำมาเพาะปลูก คือ *Oryza glaberrima* (Steudel) และ *Oryza sativa* (L.) โดย *O. glaberrima* เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองของแอฟริกา (Seck, P. A. et al., 2012) ในขณะที่ข้าว *O. sativa* เป็นข้าวที่นิยมรับประทาน ซึ่งแบ่งตาม Subspecies ได้เป็น 3 กลุ่ม (วาสนา ผลารักษ์, 2523; สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2012; Purseglove, 1978) ได้แก่

1. Subspecies Indica ข้าวเจ้า เป็นข้าวที่มีลักษณะเมล็ดเรียวยาวรี ลำต้นสูง ตั้งชื่อมาจากแหล่งที่ค้นพบครั้งแรกในประเทศอินเดีย เป็นข้าวที่นิยมเพาะปลูกในทวีปเอเชียเขตร้อน ตั้งแต่จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ไทย อินโดนีเซีย ไปจนถึงอินเดียและศรีลังกา และแพร่กระจายไปทั้งเขตอุษาคเนย์ตั้งแต่หลัง พ.ศ.1000 ทั่วเขตลุ่มน้ำอิรวดี และต่อมาแพร่ขยายเพาะปลูกในทวีปอเมริกา เป็นพันธุ์ที่ตอบสนองต่อช่วงแสง

2. Subspecies Japonica เป็นข้าวเหนียวเมล็ดป้อม กลมรี มีแหล่งกำเนิดจากทางภาคเหนือ แล้วผ่านมาทางลุ่มแม่น้ำโขง ในสมัยก่อนพุทธศตวรรษที่ 20 หลังจากนั้นลดจำนวนลงไปแพร่หลาย ในเขตอบอุ่นที่ ญี่ปุ่น เกาหลี รัสเซีย ยุโรป และอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ที่ไม่ตอบสนองต่อช่วงแสง

3. Subspecies Javanica เป็นข้าวลักษณะเมล็ดป้อมใหญ่สันนิษฐานว่า เป็นข้าวพันธุ์ผสมระหว่างข้าวอินดิกาและจาปอนิกา นิยมเพาะปลูกใน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน หมู่เกาะริวกิว และญี่ปุ่น แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมนักเพราะให้ผลผลิตต่ำ ประเทศต่างๆในโลกต่างก็มีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวใหม่ เพิ่มพื้นที่การเพาะปลูกข้าวและวิธีการปลูกข้าวให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ที่ไม่ตอบสนองต่อช่วงแสง



ภาพที่ 7 เมล็ดข้าว 3 กลุ่ม Subspecies

ที่มา: International Rice Research Institute (2007)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 4004-2555 (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2555) และได้ให้คำนิยามของสินค้าข้าวไว้ดังนี้

1. ข้าวเจ้า (Non-glutinous rice or non waxy rice) หมายถึง ข้าวซึ่งเป็นพันธุ์ที่เมล็ดมีลักษณะใส อาจมีหรือไม่มีจุดขุนขาวของท้องไขปรากฏอยู่

2. ข้าวเหนียว (Glutinous rice or non waxy rice) หมายถึง ข้าวซึ่งเป็นพันธุ์ที่เมล็ดมีลักษณะ ชุ่มขาวทั้งเมล็ด เมื่อนึ่งสุกจะเหนียวและจับติดกัน

3. ข้าวเปลือก (Passy or rough rice or unhusked rice) หมายถึง เมล็ดข้าวที่ยังมีเปลือกหุ้ม อยู่

4. ข้าวเปลือกสด (Wet paddy or wet unhusked rice) หมายถึง ข้าวเปลือกที่เก็บเกี่ยวและ นวดทันที โดยไม่ผ่านกระบวนการลดความชื้น ทั้งนี้รวมถึงข้าวเปลือกที่มีความชื้นเกิน 15%

5. ข้าวเปลือกแห้ง (Dry paddy or dry unhusked rice) หมายถึง ข้าวเปลือกที่ผ่าน กระบวนการลดความชื้นจนมีความชื้นไม่เกิน 15%

6. ข้าวกล้อง (Husked rice or brown rice or cargo rice or loonzain rice) หมายถึง เมล็ด ข้าวที่ผ่านการกะเทาะเปลือกออกเท่านั้น ทั้งนี้กระบวนการกะเทาะเปลือกอาจทำให้เยื่อบางส่วน หลุดออก

7. ข้าวขาวหรือข้าวสาร (White rice or milled rice or polished rice) หมายถึง เมล็ดข้าวที่ได้ จากการนำข้าวกล้องเจ้าหรือข้าวกล้องเหนียวไปขัดเยื่อราออก

8. ข้าวเหนียวขาว (White glutinous rice or white waxy rice) หมายถึง เมล็ดข้าวที่ได้จาก การนำข้าวกล้องเหนียวไปขัดเยื่อราออก

9. ข้าวึ่ง (Parboiled rice) หมายถึง ข้าวกล้องหรือข้าวสารของข้าวเจ้าที่ได้ผ่านกระบวนการ ทาข้าวึ่ง

FAO (2013d) ได้ให้คำนิยามลักษณะข้าวไว้ดังนี้

1. ข้าวเปลือก ส่วนใหญ่หมายถึง *O. sativa* เป็นข้าวภายหลังการนวดข้าวให้เมล็ดหลุดออก จากรวง แต่ยังคงมีเปลือกหุ้มเมล็ดข้าวอยู่

2. ข้าวกล้องหรือข้าวซ้อมมือ ข้าวที่สีเปลือกออก แต่ไม่ได้ขัดขาว

3. ข้าวขาวที่ขัดสีแล้ว เกิดจากการนำข้าวเปลือกมาทำการขัดสี ในที่นี้รวมทั้งข้าวที่ขัดสี บางส่วน ข้าวขัดสีทั้งเมล็ด และข้าวึ่ง

4. ข้าวขาวที่ขัดสีแล้ว เกิดจากข้าวที่ผลิตภายในประเทศ ในที่นี้รวมทั้งข้าวที่ขัดสีบางส่วน ข้าวขัดสีทั้งเมล็ด และข้าวหนึ่ง
5. ข้าวหัก เกิดจากการขัดสีข้าว และการคัดเลือกข้าวเต็มเมล็ด
6. ข้าวกลูเตน ผลิตผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมการผลิตแป้ง ไม่เหมาะสำหรับรับประทาน
7. แป้งข้าว ผลิตภัณท์จากข้าวหัก ใช้เป็นสารตั้งต้นในการเตรียม Matt Paper ในอุตสาหกรรมรูปภาพ
8. แป้งทำอาหาร ข้าวที่ผ่านการโม่หรือบด เป็นแป้งข้าวละเอียด ใช้ในอาหารเด็กทารก และเส้นก๋วยเตี๋ยว ไม่ใช้ทำขนมปัง

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหารและความไม่มั่นคงทางอาหาร**

#### **1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหาร**

Food and Agriculture Organization of the United Nations หรือ FAO (1996) ให้นิยามว่าความมั่นคงทางอาหารจะเกิดขึ้นเมื่อประชากรทุกคน สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีโภชนาการอย่างเพียงพอ ได้ตลอดเวลา ทั้งทางกายภาพและทางเศรษฐศาสตร์ โดยตอบสนองความต้องการและความชอบของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง โดยความมั่นคงทางอาหาร จะพิจารณาใน 4 มิติ ประกอบด้วย

- 1) การมีอยู่ของอาหาร คือ การมีอาหารในด้านอุปทาน โดยพิจารณาจากปริมาณการผลิตภายในประเทศ ปริมาณสินค้าคงเหลือในคลังสินค้า และปริมาณสุทธิจากการซื้อขาย
- 2) การเข้าถึงอาหารทั้งทางกายภาพและทางเศรษฐศาสตร์ การมีอุปทานอาหารอย่างเพียงพอในระดับชาติ หรือ ระดับนานาชาติ ไม่สามารถบ่งบอกว่าจะเกิดความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือน ดังนั้น ความสามารถในการเข้าถึงอาหารจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร โดยพิจารณาจาก รายได้ ค่าใช้จ่าย ตลาด และราคาสินค้า

3) การใช้ประโยชน์จากอาหาร หมายถึง การที่ร่างกายได้รับคุณค่าทางอาหารที่หลากหลายจากอาหารที่รับประทาน ทำให้อวัยวะได้รับพลังงานและสารอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งจะพิจารณาจากการเตรียมอาหาร ความหลากหลายของอาหาร การกระจายอาหารในระดับครัวเรือน

4) ความมีเสถียรภาพของทั้ง 3 มิติ การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร กล่าวคือ แม้ว่าวันนี้จะได้รับอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการ แต่หากมีปัจจัยพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ ก็มีความเสี่ยงที่จะมีความไม่คงทางอาหาร ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ สภาพภูมิอากาศที่ผันผวน ความไม่มั่นคงทางการเมือง หรือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (การว่างงานและราคาอาหารที่เพิ่มขึ้น)

World Health Organization หรือ WHO (2013) กล่าวถึงแนวทางการบรรลุความมั่นคงทางอาหารประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่

- 1) การมีอยู่ของอาหาร อาหารจะต้องมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการพื้นฐาน
- 2) การเข้าถึงอาหาร โดยการมีแหล่งทรัพยากรที่เพียงพอทำให้ได้อาหารที่เหมาะสมตามหลักโภชนาการ
- 3) การใช้ประโยชน์จากอาหาร โดยอาหารนั้นต้องมีคุณค่าโภชนาการที่เหมาะสมตามคุณค่าทางโภชนาการพื้นฐาน ตลอดจนถึงการมีปริมาณน้ำที่เพียงพอ และถูกสุขอนามัย

United States Department of Agriculture หรือ USDA (2006) ให้คำนิยามความมั่นคงในระดับครัวเรือนว่า ความมั่นคงทางอาหารจะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกครอบครัวทั้งหมดสามารถเข้าถึงอาหารอย่างพอเพียงได้ทุกเวลา เพื่อสุขภาพที่ดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง ทั้งนี้ ความมั่นคงทางอาหารจะเกิดขึ้นได้น้อย ต้องประกอบด้วย

- 1) การมีอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างเพียงพอและเป็นอาหารที่ปลอดภัย
- 2) วิธีการได้มาซึ่งอาหารนั้น เป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับในสังคม นั่นคือ การได้มาซึ่งอาหารนั้นต้องไม่เป็นไปในลักษณะการได้รับความช่วยเหลือในยามเกิดภัยพิบัติ การเก็บจากกองขยะ การขโมย หรือ ลักษณะอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกัน

The Economist Intelligence Unit และ DUPONT (2013) ให้คำนิยามความมั่นคงทางอาหารว่า ความมั่นคงทางอาหารจะเกิดขึ้นเมื่อประชากรทุกคน สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัย

และมีโภชนาการอย่างเพียงพอ ได้ตลอดเวลา ทั้งทางกายภาพ ทางสังคม และทางเศรษฐกิจ โดยตอบสนองความต้องการอาหารของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง

International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (2006) ให้คำนิยามความมั่นคงทางอาหารว่า ความมั่นคงทางอาหารในระดับบุคคล ครัวเรือน ชุมชน ภูมิภาค หรือ โลก จะเกิดขึ้นเมื่อประชากรทุกคน สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีโภชนาการอย่างเพียงพอ ทั้งจากการซื้อ การผลิตด้วยตนเอง การได้รับมา ทั้งทางกายภาพ และทางเศรษฐกิจ โดยตอบสนองความต้องการอาหารและความชอบของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง โดยความมั่นคงทางอาหารไม่จำเป็นต้องพิจารณาจากข้อมูลด้านสถิติเสมอไป แต่อาจพิจารณาจากบริบทอื่นๆ เช่น การดำรงชีวิตประจำวัน การบริโภคอาหารได้ตรงตามความต้องการ ทรัพยากรที่แต่ละครัวเรือนครอบครอง ความแตกต่างระหว่างสถานการณ์ปกติกับสถานการณ์ในภาวะวิกฤติ เป็นต้น

จากคำจำกัดความความมั่นคงทางอาหารข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความมั่นคงทางอาหารคือการที่ประชากรทุกคนสามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าโภชนาการตามมาตรฐานของแต่ละประเทศ โดยการเข้าถึงอาหารนั้นจะต้องสามารถทำได้ตลอดเวลา ทั้งทางกายภาพ ทางสังคม และทางเศรษฐกิจ โดยตอบสนองความต้องการและความชอบของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกายที่กระฉับกระเฉง ในภาวะปกติ โดยพิจารณาความมั่นคงทางอาหารจาก 3 ปัจจัย คือ การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการได้รับประโยชน์จากอาหาร โดยในแต่ละปัจจัยจะต้องเกิดขึ้นอย่างมีเสถียรภาพ

## 2. แนวคิดการกำหนดระดับความมั่นคงทางอาหาร

Department for Environment Food and Rural Affairs, United of Kingdom หรือ DEFRA (2006) กล่าวถึง ระดับการพิจารณาความมั่นคงทางอาหารไว้ 4 ระดับ ได้แก่

- 1) ความมั่นคงทางอาหารระดับครัวเรือน โดยพิจารณาจากรายได้ การเข้าถึงแหล่งทรัพยากร และอาหาร
- 2) ความมั่นคงทางอาหารระดับท้องถิ่น เช่น ยุทธศาสตร์อาหารของกรุงเทพมหานคร รัฐได้กำหนดเรื่องความมั่นคงเป็นหนึ่งในห้าของยุทธศาสตร์ของเมืองหลวง

3) ความมั่นคงทางอาหารระดับชาติ พิจารณาจากความสามารถของประเทศ ในการจัดหาอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการ แม้จะอยู่ในภาวะยุ่งเหยิงของห่วงโซ่อุปทาน

4) ความมั่นคงทางอาหารระดับโลก พิจารณาความสามารถของผู้ผลิตสินค้าเกษตรของโลกให้เพียงพอต่อความต้องการของโลก รวมถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการค้าและระบบการกระจายสินค้า

USDA (2013) กำหนดระดับความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือนไว้ 4 ระดับ ดังนี้

1) ความมั่นคงทางอาหารสูง (High Food Security) คือ การที่สมาชิกในครอบครัวสามารถเข้าถึงอาหารในปริมาณที่เพียงพอได้ตลอดเวลาและไม่มีอาการจำกัดปริมาณอาหาร

2) ความมั่นคงทางอาหารค่อนข้างน้อย (Marginal Food Security) คือ การที่สมาชิกในครอบครัวประสบปัญหาในการเข้าถึงอาหารในปริมาณที่เพียงพอในบางครั้ง แต่คุณภาพอาหาร ความหลากหลาย และปริมาณอาหาร ที่ได้รับไม่ได้ลดลงมากนัก

3) ความมั่นคงทางอาหารต่ำ (Low Food Security) คือ การที่สมาชิกในครอบครัวบริโภคอาหาร ด้วยการลดคุณภาพอาหาร ความหลากหลาย และความปรารถนาในอาหารของครอบครัวลง แต่ในด้านปริมาณที่บริโภคและรูปแบบการรับประทานอาหารยังไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก ก่อนปี 2006 USDA กำหนดให้ความมั่นคงทางอาหารต่ำเป็นความไม่มั่นคงทางอาหารที่ปราศจากความหิวโหย

4) ความมั่นคงทางอาหารต่ำมาก (Very Low Food Security) คือ การที่สมาชิกครอบครัวมากกว่า 1 คน ต้องลดปริมาณอาหารที่บริโภคและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับประทานอาหาร เนื่องจากไม่มีเงินหรือไม่มีทรัพยากรทางอาหาร ก่อนปี 2006 USDA กำหนดให้ความมั่นคงทางอาหารต่ำมากเป็นความไม่มั่นคงทางอาหารที่เกิดจากความหิวโหย

จากการกำหนดระดับความมั่นคงทางอาหารข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความมั่นคงทางอาหารจะพิจารณาตามแต่ละกลุ่มสังคม หากพิจารณาสังคมขนาดใหญ่สุด คือ ความมั่นคงทางอาหารของโลก และสังคมขนาดเล็กสุด คือ ความมั่นคงทางอาหารระดับครัวเรือน ซึ่งเมื่อพิจารณาลึกลงในแต่ละกลุ่มประชากรก็สามารถแบ่งระดับความมั่นคงทางอาหารเป็น ความมั่นคงทางอาหารสูง และความมั่นคงทางอาหารต่ำ

### 3. ความไม่มั่นคงทางอาหาร (Food Insecurity)

FAO (2008) กล่าวถึงความไม่มั่นคงทางอาหารว่า คือ การขาด การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร การใช้ประโยชน์จากอาหาร และเสถียรภาพ หรือ มิติใดมิติหนึ่ง ซึ่งจำแนกความไม่มั่นคงทางอาหารได้ 2 ประเภท คือ

1) ความไม่มั่นคงทางอาหารเรื้อรัง คือ การไม่มั่นคงทางอาหารในระยะยาว หรือ อย่างต่อเนื่อง โดยจะเกิดขึ้นเมื่อประชากรไม่สามารถเข้าถึงอาหารตามปริมาณอาหารขั้นต่ำที่ควรได้รับ ซึ่งเป็นผลจากความยากจน ไม่มีเงินในการซื้ออาหาร ความไม่มั่นคงทางอาหารเรื้อรัง เป็นเหตุการณ์ที่สามารถคาดการณ์ได้

2) ความไม่มั่นคงทางอาหารชั่วคราว คือ ความไม่มั่นคงทางอาหารในระยะสั้น โดยจะเกิดขึ้นเมื่อมีเหตุฉุกเฉินทำให้ไม่สามารถผลิตอาหาร หรือ เข้าถึงอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการเพื่อรักษาระดับคุณค่าทางโภชนาการได้ ซึ่งอาจเป็นผลจากการผลิตภายในประเทศ ราคาอาหาร หรือ รายได้ของครัวเรือน เช่น อาหารที่ผลิตได้ตามฤดูกาลไม่เพียงพอต่อความต้องการ เป็นต้น ความไม่มั่นคงทางอาหารชั่วคราวนี้ ไม่สามารถคาดการณ์ได้ และเกิดขึ้นโดยฉับพลัน

United States Department of Agriculture [USDA] (2006) ได้ให้คำนิยามความไม่มั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือนว่า จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกครัวเรือนรายงานว่าพบเงื่อนไขการเกิดความไม่มั่นคงทางอาหารอย่างน้อย 3 ข้อ หรือ การที่สมาชิกในครัวเรือนไม่ได้รับอาหารที่เพียงพอ เพราะไม่มีเงินในการซื้ออาหาร โดยเงื่อนไขที่รุนแรง 3 ประการ ที่แสดงว่า ครัวเรือนไม่มีความมั่นคงทางอาหาร ได้แก่

- 1) สมาชิกครัวเรือนมีความกังวลว่าอาหารที่สะสมไว้จะหมดก่อนที่จะมีเงินซื้ออาหารเพิ่ม
- 2) สมาชิกครัวเรือนไม่มีเงินซื้ออาหาร
- 3) สมาชิกครัวเรือนไม่สามารถเข้าถึงอาหารอย่างเพียงพอ

หากสมาชิกครัวเรือนมากกว่า 1 คน หิวโหย เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงอาหารได้ USDA ให้นิยามคนกลุ่มนี้ ว่าอยู่ในกลุ่มความไม่มั่นคงทางอาหารและมีผู้หิวโหย ต่อมาในปี 2006 ได้เปลี่ยนคำนิยามกลุ่มนี้ใหม่เป็นความมั่นคงทางอาหารต่ำมาก

จากคำจำกัดความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความไม่มั่นคงทางอาหาร คือ การขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง ในการมีอยู่ของอาหาร เช่น ปริมาณอาหารมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ การเข้าถึงอาหาร เช่น การขาดเสถียรภาพด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์จากอาหารในด้านคุณค่าทางโภชนาการ หรืออาจกล่าวได้ว่า ความไม่มั่นคงทางอาหาร คือ การที่ประชากรบางคนไม่สามารถเข้าถึงอาหาร ที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการตามมาตรฐานของแต่ละประเทศ ในบางเวลา โดยการเข้าถึงนั้น รวมทั้งทางกายภาพ ทางสังคม และทางเศรษฐศาสตร์ เช่น การไม่มีเงินซื้ออาหาร เป็นต้น โดยความไม่มั่นคงทางอาหาร มี 2 ระยะ คือ ความไม่มั่นคงทางอาหาร ในระยะสั้น และความไม่มั่นคงทางอาหาร ในระยะยาว

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินความมั่นคงทางอาหาร

##### 4.1 วิธีประเมินความมั่นคงทางอาหารเพื่อคาดการณ์ความมั่นคงทางอาหารในอนาคต

Economic Research Service หรือ ERS USDA (2013) ได้พัฒนาโมเดลประเมินความมั่นคงทางอาหาร (Food Security Assessment) ในปัจจุบันและการประมาณการณ์ในอนาคต โดยพิจารณาจาก การบริโภคอาหาร การเข้าถึงอาหาร และความแตกต่างของพลังงานที่ได้รับในแต่ละวัน ต่อคน โดยพิจารณาจากความแตกต่างระหว่างพลังงานที่ได้รับจากการบริโภคกับค่าเฉลี่ยพลังงานที่ควรจะได้รับ ซึ่งพลังงานจะคำนวณตามปริมาณสารอาหารหลักที่บริโภค โดย คาร์โบไฮเดรต 1 กรัม ให้พลังงาน 4 แคลอรี โปรตีน 1 กรัม ให้พลังงาน 4 แคลอรี และไขมัน 1 กรัม ให้พลังงาน 9 แคลอรี

ความแตกต่างของพลังงานที่ได้รับ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

##### 1) ความแตกต่างคุณค่าทางโภชนาการของประชากรในประเทศ

พิจารณาปริมาณอาหารจากความแตกต่างค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับจากการบริโภคของประชากรทั้งประเทศกับค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับจากอาหารที่บริโภคในเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยต้องได้รับอาหารที่ให้พลังงานอย่างน้อย 2,100 กิโลแคลอรี/คน/วัน พลังงานที่ได้รับนี้เพียงพอต่อการทำกิจกรรมระดับปานกลางในการดำรงชีพในแต่ละวัน (Average Dietary Energy Requirement: ADER) ค่านี้จะมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ เช่น ประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับจากอาหารที่บริโภคในเกณฑ์ที่เหมาะสมเท่ากับ 2,090 กิโลแคลอรี/คน/วัน เป็นต้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555)

## 2) ความแตกต่างคุณค่าทางโภชนาการของประชากรแต่ละกลุ่มรายได้

พิจารณาความแตกต่างค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับจากการบริโภคของประชากรของแต่ละกลุ่มรายได้กับค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับจากอาหารที่บริโภคในเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยต้องได้รับพลังงานจากการบริโภคอย่างน้อย 2,100 กิโลแคลอรี/คน/วัน โดยในการประเมินความมั่นคงทางอาหาร เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคำนวณพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค ERS USDA ได้แบ่งอาหารออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ธัญพืช พืชชนิดมีหัว และอื่นๆ

**ตารางที่ 2** ปัจจัยในการประเมินความมั่นคงทางอาหาร และหน่วยในการประเมิน

| ปัจจัย                                                                    | หน่วย        |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------|
| ความแตกต่างคุณค่าทางโภชนาการของประชากรในประเทศ                            | ตัน          |
| ความแตกต่างคุณค่าทางโภชนาการของประชากรแต่ละกลุ่มรายได้                    | ตัน          |
| พลังงานที่เพียงพอต่อการทำกิจกรรมระดับปานกลางในการดำรงชีพในแต่ละวัย (ADER) | กิโลแคลอรี   |
| ปริมาณอาหารที่บริโภค (FC)                                                 | ตัน          |
| ความต้องการอาหารภายในประเทศ (DS)                                          | ตัน          |
| ปริมาณการใช้ประโยชน์อื่นๆ ในลักษณะที่ไม่ใช่อาหาร (NF)                     | ตัน          |
| ปริมาณเมล็ดพันธุ์ (SD)                                                    | ตัน          |
| ปริมาณอาหารสัตว์ (FD)                                                     | ตัน          |
| ปริมาณการส่งออก (EX)                                                      | ตัน          |
| ปริมาณการใช้อื่นๆ (OU)                                                    | ตัน          |
| ปริมาณการผลิตอาหารภายในประเทศ (PR)                                        | ตัน          |
| ปริมาณการนำเข้าเชิงพาณิชย์ (CI)                                           | ตัน          |
| การเปลี่ยนแปลงของสินค้าในคลังสินค้า (CSTK)                                | ตัน          |
| ปริมาณอาหารที่ได้รับการช่วยเหลือ (FA)                                     | ตัน          |
| ปริมาณการผลิตภายในประเทศ (PR)                                             | ตัน          |
| ปริมาณการผลิตภายในประเทศ (PR)                                             | ตัน          |
| พื้นที่การเพาะปลูก (AR)                                                   | เฮกตาร์ (Hg) |

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

| ปัจจัย                    | หน่วย                      |
|---------------------------|----------------------------|
| ผลผลิต (YL)               | กิโลกรัมต่อเฮกตาร์ (Kg/Hg) |
| ราคาอาหารภายในประเทศ (DP) | ดอลลาร์สหรัฐ               |
| ราคาสินค้าทดแทน (NDP)     | ดอลลาร์สหรัฐ               |

ที่มา: ERS USDA (2013)

ERS USDA ได้ประเมินความมั่นคงทางอาหารในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ต่ำและรายได้ปานกลาง จำนวน 76 ประเทศ ทั่วโลก จาก แอฟริกาทางตอนใต้ของทะเลทรายซาฮารา, ลาตินอเมริกาและแคริบเบียน และเอเชีย ซึ่งในส่วนของเอเชียประกอบด้วยประเทศสมาชิกอาเซียน 5 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ซึ่งความไม่มั่นคงทางอาหารเกิดจากปัญหาความแตกต่างค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับของประชากรตามกลุ่มรายได้กับค่าเฉลี่ยพลังงานที่ได้รับจากอาหารที่บริโภคในเกณฑ์ที่เหมาะสม (ADER) โดยในปี 2013 ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนมีประเทศที่มีปัญหาดังกล่าว 3 ประเทศ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และกัมพูชา โดยปริมาณอาหารที่แต่ละประเทศต้องการเพิ่มเพื่อลดปัญหาดังกล่าว คือ 117, 116 และ 35 พันตัน ตามลำดับ และคาดว่าในปี 2023 ปริมาณอาหารที่ต้องการเพื่อลดปัญหาดังกล่าว จะเพิ่มสูงขึ้น สำหรับฟิลิปปินส์ และกัมพูชา โดยเพิ่มเป็น 127 และ 36 พันตัน ตามลำดับ ในขณะที่ อินโดนีเซีย ต้องการปริมาณอาหารที่ลดลงเป็น 115 พันตัน

ในปี 2013 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่ประชากรไม่มีความมั่นคงทางอาหาร ประกอบด้วย 3 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และกัมพูชา โดยมีจำนวนประชากรที่ไม่มีความมั่นคงทางอาหารเท่ากับ 25, 20 และ 4 ล้านคน ตามลำดับ และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นในปี 2023 เป็น 27, 23 และ 5 ล้านคน ตามลำดับ

### 4.2 วิธีการประเมินความมั่นคงทางอาหารในปัจจุบัน

ก) Economist Intelligence Unit หรือ EIU (2013a)

กำหนดวิธีการประเมินความมั่นคงทางอาหารด้วยดัชนีวัดความมั่นคงทางอาหารทั่วโลก (Global Food Security Index: GFSI) ซึ่งเป็นการวัดระดับความมั่นคงทางอาหารจากทั้งประเทศ

พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา 107 ประเทศทั่วโลก ดัชนีนี้เป็นการวัดทั้งทางคุณภาพและปริมาณ โดยแสดงความมั่นคงทางอาหารของแต่ละประเทศในหน่วยคะแนน จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ซึ่งพิจารณาจาก 3 มิติ ประกอบด้วย การเข้าถึงอาหาร (Affordability) การมีอยู่ของอาหาร (Availability) และการใช้ประโยชน์ (Utilization) โดยกำหนดปัจจัยการวัดแต่ละมิติ ดังนี้

1) การเข้าถึงอาหาร เป็นวิธีการใช้พิจารณาจากความสามารถในการซื้ออาหารของผู้บริโภค ภาวะเสี่ยงต่อความผันผวนของราคาอาหาร และการช่วยเหลือของภาครัฐในภาวะวิกฤติอาหาร ซึ่งพิจารณาจาก 6 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 1.1) สัดส่วนรายจ่ายในการบริโภคอาหารต่อรายจ่ายของครัวเรือน
- 1.2) สัดส่วนประชากรที่ยากจนต่อประชากรทั้งประเทศ
- 1.3) ผลิตภัณฑ์มวลรวมของแต่ละคนปรับตามความเท่าเทียมอำนาจในการซื้อ (GDP PPP) โดยวัดจากรายได้เฉลี่ยต่อหัว
- 1.4) อัตราอากรนำเข้าที่ได้รับการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์ยิ่ง (Most-Favored Nation Tariff: MFN Tariff) ในการนำเข้ากลุ่มสินค้าเกษตร
- 1.5) โปรแกรมความปลอดภัยทางอาหารของภาครัฐ
- 1.6) การสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐให้แก่เกษตรกร

## 2) การมีอยู่ของอาหาร

วัดความเพียงพอการมีอยู่ของอาหารภายในประเทศ ความเสี่ยงต่อการที่ปริมาณอาหารจะไม่เพียงพอ และการวิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งพิจารณาจาก 7 ปัจจัย ประกอบด้วย

- 2.1) ปริมาณพลังงานจากอาหารที่มีอยู่อย่างเพียงพอต่อปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค โดยพิจารณาจาก ค่าเฉลี่ยพลังงานของอาหารที่มีอยู่ และการพึ่งพาความช่วยเหลือทางอาหาร โดยนำคะแนนทั้ง 2 มาคิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามตารางที่ 2 จะได้คะแนนรวมของปัจจัยที่ 1 ปริมาณพลังงานจากอาหารที่มีอยู่อย่างเพียงพอต่อปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค

2.2) งบประมาณในการวิจัยและพัฒนาเกษตรกรรม โดยวัดจากสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของสินค้าเกษตร ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ

2.3) โครงสร้างพื้นฐานภาคการเกษตร โดยพิจารณาจาก การอำนวยความสะดวกในการเก็บสินค้าที่มีเพียงพอสำหรับกลุ่มสินค้าเกษตร และความพร้อมในการคมนาคมในการขนส่งสินค้าไปยังตลาด โดยนำค่าที่ได้มาทำการคิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามตารางที่ 2 จะได้คะแนนรวมของปัจจัยที่ 2.3 โครงสร้างพื้นฐานภาคการเกษตร

2.4) ความผันผวนของผลผลิตทางการเกษตร จากภัยพิบัติทางธรรมชาติ

2.5) เสถียรภาพการเมือง (ความไม่มั่นคงทางการเมืองอาจส่งผลต่อการปิดกั้นการขนส่งสินค้า หรือ ลดข้อผูกพันความช่วยเหลือทางอาหาร)

2.6) คอร์รัปชัน (ส่งผลต่อการมีอยู่ของอาหาร การบิดเบือน และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่มีประสิทธิภาพ)

2.7) วิกฤตภัยของเขตเมืองในด้านความมั่นคงทางอาหาร  
จากนั้น นำคะแนนในปัจจัย 2.1-2.7 คิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามตารางที่ 2 จะได้คะแนนรวมของมิติที่ 2 การมีอยู่ของอาหาร

### 3) การประเมินคุณค่าจากอาหารที่บริโภค

ในการศึกษานี้จะพิจารณาด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยวัดจากความหลากหลายของอาหารและคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งพิจารณาจาก 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

3.1) ความหลากหลายของอาหารที่บริโภค โดยพิจารณาสัดส่วนของพลังงานจากอาหารที่ไม่มีแป้งเป็นองค์ประกอบ ต่อพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค (หากสัดส่วนดังกล่าวสูงแสดงถึงความหลากหลายในการบริโภคอาหาร)

3.2) มาตรฐานโภชนาการ โดยพิจารณาจาก การมีคู่มือโภชนาการอาหารของคนในชาติ การมียุทธศาสตร์หรือแผนงานโภชนาการของชาติ และการติดตาม ควบคุม ตรวจสอบ โภชนาการอย่างสม่ำเสมอ โดยให้นำคะแนนในปัจจัย 3.2.1 3.2.2 และ 3.2.3 คิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามตารางที่ 2 จะได้คะแนนรวมของปัจจัยที่ 3.2 มาตรฐานโภชนาการ

3.3) สารอาหารรอง (Micronutrient) ที่มีอยู่ในอาหาร ได้แก่ วิตามิน เอ ธาตุเหล็กจากเนื้อสัตว์ และธาตุเหล็กจากพืช โดยนำคะแนนรวมมาคิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามตารางที่ 2 จะได้คะแนนรวมของปัจจัยที่ 3.3 สารอาหารรอง (Micronutrient)

#### 3.4) คุณภาพโปรตีนที่บริโภค

3.5) ความปลอดภัยของอาหาร พิจารณาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยของอาหาร ความสามารถในการเข้าถึงน้ำประปา และการมีร้านขายของชำ จากนั้น นำคะแนนในปัจจัย 3.1-3.5 คิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตามตารางที่ 2 จะได้คะแนนรวมของมิติที่ 3 การประเมินคุณค่าจากอาหารที่บริโภค

เมื่อนำคะแนนในมิติที่ 1 การเข้าถึงอาหาร มิติที่ 2 การมีอยู่ของอาหาร และมิติที่ 3 การประเมินคุณค่าจากอาหารที่บริโภค คิดค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 40% 44% และ 16% ตามลำดับ จะได้คะแนนความมั่นคงทางอาหารของแต่ละประเทศ

**ตารางที่ 3** ปัจจัยในการประเมินความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของ EIU โดย 3 ปัจจัยคิดเป็น 100%

| ปัจจัย                                                                              | หน่วย   | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------|
| 1. การเข้าถึงอาหาร                                                                  |         | 40%                  |
| 1.1 สัดส่วนรายจ่ายในการบริโภคอาหารต่อรายจ่ายของครัวเรือนในระดับชาติ                 | สัดส่วน | 22.2%                |
| 1.2 สัดส่วนประชากรที่ยากจนต่อประชากรทั้งประเทศ                                      | สัดส่วน | 20.2%                |
| 1.3 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของแต่ละคนปรับตามความเท่าเทียมอำนาจในการซื้อ (GDP PPP)           |         | 22.2%                |
| 1.4 อัตราการนำเข้าที่ได้รับการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์ยิ่ง           | ร้อยละ  | 10.1%                |
| 1.5 การมีโปรแกรมความปลอดภัยทางอาหาร                                                 | ระดับ 4 | 14.1%                |
| 1.6 การสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐให้แก่เกษตรกร                                     | ระดับ 4 | 11.1%                |
| 2. การมีอยู่ของอาหาร                                                                |         | 44%                  |
| 2.1 ปริมาณพลังงานจากอาหารที่มีอยู่อย่างเพียงพอต่อปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค |         | 26.8%                |

ตารางที่ 3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                                              | หน่วย                | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
| 2.1 ปริมาณพลังงานจากอาหารที่มีอยู่อย่างเพียงพอต่อปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค |                      | 26.8%                |
| 2.1.1 ค่าเฉลี่ยพลังงานของอาหารที่มีอยู่ ในหน่วย กิโลแคลอรีวัน/คน/                   | กิโลแคลอรีวัน/คน/    | 73.3%                |
| 2.1.2 การพึ่งพาความช่วยเหลือทางอาหาร                                                | ระดับ 3              | 26.7%                |
| 2.2 งบประมาณในการวิจัยและพัฒนาเกษตรกรรม                                             | ระดับ 9              | 9.3%                 |
| 2.3 โครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร                                                     |                      | 14.4%                |
| 2.3.1 การอำนวยความสะดวกในการเก็บสินค้าที่มีเพียงพอสำหรับกลุ่มสินค้าเกษตร            | 2 ระดับ              | 22.2%                |
| 2.3.2 ความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้าไปยังตลาด                                      | 5 ระดับ              | 40.7%                |
| 2.3.3 ความพร้อมของท่าเรือในการขนส่งสินค้าไปยังตลาด                                  | 5 ระดับ              | 37%                  |
| 2.4 ความผันผวนของผลผลิตทางการเกษตร จากภัยพิบัติทางธรรมชาติ                          | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | 15.5%                |
| 2.5 เสถียรภาพการเมือง                                                               | คะแนน 100            | 11.3%                |
| 2.6 คอร์รัปชัน                                                                      | การกระจาย            | 11.3%                |
| 2.7 วัดศักยภาพของเขตเมืองในด้านความมั่นคงทางอาหาร                                   |                      | 11.3%                |
| 3. การประเมินคุณค่าจากอาหารที่บริโภค                                                |                      | 16%                  |
| 3.1 ความหลากหลายของอาหารที่บริโภค                                                   | สัดส่วน              | 20.3%                |
| 3.2 มาตรฐานโภชนาการ                                                                 |                      | 13.6%                |
| 3.2.1 การมีคู่มือโภชนาการอาหารของคนในชาติ                                           | 2 ระดับ              | 34.6%                |
| 3.2.2 การมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงานโภชนาการของชาติ                                    | 2 ระดับ              | 30.8%                |
| 3.2.3 การติดตาม ควบคุม ตรวจสอบ โภชนาการอย่างสม่ำเสมอ                                | 2 ระดับ              | 34.6%                |
| 3.3 สารอาหารรอง (Micronutrient) ที่มีอยู่ในอาหาร                                    |                      | 25.4%                |
| 3.3.1 วิตามิน เอ                                                                    | 3 ระดับ              | 33.3%                |
| 3.3.2 ธาตุเหล็กจากเนื้อสัตว์                                                        | มิลลิกรัม/คน/วัน     | 33.3%                |
| 3.3.3 ธาตุเหล็กจากพืช                                                               | มิลลิกรัม/คน/วัน     | 33.3%                |
| 3.4 คุณภาพโปรตีน                                                                    | กรัม                 | 23.7%                |
| 3.5 ความปลอดภัยของอาหาร                                                             |                      | 16.9%                |
| 3.5.1 การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยของอาหาร                                   | 2 ระดับ              | 32.1%                |

ตารางที่ 3 (ต่อ)

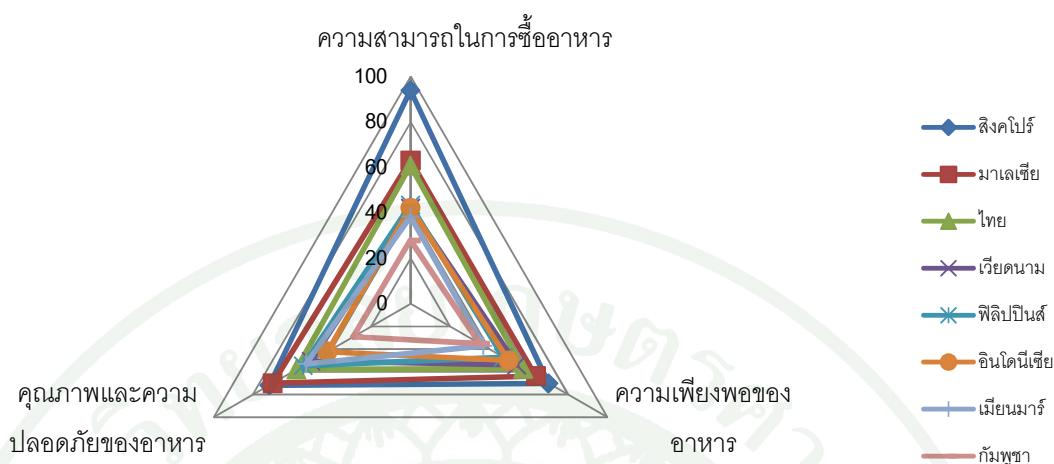
| ปัจจัย                               | หน่วย   | ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก |
|--------------------------------------|---------|----------------------|
| 3.5.2 ความสามารถในการเข้าถึงน้ำประปา | 5 ระดับ | 42.9%                |
| 3.5.3 การมีร้านขายของชำ              | 3 ระดับ | 25%                  |

ที่มา: The Economist Intelligence Unit (2013b)

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางอาหารสูงสุดอันดับ 1 ได้คะแนน 86.8 คะแนน รองลงมา คือ นอร์เวย์ และ ฝรั่งเศส ได้ 86.5 และ 83.7 คะแนน โดยประเทศคองโก เป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางอาหารต่ำสุด ได้ 20.8 คะแนน ในส่วนของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การศึกษานี้ ได้ทำการศึกษา 7 ประเทศ ประกอบด้วย สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย พม่า และกัมพูชา เรียงตามลำดับความมั่นคงทางอาหาร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 คะแนนความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของ EIU

| ประเทศ      | อันดับ | ความสามารถในการซื้ออาหาร | ความเพียงพอของอาหาร | คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร | รวม  |
|-------------|--------|--------------------------|---------------------|------------------------------|------|
| สิงคโปร์    | 16     | 93.9                     | 70.1                | 71.8                         | 79.9 |
| มาเลเซีย    | 34     | 63.1                     | 63.7                | 70.0                         | 64.5 |
| ไทย         | 45     | 60.9                     | 57.3                | 58.0                         | 58.9 |
| เวียดนาม    | 61     | 42.1                     | 53.9                | 50.6                         | 48.6 |
| ฟิลิปปินส์  | 64     | 43.5                     | 47.1                | 54.5                         | 46.9 |
| อินโดนีเซีย | 66     | 42.2                     | 49.9                | 42.1                         | 45.6 |
| เมียนมาร์   | 74     | 38.4                     | 37.0                | 52.9                         | 40.1 |
| กัมพูชา     | 89     | 27.3                     | 35.2                | 29.2                         | 27.9 |



ภาพที่ 8 ความมั่นคงทางอาหารของประเทศในกลุ่มอาเซียน (ยกเว้น บรูไนและลาว)

ข) Food and Agriculture Organization of the United Nations หรือ FAO (2013c)

ภารกิจของ FAO คือ การติดตามและควบคุมสถานการณ์อาหารของโลก และมุ่งให้ประชาชนในสังคมต่างๆ ได้รับอาหารอย่างพอเพียง (FAO, 2013f) FAO และเพื่อประกอบการพิจารณาความมั่นคงทางอาหารของประเทศต่างๆ ทั่วโลก FAO ได้กำหนดวิธีการประเมินความมั่นคงทางอาหารด้วยดัชนีวัดความมั่นคงทางอาหาร (Food Security Indicator: FSI) ซึ่งเป็นการวัดระดับความมั่นคงทางอาหารจากทั้งประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนาจาก 228 ประเทศทั่วโลก โดยพิจารณาจาก 3 มิติ ประกอบด้วย ลักษณะที่แสดงถึงความไม่มั่นคงทางอาหาร ผลลัพธ์จากความไม่มั่นคงทางอาหาร และความเสี่ยงต่อการเกิดความไม่มั่นคงทางอาหาร โดยตัวแปรการพิจารณาแต่ละมิติ ดังนี้

1) ลักษณะที่แสดงถึงความไม่มั่นคงทางอาหาร ซึ่งแสดงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดความไม่มั่นคงทางอาหาร โดยพิจารณาจาก 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

1.1) การมีอยู่ของอาหาร ซึ่งพิจารณาจาก 3 ปัจจัย ดังนี้ ค่าเฉลี่ยปริมาณพลังงานจากอาหารที่มี ค่าเฉลี่ยมูลค่าการผลิตอาหาร (Average Value of Food Production) และสัดส่วนพลังงานจากอาหารกลุ่มธัญพืช ค่าเฉลี่ยโปรตีนจากอาหาร และ ค่าเฉลี่ยปริมาณโปรตีนจากเนื้อสัตว์จากอาหารที่มี

1.2) การเข้าถึงอาหารทางกายภาพ จะพิจารณาจากความสามารถในการขนส่ง และเข้าถึงสินค้าจากการคมนาคมด้านต่างๆ เช่น ถนน หรือรถไฟ เป็นต้น

1.3) การเข้าถึงอาหารทางเศรษฐกิจ หรือ ความสามารถในการเข้าถึงอาหาร ค่านี้ แสดงในรูปของ ดัชนีราคาอาหาร ซึ่งคำนวณจาก อำนาจในการซื้ออาหารต่ออำนาจในการซื้อสินค้า อ้างอิงข้อมูลจาก International Comparison Program (ICP Program) 2005

1.4) การใช้ประโยชน์จากอาหารที่บริโภค โดยพิจารณาจาก 2 ปัจจัย ประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา และการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขอนามัย

2) ผลลัพธ์จากความไม่มั่นคงทางอาหาร พิจารณา จาก 2 ปัจจัย ประกอบด้วย

2.1) ปริมาณอาหารไม่เพียงพอต่อการบริโภค ซึ่งพิจารณารวมจาก 4 ปัจจัย ได้แก่ สัดส่วนประชากรผู้ขาดสารอาหาร สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารของคนยากจน พลังงานที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นคนปกติ และปริมาณอาหารที่ไม่เพียงพอ

2.2) ความล้มเหลวในการเจริญเติบโตทางร่างกาย เป็นกลุ่มที่แสดงความไม่สมดุลของภาวะโภชนาการและภาวะทุพโภชนาการ โดยพิจารณาจากลักษณะของความผิดปกติของร่างกาย ในการเจริญเติบโต ในทั้งวัยเด็กและผู้ใหญ่

3) ความเสี่ยงต่อภาวะความไม่มั่นคงทางอาหาร โดยกำหนดปัจจัยในการพิจารณา 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ดัชนีความผันผวนของราคาอาหารภายในประเทศ ความผันผวนปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการผลิตอาหารต่อหัว ความผันผวนความต้องการอาหารต่อหัว ความมั่นคงทางการเมือง และการปราศจากความรุนแรงและการก่อการร้าย มูลค่าการนำเข้าอาหารต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมด สัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกพื้นที่ชลประทาน และการพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช

ตารางที่ 5 ปัจจัยในการประเมินความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของ FAO

| ปัจจัย                                                                     | หน่วย                                |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. ลักษณะที่แสดงถึงความไม่มั่นคงทางอาหาร                                   |                                      |
| 1.1 การมีอยู่ของอาหาร                                                      |                                      |
| 1.1.1 ค่าเฉลี่ยปริมาณพลังงานจากอาหารที่มีอยู่                              | เปอร์เซ็นต์                          |
| 1.1.2 ค่าเฉลี่ยมูลค่าการผลิตอาหาร (Average Value of Food Production)       | เหรียญสหรัฐ ต่อหัว                   |
| 1.1.3 สัดส่วนพลังงานจากอาหารกลุ่มธัญพืช ราก และพืชที่มีหัวใต้ดิน           | เปอร์เซ็นต์                          |
| 1.1.4 ค่าเฉลี่ยปริมาณโปรตีนจากอาหารที่มีอยู่                               | กรัม/คน/วัน                          |
| 1.1.5 ค่าเฉลี่ยปริมาณโปรตีนจากเนื้อสัตว์จากอาหารที่มีอยู่                  | กรัม/คน/วัน                          |
| 1.2 การเข้าถึงอาหารทางกายภาพ                                               |                                      |
| 1.2.1 สัดส่วนความยาวของถนนลาดยางหรือถนนคอนกรีตต่อความยาวถนนทั้งหมด         | เปอร์เซ็นต์                          |
| 1.2.2 ความหนาแน่นของทางรถไฟ                                                | กิโลเมตรต่อพื้นที่ 100 ตารางกิโลเมตร |
| 1.2.3 ความหนาแน่นของถนน                                                    | กิโลเมตรต่อพื้นที่ 100 ตารางกิโลเมตร |
| 1.3 การเข้าถึงอาหารทางเศรษฐกิจ หรือ ความสามารถในการเข้าถึงอาหาร            | ดัชนีราคาอาหาร                       |
| 1.4 การใช้ประโยชน์                                                         |                                      |
| 1.4.1 การเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา                                           | เปอร์เซ็นต์                          |
| 1.4.2 การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขอนามัย                            | เปอร์เซ็นต์                          |
| 2. ผลลัพธ์จากความไม่มั่นคงทางอาหาร                                         |                                      |
| 2.1 ปริมาณอาหารไม่เพียงพอต่อการบริโภค                                      | เปอร์เซ็นต์                          |
| 2.1.1 สัดส่วนประชากรผู้ขาดสารอาหาร                                         | เปอร์เซ็นต์                          |
| 2.1.2 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารของคนยากจน                            | เปอร์เซ็นต์                          |
| 2.1.3 พลังงานที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นคนปกติ | กิโลแคลอรี/คน/วัน                    |

## ตารางที่ 5 (ต่อ)

|                                                                       |                     |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 2.1.4 ปริมาณอาหารที่ไม่เพียงพอ                                        | เปอร์เซ็นต์         |
| 2.2 ความล้มเหลวในการเจริญเติบโตทางร่างกาย                             |                     |
| 2.2.1 สัดส่วนของประชากรวัยเด็ก อายุ 0-5 ปี ที่มีลักษณะแคระแกร็น       | เปอร์เซ็นต์         |
| 2.2.2 สัดส่วนของประชากรวัยเด็กอายุน้อยกว่า 5 ปี ที่มีลักษณะผิปกติ     | เปอร์เซ็นต์         |
| 2.2.3 สัดส่วนของเด็กอายุน้อยกว่า 5 ปี ที่มีน้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน | เปอร์เซ็นต์         |
| 2.2.4 สัดส่วนของประชากรผู้ใหญ่ที่มีน้ำหนักต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน         | เปอร์เซ็นต์         |
| 3. ความเสี่ยงต่อภาวะความไม่มั่นคงทางอาหาร                             |                     |
| ดัชนีความผันผวนของราคาอาหารภายในประเทศ 3.1                            | การเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| 3.2 ความผันผวนปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการผลิตอาหารต่อหัว             | การเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| 3.3 ความผันผวนความต้องการอาหารต่อหัว                                  | การเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| 3.4 ความมั่นคงทางการเมืองและการปราศจากความรุนแรงและการก่อการร้าย      | ค่าดัชนี            |
| 3.5 มูลค่าการนำเข้าอาหารต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมด                     | เปอร์เซ็นต์         |
| 3.6 สัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกพื้นที่ชลประทาน                             | เปอร์เซ็นต์         |
| 3.7 การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช                                     | เปอร์เซ็นต์         |

ที่มา: FAO (2013c)

### ค) สำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555)

ได้รับความร่วมมือจาก FAO ให้ดำเนินการโครงการเพื่อปรับปรุงข้อมูลเชิงปริมาณของผลผลิตทางการเกษตรและอาหาร เพื่อพัฒนาข้อมูลด้านความมั่นคงทางอาหารของไทย โดยการศึกษา ประเมินความมั่นคงทางอาหารในระดับประเทศจาก 3 มิติ ได้แก่ การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงแหล่งอาหาร และ การประเมินคุณค่าจากอาหารที่บริโภค โดยรายละเอียดการพิจารณาแต่ละมิติเป็นดังนี้

1) การมีอยู่ของอาหาร หมายถึง ปริมาณพลังงานที่ร่างกายบริโภคในแต่ละกลุ่มรายได้ต้องมีค่ามากกว่า ปริมาณพลังงานจากอาหารที่ร่างกายต้องการเฉลี่ยในแต่ละวัน (ADER) โดยจากการศึกษานี้ พบว่า ค่า ADER ของไทย เท่ากับ 2380 kcal/คน/วัน และปริมาณที่มีอยู่ในรูปของ

พลังงานและสารอาหารหลักของไทย ในปี 2553 เท่ากับ 3,116 kcal/คน/วัน นั่นคือ ไทยมีความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร

3.2) ความสมดุลของอาหารที่ได้รับจากอาหารที่บริโภค (Balanced Diet) องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) แนะนำเกณฑ์มาตรฐานสัดส่วนของพลังงานจากสารอาหารหลักที่เหมาะสมที่ควรได้รับต่อวัน คือ พลังงานจากคาร์โบไฮเดรตร้อยละ 55-75 พลังงานจากไขมันร้อยละ 15-30 และพลังงานจากโปรตีนร้อยละ 10-15 จากการศึกษพบว่า สัดส่วนของพลังงานที่ได้จากสารอาหารหลักของคนไทย โดยมีสัดส่วนโปรตีน ไขมัน และคาร์โบไฮเดรต เท่ากับร้อยละ 13.8 26.0 และ 60.3 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่ WHO แนะนำ

3.3) ส่วนประกอบของอาหารที่บริโภค ตัวชี้วัดนี้แสดงว่าอาหารที่บริโภคในแต่ละวันควรประกอบด้วยอาหารหลากหลายชนิด เพื่อให้ได้รับสารอาหารหลักและสารอาหารรองในปริมาณที่เหมาะสม จากการศึกษพบว่า คนไทยรับประทานอาหารกลุ่มธัญพืช โดยเฉพาะข้าว สัดส่วนร้อยละ 46.7 ของอาหารที่บริโภค หรือ คิดเป็น 255.0 กรัม/คน/วัน หรือ ประมาณ 93 กิโลกรัม/คน/ปี

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อประเมินความมั่นคงทางอาหารตามวิธีของสำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ประกอบด้วย

1. ข้อมูลการผลิตและการใช้ประโยชน์จากพืช ปศุสัตว์ และประมง (ใช้เป็นอาหารสัตว์ เมล็ดพันธุ์) ปริมาณอาหารที่มีอยู่ = ปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ + ปริมาณนำเข้า + การเปลี่ยนแปลงสินค้าคงเหลือ - ปริมาณการส่งออก

การใช้ประโยชน์ = ปริมาณส่งออก + ใช้เป็นอาหารสัตว์ + ใช้เป็นเมล็ดพันธุ์ + ส่วนที่สูญเสีย + ใช้ในการแปรรูป + ใช้เป็นอาหาร + ใช้ประโยชน์อื่นๆ + สินค้าคงเหลือ

2. ข้อมูลการค้า (การนำเข้าและส่งออก)อ้างอิงจากกระทรวงพาณิชย์

3. สินค้าคงเหลือ ระบบสารสนเทศเพื่อความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Food Security Information System: AFSIS)

4. ข้อมูลคุณค่าโภชนาการ ตารางแสดงคุณค่าสารอาหารไทย (Thailand Food Composition Table: TFCT) อ้างอิงจากกรมอนามัย และผู้เชี่ยวชาญโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล

การศึกษาพบว่า ค่า ADER ของไทย เท่ากับ 2380 kcal/คน/วัน พลังงานเฉลี่ยที่คนไทยได้รับจากการบริโภคอาหาร เท่ากับ 2090 กิโลแคลอรี/คน/วัน ในขณะที่พลังงานที่ได้รับจากอาหารที่บริโภคจำแนกตาม 5 กลุ่มรายได้ของครัวเรือน เรียงตามลำดับจากรายได้ต่ำสุดไปสูงสุด เป็นดังนี้ กลุ่มหนึ่ง 1,760 กลุ่มสอง 2,070 กลุ่มสาม 2,180 กลุ่มสี่ 2,290 และกลุ่มห้า 2,450 kcal/คน/วัน นั่นคือ ประชากรกลุ่มห้า ที่มีรายได้สูงสุดเท่านั้นที่มีความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร

5. จำนวนประชากร อ้างอิงจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

6. ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน 2554 (สศส. 54) ประชากรทุกครัวเรือนในทุกจังหวัด ไม่รวม ครัวเรือนทูต ผู้แทนต่างประเทศ และผู้อาศัยในไทยชั่วคราว ในการศึกษาครั้งนี้ สํารวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 52,000 ครัวเรือน

7. การประมาณค่าพลังงานที่ได้รับและความต้องการพลังงานขั้นต่ำ โดยแปลงเป็นคุณค่าทางอาหารและพลังงานที่ได้รับ จากสารอาหารหลัก ประกอบด้วย โปรตีน คาร์โบไฮเดรต และไขมัน

ตัวอย่าง การคำนวณปริมาณคาร์โบไฮเดรตที่ต้องบริโภคต่อวัน

ปริมาณคาร์โบไฮเดรตที่บริโภค =

$$[\text{พลังงานจากอาหารที่มีอยู่} - (4 \times \text{ปริมาณโปรตีนที่บริโภค}) + (9 \times \text{ปริมาณไขมันที่บริโภค})] / 4$$

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องการประเมินความมั่นคงทางอาหารดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุป แนวทางในการการประเมินความมั่นคงทางอาหาร โดยพิจารณาจาก 3 มิติร่วมกัน ประกอบด้วย

1) การมีอยู่ของอาหาร

จากตารางที่ 6 แสดงปัจจัยร่วม และปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประเมินการมีอยู่ของอาหาร จากการทบทวนวรรณกรรม 4 วิธี โดยสรุปเป็นแนวทางการประเมินการมีอยู่ของอาหาร ดังนี้

1.1) ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากรในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน หรือ ปริมาณอาหารที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นคนปกติ (หน่วย: กรัม/คน/วัน) (ERS USDA, 2013) พิจารณาจาก ผลต่างของปริมาณอาหารที่บริโภคต่อคนต่อวันกับ ปริมาณอาหารที่ควรบริโภคเพื่อให้เป็นไปตามสัดส่วนพลังงานที่เพียงพอต่อการทำกิจกรรมระดับปาน กลางในการดำรงชีพในแต่ละวัน (ADER) (FAO, 2013a) ปัจจัยนี้จึงแสดงถึงการมีอยู่ของอาหารที่ เพียงพอต่อความต้องการอาหารภายในประเทศ กล่าวคือ หากพลังงานที่ได้รับจากปริมาณอาหารที่ บริโภคต่อคนต่อวันน้อยกว่าพลังงานที่ควรได้จากการบริโภคอาหารตามเกณฑ์ ADER แสดงว่า ประเทศนั้นขาดปัจจัยด้านโภชนาการอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร

1.2) เสถียรภาพทางการเมือง (FAO, 2013a) (หน่วย: ดัชนี) มีค่าอยู่ระหว่าง -2.5 และ 2.5 เมื่อ -2.5 แสดงถึงความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง และ 2.5 แสดงถึง ความมีเสถียรภาพทาง การเมืองสูงสุด โดยเสถียรภาพทางการเมืองจะมีผลต่อการมีอยู่ของอาหาร เพราะหากประเทศไม่มี เสถียรภาพทางการเมือง เช่น เกิดการชุมนุมประท้วง การจลาจล การก่อการร้าย อาจมีการปิดถนน หรือ ถนนและเส้นทางขนส่งอื่นๆ ถูกทำลาย ซึ่งจะส่งผลต่อการขนส่งอาหาร และอาจทำให้เกิด ภาวะขาดแคลนอาหาร

1.3) การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช (FAO, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซนต์) ใช้พิจารณา ความสามารถในการพึ่งพาตนเองภายในประเทศของสินค้านั้นๆ โดยการพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช จะมีผลต่อการมีอยู่ของอาหาร กล่าวคือ หากประเทศต้องพึ่งพิงการนำเข้าธัญพืชสูง หากเกิดภาวะ วิกฤติอาหารหรือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ประเทศผู้ผลิตธัญพืชจะให้ความสำคัญในการกักตุนสินค้า เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของคนภายในประเทศก่อนจะส่งออก ดังนั้น ประเทศที่ไม่สามารถ ผลิตสินค้าเองได้ หรือ ผลิตได้แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนภายในประเทศ จะไม่สามารถ นำเข้าสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศได้ ทั้งนี้ การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช

คำนวณจาก 
$$\frac{\text{ปริมาณข้าวที่นำเข้า}}{\text{ปริมาณข้าวที่ผลิต+ปริมาณข้าวที่นำเข้า-ปริมาณข้าวที่ส่งออก}} \times 100$$

(ปริมาณข้าวที่ผลิต+ปริมาณข้าวที่นำเข้า-ปริมาณข้าวที่ส่งออก)

โดยปริมาณข้าวที่นำเข้า ปริมาณข้าวที่ผลิต และปริมาณข้าวที่ส่งออก อ้างอิงจาก FAO STAT

ตารางที่ 6 ปัจจัยในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร มิติการมีอยู่ของอาหาร

|                   |                                                                                                                                          | USDA   | EIU    | FAO    | สำนักงานสถิติ   | หน่วย                                                                                                  |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   |                                                                                                                                          | (2013) | (2013) | (2013) | แห่งชาติ (2555) |                                                                                                        |
| การมีอยู่ของอาหาร | ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากรในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน หรือ ปริมาณอาหารที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นคนปกติ | /      |        | /      | /               | กรัม/คน/วัน = ปริมาณอาหารที่บริโภค - ปริมาณอาหารที่ควรบริโภคตามเกณฑ์ ADER                              |
|                   | เสถียรภาพทางการเมือง ปราศจากความรุนแรง และการก่อการร้าย                                                                                  |        | /      | /      |                 | ดัชนี (-2.5 - 2.5)                                                                                     |
|                   | การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช                                                                                                            |        |        | /      | % =             | ปริมาณธัญพืชที่นำเข้า *100<br>(ปริมาณธัญพืชที่ผลิตได้ + ปริมาณการนำเข้าธัญพืช - ปริมาณการส่งออกธัญพืช) |
|                   |                                                                                                                                          |        |        |        |                 |                                                                                                        |

## 2) การเข้าถึงอาหาร

จากตารางที่ 7 แสดงปัจจัยร่วม และปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประเมินการเข้าถึงอาหาร จากการทบทวนวรรณกรรม 4 วิธี โดยสรุปเป็นแนวทางการประเมินการเข้าถึงอาหาร ดังนี้

2.1) ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ (FAO, 2013a) (หน่วย: ดัชนี) แสดงภาวะเงินเฟ้อ และค่าครองชีพของแต่ละประเทศ โดยหากค่าดัชนีสูง นั่นคือ ประชาชนภายในประเทศสามารถเข้าถึงอาหารได้ยากขึ้นกว่าค่าดัชนีต่ำ

2.2) สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายของครัวเรือน (EIU, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์) คำนวณจากรายจ่ายอาหารต่อรายได้ของประชากร ในระดับประเทศ โดยค่านี้แสดงถึงปริมาณเงินที่ต้องใช้ในการซื้ออาหารของแต่ละครัวเรือน ซึ่งหากมีค่าสูงแสดงว่าประชากรต้องจ่ายเงินจำนวนมากในการซื้ออาหารเพื่อบริโภค

2.3) ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานในการขนส่งสินค้าไปยังตลาด และประชากรสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวก (FAO, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์) คำนวณจากถนนที่ลาดยางต่อความยาวถนนทั้งประเทศ ค่านี้แสดงความพร้อมและความสะดวกในการขนส่งสินค้า หากค่านี้สูงแสดงว่าประชากรภายในประเทศสามารถเข้าถึงอาหารได้ดีกว่าประเทศที่มีค่านี้ต่ำ

ตารางที่ 7 ปัจจัยในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร มิติการเข้าถึงอาหาร

|                                                        |                                           | USDA<br>(2013)                  | EIU<br>(2013) | FAO<br>(2013) | สำนักงานสถิติ<br>แห่งชาติ (2555) | หน่วย                                                                                   |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|---------------|---------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ                              |                                           |                                 |               | /             |                                  | ดัชนี = Food Purchasing Power Parity<br>General PPP                                     |
| การเข้าถึง                                             | สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายของครัวเรือน |                                 | /             |               | /                                | % = $\frac{\text{รายจ่ายอาหาร}}{\text{รายจ่ายของครัวเรือน}} \times 100$                 |
|                                                        | อาหาร                                     | ความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้า | /             | /             |                                  | % = $\frac{\text{ความยาวของถนนลาดยางหรือคอนกรีต}}{\text{ความยาวถนนทั้งหมด}} \times 100$ |
| ไปยังตลาดและประชากรสามารถเข้าถึง<br>อาหารได้อย่างสะดวก |                                           |                                 |               |               |                                  |                                                                                         |

### 3) การใช้ประโยชน์จากอาหาร

จากตารางที่ 8 แสดงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประเมินการใช้ประโยชน์จากอาหาร จากการทบทวนวรรณกรรม 4 วิธี โดยสรุปเป็นแนวทางการประเมินการใช้ประโยชน์จากอาหาร ดังนี้

3.1) การมียุทธศาสตร์หรือแผนงานโภชนาการระดับชาติ (EIU, 2013a) (หน่วย: ระดับ) ยุทธศาสตร์หรือแผนงานเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนเรื่องความมั่นคงทางอาหารภายในประเทศ และ ยังแสดงถึงการให้ความสำคัญในด้านอาหารและโภชนาการของแต่ละประเทศ

3.2) การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยอาหารของชาติ (EIU, 2013a) (หน่วย: ระดับ) หน่วยงานที่กำกับดูแลด้านความปลอดภัยอาหารจะมีบทบาทสำคัญในการจัดทำยุทธศาสตร์ หรือแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับอาหารภายในประเทศ จึงเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้ประชาชน ตระหนักในความมั่นคงทางอาหาร

3.3) ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาด (FAO, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์) การเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดเป็นปัจจัยที่สำคัญ เพราะร่างกายมนุษย์มีน้ำเป็นส่วนประกอบ ประมาณร้อยละ 70 นอกจากนี้ น้ำยังเป็นตัวกลางในการเปิดปฏิกิริยาเคมีทุกชนิดในกระบวนการเมตาบอลิซึมของร่างกาย นั่นคือ หากร่างกายขาดน้ำ เซลล์จะไม่สามารถทำงานได้ (นายแพทย์วรวิทย์ เจริญศิริ, 2556)

ตารางที่ 8 ปัจจัยในการพิจารณาความมั่นคงทางอาหาร มิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร

|                                | USDA<br>(2013)                                          | EIU<br>(2013) | FAO<br>(2013) | สำนักงานสถิติ<br>แห่งชาติ )2555) | หน่วย                                                                      |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------|---------------|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| การใช้<br>ประโยชน์<br>จากอาหาร | การมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงาน<br>โภชนาการของชาติ          | /             |               |                                  | 2 ระดับ ระดับ 0 = ไม่มี ระดับ 1 = มี                                       |
|                                | การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความ<br>ปลอดภัย<br>อาหารของชาติ | /             |               |                                  | 2 ระดับ ระดับ 0 = ไม่มี ระดับ 1 = มี                                       |
|                                | การเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา (ประชาชน(                    |               | /             |                                  | % = จำนวนประชากรที่เข้าถึงแหล่งน้ำดื่มที่พัฒนา *100<br>จำนวนประชากรทั้งหมด |
|                                |                                                         |               |               |                                  |                                                                            |

## 5. ปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหาร

Biotechnology and Biological Sciences Research Council (2013) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหาร ประกอบด้วย 1) การเพิ่มขึ้นของประชากร 2) สภาพภูมิอากาศของโลก 3) ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป 4) ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด 5) ปัจจัยทางสังคม 6) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 7) ปัจจัยทางการเมือง 8) คุณค่าทางโภชนาการ

Premanandh (2011) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหารและการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยทำให้เกิดความยั่งยืนทางอาหาร โดยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหาร ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) การเพิ่มขึ้นของประชากร 2) พื้นที่เพาะปลูก 3) แหล่งทรัพยากรน้ำ 4) การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate change) 5) การมีอยู่และการเข้าถึงอาหาร 6) การสูญเสียอาหาร

Conceicao and Mendoza (2009) ได้ศึกษาวิกฤติอาหารของโลกไว้ โดยแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหารไว้ 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ ปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบด้วย 1) การที่ประเทศมีรายได้ต่ำและพึ่งพาอาหารจากการนำเข้าแต่เพียงอย่างเดียว 2) ความยากจน รายได้ที่ไม่เสมอภาค ความไม่มั่นคงทางอาหาร ซึ่งหากราคาอาหารสูงขึ้น จะมีผลต่อคนยากจน ทำให้ไม่สามารถซื้ออาหารได้ และกลุ่มสอง คือ ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย 1) แนวโน้มราคาอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น 2) ราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น 3) นโยบายภาครัฐ 4) แนวโน้มการบริโภคอาหารเพิ่มขึ้นและพฤติกรรมบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป 5) แนวโน้มการพัฒนาเชื้อเพลิงชีวภาพ (Biofuel) ของโลก 6) การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate change) และผลผลิตทางการเกษตร

จากปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหารข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความมั่นคงทางอาหาร ประกอบด้วย 1) สภาพภูมิอากาศของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป 2) การเพิ่มขึ้นของประชากร 3) ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งในส่วนพื้นที่เพาะปลูกและแหล่งทรัพยากรน้ำ 4) ปัจจัยทางสังคม เช่น พฤติกรรมบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป สังคมเมืองที่เติบโตเพิ่มขึ้น 5) ปัจจัยทางการเมือง เช่น นโยบายรัฐบาล เป็นต้น และ 6) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น แนวโน้มราคาอาหารที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลก ราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ทิศทางความต้องการสินค้าในตลาดโลก เป็นต้น

## 6. การจัดการความมั่นคงทางอาหาร

Biotechnology and Biological Sciences Research Council (2013) ได้จัดทำยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารของโลก ปี 2011-2016 โดยประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ 1) ความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสภาวะต่างๆ 2) ความยั่งยืนในห่วงโซ่การผลิตและห่วงโซ่อุปทาน 3) คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ

Canadian International Development Agency หรือ CIDA (2013) ได้จัดทำยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารร่วมกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค เพื่อเพิ่มความมั่นคงทางอาหาร ลดความยากจน และเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 แนวทาง ประกอบด้วย 1) การพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างศักยภาพให้แก่เกษตรกร 2) การช่วยเหลือด้านอาหารและคุณค่าทางโภชนาการแก่ประชากรกลุ่มเสี่ยงขาดความมั่นคงทางอาหาร และ 3) การวิจัยและพัฒนา เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ทั้งมิติลึกและกว้าง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาความมั่นคงทางอาหาร โดยยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้น 1) การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร การเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรอย่างยั่งยืน 2) การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร ในระยะยาว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำรงชีวิต 3) การเพิ่มการมีอยู่และการเข้าถึงอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและปลอดภัย 4) การเพิ่มเสถียรภาพความมั่นคงทางอาหาร ด้วยการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และ 5) การสนับสนุนระบบการจัดการความมั่นคงทางอาหาร เพื่อเพิ่มการประสานงานในระดับชาติ ภูมิภาค และระดับนานาชาติ

Asia-Pacific Economic Cooperation หรือ APEC (2012) ประเทศสมาชิกได้จัดทำแผนความมั่นคงทางอาหารปี 2020 ในกลุ่มสมาชิก APEC ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) การพัฒนาความยั่งยืนในกลุ่มเกษตรกรรมและประมง 2) การอำนวยความสะดวกในการลงทุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และ 3) การปรับปรุงการค้าและตลาดให้ดีขึ้น โดยจัดตั้ง Policy Partnership on Food Security (PPFS) เป็นผู้ผลักดันแผนงานดังกล่าวโดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่าสมาชิก APEC จะต้องปราศจากผู้หิวโหยและผู้ทุพโภชนาการ โดยกำหนดภารกิจของ PPFS 3 ภารกิจ ดังนี้ 1) สร้างความตระหนักด้านความมั่นคงทางอาหารในกลุ่มภาคเอกชน 2) ปรับปรุงการผลิตและการค้าสินค้าอาหารควบคู่ไปกับการพัฒนาลังสินค้าอาหารและโปรแกรมความช่วยเหลือทางอาหารให้กับกลุ่มคนยากจน และ 3) พิจารณาวិธีการพัฒนารายได้และสวัสดิการในกลุ่มครัวเรือนขนาดเล็ก

จากแนวทางการจัดการความมั่นคงทางอาหารข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การจัดการความมั่นคงทางอาหารจะกำหนดเป็นทิศทางการดำเนินงานในรูปยุทธศาสตร์ โดยอาจกำหนดหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลโดยเฉพาะ หรือ เป็นการดำเนินงานร่วมกันหลายหน่วยงาน โดยยุทธศาสตร์สามารถจัดทำทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค หรือ ระดับโลก โดยมุ่งเน้น 1) การพัฒนาความยั่งยืนในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร ตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน 2) การให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมคุณค่าโภชนาการ และสุขภาพ ความปลอดภัยทางอาหาร รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค และ 3) การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างรูปแบบความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสภาวะที่แตกต่างกันไป เพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหารในระดับต่างๆ

### อาเซียน

อาเซียน (Association of South East Asian Nations: ASEAN) เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2510 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคง และด้านภัยคุกคามคอมมิวนิสต์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในสมัยเริ่มต้น อาเซียนมีสมาชิกผู้ก่อตั้ง 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2527 บรูไน ดารุส ซาลาม ได้เข้าร่วมอาเซียน และกลายเป็นสมาชิกในกลุ่มอาเซียนเดิม 6 ประเทศ ในปี พ.ศ. 2535 อาเซียนได้พัฒนาเป็นเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) และได้เริ่มมีความตกลงร่วมกันสำหรับอาเซียนเดิม โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2536 ซึ่งทยอยลดภาษีให้เหลือร้อยละ 0-5 ในปี 2546 และลดเหลือร้อยละ 0 ในปี 2553

ต่อมาอาเซียน มีสมาชิกเพิ่ม 4 ประเทศ เรียงตามลำดับการเข้าร่วม ดังนี้ เวียดนาม เข้าร่วมในปี พ.ศ. 2538 เมียนมาร์และลาว เข้าร่วมในปี พ.ศ. 2540 และท้ายสุด กัมพูชา เข้าร่วมในปี พ.ศ. 2542 สมาชิกกลุ่มนี้จึงเป็นสมาชิกใหม่ (กลุ่ม CLMV) ดังนั้น สมาชิกอาเซียนจึงประกอบด้วย 10 ประเทศ และ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสมาชิกอาเซียนเดิม และกลุ่มสมาชิกใหม่

เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 ผู้นำอาเซียนได้ลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียน (Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord) ณ บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เห็นชอบให้มีการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ภายในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) ต่อมาในเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ผู้นำอาเซียนได้ตกลงร่วมกันในปฏิญญาเซบู ที่จัดขึ้น ณ เมืองเซบู ประเทศ

ฟิลิปปินส์ เร่งรัดการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วเร็วขึ้นเป็นภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) (กมลรัตน์ เหลืองสด, 2555) แสดงความเป็นมาของอาเซียนได้ดังแผนภาพ



### ภาพที่ 9 ลำดับพัฒนาการความร่วมมือของอาเซียน

หมายเหตุ: เอกสารประกอบการบรรยาย ในหัวข้อสิทธิประโยชน์ และการใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้

AEC 2015

ความร่วมมือภายในภูมิภาคอาเซียนในยุคเริ่มต้น ให้ความสำคัญการให้สิทธิพิเศษทางภาษี หรือ การลดภาษีศุลกากร ณ ประเทศปลายทาง โดยอาเซียนได้เริ่มต้นทำความตกลงว่าด้วยการใช้มาตรการกำหนดอัตราอากรร่วมกันเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (The Common Effective Preferential Tariff Scheme for the ASEAN Free Trade AREA: CEPT) ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2536 ประเทศสมาชิกเดิมจะต้องลดภาษีดังกล่าว ภายในปี พ.ศ. 2553 ในขณะที่ประเทศสมาชิกใหม่ได้รับ การผ่อนผันให้ลดภาษีดังกล่าว ภายในปี พ.ศ. 2558

ต่อมาอาเซียนได้ปรับปรุงความตกลงให้ทันสมัยทัดเทียมความตกลงอื่นที่อาเซียนทำกับคู่ค้าประเทศอื่นๆ และเปลี่ยนเป็นความตกลงทางการค้าของอาเซียน (ASEAN Trade in Good Agreement: ATIGA) โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2553 ซึ่งความตกลง ATIGA

จะครอบคลุมการยกเลิกมาตรการกีดกันทางการค้า (Non-Tariff Barriers: NTB) การยกเลิกการจำกัดปริมาณการนำเข้า (Tariff Quota) และการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation)

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจะทำการประเมินความมั่นคงทางอาหาร กรณีศึกษาสินค้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV โดยใช้เกณฑ์ประเมินความมั่นคงทางอาหารที่ประมวลผลจาก ERS USDA (2013) FAO (2013a) และ EIU (2013a) ซึ่งประกอบด้วย

การประเมินจาก 3 มิติ ได้แก่

มิติที่ 1 การมีอยู่ของอาหาร ประกอบด้วย 3 ปัจจัย

1) ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากรในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน หรือ ปริมาณอาหารที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นชนปกติ (ERS USDA, 2013) (หน่วย: กรัม/คน/วัน)

2) เสถียรภาพทางการเมือง (FAO, 2013a) (หน่วย: ดัชนี)

3) การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช (FAO, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

มิติที่ 2 การเข้าถึงอาหาร ประกอบด้วย 3 ปัจจัย

1) ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ (FAO, 2013a) (หน่วย: ดัชนี)

2) สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายทั้งหมด(EIU, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

3) ความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้าไปยังตลาด และประชากรสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวก (FAO, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

มิติที่ 3 การใช้ประโยชน์จากอาหาร ประกอบด้วย

1) การมียุทธศาสตร์หรือแผนงานโภชนาการระดับชาติ (EIU, 2013a) (หน่วย: ระดับ)

2) การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยของอาหาร (EIU, 2013a) (หน่วย: ระดับ)

3) ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงแหล่งน้ำประปา (FAO, 2013a) (หน่วย: เปอร์เซ็นต์)

โดยเมื่อได้ค่าในแต่ละปัจจัยแล้ว จะนำมาทำการปรับข้อมูลให้เป็นฐานเดียวกันด้วยวิธี Min/Max Normalization และแปลงทุกค่าปัจจัยให้อยู่ในหน่วยเดียวกัน โดยกำหนดให้คะแนนเต็ม 100 คะแนน แล้วนำคะแนนในแต่ละปัจจัยย่อยคำนวณด้วยวิธีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจะได้คะแนนรวมของแต่ละมิติ แล้วจึงนำคะแนนในแต่ละมิติ คำนวณด้วยวิธีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจะได้คะแนนความมั่นคงทางอาหารในกรณีศึกษาสินค้าข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV และได้ภาพรวมความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV เพื่อใช้ประกอบการนำเสนอยุทธศาสตร์ความมั่นคงสินค้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Tey and Radam (2011) ศึกษาแบบแผนอุปสงค์การนำเข้าข้าวของมาเลเซีย: ด้านความมั่นคงทางอาหาร พบว่า มาเลเซียเป็นผู้นำเข้าข้าวขาว (Milled Rice) โดยสุทธิ การนำเข้าข้าวจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความมั่นคงทางอาหารภายในประเทศ ภายหลังการเกิดวิกฤติราคาอาหารโลก (Food Price Crisis) เมื่อปี 2550-2551 มาเลเซียจึงได้กำหนดแผนความมั่นคงทางอาหารแห่งชาติ แต่ในแผนดังกล่าวไม่ได้เน้นยุทธศาสตร์การนำเข้าข้าว BERNAS (PadiBeras Nasional Berhad) เป็นบริษัทเดียวที่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลให้นำเข้าข้าวเข้าประเทศ เริ่มก่อตั้งในปี 1994 โดย National Paddy and Rice Board ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตร ต่อมาแปรรูปเป็นเอกชนในปี 1996 จากการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยสรุปว่ามาเลเซียจะยังคงเป็น ผู้นำเข้าข้าวโดยสุทธิต่อไปในอนาคตการนำเข้าข้าวนี้เพื่อให้เพียงพอต่อการบริโภคมากกว่าร้อยละ 25 ของอุปสงค์ของประเทศ ความมั่นคงทางอาหาร จึงเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตภายในประเทศ และการนำเข้า ดังนั้น มาเลเซียจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การนำเข้าข้าว และควรนำเข้าข้าวจากหลายประเทศ และนำเข้าข้าวสารมากกว่าข้าวเจ้า เพราะข้าวสารมีอายุการเก็บนานกว่า และรัฐควรให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมปลายน้ำในห่วงโซ่อุปทานสินค้าข้าว

Seck et al. (2012) ศึกษาข้าวพืชเศรษฐกิจที่เป็นอาหารของประชากรโลก โดยพิจารณาในกลุ่มเอเชียและแอฟริกา จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ในปี 2010 ประชากรโลกบริโภคข้าว 439 ล้านตัน และคาดว่าประชากรโลกจะบริโภคข้าว 496 ล้านตันในปี 2020 และเพิ่มขึ้นเป็น 555 ล้านตันในปี 2035

หรือ ในปี 2035 ประชากรโลกจะมีความต้องการข้าวมากขึ้นถึง 116 ล้านตันเมื่อเทียบกับปี 2010 ซึ่งเป็นความต้องการจากแอฟริกามากกว่า 30 ล้านตัน ในส่วนของเอเชีย ปริมาณการบริโภคต่อคนจะลดลง ในประเทศที่ประชากรมีรายได้ปานกลางและรายได้สูง เกษตรกรผู้ผลิตข้าวเปลือกจะต้องเพาะปลูกเพิ่มขึ้น 8-10 ล้านตัน หรือมีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2-1.5 หากไม่มีการขยายพื้นที่เพาะปลูก ดังนั้น การเพิ่มความมั่นคงทางอาหารในระดับโลก จึงจำเป็นต้องเพิ่มผลผลิตต่อไร่ น้ำ และแรงงาน ทั้งในเอเชียและแอฟริกา การขยายพื้นที่เพาะปลูกและสร้างระบบการจัดการน้ำที่ดีในแอฟริกา การจัดการ การขยายของตัวเมือง และอุตสาหกรรมในเอเชีย

ERS USDA (2012) ศึกษาข้าวส่วนเกิน (Rice Surplus) ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) พบว่า อาเซียนจะยังคงรักษาข้าวส่วนเกินในอีก 10 ปีข้างหน้าได้ เพราะสามารถผลิตข้าวได้มากกว่าปริมาณการบริโภค อัตราการเพาะปลูกข้าวในอาเซียนจะเติบโตค่อนข้างช้า เนื่องจากความเสี่ยงของโรคพืชและการไม่ลงทุนเพิ่มเติมด้านชลประทาน การบริโภคต่อคนในภูมิภาคจะลดลง เพราะอัตราการเติบโตของประชากรลดลงจากในอดีต กล่าวคือ การบริโภคข้าวในภูมิภาคลดลง แต่การผลิตข้าวยังคงมากขึ้น ทำให้เกิดข้าวส่วนเกินในภูมิภาค ข้าวส่วนเกินในอาเซียนนี้เป็นประโยชน์ต่อประชากรโลก ปริมาณการบริโภคข้าวของประชากรจะเพิ่มขึ้น แต่มีอัตราที่ถดถอยลง ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น ปรากฏการณ์เอลนีโญ จะมีผลต่อการผลิตและการส่งออกข้าว ในบางปีซึ่งอาจส่งผลให้ราคาข้าวเพิ่มสูงขึ้น

พัชรินทร์ กางทอง (2552) ศึกษาความมั่นคงทางด้านอาหาร: ข้าว ของตำบลเชียงเคี่ยน อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล โดยพิจารณาจากสภาพการผลิตและการบริหารจัดการผลผลิตข้าวเพื่อการบริโภคและจำหน่าย จากการสัมภาษณ์ในแนวลึกจากผู้นำชุมชนในพื้นที่ โดยพบว่า ข้าวที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นข้าวเหนียวนาปี รองลงมาคือ ข้าวเจ้านาปี และข้าวเหนียวนาปรัง เฉลี่ยฟาร์มละ 9.08, 4.36 และ 0.41 ไร่ ตามลำดับ และมีผลผลิต 2,507.44 1,291.41 และ 221.41 กิโลกรัม โดยผลผลิตเพื่อการบริโภคสูงสุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.10 รองลงมา คือ จำหน่าย ร้อยละ 41.48 ทำพันธุ์ ร้อยละ 3.41 เลี้ยงสัตว์ ร้อยละ 2.84 ทำบุญ ร้อยละ 1.71 และมีปริมาณคงเหลือ ร้อยละ 3.46 ซึ่งชาวนามีรายได้เฉลี่ยจากการทำนาปีละ 45,375.40 บาท โดยมีต้นทุนการผลิตข้าวเฉลี่ยไร่ละ 2,180.74 บาท

วัฒนาดี คุ่มทองมาก (2548) ศึกษาผลกระทบของการขยายตัวของประชากรชาวกะเหรี่ยงที่มีต่อการใช้ทรัพยากรเพื่อการเกษตรและความมั่นคงทางด้านอาหาร: กรณีศึกษา หมู่บ้านเมืองแพม

จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยแบบจำลองโปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming Model) ในการวางแผนการผลิตเพื่อให้มีความมั่นคงทางอาหารเป็นระยะเวลา 15 ปี ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากร ในการศึกษาได้ให้คำนิยามว่า ความมั่นคงทางด้านอาหาร หมายถึง การมีปริมาณข้าวที่เพียงพอต่อความต้องการในการบริโภคของคนภายในชุมชน โดยที่ไม่ต้องซื้อข้าวจากภายนอกชุมชนเพื่อนำมาบริโภค และรายได้เหนือต้นทุนเงินสดขั้นต่ำที่อยู่รอดได้ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มครัวเรือนที่มีความมั่นคงทางอาหารสูง มีจำนวนสมาชิกทั้งหมดในครัวเรือนเป็นวัยแรงงานมากกว่ากลุ่มที่ความมั่นคงทางอาหารต่ำ ในศึกษากำหนดกลุ่มเกษตรกรออกเป็น 2 กลุ่ม ตามระดับความมั่นคงทางอาหาร ประกอบด้วย ความมั่นคงทางอาหารสูง และความมั่นคงทางอาหารต่ำ โดยพิจารณาจากค่าสัดส่วนหรือปริมาณของแต่ละปัจจัย หากมากกว่าค่าเฉลี่ยจัดเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงทางอาหารสูง ในทางตรงกันข้ามหากค่าดังกล่าวน้อยกว่าค่าเฉลี่ยจัดเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงทางอาหารต่ำ โดยปัจจัยในการพิจารณาประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปริมาณข้าวที่เพียงพอต่อการบริโภคในครัวเรือน (กิโลกรัมต่อครัวเรือนต่อปี) โดยค่าเฉลี่ยคือ 994.01 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งคำนวณจากปริมาณข้าวสารที่เกษตรกรผลิตได้ ลบด้วย ผลคูณของจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับปริมาณข้าวสารที่บริโภคต่อคนต่อปี 171.74 กิโลกรัมต่อคนต่อปี นำส่วนต่างที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย 2) สัดส่วนพื้นที่ปลูกข้าวต่อพื้นที่ทั้งหมด (ร้อยละ) โดยค่าเฉลี่ย คือ ร้อยละ 33.98 3) รายได้สุทธิของครัวเรือน (บาทต่อครัวเรือนต่อปี) โดยค่าเฉลี่ยคือ 33,248.37 บาทต่อครัวเรือนต่อปี

สุรัช รักษาชาติ (2545) ศึกษาความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือนของคนชายขอบในหมู่บ้านกะเหรี่ยง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ครัวเรือนกะเหรี่ยงมีฐานะยากจน การเกษตรเน้นการผลิตข้าวให้เพียงพอต่อการบริโภคตลอดปี แต่การปรับตัวเข้าสู่การพัฒนาและการขยายตัวเป็นเมืองทำให้เกิดปัญหาหนี้สินกับนายทุน เนื่องจากต้องซื้อข้าวมาบริโภค ทำให้เกิดการบุกรุกเขตป่าเพื่อเพาะปลูกข้าวไร่ แสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างความมั่นคงทางอาหารและทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า และแรงงาน

ณัฐกมล นพแก้ว (2553) ศึกษาการวิเคราะห์โครงสร้างการส่งออก การนำเข้า และความสามารถการแข่งขันในการส่งออกข้าวของประเทศสมาชิกอาเซียน จากการศึกษา พบว่า กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญของตลาดโลก ในปี พ.ศ. 2529-2544 กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน มีสัดส่วนการส่งออกข้าวขาว (White Rice หรือ Rice Milled) ภายในกลุ่มเพิ่มมากขึ้น และมีสัดส่วนการส่งออกไปประเทศนอกกลุ่มลดลง แต่ภายในช่วงปี พ.ศ. 2545-2548 กลุ่ม

ประเทศสมาชิกอาเซียนมีสัดส่วนการส่งออกข้าวขาวภายในกลุ่มลดลง ในส่วนของโครงสร้างการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า ไทย เวียดนาม กัมพูชา และเมียนมาร์ ส่งออกข้าวขาวไปยังมาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เป็นหลัก ซึ่งไทยได้เปรียบการส่งออกข้าวขาวในตลาด บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว เมียนมาร์ สิงคโปร์ และเวียดนาม ในขณะที่ เวียดนามได้เปรียบการส่งออกข้าวในตลาดมาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ในส่วนของการพึ่งพาการนำเข้า พบว่า บรูไน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ มีอุปสงค์การบริโภคภายในประเทศมากกว่าอุปทานการผลิต จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ จากข้อมูล พบว่า ประเทศสมาชิกอาเซียนมีสัดส่วนการนำเข้าข้าวจากไทยและเวียดนามเป็นหลัก แต่กลับมีแนวโน้มการนำเข้าข้าวลดลงเกือบทุกตลาด เพราะผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า ต่างมีการขยายผลผลิตต่อพื้นที่และพัฒนาคุณภาพข้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง

ธนัชพร หาได้ และคณะ (2553) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกข้าวขาวเปรียบเทียบระหว่างไทยและเวียดนาม โดยพบว่า ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ระหว่างปี 2538-2553 ของไทยและเวียดนาม มีค่า 9.58 และ 42.26 ตามลำดับ และค่าดัชนีอัตราส่วนความสามารถในการส่งออก (Export Performance Ratio: EP) ของไทยและเวียดนาม มีค่า 5.16 และ 17.53 ตามลำดับ ซึ่งทั้งค่า RCA และ EP ของไทยและเวียดนาม มีค่ามากกว่า 1 นั่นคือ ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความสามารถในการส่งออกข้าวขาวในตลาดโลก แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างไทยและเวียดนาม พบว่า เวียดนามมีค่า RCA และ EP สูงกว่าไทยมาก โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีเป็นเวลา 16 ปี แสดงให้เห็นว่า เวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกข้าวขาวในตลาดโลกมากกว่าไทย ไทยจึงควรลดราคาข้าวด้วยการลดต้นทุนการผลิต และคำนึงในด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ และราคา ตลอดจนการส่งออกส่งเสริมนโยบายการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกร การป้องกันโรคระบาด วิจัยพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพสูง เพื่อเพิ่มศักยภาพและผลผลิตให้มากขึ้น จึงจะทำให้ไทยสามารถครองความเป็นหนึ่งในการส่งออกข้าวในตลาดโลกต่อไป

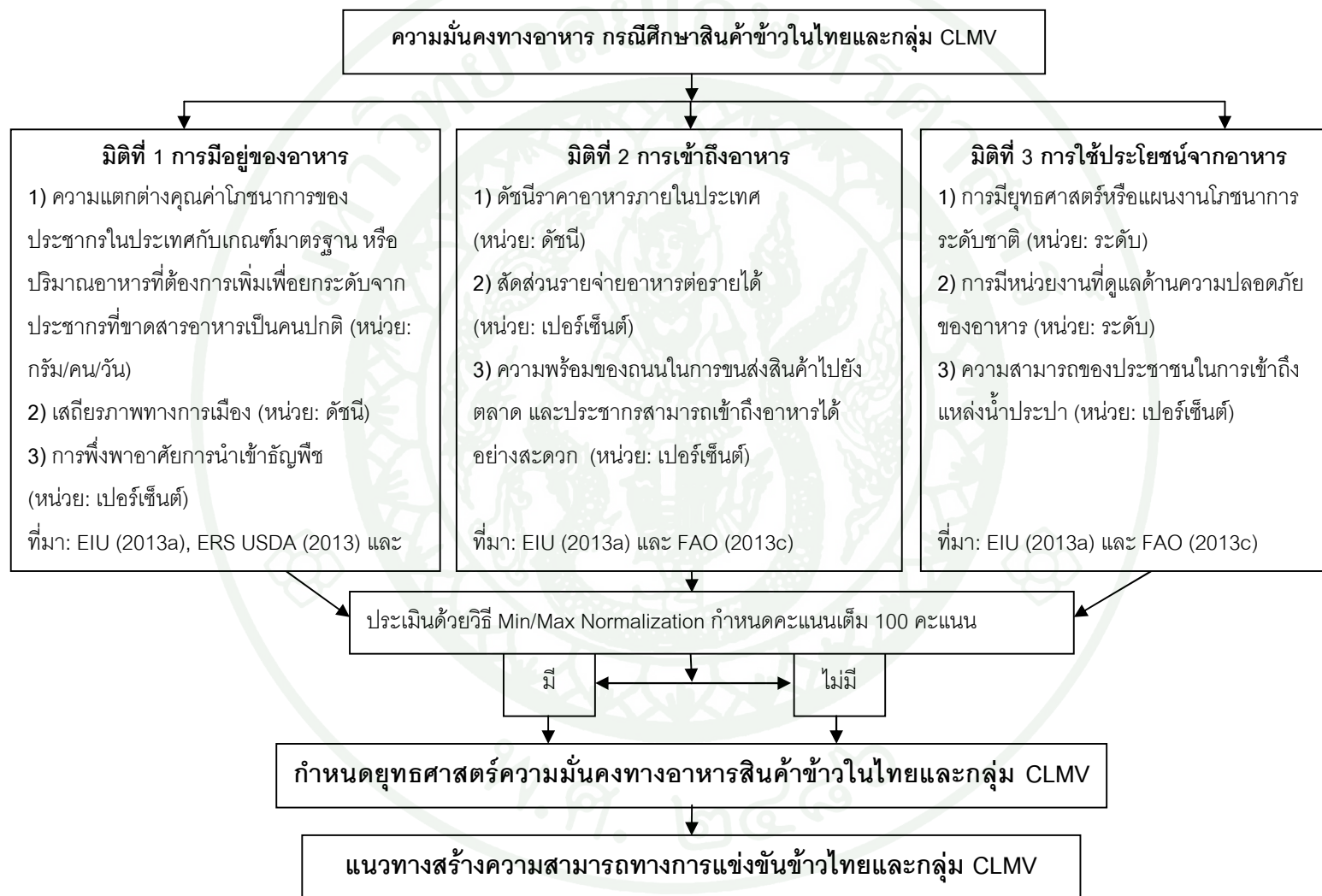
นิชภา สุทธิรักษ์ และคณะ (2556) ได้ศึกษาความสามารถทางการแข่งขันการส่งออกข้าวของไทย ในช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงปี พ.ศ. 2545-2547 ช่วงปี พ.ศ. 2548-2550 และช่วงปี พ.ศ. 2551-2553 โดยพบว่า ในการส่งออกข้าวเจ้าหอมมะลิและข้าวเจ้าหอม ในตลาดสหรัฐอเมริกา จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในทุกช่วงปี ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ. 2551-2553 ไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกข้าวหอมมะลิในตลาดมาเลเซีย ใน

การส่งออกข้าวเจ้าขาว ในตลาดอิหร่าน และมาเลเซีย ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในทุกช่วงปี ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ. 2551-2553 ในตลาดฟิลิปปินส์ ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในทุกช่วงปี ในตลาดญี่ปุ่น ไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในทุกช่วงปี ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ. 2551-2553 นั่นคือ การส่งข้าวเจ้าหอมมะลิ ข้าวเจ้าหอมของไทยไปสหรัฐอเมริกาและจีน มีการแข่งขันที่ไม่รุนแรง เนื่องจากทั้ง 2 ประเทศ นำเข้าข้าวจากไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ การส่งข้าวเจ้าหอมมะลิ ข้าวเจ้าหอมของไทยไปสิงคโปร์ มีการแข่งขันที่รุนแรง เช่นเดียวกับ การส่งออกไปมาเลเซีย ซึ่งมีการแข่งขันกับเวียดนามมากขึ้น ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลง ในส่วนของข้าวเจ้าขาว พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดอิหร่านลดลง เนื่องจากอินเดียมีการส่งออกข้าวสารเพิ่มขึ้น และข้าวของอินเดียตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าไทย นอกจากนี้ ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดฟิลิปปินส์และมาเลเซีย ลดลง โดยน้อยกว่าคู่แข่งอย่างเวียดนาม และปากีสถาน ในขณะที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันส่งออกในตลาดญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ยังพบว่า ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกข้าวเจ้าหอมมะลิ ข้าวเจ้าหอม และข้าวเจ้าขาวของไทย ข้าวเป็นสินค้าเศรษฐกิจของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง โดยคู่แข่งข้าวหอมมะลิที่สำคัญ ได้แก่ อินเดีย ปากีสถาน และสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะข้าวบาฮามาสติของอินเดียและปากีสถานซึ่งเป็นพันธุ์ข้าวหอมที่มีคุณภาพดีทัดเทียมข้าวเจ้าหอมมะลิของไทย ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทยลดลง ในขณะที่ สหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศคู่ค้าข้าวของไทยได้คิดค้นข้าวหอมพันธุ์ใหม่ เพื่อให้มีคุณภาพที่ทัดเทียมข้าวเจ้าหอมมะลิของไทย นอกจากนี้ เวียดนามยังผลิตข้าวที่มีต้นทุนต่ำกว่าไทย ประกอบกับมีนโยบายตลาดเชิงรุก

สำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) ศึกษาความมั่นคงทางอาหารและภาวะโภชนาการของไทย พ.ศ. 2548-2554 พบว่า ไทยมีความมั่นคงทางอาหารในเชิงการมีอยู่ของอาหาร (Food Availability) ซึ่งใช้ประกอบกับตัวชี้วัดด้านการเข้าถึงอาหาร (Food Access) และการใช้ประโยชน์จากอาหาร (Food Utilization) เพื่อวัดระดับความไม่มั่นคงทางอาหารของประเทศโดยพิจารณาจากประชากรผู้ขาดสารอาหาร (Prevalence of Undernourishment) โดยระหว่างปี 2548-2553 ไทยมีปริมาณอาหารที่มีอยู่ในรูปของพลังงาน (Dietary Energy Supply: DES) เฉลี่ย 2,857 2,886 2,879 2,828 2,868 และ 3,116 กิโลแคลอรีต่อคนต่อวัน ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าค่าพลังงานเฉลี่ยที่ร่างกายต้องการ (Average Dietary Energy Requirement: ADER) ระหว่างปี

2549-2551 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2,380 กิโลแคลอรีต่อคนต่อวัน (FAO, 2013e) จากการศึกษาพบว่า คนไทยบริโภคข้าวเจ้ามากกว่าข้าวเหนียว และโดยเฉลี่ยคนไทยบริโภคข้าว (ข้าวสาร) 255.3 กรัมต่อคนต่อวัน หรือ ประมาณ 93 กิโลกรัมต่อคนต่อปี คิดเป็นพลังงานที่ได้รับจากอาหารที่บริโภค 854 กิโลแคลอรีต่อคนต่อวัน ข้าวเป็นอาหารหลักที่คนไทยบริโภค โดยเฉพาะคนในเขตชนบทที่มีการบริโภคข้าว คิดเป็นร้อยละ 44 ของพลังงานที่ได้รับเฉลี่ยต่อวัน





ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดการวิจัย

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการความมั่นคงทางอาหาร กรณีศึกษาสินค้าข้าวในกลุ่มอาเซียน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และนำมาประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วจึงนำไปวิเคราะห์เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV และเสนอแนะแนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ทำการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย สิ่งพิมพ์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ ขององค์กรระดับนานาชาติ สถานศึกษา และสถาบันต่างๆ เอกสารของทางราชการ และข้อมูลสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ (อินเทอร์เน็ต) ที่เกี่ยวข้องกับ

#### 1. วิธีการประเมินความมั่นคงทางอาหาร

โดยประเมินจาก 3 มิติ ประกอบด้วย

มิติที่ 1 การมีอยู่ของอาหาร ซึ่งพิจารณาจาก 1) ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากรในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน หรือ ปริมาณอาหารที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นคนปกติ 2) เสถียรภาพทางการเมือง ที่ปราศจากความรุนแรงและการก่อการร้าย และ 3) การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช

มิติที่ 2 การเข้าถึงอาหาร ซึ่งพิจารณาจาก 1) ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ 2) สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายทั้งหมดและ 3) ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานในการขนส่งสินค้าไปยังตลาดและประชากรสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวก

มิติที่ 3 การใช้ประโยชน์จากอาหาร ซึ่งพิจารณาจาก 1) การมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงาน โภชนาการของชาติ 2) การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยอาหารของชาติ และ 3) การเข้าถึง แหล่งน้ำที่พัฒนา

## 2. สถิติเกี่ยวกับสินค้าข้าวของไทย และกลุ่ม CLMV

ประกอบด้วย ปริมาณข้าวที่ผลิตภายในประเทศ ปริมาณข้าวที่นำเข้าเชิงพาณิชย์ ปริมาณ ข้าวคงคลัง ปริมาณข้าวที่ได้รับการช่วยเหลือจากต่างประเทศ ปริมาณข้าวที่ใช้เป็นเมล็ดพันธุ์ ปริมาณ ข้าวที่ใช้เป็นอาหารสัตว์ ปริมาณข้าวที่ส่งออก และปริมาณข้าวใช้ในด้านอื่นๆ

## 3. ข้อมูลที่ใช้ประกอบการประเมินความมั่นคงทางอาหารของแต่ละประเทศสมาชิก

ประกอบด้วย เสรีภาพทางการเมือง ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ รายได้และรายจ่าย ด้านอาหารของสมาชิกในครัวเรือน โดยรวบรวมข้อมูลเป็นระดับชาติ สัดส่วนถนนที่อำนวยความสะดวก ในการคมนาคมต่อความยาวของถนนภายในประเทศ ยุทธศาสตร์หรือแผนงานโภชนาการ ระดับชาติ หน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยของอาหารภายในประเทศ และสัดส่วนประชาชนที่ เข้าถึงแหล่งน้ำประปาต่อประชาชนทั้งประเทศ

### การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

ทำการสัมภาษณ์ บุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานสินค้าข้าวในไทย ประกอบด้วย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย

#### 1. ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เพื่อทราบมุมมองต่อสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตของข้าวไทย และยุทธศาสตร์ข้าวไทยใน แต่ละหน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1.1 คุณวิโรจน์ แสงบางกา ผู้จัดการองค์การสำรองข้าวฉุกเฉินของอาเซียน+3 (ASEAN Plus Three Emergency Rice Reserve: APTERR) (อดีตที่ปรึกษากรมการข้าว/ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนา เกษตรกรและองค์กรเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร) สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2557 เวลา 9.30-10.30 น.

1.2 คุณจุลมนี ไพฑูรย์เจริญลาภ ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการผลิตข้าว กรมการค้าข้าว สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2557 เวลา 13.30-14.30. น.

1.3 คุณผกาพรรณ ศรีลัมพ์ เศรษฐกร ชำนาญการพิเศษ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2557 เวลา 15.15-16.00 น.

## 2. ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์

เพื่อทราบมุมมองของผู้บริหาร หัวหน้างาน และระดับปฏิบัติ ในกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

2.1 คุณอัศวพงศ์ ทีปวัชร ผู้อำนวยการกองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2557 เวลา 16.00-16.30 น.

2.2 คุณสิริบุษย์ อิงภากรณ์ หัวหน้ากลุ่มความร่วมมือการค้าข้าว กองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2557 เวลา 16.00-16.30 น.

2.3 คุณพีรภัทร์ ศรีวิทยารักษ์ นักวิชาการพาณิชย์ ปฏิบัติการ กองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2557 เวลา 9.00-9.30 น.

โดยใช้การสัมภาษณ์ทั้งการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่มีการกำหนดประเด็นคำถามชัดเจนตายตัว และการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลทุกข้อมูมิที่ใช้ในการประเมินความมั่นคงทางอาหาร มาปรับข้อมูลให้เป็นฐานเดียวกันด้วย Min/Max Normalization และคิดเป็นคะแนนเต็ม 100 คะแนน เพื่อให้ได้คะแนนความมั่นคงทางอาหารของแต่ละประเทศ

2. วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จากคะแนนความมั่นคงทางอาหารของแต่ละประเทศ เพื่อเป็นแนวทางการจัดการความมั่นคงทางอาหาร ในกรณีสินค้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV

3. วิเคราะห์ SWOT Analysis, Five Forces Model และ PESTEL Analysis เชิงเปรียบเทียบ สินค้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารข้าวในไทยและกลุ่ม

CLMV โดย SWOT Analysis และ PESTEL Analysis ทำการรวบรวมจากข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำมาเรียบเรียงลงในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส ภัยคุกคาม การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี ระบบนิเวศน์ และเทคโนโลยี สำหรับ Five Forces Model นำข้อมูลสถิติ มาวิเคราะห์ในหัวข้อ ภัยคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองของผู้จัดหา และการแข่งขันในอุตสาหกรรม

4. สร้างความสามารถทางการแข่งขันข้าวในอุตสาหกรรมการส่งออกข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV โดยกลยุทธ์ Lanchester

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

#### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำเสนอและอธิบายผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย SWOT Analysis และปัจจัยภายนอกของไทยและกลุ่ม CLMV ด้วย PESTEL Analysis

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมการค้าข้าวด้วย Five Forces Model

**ส่วนที่ 4** ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

**ส่วนที่ 5** กำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าว ในไทยและกลุ่ม CLMV

**ส่วนที่ 6** แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมส่งออกข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV โดยกลยุทธ์ Lanchester

#### ส่วนที่ 1 ความมั่นคงทางอาหารของไทยและกลุ่ม CLMV

จากข้อมูลทุติยภูมิด้านความมั่นคงทางอาหาร (FAO, 2010; FAO, 2013c; EIU, 2013b; ERS USDA ,2013; World Bank, 2013d; World Food Programme [WFP], 2011) นำมาประเมินความมั่นคงทางอาหารตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานวิจัย ประกอบด้วย การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร ได้ผลเป็นดังตาราง

ตารางที่ 9 การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร

|                                                                                                                                              | ไทย         |                   | กัมพูชา     |                   | ลาว         |                   | เมียนมาร์   |                   | เวียดนาม    |                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------------|
|                                                                                                                                              | ค่า         | ที่มา             | ค่า         | ที่มา             | ค่า         | ที่มา             | ค่า         | ที่มา             | ค่า         | ที่มา             |
| ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากรในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน หรือ ปริมาณอาหารที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารเป็นปกติ (ตัน) | 0           | FAO               | 0           | ERS               | 0           | ERS               | 0           | FAO               | 0           | ERS               |
|                                                                                                                                              | (2011)      |                   | (2013)      | USDA              | (2013)      | USDA              | (2010)      |                   | (2013)      | USDA              |
|                                                                                                                                              |             |                   |             |                   |             |                   | เฉพาะข้าว   |                   |             |                   |
| การมีอยู่ของอาหาร                                                                                                                            |             |                   |             |                   |             |                   |             |                   |             |                   |
| เสถียรภาพทางการเมือง ปราศจาก                                                                                                                 | -1.02       | FAO <sup>1</sup>  | -0.44       | FAO <sup>1</sup>  | 0.01        | FAO <sup>1</sup>  | -1.16       | FAO <sup>1</sup>  | 0.17        | FAO <sup>1</sup>  |
| ความรุนแรง และการก่อการร้าย                                                                                                                  | (2011)      |                   | (2011)      |                   | (2011)      |                   | (2011)      |                   | (2011)      |                   |
|                                                                                                                                              | 60          | EIU <sup>2</sup>  | 70          | EIU <sup>2</sup>  | -           | -                 | 60          | EIU <sup>2</sup>  | 55          | EIU <sup>2</sup>  |
|                                                                                                                                              | (2013)      |                   | (2013)      |                   |             |                   | (2013)      |                   | (2013)      |                   |
| การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช (ข้าว) (%)                                                                                                     | 0.25        | FAO               | 0.71        | FAO               | 1.64        | FAO               | 0.11        | FAO               | 0.01        | FAO               |
|                                                                                                                                              | (2007-2011) | STAT <sup>3</sup> | (2007-2011) | STAT <sup>3</sup> | (2007-2011) | STAT <sup>3</sup> | (2007-2011) | STAT <sup>3</sup> | (2007-2011) | STAT <sup>3</sup> |

หมายเหตุ: <sup>1</sup> มีค่าอยู่ระหว่าง -2.5 (เสถียรภาพต่ำ) ถึง 2.5 (เสถียรภาพสูง) อ้างจาก Wolrd Bank (WorldWide Governance Indicators: WGI)

<sup>2</sup> มีค่าเต็ม 100 ทั้งนี้ ค่าที่ต่ำกว่าแสดงถึงเสถียรภาพที่ต่ำกว่า ข้อมูลจาก EIU (Risk Breifing)

<sup>3</sup> คำนวณจาก FAOSTAT (2014) รายละเอียดในภาคผนวก 1

ตารางที่ 10 การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหาร

|                     |                                                   | ไทย            |       | กัมพูชา        |       | ลาว            |       | เมียนมาร์      |       | เวียดนาม       |       |
|---------------------|---------------------------------------------------|----------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|
|                     |                                                   | ค่า            | ที่มา | ค่า            | ที่มา | ค่า            | ที่มา | ค่า            | ที่มา | ค่า            | ที่มา |
| การเข้าถึง<br>อาหาร | ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ                         | 1.91<br>(2013) | FAO   | 1.22<br>(2013) | FAO   | 2.21<br>(2012) | FAO   | -              | -     | 1.69<br>(2010) | FAO   |
|                     | สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อ<br>รายจ่ายของครัวเรือน (%) | 24.1<br>(2007) | EIU   | 70.8<br>(2004) | EIU   | -              | -     | 50.9<br>(2003) | EIU   | 50.1<br>(2008) | EIU   |
|                     | ความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้า                   | 98.5           | FAO   | 6.3            | FAO   | 13.7           | FAO   | 45.68          | World | 47.6           | FAO   |
|                     | ไปยังตลาดและประชากรสามารถเข้าถึง                  | (2000)         |       | (2004)         |       | (2009)         |       | (2011)         | Bank  | (2007)         |       |
|                     | อาหารได้อย่างสะดวก (% Paved Road)                 |                |       |                |       |                |       |                |       |                |       |

ตารางที่ 11 การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร

|                        |                                      | ไทย    |       | กัมพูชา |       | ลาว    |       | เมียนมาร์ |       | เวียดนาม |       |
|------------------------|--------------------------------------|--------|-------|---------|-------|--------|-------|-----------|-------|----------|-------|
|                        |                                      | ค่า    | ที่มา | ค่า     | ที่มา | ค่า    | ที่มา | ค่า       | ที่มา | ค่า      | ที่มา |
| การใช้ประโยชน์จากอาหาร | การมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงาน          | 1      | EIU   | 1       | EIU   | 1      | WFP   | 1         | EIU   | 1        | EIU   |
|                        | โภชนาการของชาติ <sup>1</sup>         | (2009) |       | (2010)  |       | (2011) |       | (2010)    |       | (2012)   |       |
|                        | การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัย  | 1      | EIU   | 1       | EIU   | 1      | WFP   | 1         | EIU   | 1        | EIU   |
|                        | อาหารของประเทศ <sup>2</sup>          | (2010) |       | (2010)  |       | (2011) |       | (2010)    |       | (2012)   |       |
|                        | การเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา (ประชาชน) | 96     | FAO   | 64      | FAO   | 67     | FAO   | 83        | FAO   | 95       | FAO   |
|                        |                                      | (2010) |       | (2010)  |       | (2010) |       | (2010)    |       | (2010)   |       |

หมายเหตุ: <sup>1</sup> กำหนดให้ 1 = การมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงานโภชนาการของชาติ และ 0= การไม่มียุทธศาสตร์ หรือ แผนงานโภชนาการของชาติ

<sup>2</sup> กำหนดให้ 1 = การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยของชาติ และ 0= การไม่มีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยของชาติ

จากตารางที่ 9 การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร พบว่า ในปัจจุบัน ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากรในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน หรือ ปริมาณอาหารที่ต้องการเพิ่มเพื่อยกระดับจากประชากรที่ขาดสารอาหารนั้น ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และ เวียดนาม ไม่มีความแตกต่างคุณค่าโภชนาการดังกล่าว และประชากรในประเทศไม่ต้องการอาหารเพิ่มแต่อย่างใด ในขณะที่ปัจจัยเสถียรภาพทางการเมือง การปราศจากความรุนแรง และการก่อการร้ายนั้น พบว่า ลาว และเวียดนามมีเสถียรภาพสูงกว่าค่ากลางของเกณฑ์ โดยมีค่า 0.01 และ 0.17 ตามลำดับ (FAOc, 2013) หรือ เวียดนามมีค่า 55 คะแนน (EIU, 2013b) ส่วน เมียนมาร์ ไทย และ กัมพูชามีเสถียรภาพทางการเมืองต่ำกว่าค่ากลางของเกณฑ์ โดยมีค่า -1.16, -1.02 และ -0.44 (FAOc, 2013) หรือ 60, 60 และ 70 คะแนน (EIU, 2013b) จึงสามารถเรียงลำดับเสถียรภาพในไทย และกลุ่ม CLMV จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ เวียดนาม ลาว กัมพูชา ไทย และเมียนมาร์ ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยการพึ่งพาอาศัยการนำเข้าข้าวนั้น พบว่า ในรอบปี 2007-2011 ลาวมีการพึ่งพาสูงสุด โดยมีค่า ร้อยละ 1.64 รองลงมา คือ กัมพูชา ไทย เมียนมาร์ และเวียดนาม โดยมีค่า ร้อยละ 0.71, 0.25, 0.11 และ 0.01 ตามลำดับ จึงสามารถเรียงลำดับการพึ่งพาอาศัยการนำเข้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ลาว กัมพูชา ไทย เมียนมาร์ และเวียดนาม ตามลำดับ กล่าวได้ว่า ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม นั้น มีความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร ทั้งนี้ หากปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมืองมีความไม่เสถียรหรือมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อ การขนส่งอาหารไปบางพื้นที่ของประเทศ หรือ ลดข้อผูกพันความช่วยเหลือทางอาหารในกลุ่มประเทศ ด้อยพัฒนา ซึ่งจะมีผลต่อความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหารในบางพื้นที่ของประเทศได้

จากตารางที่ 10 การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหาร ในปัจจุบันนี้ ราคาอาหารภายในประเทศ พบว่า ลาวมีค่าดัชนีราคาอาหารสูงสุด ค่าดัชนีเท่ากับ 2.21 รองลงมา คือ ไทย เวียดนาม และกัมพูชา โดยมีดัชนี 1.91, 1.69 และ 1.22 ตามลำดับ แสดงถึงลำดับความสามารถ ในการเข้าถึงอาหารของประชากรในไทยและกลุ่ม CLMV ในด้านดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ โดย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ กัมพูชา เวียดนาม ไทย และลาว ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัย สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายของครัวเรือน พบว่า ไทยมีสัดส่วนต่ำสุด ร้อยละ 24.1 รองลงมา คือ เวียดนาม เมียนมาร์ และกัมพูชา โดยมีสัดส่วนร้อยละ 50.1, 50.9 และ 70.8 ตามลำดับ ซึ่งโดยส่วน ใหญ่ประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีค่าสัดส่วนรายจ่ายต่อรายได้ค่อนข้างต่ำ ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนา จะมีสัดส่วนนี้ค่อนข้างสูง จึงสามารถเรียงลำดับความสามารถในการเข้าถึงอาหารของประชากรในไทย และกลุ่ม CLMV จากมากไปน้อย ในด้านสัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายของครัวเรือน ได้ดังนี้ ไทย

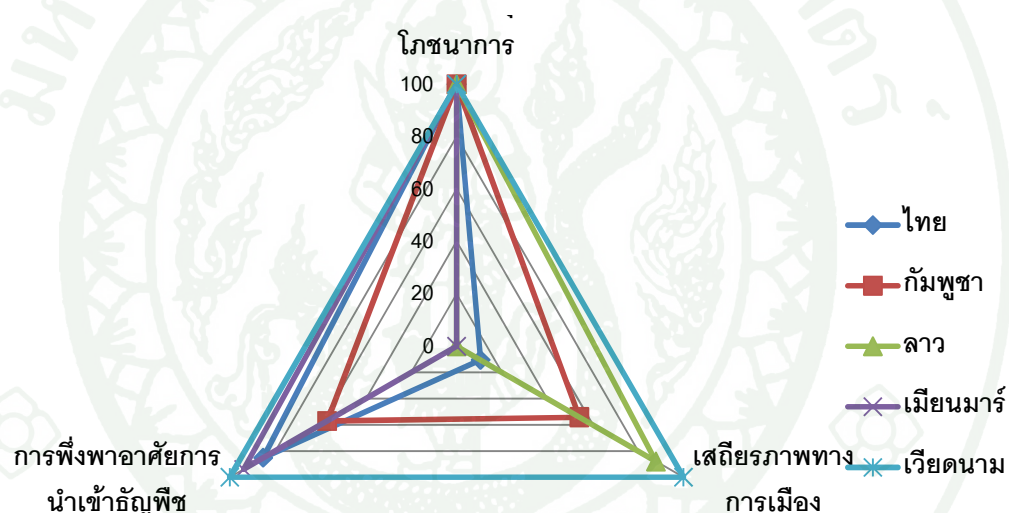
เวียดนาม เมียนมาร์ และกัมพูชา ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้าไปยังตลาดและประชากรสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวก ซึ่งค่าที่สูงแสดงว่าประชากรภายในประเทศสามารถเข้าถึงอาหารได้ดีกว่าประเทศที่มีค่านี้ต่ำ พบว่า ถนนในไทยมีความพร้อมสูงสุด โดยมีสัดส่วนถนนที่ลาดยางหรือเป็นคอนกรีตถึงร้อยละ 98.5 รองลงมา คือ เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา โดยมีสัดส่วน 47.6, 45.68, 13.7 และ 6.3 ตามลำดับ จึงสามารถเรียงลำดับความสามารถพร้อมของถนนในไทยและกลุ่ม CLMV จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไทย เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา ตามลำดับ กล่าวได้ว่า เวียดนาม ไทย เมียนมาร์ และเวียดนาม นั้น มีความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหาร ในส่วนของลาวและกัมพูชา ปัจจัยด้านความพร้อมของถนนมีน้อยซึ่งส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงอาหารของประชากรภายในประเทศ ดังนั้น หากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จะทำให้ปัจจัยด้านความพร้อมของถนนมีมากขึ้นจะทำให้การขนส่งสินค้าไปยังตลาดได้ดีขึ้น ทำให้ประชากรสามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวกมากขึ้น และทำให้ลาวและกัมพูชา มีความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหาร

จากตารางที่ 11 การประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร ในปัจจัยการมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงานโภชนาการของชาติ พบว่า ทั้งไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนามล้วนมียุทธศาสตร์ หรือ แผนงานโภชนาการของชาติ ในส่วนของปัจจัยการมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยอาหารของชาติ พบว่า ทั้งไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนามล้วนมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัยอาหารของชาติ เช่นกัน และในส่วนของปัจจัยการเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา พบว่า ประชากรในไทยสามารถถึงแหล่งน้ำที่พัฒนาแล้วได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96 ของประชากรทั้งหมด รองลงมา คือ เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา โดยคิดเป็นร้อยละ 95, 83, 67 และ 64 ของประชากรทั้งหมด แสดงถึงลำดับความสามารถในการเข้าถึงอาหารของประชากรในไทยและกลุ่ม CLMV ในด้านการเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนาโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไทย เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา กล่าวได้ว่า ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม นั้น มีความมั่นคงทางอาหารในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร

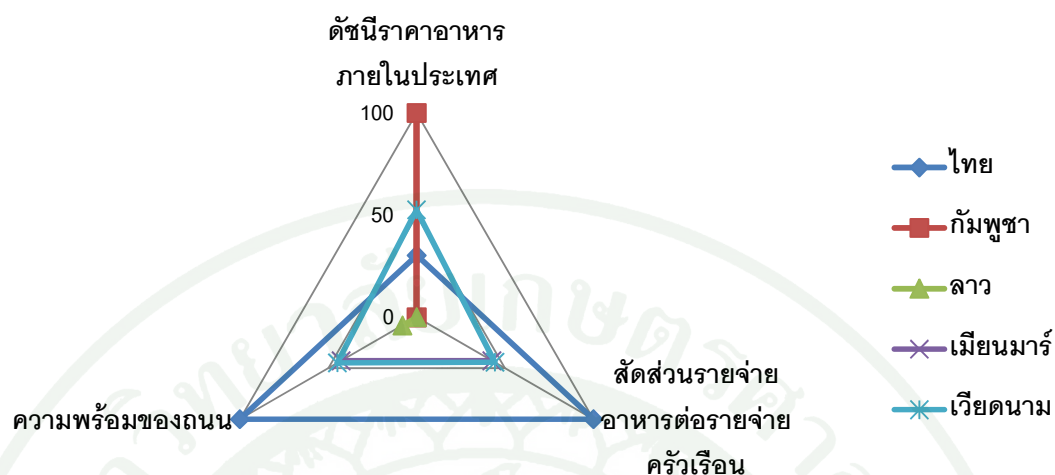
ตารางที่ 12 ผลรวมการประเมินความมั่นคงทางอาหาร โดยการปรับฐานด้วย Min/Max Normalization

| การประเมินความมั่นคงทางอาหาร |                                                                                        | ไทย   | กัมพูชา | ลาว   | เมียนมาร์ | เวียดนาม |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|-------|-----------|----------|
| การมีอยู่<br>ของอาหาร        | ความแตกต่างคุณค่าโภชนาการของประชากร<br>ภายในประเทศกับเกณฑ์มาตรฐาน                      | 100   | 100     | 100   | 100       | 100      |
|                              | เสถียรภาพทางการเมือง ปราศจาก<br>ความรุนแรง และการก่อการร้าย                            | 10.53 | 54.14   | 87.97 | 0         | 100      |
|                              | การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช (ข้าว)                                                   | 85.28 | 57.06   | 0     | 93.87     | 100      |
|                              | ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ                                                              | 30.30 | 100     | 0     |           | 52.53    |
| การเข้าถึง<br>อาหาร          | สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อ<br>รายจ่ายครัวเรือน                                             | 100   | 0       | -     | 42.61     | 44.33    |
|                              | ความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้าไปยังตลาด<br>และประชากร สามารถเข้าถึงอาหารได้อย่างสะดวก | 100   | 0       | 8.03  | 42.71     | 44.79    |
|                              | การมียุทธศาสตร์ หรือแผนงาน<br>โภชนาการของชาติ                                          | 100   | 100     | 100   | 100       | 100      |
| ประโยชน์<br>จากอาหาร         | การมีหน่วยงานที่ดูแลด้านความปลอดภัย<br>อาหารของประเทศ                                  | 100   | 100     | 100   | 100       | 100      |
|                              | การเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา                                                             | 100   | 0       | 9.38  | 59.38     | 96.88    |

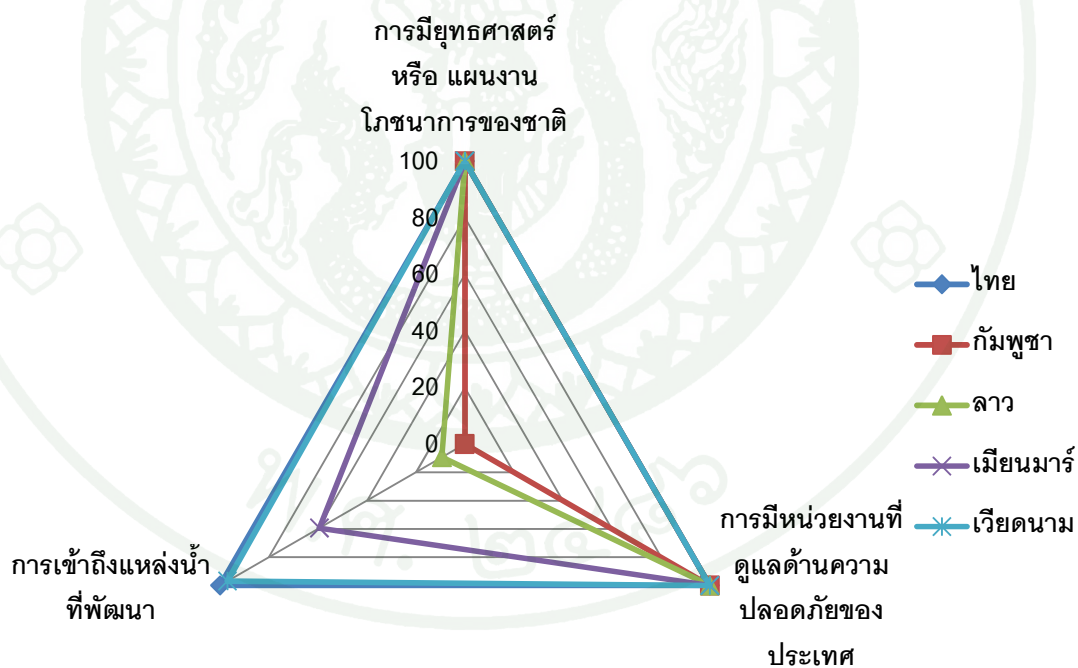
นำข้อมูลจากตารางที่ 12 มาทำกราฟใยแมงมุม (Radar Graph) แสดงผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร ได้ดังภาพที่ 13 14 และ 15 ตามลำดับ จากภาพดังกล่าว สามารถเรียงลำดับความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหารในไทยและกลุ่ม CLMV จากมีความมั่นคงมากไปน้อย ได้ดังนี้ เวียดนาม กัมพูชา ไทย เมียนมาร์ และลาว ในส่วนของผลการประเมินความมั่นคงในมิติการเข้าถึงอาหาร สามารถเรียงลำดับจากมีความมั่นคงมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไทย เวียดนาม เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว และในส่วนของผลการประเมินความมั่นคงในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร สามารถเรียงลำดับ จากมีความมั่นคงมากไปน้อย ได้ดังนี้ ไทย เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา



ภาพที่ 11 ผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหารในไทยและกลุ่ม CLMV



ภาพที่ 12 ผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการเข้าถึงอาหารในไทยและกลุ่ม CLMV



ภาพที่ 13 ผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหารในไทยและกลุ่ม CLMV

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย SWOT Analysis และ ปัจจัยภายนอกของไทยและกลุ่ม CLMV ด้วย PESTEL Analysis

### 2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ด้วย SWOT Analysis ของไทยและกลุ่ม CLMV

จากข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบกับการวิเคราะห์ สามารถสรุป ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ของไทย (ภาพที่ 14) และกลุ่ม CLMV ประกอบด้วย กัมพูชา (ภาพที่ 15) ลาว (ภาพที่ 16) เมียนมาร์ (ภาพที่ 17) และเวียดนาม (ภาพที่ 18) ดังนี้

#### 2.1.1 ปัจจัยภายใน จุดแข็งและจุดอ่อนของไทย

##### จุดแข็ง

- 1) ในปี 2013 ไทยผลิตข้าวเป็นอันดับที่ 6 ของโลก และส่งออกเป็นอันดับที่ 3 ของโลกรองจาก อินเดีย และเวียดนาม โดยมีปริมาณการส่งออก 6.7 ล้านตัน และคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) ไทยจะส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอินเดีย โดยมีปริมาณการส่งออก 9 ล้านตัน
- 2) ไทยเป็นผู้นำด้านการส่งออกข้าวมากกว่า 30 ปี
- 3) พื้นที่เพาะปลูกไทยเพิ่มมากขึ้น ตั้งแต่ปี 2538-2553
- 4) ผลผลิตข้าวเฉลี่ยต่อไร่ของไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นับตั้งแต่ปี 2538-2553 แต่น้อยกว่าผลผลิตข้าวเฉลี่ยต่อไร่ของเวียดนาม
- 5) ไทยมีพันธุ์ข้าวหลากหลาย ทั้งพันธุ์พื้นเมือง และพันธุ์ที่มีการปรับปรุง ขึ้นมาใหม่ ทำให้เกษตรกรสามารถคัดเลือกพันธุ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่และช่วงระยะเวลาการเพาะปลูกได้ นอกจากนี้ ข้าวไทยยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่างๆ ที่มีพฤติกรรมบริโภคที่หลากหลาย

6) ประเทศไทยมีความหลากหลายทางพันธุกรรมข้าว ทำให้สามารถวิจัยและพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยข้าวพื้นเมืองของไทยมีถึง 17,000 ตัวอย่างเชื้อพันธุ์

7) ไทยมีเสถียรภาพในการผลิตข้าวสูง เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศเอื้อต่อการปลูกข้าว และมีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติน้อย

8) ไทยมีโรงสีที่มีศักยภาพจำนวนมาก และมีความเชี่ยวชาญรวมถึงเทคนิคที่เหมาะสมในการแปรรูปข้าวให้มีคุณภาพ

9) ข้าวไทยเป็นที่ประจักษ์ในตลาดโลกว่าเป็นข้าวคุณภาพดี ทำให้การส่งออกข้าวไทยมีความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพแก่ประเทศผู้ซื้อ

10) ไทยมีหน่วยงานรัฐที่กำกับดูแลข้าวในฐานะพืชเศรษฐกิจของไทย เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมการข้าว, สำนักเมล็ดพันธุ์ข้าว) กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าภายใน, กรมการค้าต่างประเทศ) คณะกรรมการนโยบายข้าว เป็นต้น

11) ไทยมีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้ามากกว่า เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา ตามลำดับ

12) มีมาตรฐานระบบการผลิตและมาตรฐานสินค้าข้าวหลายมาตรฐาน

### จุดอ่อน

1) ไทย ผลิตข้าวโดยมีผลผลิตต่อไร่ 451 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของผลผลิตข้าวโลก โดยมีผลผลิตต่อไร่ 712 กิโลกรัมต่อไร่

2) พื้นที่ปลูกข้าวของไทยที่อยู่ในระบบชลประทานร้อยละ 20 น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของพื้นที่เพาะปลูกภายในประเทศ น้อยกว่า เวียดนาม แต่มากกว่า เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว นอกจากนี้ พื้นที่เพาะปลูกข้าวกว่าร้อยละ 70 อยู่ในเขตนํ้าฝนไม่มีระบบนํ้าชลประทาน จึงทำให้ข้าวไทยมีผลผลิตต่อไร่ต่ำ เนื่องจากยากต่อการควบคุมปริมาณนํ้าในนาข้าว และยังต้องใช้เงินทุนสูง ในการจัดการระบบชลประทานที่สูง

3) ต้นทุนการผลิตข้าวของไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากการใช้กรรมวิธีที่ไม่เหมาะสม ขาดการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การขนส่ง การเก็บรักษาผลผลิตจนถึงการขนส่งผลผลิตไปจำหน่ายให้ผู้รับซื้อข้าว

4) ข้าวขาวคุณภาพปานกลางของไทยราคาสูงกว่าเวียดนาม จึงทำให้ตลาดข้าวขาวของไทยถูกข้าวขาวของเวียดนามแย่งส่วนแบ่งการตลาดไปในหลายประเทศ

5) ราคาข้าวไทยสูงกว่าราคาข้าวในตลาดโลก

6) ปัจจุบันไทยมีนโยบายการค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ดังนั้น จึงเกิดการผูกขาดการขายข้าวให้กับรัฐบาลของประเทศต่างๆ ทั่วโลก

7) นโยบายอุดหนุนของภาครัฐ เช่น การจำนำข้าว การประกันรายได้เกษตรกร ทำให้กลไกตลาดไม่สามารถทำงานได้อย่างสมบูรณ์ ไม่เกิดแรงจูงใจในการผลิตข้าวให้ได้คุณภาพ ราคาข้าวไทยไม่เป็นไปตามราคาตลาดโลก ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดโลก

8) รัฐบาลมีนโยบายแทรกแซงราคาข้าวเปลือกให้ชาวนามีผลกระทบต่อตลาดข้าว

9) ภาครัฐให้ความสำคัญกับการนำผลการวิจัยข้าวในด้านต่างๆ มาประยุกต์ใช้กับการเพาะปลูกจริงของเกษตรกรน้อยเกินไป ส่งผลให้การเพาะปลูกข้าวของไทยยังคงเป็นการเพาะปลูกแบบดั้งเดิมไม่ได้มีการปรับปรุงรูปแบบการเพาะปลูกให้ดีขึ้นเท่าที่ควร

10) ชาวนาที่ทำนาปัจจุบันมีอายุมาก โดยมีอายุเฉลี่ย 57 ปีขึ้นไป และคนรุ่นใหม่ไม่ประสงค์จะสืบทอดอาชีพทำนาของบรรพบุรุษ เนื่องจากงานยากลำบาก รายได้น้อย และยังขาดสวัสดิการหรือระบบประกันรายได้ที่เหมาะสม นอกจากนี้ ปัจจุบันชาวนาจำนวนมากไม่ได้เป็นเจ้าของที่ดินเหมือนในอดีต แต่ทำนาโดยเช่าที่นา ทำให้ชาวนาไม่มีแรงจูงใจในการที่จะปรับปรุงพื้นที่นาให้มีสภาพอุดมสมบูรณ์

11) ชาวนาไทยมีค่านิยมปลูกข้าวอย่างต่อเนื่องตลอดปี ทำให้ต้องเร่งการผลิต ส่งผลต่อคุณภาพข้าว และระบบนิเวศขาดความสมดุล

12) ชาวนารายย่อยอีกจำนวนมากยังขาดการพัฒนาให้มีความรู้และความสามารถในการผลิตข้าว และการบริหารจัดการอย่างจริงจัง ทั้งนี้ เกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งในรูปสถาบันเกษตรกรมากนัก

13) ชาวนาส่วนใหญ่มีพื้นที่เพาะปลูกขนาดเล็กทำให้ไม่เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ในการเพาะปลูกเชิงพาณิชย์

14) ชาวนาส่วนใหญ่ไม่มีการจัดการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว (Pre-Post Harvest) ทำให้เกิดการสูญเสียและส่งผลต่อคุณภาพข้าว เช่น การไม่มียุ้งฉางและลานตาก ข้าวส่วนใหญ่จึงถูกเก็บเกี่ยวแล้วขายสดทันที ทำให้ข้าวมีความชื้นสูงและส่งผลต่อคุณภาพข้าว

15) องค์กรที่เกี่ยวข้องกับชาวนายังขาดเอกภาพ แม้จะมีหน่วยงานจำนวนมาก แต่ทุกหน่วยงานจัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในส่วนของตน ทำให้ขาดความเป็นเอกภาพในการแก้ไขปัญหาการผลิตข้าวของชาวนาร่วมกัน

16) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มยังมีน้อย และไม่สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสูง รวมทั้งขาดระบบการเชื่อมโยงวัตถุดิบข้าวที่มีคุณภาพ เพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์

17) การแปรรูปข้าวไทยยังคงเป็นการแปรรูปขั้นปฐม (Primary Product) โดยแปรรูปจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารหลัก ซึ่งโรงสีในประเทศส่วนใหญ่เป็นโรงสีขนาดกลางและขนาดเล็ก จึงมีอัตราการสูญเสียสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตข้าวไทยอยู่ในระดับสูง

18) ปัญหาความเสื่อมโทรมในพื้นที่เพาะปลูกจากการเร่งเพาะปลูกปีละหลายครั้ง ทำให้พื้นที่เพาะปลูกข้าวการพักและการบำรุงปรับปรุงดิน ส่งผลให้ดินเสื่อมคุณภาพ และวงจรแมลงและโรคข้าวยังคงอยู่ในพื้นที่เพาะปลูก ส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำลง

19) สภาพดินปลูกข้าวส่วนใหญ่เสื่อมโทรม ขาดความอุดมสมบูรณ์ ดินในพื้นที่แหล่งปลูกข้าวภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ตอนล่างบางส่วน มีสภาพเป็นดินเปรี้ยว ส่วนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดินมีสภาพเป็นดินเค็ม และเป็นดินทรายขาดการอุ้มน้ำที่ดี และมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ

20) ความไม่มีเสถียรภาพของรัฐบาลและภาวะสูญญากาศทางการเมือง ส่งผลให้การพัฒนาประเทศ และการดำเนินงานโครงการต่างๆ เกิดความล่าช้า

#### 2.1.2 ปัจจัยภายใน จุดแข็งและจุดอ่อนของกัมพูชา

##### จุดแข็ง

1) ในปี 2013 กัมพูชาผลิตข้าวเป็นอันดับที่ 14 ของโลก และส่งออกเป็นอันดับที่ 7 ของโลก ปริมาณ 0.975 ล้านตัน เป็นรอง เวียดนาม ไทย และเมียนมาร์ และคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เม.ย.) กัมพูชาจะส่งออกข้าวเป็นอันดับ 7 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 1 ล้านตัน

2) ข้าวกัมพูชา (Cambodia Jasmine Rice) ชนะเลิศการประกวด World's Best Rice 2 ปีซ้อน ในปี 2012 และ 2013 ที่จัดโดย The Rice Trader (TRT) ทำให้ข้าวกัมพูชาเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดโลกมากขึ้น

3) ปัจจุบันกัมพูชาผลิตข้าวได้มากถึง 2 เท่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

4) รัฐบาลกำหนดเรื่องที่สำคัญ 10 เรื่อง (ข้าวเป็นหนึ่งในนั้น)

5) พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์

6) แรงงานมีจำนวนมากและค่าแรงราคาถูก

7) ข้าวเป็นสินค้าที่มีผลผลิตมากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มสินค้าพืชเศรษฐกิจ

8) ชาวนาและโรงสี ได้กำไรค่อนข้างสูงในห่วงโซ่อุปทาน

##### จุดอ่อน

1) กัมพูชา ผลิตข้าวโดยมีผลผลิตต่อไร่ 390 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของผลผลิตข้าวโลก โดยมีผลผลิตต่อไร่ 712 กิโลกรัมต่อไร่

2) พื้นที่ปลูกข้าวที่อยู่ในระบบชลประทานน้อยกว่าร้อยละ 50 โดยสัดส่วนพื้นที่มากกว่าลาว แต่น้อยกว่าเวียดนาม ไทย และเมียนมาร์

- 3) รัฐบาลเก็บภาษีโรงสีสูง
- 4) โรงสีมีประสิทธิภาพต่ำ ทำให้ข้าวเกิดการปลอมปน
- 5) ค่าต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ค่าพลังงานเชื้อเพลิงสูง ค่าปัจจัยการผลิตสูง เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เป็นต้น
- 6) การวิจัยและพัฒนา และการบริการจาก ภาครัฐยังไม่เพียงพอ
- 7) การจำกัดการครอบครองกรรมสิทธิ์ในที่ดิน มีเกษตรกรเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่เป็นเจ้าของที่ดิน ทำให้หมดกำลังใจในการลงทุนและการเข้าถึงแหล่งทุน
- 8) ขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ที่ดี และเมล็ดพันธุ์ที่ดีได้รับการรับรองมีราคาสูง
- 9) ขาดแคลนเทคโนโลยีในการตากแห้งและการบรรจุ และเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว
- 10) ระบบการจัดการไม่มีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดเก็บและการขนส่งกระจายสินค้า
- 11) เกษตรกรขาดความรู้ปุ๋ยและการเข้าถึงปุ๋ยเป็นไปอย่างจำกัด
- 12) การสนับสนุนทางการเงินไม่เพียงพอในการยกระดับโรงสีและการจัดเก็บข้าวเปลือก
- 13) ด้อยศักยภาพในด้านการประกันคุณภาพ เช่น GMO
- 14) กัมพูชามีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้าน้อยที่สุดในกลุ่ม ไทย และ CLMV
- 15) ค่าขนส่งโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกสูง

### 2.1.3 ปัจจัยภายใน จุดแข็งและจุดอ่อนของลาว

#### จุดแข็ง

- 1) พื้นที่เพาะปลูกข้าวและผลผลิตต่อไร่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ทำให้ผลผลิตในช่วงปี 2534-2554 เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า

- 2) พื้นที่เพาะปลูกข้าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของพื้นที่เกษตรกรรม
- 3) ลาวเป็นตลาดข้าวเหนียวขนาดใหญ่ในภูมิภาค
- 4) พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะกับการเพาะปลูกข้าว
- 5) เมล็ดพันธุ์ข้าวมีความหลากหลาย
- 6) การใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงน้อย ซึ่งอาจพัฒนาเป็นการผลิตสินค้าอินทรีย์ ในกลุ่ม

Niche Market

#### จุดอ่อน

- 1) ลาว ผลิตข้าวโดยมีผลผลิตต่อไร่ 435 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของผลผลิตข้าวโลก โดยมีผลผลิตต่อไร่ 712 กิโลกรัมต่อไร่
- 2) รัฐบาลลาว จำกัดปริมาณการส่งออกข้าวเปลือกและข้าวสาร
- 3) โรงสีในลาวยังขาดประสิทธิภาพและด้อยการพัฒนา ทำให้ยากต่อการแข่งขันในตลาดภูมิภาคและตลาดโลก
- 4) พื้นที่ปลูกข้าวที่มีชลประทานเพียง ร้อยละ 12.6 น้อยที่สุดในอาเซียน
- 5) ขาดประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต โดยส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีเก่า มีการใช้เทคโนโลยีใหม่น้อย
- 6) สัดส่วนชาวนาในลาว เริ่มมีปริมาณลดลงจาก ร้อยละ 77 ของครัวเรือน เหลือร้อยละ 71 ของครัวเรือนในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
- 7) มีส่วนต่างกำไรจากกระบวนการสีข้าวน้อย ทำให้ธุรกิจนี้ไม่มีผู้สนใจลงทุน จึงไม่เกิดการพัฒนา
- 8) เกษตรกรขาดทักษะในการพัฒนาการเพิ่มผลผลิต
- 9) ไม่มีนโยบายประกันราคาข้าว ทำให้เกษตรกรมีความเสี่ยงในผลตอบแทนที่จะได้รับ

10) ไม่มีธนาคารเมล็ดพันธุ์ ซึ่งอาจทำให้เกิดการขาดแคลนเมล็ดพันธุ์

11) การขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากการย้ายถิ่นฐาน

12) ดอกเบี้ยเงินกู้สูงสำหรับการกู้ระยะยาวเพื่อทำการเกษตร และการจำกัดเงินทุน

สนับสนุน

13) ขาดระบบควบคุมคุณภาพ (SPS)

14) กระบวนการควบคุมและอนุญาตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกยังไม่เข้มแข็ง

15) ลาวมีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้าน้อยกว่า ไทย เวียดนาม และเมียนมาร์ แต่มากกว่ากัมพูชา

#### 2.1.4 ปัจจัยภายใน จุดแข็งและจุดอ่อนของเมียนมาร์

##### จุดแข็ง

1) ในปี 2013 เมียนมาร์ผลิตข้าวเป็นอันดับที่ 7 ของโลก และส่งออกเป็นอันดับที่ 6 ของโลก ปริมาณ 1.163 ล้านตัน เป็นรอง เวียดนาม ไทย แต่สูงกว่ากัมพูชา และคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เม.ย.) เมียนมาร์จะส่งออกข้าวเป็นอันดับ 6 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 1.3 ล้านตัน

2) พื้นที่เพาะปลูกข้าวในเมียนมาร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 1998 จนถึงปัจจุบัน โดยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นประมาณ 3 เท่าจากในอดีต

3) ทรัพยากรดินมีความสมบูรณ์

##### จุดอ่อน

1) เมียนมาร์ ผลิตข้าวโดยมีผลผลิตต่อไร่ 419 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของผลผลิตข้าวโลก โดยมีผลผลิตต่อไร่ 712 กิโลกรัมต่อไร่

2) พื้นที่ปลูกข้าวที่มีชลประทานน้อยกว่าร้อยละ 50 มากกว่ากัมพูชาและลาว แต่น้อยกว่าเวียดนามและไทย

### 3) รัฐบาลไม่มีนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน

4) การจำกัดการใช้ไฟฟ้า หรือ ความไม่มั่นคงของการจ่ายไฟในพื้นที่ในชนบท ทำให้มีผลกระทบต่อการสูบน้ำในพื้นที่การเกษตร ทำให้เกษตรกรต้องใช้เครื่องสูบน้ำจากน้ำมันดีเซลหรือน้ำมันเบนซิน เมื่อไม่มีไฟฟ้าใช้ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงมากขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร

5) การขาดหน่วยงานกำกับดูแลการใช้ที่ดินและการทำโซนนิ่งการทำเกษตรกรรม

6) ข้อจำกัดการให้บริการของสถาบันที่ให้บริการ สถาบันให้ความสำคัญกับการค้ามากกว่าการอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร

7) การจำกัดการสนับสนุนด้านการวิจัยและฝึกอบรมในด้านเทคโนโลยีทางการเกษตร

8) เกษตรกรไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพาะปลูก สามารถทำการไถนาและเพาะปลูกได้เท่านั้น ทำให้ขาดแรงจูงใจในการพัฒนาที่ดิน

9) เกษตรกรไม่มีหลักทรัพย์ใช้ในการค้ำประกันการกู้เงินเพื่อมาใช้ในการทำการเกษตร

10) เกษตรกรไม่สามารถเข้าถึง/ได้รับเมล็ดพันธุ์ที่ดี หรือ เมล็ดพันธุ์ผสม (Hybrid Seed) จากหน่วยงานรัฐ ทำให้ต้องใช้เมล็ดพันธุ์จากการเก็บเกี่ยวครั้งก่อนมาเพาะปลูก ซึ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้ผลผลิตข้าว (Yield) ลดต่ำลง และทำให้พันธุ์กรรมข้าวด้อยคุณภาพลง

11) ปุ๋ยราคาสูง ทำให้เกษตรกรที่ยากจนไม่สามารถซื้อมาใช้ในการเพาะปลูก โดยโรงงานปุ๋ยผลิตเพียง 25% ของกำลังการผลิต

12) ราคาหน้า Farm ต่ำ ส่งผลให้ชาวนาหมดกำลังใจในการขยายการผลิตและรักษาระดับปริมาณการผลิต

13) การทำไร่เลื่อนลอยบนภูเขาหรือที่ดอน ทำให้ป่า ทรัพยากรดิน สัตว์ป่า ถูกทำลาย ส่งผลให้ทะเลสาบ อ่างเก็บน้ำ และแม่น้ำ มีความเค็มสูงขึ้น

14) พายุไต้ฝุ่นนาร์กีส ได้ทำลายโครงสร้างการระบายน้ำ การควบคุมภาวะดินเค็ม และขณะนี้ยังซ่อมไม่เสร็จ ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตร (Yield) ลดลง

15) ธนาคารพัฒนาการเกษตรแห่งเมียนมาร์ (Myanmar Agricultural Development Bank: MADB) เป็นเพียงธนาคารเดียวที่ให้เงินกู้ในการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ แต่ก็สามารถให้เงินกู้ได้เพียง 10% ของต้นทุนในการเพาะปลูก เมื่อไม่นานมานี้ MADB ได้เพิ่มวงเงินกู้ อย่างไรก็ตามก็คาดว่าจะทำให้เกิดปัญหาตามมา เช่น สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Nonperforming Loan Rates: NPL)

16) เมียนมาร์มีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้ามากกว่า ลาว และกัมพูชา แต่น้อยกว่า ไทยและเวียดนาม

#### 2.1.5 ปัจจัยภายใน จุดแข็งและจุดอ่อนของเวียดนาม

##### จุดแข็ง

1) ในปี 2013 เวียดนามผลิตข้าวเป็นอันดับที่ 5 ของโลก และส่งออกเป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากอินเดีย โดยมีปริมาณการส่งออก 6.8 ล้านตัน และคาดว่าจะในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) เวียดนามจะส่งออกข้าวเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากอินเดีย และไทย โดยมีปริมาณการส่งออก 6.5 ล้านตัน

2) ผลผลิตข้าวขาวของเวียดนามเพื่อมากขึ้นเรื่อยๆ นับตั้งแต่ปี 2538-2553 และปัจจุบันผลผลิตต่อไร่ 902 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งสูงสุดในอาเซียน และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของผลผลิตข้าวโลก โดยมีผลผลิตต่อไร่ 712 กิโลกรัมต่อไร่

3) ต้นทุนการผลิตข้าวต่ำกว่าไทย ทำให้สามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่าไทย

4) เวียดนามมีข้าวขาวที่พัฒนาสายพันธุ์ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ ทำให้มีผลผลิตต่อไร่สูง

5) พื้นที่ปลูกข้าวที่มีชลประทานร้อยละ 80 ของพื้นที่การเกษตร มากกว่า ไทย เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว ตามลำดับ

6) รัฐบาลกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการเพาะปลูกข้าว นโยบายรัฐบาล One Must 5R 3G โดย One Must คือ ต้องใช้เมล็ดพันธุ์รับรอง (Certified Seed) ประกอบด้วย - 3R (Reduce) เดิม 1) Reduce used of seed (ลดอัตราการใช้เมล็ดพันธุ์) 2) Reduced Nitrogen fertilizer (ลดปริมาณปุ๋ยเคมีที่ใช้) 3) Reduced pesticides (ลดปริมาณสารเคมีกำจัดศัตรูพืช) 2R

ใหม่ 4) Reduce used of water (ลดปริมาณน้ำที่ใช้) 5) Reduce Post harvest losses (ลดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว) 3G 1) Gain คือ ต้นทุนการผลิตลดลง กำไรเพิ่มขึ้น โดยมีเป้าหมายในปี 2563 ต้องได้กำไรสูงขึ้น 2.5 เท่า 2) Gain คือ สุขภาพชาวนาดีขึ้น 3) Gain คือ สิ่งแวดล้อมดีขึ้น

7) รัฐดำเนินการยุทธศาสตร์ Synchronized Cropping and Escape Strategy โดยการจัดระบบการปลูกข้าวพร้อมกันโดยกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในแต่ละพันธุ์ เพื่อหลีกเลี่ยงการระบาดของโรค

8) รัฐบาลไม่มีนโยบายประกันรายได้ หรือ รับจำนำข้าว โดยหากข้าวราคาตกต่ำ ภาครัฐจะช่วยเหลือทางอ้อม โดยให้สินเชื่อกับบริษัทเพื่อลดต้นทุนของบริษัทให้สามารถรับซื้อข้าวในราคาที่สูงขึ้น

9) เวียดนามให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือเกษตรกรภายในประเทศ ให้ขายข้าวในราคาที่สมเหตุสมผล และความมั่นคงทางอาหารของประเทศ มากกว่าการได้รับการจัดอันดับเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 หรือ 2

10) รัฐบาลสนับสนุนให้ปลูกข้าวที่มีผลผลิตต่อไร่สูง

11) รัฐบาลให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว มีโครงการร่วมมือด้านวิจัย และส่งเสริมด้านข้าวกับต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศค่อนข้างมาก ทั้งในฐานะผู้ให้ (Donors) และผู้รับ (Recipient)

12) รัฐบาลกลางเวียดนามเป็นผู้วางนโยบายและกำหนดปริมาณการส่งออก พร้อมทั้งกำหนดระดับราคา โดยมีภาคเอกชนและภาครัฐวิสาหกิจเป็นผู้ดูแลระบบการส่งออกข้าวของเวียดนาม

13) มีมาตรฐานสินค้าข้าวเวียดนาม

### จุดอ่อน

1) พื้นที่เพาะปลูกเวียดนามลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2543 เนื่องจากการขยายตัวของเมืองและการเติบโตของอุตสาหกรรม

2) ระบบและขั้นตอนการเก็บเกี่ยวของเวียดนามยังล้าสมัย ประสิทธิภาพเครื่องจักรสีข้าวมีน้อย ทำให้เวียดนามประสบปัญหาเรื่องเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Post Harvest) เวียดนามมีการสูญเสียระหว่างการเก็บเกี่ยวถึงร้อยละ 15

3) ผู้ส่งออกทุกรายจะต้องได้รับการอนุญาตจาก Vietnam Food Agency (VFA) ซึ่งมีอำนาจในการยกเลิกหรือจำกัดการส่งออก เพื่อควบคุมราคาข้าวภายในประเทศ

4) เวียดนามมีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้ามากกว่า เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา ตามลำดับ แต่น้อยกว่าไทย ทั้งนี้ สภาพถนนที่ยังไม่พร้อม หรือ การจราจรที่ไม่สามารถเคลื่อนตัวได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งกฎระเบียบจำกัดความเร็ว ทำให้การขนส่งข้าวทางบกไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ เวียดนามใช้การขนส่งทางเรือ ตลอดริมฝั่งโขง

#### 2.2.1 ปัจจัยภายนอก โอกาสและภัยคุกคามของไทย

##### โอกาส

- 1) ข้าวไทยคุณภาพดียังเป็นที่ต้องการของตลาด
- 2) ความภักดี (Brand Royalty) ในข้าวไทยของผู้บริโภคในต่างประเทศ ทำให้ยังมีการซื้อขายข้าวไทยแม้ว่าบางช่วงที่ข้าวไทยราคาแพงกว่าราคาข้าวในตลาดโลก และของคู่แข่ง
- 3) ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น
- 4) ชาวนาไทยตื่นตัวจากการเปิดการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) โดยเฉพาะภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ทำให้ชาวนาเริ่มมีมุมมองทางการตลาดมากขึ้น และพยายามมองหาช่องทางในการขายสินค้าด้วยตนเอง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง
- 5) การจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้า (FTA) มากขึ้น เป็นการขยายตลาดฐานการส่งออกของไทยมากขึ้น และเป็นการขยายฐานการบริโภคข้าวไทยในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

6) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความโดดเด่นขึ้นในโลก โดยเฉพาะเรื่องการค้า ทำให้ต่างประเทศรู้จักประเทศในภูมิภาคนี้มากขึ้น และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่ม ASEAN มากขึ้น

7) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการค้า ซึ่งอาจเป็นโอกาสที่ดีในการรวมกลุ่มผู้ผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของโลกในกลุ่มอาเซียน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองในอนาคต

### ภัยคุกคาม

1) ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย ส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่งผลต่อฤดูกาลเพาะปลูกและผลผลิต

2) โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิต

3) ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาพันธุ์ข้าวหอม ที่มีลักษณะคล้ายกับข้าวพันธุ์ชาวดอกมะลิ 105 ซึ่งอาจกลายเป็นคู่แข่งข้าวไทยในอนาคต

4) ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมข้าวค่อนข้างมาก โดยมีให้งบประมาณสนับสนุนมากกว่าไทย โดยเฉพาะประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น เวียดนาม สหรัฐอเมริกา ในขณะที่งบประมาณดังกล่าวของไทย ค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ไทยไม่สามารถครอบครองตำแหน่งการเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่ง ทั้งนี้ หากในอนาคตประเทศคู่แข่งสามารถวิจัยพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดีกว่าไทย และสามารถเข้าแทรกแซงและยึดฐานผู้บริโภคข้าวไทยในต่างประเทศได้ จะส่งผลให้ไทยสูญเสียความสามารถทางการแข่งขัน และไม่สามารถขายข้าวในราคาสูงต่อไปได้ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทย ที่มีรายได้ลดต่ำลง ในขณะที่ค่าต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

5) ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการที่แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

6) ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นต้น ซึ่งบางมาตรการนอกจากใช้เพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของคน สัตว์ และพืชภายในประเทศผู้นำเข้าแล้ว ยังทำหน้าที่เสมือนมาตรการกีดกันการนำเข้าของประเทศผู้ส่งออก

7) สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ชาวนาหันไปปลูกพืชพลังงานในพื้นที่นาข้าวเดิมแทน เพราะพืชพลังงานให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการเพาะปลูกข้าว

8) กลุ่มทุนต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจทางการเกษตรในไทย ส่งผลให้ชาวนาหลายจังหวัดในภาคกลาง ไม่มีที่ดินทำกิน ทำให้ต้องเสียค่าเช่าที่เพื่อทำการเพาะปลูก นอกจากนี้ พื้นที่นายังถูกปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน

9) ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเมืองของประเทศผู้นำเข้าย่อมส่งผลโดยตรงต่อปริมาณและราคาข้าวของผู้ส่งออก

10) การยกเลิก สิทธิพิเศษทางภาษีในการนำเข้าสหภาพยุโรป

11) ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

## 2.2.2 ปัจจัยภายนอก โอกาสและภัยคุกคามของกัมพูชา

### โอกาส

- 1) รัฐบาลกัมพูชาตั้งเป้าหมายจะส่งออกข้าว 1 ล้านตันภายในปี 2015
- 2) ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น
- 3) ความต้องการข้าวกัมพูชา (Green Rice) ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น
- 4) รัฐบาลส่งเสริมให้มีการทำการเกษตรแบบพันธะสัญญา (Contract Farming) กับประเทศเพื่อนบ้าน จึงเป็นโอกาสที่ทำให้การเกษตรภายในประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น

5) สิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ที่กัมพูชาได้รับจากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ทำให้ราคาข้าวกัมพูชาในทั้ง 2 ตลาด อาจมีราคาถูกกว่าข้าวจากประเทศผู้ส่งออกรายอื่น

6) สิทธิในการยกเว้นภาษีในการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ทางการเกษตร

7) สิทธิในการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับราคาข้าวภายในประเทศและการส่งออกเป็นระยะเวลา 6 ปี

8) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความโดดเด่นขึ้นในเวทีโลก โดยเฉพาะเรื่องการค้า ทำให้ต่างประเทศรู้จักประเทศในภูมิภาคนี้มากขึ้น และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่ม ASEAN มากขึ้น

9) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการค้า ซึ่งอาจเป็นโอกาสที่ดีในการรวมกลุ่มผู้ผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของโลกในกลุ่มอาเซียน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองในอนาคต

10) แนวโน้มการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI: Foreign Direct Investment) ในอุตสาหกรรมข้าวเพิ่มมากขึ้น

11) มีการพัฒนาความร่วมมือกับหุ้นส่วนในอุตสาหกรรมข้าว

### ภัยคุกคาม

1) ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย ส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่งผลต่อฤดูการเพาะปลูกและผลผลิต

2) โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิต

3) การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสามารถทางการแข่งขัน และเมียนมาร์ที่มีศักยภาพสูงขึ้นจากการเปิดประเทศให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน

4) ข้าวขาวกัมพูชา ประสบภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง กับข้าวขาวบังคลาเทศ และอินเดีย

5) ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาพันธุ์ข้าวหอม

6) ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมข้าวค่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น เวียดนาม สหรัฐอเมริกา

7) ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

8) ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการที่แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

9) ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นต้น ซึ่งบางมาตรการนอกจากใช้เพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของคน สัตว์ และพืชภายในประเทศผู้นำเข้าแล้ว ยังทำหน้าที่เสมือนมาตรการกีดกันการนำเข้าของประเทศผู้ส่งออก

10) สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ชาวนาหันไปปลูกพืชพลังงานในพื้นที่นาข้าวเดิมแทน เพราะพืชพลังงานให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการเพาะปลูกข้าว

11) ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเมืองของประเทศผู้นำเข้าย่อมส่งผลโดยตรงต่อปริมาณและราคาข้าวของผู้ส่งออก

12) การยกเลิก สิทธิพิเศษทางภาษีในการส่งออกไปยัง สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป

13) ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

### 2.2.3 ปัจจัยภายนอก โอกาสและภัยคุกคามของลาว

#### โอกาส

- 1) ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น
- 2) รัฐบาลลาวตั้งเป้าหมายว่าจะยกระดับจากประเทศด้อยพัฒนาภายในปี 2020
- 3) พฤติกรรมการบริโภคของประชากรลาวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยประชากรที่มีรายได้สูงขึ้นจะมีอัตราการบริโภคข้าวที่ลดลง ส่งผลให้ลาวมีข้าวส่วนเกิน (Rice Surpluses) ในระบบเพิ่มมากขึ้น
- 4) ลาวเริ่มมีข้าวส่วนเกิน (Rice Surpluses) เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประชากรที่ลดลง ส่งผลให้ปริมาณการบริโภคเริ่มมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ พ.ศ. 2549 แม้ว่าอัตราการบริโภคข้าวของประชากรในลาวจะยังมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก และคาดว่าในปี 2015 ลาวจะส่งออกข้าว 0.45-0.5 ล้านตัน จากเดิม 0.3 ล้านตันในปี 2011
- 5) ราคาข้าวของไทยมีผลต่อราคาข้าวลาว เช่น ราคาข้าวไทยในตลาดที่สูงขึ้น ทำให้ราคาข้าวลาวสูงขึ้นตามไปด้วย
- 6) รัฐบาลลาวตั้งเป้าหมายว่า ภายในปี 2015 จะผลิตข้าวเปลือก 4.2 ล้านตัน และจะส่งออกข้าว 600,000 ตัน
- 7) รัฐบาลลาวตั้งเป้าหมายว่า ภายในปี 2015 จะส่งเสริมให้มีพื้นที่เพาะปลูกข้าว 27,200 ไร่
- 8) รัฐบาลลาวตั้งเป้าหมายว่าจะจัดนโยบายที่ขัดแย้งภายในประเทศให้หมดไปภายในปี 2015
- 9) ภาคเอกชนเพิ่มการลงทุนในอุตสาหกรรม
- 10) รัฐบาลลาวจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาการเกษตรปี 2020

11) การเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาค เช่น การก่อสร้างถนนที่เชื่อมโยงจีน เวียดนาม ลาว และไทย เป็นต้น

12) การเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) และสมาชิกอาเซียน ทำให้ลาวได้รับ สิทธิพิเศษทางภาษีในการส่งออกไปยังประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกและประเทศสมาชิกอาเซียน

13) แนวโน้มการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI: Foreign Direct Investment) ใน อุตสาหกรรมข้าวเพิ่มมากขึ้น

14) รัฐบาลลาวตั้งเป้าหมายเพิ่มการส่งออกข้าวเหนียว ร้อยละ 70 ภายในปี 2015

15) รัฐบาลลาวตั้งเป้าหมายเพิ่มการส่งออกข้าวอื่นๆ ร้อยละ 30 ภายในปี 2015

16) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้ภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้มีความโดดเด่นขึ้นในเวทีโลก โดยเฉพาะเรื่องการค้า ทำให้ต่างประเทศรู้จักประเทศ ในภูมิภาคนี้มากขึ้น และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่ม ASEAN มากขึ้น

17) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้เกิดความ ร่วมมือภายในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการค้า ซึ่งอาจเป็นโอกาสที่ดีในการรวมกลุ่มผู้ผลิตข้าว เพื่อการส่งออกของโลกในกลุ่มอาเซียน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองในอนาคต

### ภัยคุกคาม

1) ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย ส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่งผลต่อฤดูการเพาะปลูกและผลผลิต

2) โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อ คุณภาพและปริมาณผลผลิต

3) ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ พัฒนาพันธุ์ข้าวหอม

4) ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมข้าวค่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น เวียดนาม สหรัฐอเมริกา

5) ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการที่แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

6) ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการที่แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

7) ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นต้น ซึ่งบางมาตรการนอกจากใช้เพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของคน สัตว์ และพืชภายในประเทศผู้นำเข้าแล้ว ยังทำหน้าที่เสมือนมาตรการกีดกันการนำเข้าของประเทศผู้ส่งออก

8) สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ชาวนาหันไปปลูกพืชพลังงานในพื้นที่นาข้าวเดิมแทน เพราะพืชพลังงานให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการเพาะปลูกข้าว

9) ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

#### 2.2.4 ปัจจัยภายนอก โอกาสและภัยคุกคามของเมียนมาร์

##### โอกาส

1) ความร่วมมือจากนานาชาติ และภาคเอกชน ในการพัฒนาและการขยาย ด้านการผลิตและเกษตรกรรม

2) รัฐบาลกำหนดนโยบายปฏิรูป ด้านภาษี และที่ดิน ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจในการผลิต

3) การเริ่มปฏิรูปประเทศในปี 2011 การเป็นผู้จัด Sea Game (Southeast Asian Games) ในปี 2013 และการเป็นประธานอาเซียน ในปี 2014 เป็นการแสดงเชิงสัญลักษณ์ว่าเมียนมาร์พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และเปิดประเทศมากขึ้น

4) ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

5) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความโดดเด่นขึ้นในโลก โดยเฉพาะเรื่องการค้า ทำให้ต่างประเทศรู้จักประเทศในภูมิภาคนี้มากขึ้น และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่ม ASEAN มากขึ้น

6) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการค้า ซึ่งอาจเป็นโอกาสที่ดีในการรวมกลุ่มผู้ผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของโลกในกลุ่มอาเซียน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองในอนาคต

### ภัยคุกคาม

1) ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย ส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่งผลต่อฤดูกาลเพาะปลูกและผลผลิต

2) โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิต

3) การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสามารถทางการแข่งขัน และเมียนมาร์ที่มีศักยภาพสูงขึ้นจากการเปิดประเทศให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน

4) ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมข้าวค่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น เวียดนาม สหรัฐอเมริกา

5) ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการที่แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

6) ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นต้น ซึ่งบางมาตรการนอกจากใช้เพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของคน สัตว์ และพืชภายในประเทศผู้นำเข้าแล้ว ยังทำหน้าที่เสมือนมาตรการกีดกันการนำเข้าของประเทศผู้ส่งออก

7) สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ชาวนาหันไปปลูกพืชพลังงานในพื้นที่นาข้าวเดิมแทน เพราะพืชพลังงานให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการเพาะปลูกข้าว

8) ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเมืองของประเทศผู้นำเข้าย่อมส่งผลโดยตรงต่อปริมาณและราคาข้าวของผู้ส่งออก

9) ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อปัจจัยการผลิตในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

#### 2.2.4 ปัจจัยภายนอก โอกาสและภัยคุกคามของเวียดนาม

##### โอกาส

- 1) ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น
- 2) พฤติกรรมการบริโภคข้าวที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อประชากรเวียดนามมีรายได้สูงขึ้น ประชากรจึงเลือกที่จะบริโภคข้าวคุณภาพ
- 3) อุปทานสูงในกลุ่มข้าวคุณภาพกลางและต่ำ เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรม เช่น อาหารสัตว์ เครื่องดื่ม เป็นต้น
- 4) การรวมกลุ่มในระดับนานาชาติ และการขจัดมาตรการทางการค้าในสินค้าข้าว
- 5) การพัฒนาโครงการพลังงานน้ำอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการผลิตข้าว โดยเฉพาะในกลุ่ม Mekong River Delta
- 6) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความโดดเด่นขึ้นในเวทีโลก โดยเฉพาะเรื่องการค้า ทำให้ต่างประเทศรู้จักประเทศในภูมิภาคนี้มากขึ้น และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่ม ASEAN มากขึ้น
- 7) การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการค้า ซึ่งอาจเป็นโอกาสที่ดีในการรวมกลุ่มผู้ผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของโลกในกลุ่มอาเซียน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองในอนาคต

### ภัยคุกคาม

- 1) ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย ส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่งผลต่อฤดูกาลเพาะปลูกและผลผลิต
- 2) โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิต
- 3) พื้นที่การเกษตรลดลงเนื่องจากการเติบโตของสังคมเมืองและอุตสาหกรรม
- 4) ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาพันธุ์ข้าวหอม
- 5) ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมข้าวค่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น สหรัฐอเมริกา
- 6) ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการที่แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งมีปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น
- 7) ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นต้น ซึ่งบางมาตรการนอกจากใช้เพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของคน สัตว์ และพืชภายในประเทศผู้นำเข้าแล้ว ยังทำหน้าที่เสมือนมาตรการกีดกันการนำเข้าของประเทศผู้ส่งออก
- 8) สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ชาวนาหันไปปลูกพืชพลังงานในพื้นที่นาข้าวเดิมแทน เพราะพืชพลังงานให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าการเพาะปลูกข้าว
- 9) ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเมืองของประเทศผู้นำเข้าย่อมส่งผลโดยตรงต่อปริมาณและราคาข้าวของผู้ส่งออก

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ในปี 2013 ไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 3 ของโลก</li> <li>2. ผู้นำด้านการส่งออกข้าวมากกว่า 30 ปี</li> <li>3. พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตข้าวเฉลี่ยต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่ยังมีน้อยกว่าเวียดนาม</li> <li>4. พันธุ์ข้าวหลากหลาย</li> <li>5. เสถียรภาพในการผลิตข้าวสูง</li> <li>6. โรงสีมีศักยภาพและมีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคแปรรูปข้าว</li> <li>7. ข้าวไทยเป็นที่ประจักษ์ว่าเป็นข้าวคุณภาพดี</li> <li>8. ไทยมีหน่วยงานรัฐที่กำกับดูแลข้าวในฐานะพืชเศรษฐกิจ</li> <li>9. ไทยมีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้ามากกว่า CLMV</li> <li>10. ไทยมีมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้าข้าวหลายมาตรฐาน</li> </ol>                                                                                                     | S | W | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ข้าวไทยมีผลผลิตต่อไร่ 451 กก./ไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก 712 กก./ไร่</li> <li>2. พื้นที่เพาะปลูกอยู่ในระบบชลประทานเพียงร้อยละ 20 น้อยกว่าเวียดนามแต่มากกว่าเมียนมาร์ กัมพูชา และลาว</li> <li>3. ต้นทุนการผลิตข้าวไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน</li> <li>4. ข้าวขาวไทยราคาสูงกว่าข้าวเวียดนาม และสูงกว่าตลาดโลก</li> <li>5. นโยบายภาครัฐที่ไม่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การจำหน่ายข้าว การค้าข้าวแบบรัฐต่อรัฐ ไม่ให้ความสำคัญกับการนำผลงานวิจัยมาใช้จริง</li> <li>6. ความไม่มีเสถียรภาพของรัฐบาล</li> <li>7. พฤติกรรมชาวนาที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาการผลิตข้าว เช่น ค่านิยมปลูกข้าวต่อเนื่องตลอดปี เป็นต้น</li> <li>8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มมีน้อย การแปรรูปยังอยู่ในขั้นปฐมภูมิ</li> <li>9. ทรัพยากรดินปลูกข้าวเสื่อมโทรม ขาดความอุดมสมบูรณ์</li> </ol>                                                                                                                                |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ข้าวไทยคุณภาพดียังเป็นที่ต้องการของตลาด</li> <li>2. ความภักดี (Brand Royalty) ข้าวไทยของผู้บริโภคในต่างประเทศ</li> <li>3. ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น</li> <li>4. ชาวนาไทยตื่นตัว มีมุมมองทางการตลาดมากขึ้น และพยายามขายสินค้าไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางจากการเปิดการค้าเสรี โดยเฉพาะ AFTA</li> <li>5. การจัดทำ FTA เพิ่มขึ้น เป็นการขยายตลาดฐานการส่งออกและฐานการบริโภคข้าวไทยในต่างประเทศ</li> <li>6. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้ภูมิภาคมีความโดดเด่น และเป็นที่รู้จักในเวทีโลก และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่มอาเซียน</li> <li>7. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาค โดยเฉพาะการค้า การพัฒนาความร่วมมือกับหุ้นส่วนในอุตสาหกรรมข้าว เป็นต้น</li> </ol> | O | T | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย</li> <li>2. โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>3. ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง</li> <li>4. ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมข้าวค่อนข้างมาก โดยมีให้งบประมาณสนับสนุนมากกว่าไทย โดยเฉพาะประเทศที่ผลิตเพื่อการส่งออก</li> <li>5. ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการ และปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น</li> <li>6. ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า</li> <li>7. สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น</li> <li>8. กลุ่มทุนต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจทางการเกษตรในไทย</li> <li>9. ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง</li> <li>10. การยกเลิก สิทธิพิเศษทางภาษีในการนำเข้าสหภาพยุโรป</li> <li>11. ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น</li> </ol> |

ภาพที่ 14 จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของไทย

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ในปี 2013 กัมพูชาเป็นผู้ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 7 ของโลก</li> <li>2. ข้าวกัมพูชา (Cambodia Jasmine Rice) ชนะเลิศการประกวด World's Best Rice 2 ปีซ้อน ในปี 2012 และ 2013 จัดโดย The Rice Trader (TRT)</li> <li>3. ปัจจุบันกัมพูชาผลิตข้าวได้มากถึง 2 เท่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา</li> <li>4. พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์</li> <li>5. แรงงานมีจำนวนมากและค่าแรงราคาถูก</li> <li>6. ข้าวเป็นสินค้าที่มีผลผลิตมากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มสินค้าพืชเศรษฐกิจ</li> <li>7. ขาวนาและโรงสี ได้กำไรค่อนข้างสูงในห่วงโซ่อุปทาน</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                          | S | W | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ข้าวกัมพูชาผลผลิตต่อไร่ 390 กก./ไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก 712 กก./ไร่ ต่ำสุดในไทยและ CLMV</li> <li>2. พื้นที่เพาะปลูกอยู่ในระบบชลประทานน้อยกว่าร้อยละ 50 โดยสัดส่วนพื้นที่มากกว่าลาว แต่น้อยกว่าเวียดนาม ไทย และเมียนมาร์</li> <li>3. นโยบายภาครัฐที่ไม่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น รัฐบาลเก็บภาษีโรงสีสูง การจำกัดการครอบครองกรรมสิทธิ์ในที่ดิน การสนับสนุนทางการเงินไม่เพียงพอ เป็นต้น</li> <li>4. ขาดแคลนเทคโนโลยีที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าว เช่น โรงสีมีประสิทธิภาพต่ำ ขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ที่ดี เทคโนโลยีในการตากแห้งและการบรรจุ เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เป็นต้น</li> <li>5. ค่าต้นทุนการผลิตสูง เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง ค่าพลังงานเชื้อเพลิงสูง เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย เป็นต้น</li> <li>6. การวิจัยและพัฒนา และการบริการจาก ภาครัฐยังไม่เพียงพอ</li> <li>7. กัมพูชาไม่มีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้าในที่สุดในกลุ่ม ไทยและ CLMV</li> </ol>        |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รัฐบาลกัมพูชาตั้งเป้าหมายจะส่งออกข้าว 1 ล้านตันภายในปี 2015</li> <li>2. ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น</li> <li>3. ความต้องการข้าวกัมพูชา (Green Rice) ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น</li> <li>4. รัฐบาลส่งเสริมให้ทำการเกษตร Contract Farming กับประเทศเพื่อนบ้าน</li> <li>5. สิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) จากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป</li> <li>6. สิทธิในการยกเว้นภาษีในการนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ทางการเกษตร ราคาข้าวภายในประเทศและการส่งออก เป็นระยะเวลา 6 ปี</li> <li>7. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้ภูมิภาคมีความโดดเด่น และเป็นที่รู้จักในเวทีโลก และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่มอาเซียน</li> <li>8. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาคโดยเฉพาะการค้า การพัฒนาความร่วมมือกับหุ้นส่วนใน</li> </ol> | O | T | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย</li> <li>2. โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>3. การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสามารถทางการแข่งขัน ข้าวขาวกัมพูชา ประสบภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง กับข้าวขาวบังคลาเทศ และอินเดีย</li> <li>4. ประเทศต่างๆ ดันตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง</li> <li>5. ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น</li> <li>6. ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการ และปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น</li> <li>7. ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า</li> <li>8. สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น</li> <li>8. ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง</li> <li>10. การยกเลิก สิทธิพิเศษทางภาษีในการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป</li> </ol> |

ภาพที่ 15 จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของกัมพูชา

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |   |   |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>พื้นที่เพาะปลูกข้าวและผลผลิตต่อไร่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ทำให้ผลผลิตในช่วงปี 2534-2554 เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า</li> <li>พื้นที่เพาะปลูกข้าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของพื้นที่เกษตรกรรม</li> <li>ลาวเป็นตลาดข้าวเหนียวขนาดใหญ่ในภูมิภาค</li> <li>พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์</li> <li>เมล็ดพันธุ์ข้าวมีความหลากหลาย</li> <li>การใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงน้อย ซึ่งอาจพัฒนาเป็นการผลิตสินค้าอินทรีย์ ในกลุ่ม Niche Market</li> </ol>                                                                                                                                                                                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>ข้าวลาวผลผลิตต่อไร่ 435 กก./ไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก 712 กก./ไร่</li> <li>พื้นที่เพาะปลูกอยู่ในระบบชลประทานเพียงร้อยละ 12.6 น้อยที่สุดในอาเซียน</li> <li>นโยบายภาครัฐที่ไม่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น จำกัดปริมาณการส่งออกข้าวเปลือกและข้าวสาร ไม่มีธนาคารเมล็ดพันธุ์ ดอกเบี้ยเงินกู้สูงสำหรับการกู้ระยะยาวเพื่อทำการเกษตร เป็นต้น</li> <li>ขาดแคลนเทคโนโลยีที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าว เช่น โรงสีมีประสิทธิภาพต่ำ ขาดประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต ขาดเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิต เป็นต้น</li> <li>พฤติกรรมชาวนาที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาการผลิตข้าว เช่น ขาดทักษะในการพัฒนาการเพิ่มผลผลิต สัดส่วนชาวนาในลาลดลง การขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากการย้ายถิ่นฐาน เป็นต้น</li> <li>ขาดระบบควบคุมคุณภาพ การควบคุมและอนุญาตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกยังไม่เข้มแข็ง</li> <li>ลาวมีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้าน้อยกว่า ไทย เวียดนาม และเมียนมาร์ แต่มากกว่ากัมพูชา</li> </ol> |   |   |   |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>เป้าหมายรัฐบาลลาว เช่น ภายในปี 2015 ส่งเสริมให้มีพื้นที่เพาะปลูกข้าว 27,200 ไร่ เพิ่มการส่งออกข้าวเหนียว ร้อยละ 70 เป็นต้น</li> <li>ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น</li> <li>พฤติกรรมบริโภคของประชากรลาวที่เปลี่ยนแปลงไป</li> <li>การเข้าเป็นสมาชิก WTO</li> <li>ลาวเริ่มมีข้าวส่วนเกิน (Rice Surpluses) เพิ่มมากขึ้น</li> <li>การเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาค เช่น การก่อสร้างถนนที่เชื่อมโยงจีน เวียดนาม ลาว และไทย เป็นต้น</li> <li>การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน</li> <li>ความร่วมมือภายในภูมิภาค การพัฒนาความร่วมมือกับหุ้นส่วนในอุตสาหกรรมข้าว</li> <li>แนวโน้ม FDI ในอุตสาหกรรมข้าวเพิ่มมากขึ้น</li> </ol> | <table border="1" data-bbox="913 711 1003 826"> <tr> <td>S</td><td>W</td></tr> <tr> <td>O</td><td>T</td></tr> </table> <ol style="list-style-type: none"> <li>ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย</li> <li>โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>ประเทศต่างๆ ดึงตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง</li> <li>ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น</li> <li>ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการ และปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น</li> <li>ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า</li> <li>สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น</li> <li>ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง</li> <li>การยกเลิก สิทธิพิเศษทางภาษีในการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป</li> </ol>                                                         | S | W | O | T |
| S                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | W                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |   |   |
| O                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | T                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |   |   |

ภาพที่ 16 จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของลาว

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ในปี 2013 เมียนมาร์เป็นผู้ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 6 ของโลก</li> <li>2. พื้นที่เพาะปลูกข้าวในเมียนมาร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 1998 จนถึงปัจจุบัน โดยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นประมาณ 3 เท่าจากในอดีต</li> <li>3. ทรัพยากรดินมีความอุดมสมบูรณ์</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ข้าวเมียนมาร์ผลผลิตต่อไร่ 419 กก./ไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก 712 กก./ไร่</li> <li>2. พื้นที่ปลูกข้าวที่มีชลประทานน้อยกว่าร้อยละ 50 มากกว่ากัมพูชา ลาวแต่น้อยกว่า เวียดนาม ไทย</li> <li>3. นโยบายภาครัฐที่ไม่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น ไม่มีนโยบายที่ชัดเจน ขาดหน่วยงานกำกับดูแลการทำโซนนิ่ง เกษตรกรไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพาะปลูก ธนาคารพัฒนาการเกษตรแห่งเมียนมาร์ให้เงินกู้ได้เพียง 10% ของต้นทุนในการเพาะปลูก จำกัดการสนับสนุนด้านการวิจัยและฝึกอบรมในด้านเทคโนโลยีทางการเกษตร เป็นต้น</li> <li>4. ขาดแคลนเทคโนโลยีที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าว เช่น ขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ที่ดี เป็นต้น</li> <li>5. พฤติกรรมชาวนาที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาการผลิตข้าว เช่น การทำไร่เลื่อนลอยบนภูเขาหรือที่ดอน</li> <li>6. พายุไต้ฝุ่นนาร์กีส ได้ทำลายโครงสร้างการระบายน้ำ การควบคุมดินเค็ม ซึ่งขณะนี้ยังต้องปรับปรุง</li> <li>7. เมียนมาร์มีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้ามากกว่า ลาว และกัมพูชา แต่น้อยกว่า ไทยและเวียดนาม</li> </ol> |   |   |   |   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความร่วมมือจากนานาชาติ และภาคเอกชน ในการพัฒนาและการขยาย ด้านการผลิตและเกษตรกรรม</li> <li>2. รัฐบาลกำหนดนโยบายปฏิรูป ด้านภาษี และที่ดิน ซึ่งจะเป็แรงจูงใจในการผลิต</li> <li>3. การเริ่มปฏิรูปประเทศในปี 2011 การเป็นผู้จัด Sea Game ในปี 2013 และการเป็นประธานอาเซียน ในปี 2014</li> <li>4. ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น</li> <li>5. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้ภูมิภาคมีความโดดเด่น และเป็นที่ยอมรับในเวทีโลก และเป็นการขยายฐานผู้บริโภคสินค้าในกลุ่มอาเซียน</li> <li>6. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาค โดยเฉพาะการค้า การพัฒนาความร่วมมือกับหุ้นส่วนในอุตสาหกรรมข้าว</li> </ol> | <table border="1"> <tr> <td>S</td><td>W</td></tr> <tr> <td>O</td><td>T</td></tr> </table> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย</li> <li>2. โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>3. การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสามารถทางการแข่งขัน และเมียนมาร์ที่มีศักยภาพสูงขึ้นจากการเปิดประเทศให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน</li> <li>4. ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง</li> <li>5. ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น</li> <li>6. ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการ และปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น</li> <li>7. ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า</li> <li>8. สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น</li> <li>9. ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง</li> </ol>                                                 | S | W | O | T |
| S                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | W                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |   |   |
| O                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | T                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |   |   |   |   |

ภาพที่ 17 จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของเมียนมาร์

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ในปี 2013 เวียดนามเป็นผู้ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 ของโลก</li> <li>2. ผลผลิตข้าวขาวของเวียดนามเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นับตั้งแต่ปี 2538-2553 ผลผลิตต่อไร่ 902 กก./ไร่ สูงสุดในอาเซียนและสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก</li> <li>3. ต้นทุนการผลิตข้าวต่ำกว่าไทย ทำให้สามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่าไทย</li> <li>4. เวียดนามมีข้าวขาวที่พัฒนสายพันธุ์ ทำให้มีผลผลิตต่อไร่สูง</li> <li>5. พื้นที่ปลูกข้าวที่มีชลประทานร้อยละ 80 ของพื้นที่การเกษตร มากกว่า ไทย เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว ตามลำดับ</li> <li>6. นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น One Must 5R 3G, กำหนดนโยบายและปริมาณการส่งออก พร้อมทั้งกำหนดระดับราคา, ไม่มี นโยบายประกันรายได้แต่สนับสนุนด้านอื่น ให้ความสำคัญกับงานวิจัย</li> <li>7. มีมาตรฐานสินค้าข้าวเวียดนาม</li> </ol> | S | W | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. พื้นที่เพาะปลูกเวียดนามลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2543</li> <li>2. ขาดแคลนเทคโนโลยีที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าว เช่น ระบบและขั้นตอนการเก็บเกี่ยวของเวียดนามยังล้าสมัย ประสิทธิภาพเครื่องจักรสีข้าวมีน้อย เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Post Harvest) เป็นต้น</li> <li>3. ผู้ส่งออกทุกรายจะต้องได้รับการอนุญาตจาก Vietnam Food Agency (VFA) ซึ่งมีอำนาจในการยกเลิกหรือจำกัดการส่งออก เพื่อควบคุมราคาข้าวภายในประเทศ</li> <li>4. เวียดนามมีโครงสร้างถนนที่มีความพร้อมในการขนส่งสินค้ามากกว่า เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชาตามลำดับ แต่น้อยกว่าไทย</li> </ol>                                                                                                                                                            |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น</li> <li>2. พฤติกรรมการบริโภคข้าวที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อประชากรเวียดนามมีรายได้สูงขึ้น ประชากรจึงเลือกที่จะบริโภคข้าวคุณภาพ</li> <li>3. อุปทานสูงในกลุ่มข้าวคุณภาพกลางและต่ำ เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรม เช่น อาหารสัตว์ เครื่องดื่ม เป็นต้น</li> <li>4. ความต้องการบริโภคข้าวของโลกยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น</li> <li>5. การพัฒนาโครงการพลังงานน้ำอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการผลิตข้าว โดยเฉพาะในกลุ่ม Mekong River Delta</li> <li>5. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน</li> <li>6. การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดความร่วมมือภายในภูมิภาค โดยเฉพาะการค้า การพัฒนาความร่วมมือกับหุ้นส่วนในอุตสาหกรรมข้าว</li> </ol>                                                           | O | T | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาวะโลกร้อน Climate Change ภูมิอากาศที่แปรปรวน และการเกิดน้ำท่วม อุทกภัย</li> <li>2. โรคระบาด โรคพืชและแมลงระบาดในเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>3. พื้นที่การเกษตรลดลงเนื่องจากการเติบโตของสังคมเมืองและอุตสาหกรรม</li> <li>4. ประเทศต่างๆ ตื่นตัวในการวิจัยพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง</li> <li>5. ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง และมีแนวโน้มมีราคาสูงขึ้น</li> <li>6. ประเทศผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น มีพัฒนาการ และปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น</li> <li>7. ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรการต่างๆ ในการนำเข้า</li> <li>8. สถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น</li> <li>9. ตลาดข้าวในต่างประเทศเป็นตลาดที่ได้รับการปกป้อง</li> </ol> |

ภาพที่ 18 จุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสของเวียดนาม

## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ด้วย PESTEL Analysis ของไทยและกลุ่ม CLMV

จากข้อมูลทฤษฎีภูมิ ประกอบกับการวิเคราะห์ สามารถสรุป ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย นโยบาย การเมือง (Political Force) เศรษฐกิจ (Economic Force) สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force) เทคโนโลยี (Technological Force) ระบบนิเวศน์ (Ecological Force) และ กฎหมาย (Legal Force) ไทย และกลุ่ม CLMV ดังนี้

### 2.2.1 PESTEL Analysis ของไทย

#### นโยบาย การเมือง (Political Force)

1) รัฐบาลไทยกำหนดนโยบายการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจภาคการเกษตร ใน 3 เรื่อง ได้แก่ การพัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร การพัฒนาการผลิต และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยสนับสนุน และกำหนดการบริหารจัดการน้ำเป็นหนึ่งในนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดนโยบายเฉพาะการเกษตรไทย ประกอบด้วย (1) Smart Farmer เกษตรกรไทยต้องเป็นผู้มีความรู้ด้านการเกษตรจริงๆ มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม/สังคม และมีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร (2) Smart Officer ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต้องรักเกษตรกรเหมือนญาติ และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการช่วยเหลือเกษตรกร (3) Zoning วางแผนการผลิตให้แก่เกษตรกร (4) การปรับรูปแบบการส่งเสริมการเกษตรใหม่ โดยให้ทุกหน่วยงานนำความรู้ในการขับเคลื่อนการเกษตรในรูป Green Economy และ Zero Waste Agriculture ไปใช้ (5) สร้างยุวเกษตรกรขึ้นมา และให้ความรู้การใช้เทคโนโลยีการเกษตร (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

3) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดนโยบายการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย (1) การสร้างมาตรฐานและการตรวจสอบสินค้า (2) การผลิตทางการเกษตรทั้งส่งเสริมให้ผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต และส่งเสริมทางเลือกอาชีพใหม่ในห่วงโซ่มูลค่าสินค้าเกษตร (3) การวิจัยและพัฒนาให้มีความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านการเกษตร และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้กับประเทศ

สมาชิก (4) การจัดการศัตรูพืชและโรคระบาด ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ ป้องกันโรคระบาด เพิ่มความเข้มงวดในการเคลื่อนย้ายสินค้าพืช ปศุสัตว์ และประมง รวมทั้ง ปรับปรุงระบบประกันและวิธีตรวจสอบสุขอนามัยพืชและสัตว์ (5) การสร้างความเข้มแข็งให้ด่านกักกันโรค ด้วยการพัฒนาระบบเชื่อมโยงข้อมูลการออกใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานเพื่อเชื่อมโยงกับระบบ National Single Window (NSW) ของกรมศุลกากร (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

4) รัฐบาลได้เริ่มนโยบายแทรกแซงตลาดข้าวเปลือกตั้งแต่ปี 2529 และได้ยกระดับโครงการจากโครงการเสริมเป็นโครงการหลักเพื่อเกษตรกร ต่อมาในช่วงปี 2530-2544 โครงการรับจำนำทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้เกษตรกรที่ต้องการเงินทุนไปใช้ในการเก็บเกี่ยว โดยคิดมูลค่าจำนำร้อยละ 80 ของมูลค่าข้าว ในวงเงินไม่เกินรายละ 100,000 บาท ต่อมาในปี 2544 มีการปรับราคาจำนำให้เท่ากับราคาในตลาดและปีต่อมาได้กำหนดราคาสูงกว่าราคาตลาด ในวงเงินไม่เกินรายละ 300,000 บาท และในปี 2546 เป็นต้นมาได้ขยายขนาดโครงการจากเดิมที่มีเป้าหมายประมาณ 2 ล้านตัน เพิ่มขึ้นเป็น 9 ล้านตัน และเพิ่มระดับราคาจำนำให้สูงกว่าราคาตลาด ต่อมาในช่วงปี 2552-2554 รัฐบาลได้กำหนดโครงการประกันรายได้ขั้นต่ำให้เกษตรกรและไม่เข้าไปแทรกแซงกลไกตลาด และต่อมาในปี 2554 เป็นต้นมา รัฐบาลเริ่มโครงการรับจำนำ โดยไม่จำกัดปริมาณในราคา 15,000 บาทต่อตัน สำหรับข้าวเจ้าความชื้น 15% และ 20,000 บาทต่อตัน สำหรับข้าวหอมมะลิ และในปี 2555 รัฐบาลได้ปรับปริมาณการรับจำนำข้าวเปลือกนาปี ปี 2555 จากเดิมจำนวน 16.613 ล้านตัน ลงเหลือจำนวน 14.70 ล้านตัน ปัจจุบันโครงการดังกล่าว รัฐบาลกำหนดให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร และองค์การคลังสินค้า เป็นหน่วยงานหลักร่วมกันรับผิดชอบโครงการฯ โดยมีกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการดำเนินการตามโครงการรับจำนำข้าวเปลือกของรัฐบาลแทนสำนักนายกรัฐมนตรี (สมพร อิศวิลานนท์, 2556)

### เศรษฐกิจ (Economic Force)

1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 365.97 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014a)

2) รายได้มวลรวมประชาชาติต่อประชากร (GNI Per Capita) 5,210 เหรียญสหรัฐฯ จัดอยู่ในกลุ่ม Upper Middle Income (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014b)

3) อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Growth Rate) ร้อยละ 6.49 (ข้อมูลปี 2012) (World Bank, 2014c)

4) อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 1.35 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014d)

5) อัตราว่างงานในเพศชาย ร้อยละ 0.7 และในเพศหญิง 0.6 (ข้อมูล ณ ปี 2012) (World Bank, 2014e; World Bank, 2014f)

### **สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force)**

1) ช่องว่างทางสังคม และความเหลื่อมล้ำของรายได้ในกลุ่มประชากรมีมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2552)

2) เกษตรกรส่วนใหญ่มีฐานะยากจน และมีหนี้สิน (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

3) ประเทศไทยพึ่งพาการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศค่อนข้างสูง (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

4) สังคมไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในปี พ.ศ. 2553 และเป็นสังคมผู้สูงอายุเต็มตัวในปี พ.ศ. 2573 ประชากรวัยเด็กและวัยทำงานเริ่มลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแรงงานของไทยในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2552)

5) ค่ารักษาพยาบาลเพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิดช่องว่างในการรักษาของคนในสังคม (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

6) สังคมไทยมีแนวโน้มเปลี่ยนเป็นสังคมเมืองเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2552)

7) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครอบครัวจากลักษณะครอบครัวใหญ่เป็นครอบครัวเดี่ยว (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2552)

### เทคโนโลยี (Technological Force)

1) ไทยมีโรงสีที่มีศักยภาพจำนวนมาก และมีความเชี่ยวชาญรวมถึงเทคนิคที่เหมาะสมในการแปรรูปข้าวให้มีคุณภาพ (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

2) ไทยมีมาตรฐานระบบการผลิตและมาตรฐานสินค้าข้าวที่เหมาะสมกับสายพันธุ์ (กรมการข้าว, 2555)

3) ไทยมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีที่ไม่อาจสร้างหรือนำมาใช้ได้เอง จึงต้องนำเข้า ปัจจัยการผลิต และเทคโนโลยี (Net Technology Import) ซึ่งมีผลต่อต้นทุนในการผลิตและระดับราคาสินค้าภายในประเทศ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

### ระบบนิเวศน์ (Ecological Force)

1) ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

2) สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

3) การขยายตัวของอุตสาหกรรม เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้น้ำบาดิน น้ำใต้ดิน และทะเลเน่าเสีย (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

4) มลภาวะทางอากาศ จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมและควันรถยนต์ในบริเวณที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม และสมุทรปราการ) และมลภาวะทางเสียงและการสั่นสะเทือน เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรม การก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง และยานพาหนะ โดยเฉพาะในกรุงเทพ และบางพื้นที่ในสมุทรปราการ (คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554)

### กฎหมาย (Legal Force)

1) ประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ เรื่อง การส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2509 โดยกำหนดให้ผู้ที่จะส่งสินค้า ข้าวเปลือก ข้าวกล้อง ข้าวสาร ข้าวเหนียว ปลายข้าว รำ ข้าว และสิ่งใดๆ ที่แปรสภาพจากข้าวทุกชนิด แต่ไม่รวมแปะแซ ต้องได้รับอนุญาตตามความในพระราชกฤษฎีกาควบคุมการส่งออกนอกราชอาณาจักรซึ่งสินค้านั้นก่อน (กรมการค้าต่างประเทศ, 2557)

2) ระเบียบกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งข้าวออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 17) พ.ศ. 2556 กำหนดให้ผู้ประสงค์จะเป็นผู้ส่งข้าวออกไปนอกราชอาณาจักร ยื่นแจ้งความจำนงขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกข้าวออกต่อกรมการค้าต่างประเทศ ตามหลักเกณฑ์ที่กรมการค้าต่างประเทศ ประกาศกำหนด และกำหนดให้ข้าวที่จะส่งออกต้องตรวจสอบโดยสภาพการค้าแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานตามที่กระทรวงพาณิชย์กำหนด (กรมการค้าต่างประเทศ, 2557)

3) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดให้ข้าวขาวเป็นสินค้ามาตรฐานและมาตรฐานสินค้าข้าวขาว พ.ศ. 2555 ซึ่งครอบคลุม ข้าวขาว 100% ข้าวขาว 5% ข้าวขาว 10% ข้าวขาว 15% และข้าวขาว 25% (กรมการค้าต่างประเทศ, 2557)

4) ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง กำหนดด้านศุลกากรที่ผู้ส่งหรือนำสินค้ามาตรฐาน ข้าวขาวออกนอกราชอาณาจักร ต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้า (กรมการค้าต่างประเทศ, 2557)

5) ประกาศคณะกรรมการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติการค้าข้าว พุทธศักราช 2489 ฉบับที่ 142 พ.ศ. 2489 เรื่อง กำหนดเขตควบคุมการค้าข้าว และกำหนดประเภทผู้ประกอบการค้าข้าว (กรมการค้าต่างประเทศ, 2557)

### 2.2.2 PESTEL Analysis ของกัมพูชา

#### นโยบาย การเมือง (Political Force)

1) รัฐบาลกัมพูชาส่งเสริมการปลูกพืชเกษตรอินทรีย์เพื่อการส่งออก เพราะพื้นที่โดยรวมของกัมพูชาปลอดจากปุ๋ยเคมีและสารเคมีตกค้าง (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

2) กัมพูชา มีนโยบาย Rice-White Gold ส่งออกข้าวให้ได้ 1 ล้านตัน ภายในปี 2558 (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

3) กัมพูชา มีนโยบายยกเว้นภาษี หรือ เรียกเก็บภาษีร้อยละ 0 ในกลุ่มสินค้า เครื่องมือ เครื่องจักรทางการเกษตร อุปกรณ์การศึกษา ยารักษาโรค และเครื่องกีฬา (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

4) การเงินภายในประเทศยังต้องพึ่งพิงผู้ให้จากต่างประเทศ ซึ่งผู้ให้แสดงความกังวล ในการที่รัฐบาลใช้เงินบริจาคผิดวัตถุประสงค์ของผู้ให้ (PATH, 2010)

5) ปัญหาการประสานความร่วมมือข้ามกระทรวง หน่วยงานของรัฐ เนื่องด้วยหน้าที่ งานที่มีความทับซ้อนกัน (PATH, 2010)

### **เศรษฐกิจ (Economic Force)**

1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 14.04 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014a)

2) รายได้มวลรวมประชากรชาติต่อประชากร (GNI Per Capita) 880 เหรียญสหรัฐฯ อยู่ใน กลุ่ม Lower Income (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014b)

3) อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Growth Rate) ร้อยละ 7.26 (ข้อมูลปี 2012) (World Bank, 2014c)

4) อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 1.37 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014d)

5) อัตราว่างงานในเพศชาย ร้อยละ 1.5 และในเพศหญิง 1.6 (ข้อมูล ณ ปี 2012) (World Bank, 2014e: World Bank, 2014f)

6) อัตราดอกเบี้ยสูง โรงสีส่วนมากต้องการปรับปรุงและซ่อมแซมเครื่องจักรให้ทันสมัย เพื่อเพิ่มกำไรในการกระบวนการ แต่อัตราดอกเบี้ยธนาคารสูง ทำให้ไม่สามารถกู้ยืมเงินเพื่อปรับปรุงได้

อัตราดอกเบี้ยนี้สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยในเวียดนามและไทย ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของกัมพูชา สูงกว่าไทยและเวียดนาม (PATH, 2010)

7) ข้าวกัมพูชากำลังเติบโตในตลาดโลก ตั้งแต่ปี 2009 ที่กัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) จากสหภาพยุโรป ทำให้มีอุปสงค์ข้าวกัมพูชาสูงขึ้นในตลาดสหภาพยุโรป (PATH, 2010)

8) กัมพูชาเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกในปี 2004 (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014a)

### **สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force)**

1) ผู้บริโภคข้าวในกัมพูชาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคา (Price Sensitive) ประชากรกัมพูชา ร้อยละ 80 อาศัยอยู่ในชนบท และมากกว่าร้อยละ 30 มีฐานะยากจน ราคาจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ (PATH, 2010)

2) ผู้บริโภคข้าวในกัมพูชาชอบบริโภคข้าวขาว มากกว่าข้าวกล้องและข้าวซ้อมมือ เพราะชื่นชอบรสชาติและเนื้อสัมผัสข้าวขาวมากกว่า (PATH, 2010)

3) ผู้บริโภคเริ่มสนใจข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) แม้ว่าความต้องการยังมีไม่มาก แต่ก็เริ่มให้ความสนใจมากขึ้น ในด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภค ราคาสินค้า และสถานที่สามารถหาซื้อ (PATH, 2010)

4) ประชากรประกอบด้วยเชื้อชาติเขมร ร้อยละ 94 รองลงมาคือ เชื้อชาติจีนร้อยละ 4 และ เชื้อชาติเวียดนาม ร้อยละ 1.1 (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014a)

5) กัมพูชามีสัดส่วนคนยากจน ร้อยละ 20.5 ของประชากรทั้งหมด หรือ ประมาณ 2.8 ล้านคน และประชากรมากกว่าร้อยละ 90 อาศัยอยู่ในชนบท (PATH, 2010)

6) การคอร์รัปชันเป็นสิ่งขัดขวางการลงทุนในกัมพูชา (PATH, 2010)

### เทคโนโลยี (Technological Force)

1) เทคโนโลยีการผลิตไฟฟ้า ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทำให้โรงสีภายในกัมพูชายังใช้พลังงานจากน้ำมันดีเซลมากกว่าไฟฟ้า ต้นทุนในการสีข้าวด้วยไฟฟ้าสูงเป็น 2 เท่าของการสีด้วยน้ำมันดีเซล เช่น ค่าน้ำมันในการสีข้าว 12.6\$ ต่อข้าว 1 ตัน ในขณะที่ ค่าไฟในการสีข้าว 23.8\$ ต่อข้าว 1 ตัน (PATH, 2010)

2) โรงสีข้าวส่วนใหญ่ไม่มีกระบวนการคัดแยกสีข้าว ดังนั้น ส่วนใหญ่ยังใช้การคัดแยกโดยมนุษย์ จึงอาจทำให้มีการปลอมปนข้าวที่ไม่ได้มาตรฐาน (PATH, 2010)

3) ขาดประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต พบว่า ข้าวที่ผ่านการสี ที่ยังมีคุณค่าโภชนาการมีเพียงร้อยละ 60 ของข้าวที่สีได้ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังเกิดการสูญเสียระหว่างกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 7 (PATH, 2010; ADI, 2010)

4) ขาดแคลนเทคโนโลยีในการตากแห้งและการบรรจุ และเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (CLMV Capital Asia, 2013)

### ระบบนิเวศน์ (Ecological Force)

กัมพูชามีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ มีดินแร่ชนิดต่างๆ อยู่ทั่วไป เช่น ทอง ทองแดง แร่เหล็ก แมงกานีส ถ่านหิน วุลแฟรม ฟอสฟอรัส พลอย เงิน ดีบุก ตะกั่ว สังกะสี หินอ่อน ฯลฯ นอกจากนี้ กัมพูชายังมีน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ โดยกัมพูชามีแหล่งน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติหลายแห่ง โดยเฉพาะบริเวณนอกชายฝั่งด้านตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

### กฎหมาย (Legal Force)

1) รัฐบาลพยายามปฏิรูปกฎหมายการลงทุนให้โปร่งใส ทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่น โดยผลการจัดอันดับดัชนีวัดภาพลักษณ์คอร์ปชั่นขององค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

2) กัมพูชาได้ออกกฎหมายส่งเสริมการลงทุนที่จะให้สิทธิประโยชน์และความมั่นคงแก่นักลงทุนที่จะถือครองสิทธิในทรัพย์สินต่าง ๆ (ยกเว้นกรรมสิทธิ์ที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งผู้ถือครอง

ได้ต้องเป็นบุคคลสัญชาติกัมพูชาเท่านั้น ต่างตัวสามารถใช้สิทธิโดยการเช่า หรือสัมปทาน) และให้หลักประกันว่า ผู้ได้รับการส่งเสริมจะได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกับคนในชาติและจะไม่ถูก บังคับจากนโยบายกำหนดราคาสินค้าและบริการหากมีการใช้บังคับ รวมทั้ง สามารถซื้อและโอนเงินตราต่างประเทศไม่ว่าจะเพื่อชำระสินค้าหรือจ่ายกำไรตาม ระบบธนาคาร (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

### 2.2.3 PESTEL Analysis ของลาว

#### นโยบาย การเมือง (Political Force)

- 1) รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงอุตสาหกรรมเกษตร (โกเมศ ขวัญเมือง, 2556)
- 2) ปี 2555 รัฐบาลลาวประกาศหยุดการให้สัมปทานพื้นที่ทำการเกษตร เพื่อป้องกันการผลิตล้นตลาด และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)
- 3) รัฐบาลลาวเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ รวมถึงด้านธุรกิจการเกษตรใน 3 รูปแบบ คือ เช่าที่ดินจากรัฐ การเกษตรแบบราชฎในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และปลูกภายใต้สัญญาสัมทาน ทำให้พื้นที่ปลูกพืชของลาวเพิ่มมากขึ้น เช่น การลงทุนปลูกข้าวโพดโดยนักลงทุนชาวจีน และเวียดนาม เป็นต้น (โกเมศ ขวัญเมือง, 2556)
- 4) รัฐบาลลาวกำหนดเป้าหมายนโยบายภาคการเกษตรที่จะดำเนินการภายในปี 2015 ประกอบด้วย 1) พัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ โดยให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางอาหารเป็นลำดับแรก 2) เพิ่มและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตร 3) พัฒนารูปแบบการผลิตที่ยั่งยืน และ 4) การจัดการป่าไม้ที่ยั่งยืน โดยกิจกรรมที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตด้านอาหาร การตั้งกลุ่มพัฒนาสินค้าเกษตรและเกษตรกร รูปแบบการผลิตอย่างยั่งยืน การจัดสรรที่ดินและการพัฒนาชนบท การพัฒนาป่าไม้ การจัดการชลประทานเพื่อการเกษตร โครงสร้างพื้นฐานของการทำการเกษตรและป่าไม้ การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการพัฒนาบุคลากร (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

### เศรษฐกิจ (Economic Force)

1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 9.42 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014a)

2) รายได้มวลรวมประชาชาติต่อประชากร (GNI Per Capita) 1,270 เหรียญสหรัฐฯ จัดอยู่ในกลุ่ม Lower Middle Income (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014b)

3) อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Growth Rate) ร้อยละ 8.20 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014c)

4) อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 4.45 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014d)

5) อัตราว่างงานในเพศชาย ร้อยละ 1.6 และในเพศหญิง 1.1 (ข้อมูล ณ ปี 2012) (World Bank, 2014e; World Bank, 2014f)

6) ลาวถูกจัดเป็นประเทศด้อยพัฒนา การพัฒนาประเทศส่วนใหญ่ขึ้นกับการได้รับบริจาคและความช่วยเหลือจากนานาชาติ (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014b)

7) ลาวเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกในปี 2013 (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014b)

8) ลาวได้สิทธิพิเศษ GSP จากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014b)

### สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force)

1) ประชากรลาวประกอบไปด้วย 49 เชื้อชาติ (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014b)

2) ประชากรนิยมบริโภคข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก 3 มื้อ ส่วนชาวเจ้าจะบริโภคในรูปของเผือก (กล้วยเตี้ย) หรือ ข้าวปุ้น (ขนมจีน) (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014b)

3) สหภาพแรงงานหญิงในลาว เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในสังคม (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014b)

### เทคโนโลยี (Technological Force)

- 1) เทคโนโลยีการเตรียมดินส่วนใหญ่ยังใช้แรงงานสัตว์ บางส่วนใช้รถแทรกเตอร์ขนาดเล็ก ส่วนการเก็บเกี่ยวทั้งหมดใช้แรงงานคน (อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย และคณะ, 2553)
- 2) ผลผลิตข้าวในลาวมีการแปรรูปข้าวน้อยมาก เนื่องจากข้าวส่วนใหญ่เป็นข้าวเหนียวซึ่งใช้บริโภคโดยตรง (อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย และคณะ, 2553)
- 3) โรงสีส่วนใหญ่เป็นโรงสีขนาดเล็ก มีกำลังการผลิตไม่เกิน 10 ตันต่อวัน (อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย และคณะ, 2553)
- 4) ขาดอุปกรณ์คัดแยกขนาดและข้าวพันธุ์อื่นๆ ที่ปนออก ทำให้ข้าวสารที่สีได้ไม่มีคุณภาพพอที่จะส่งออก (อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย และคณะ, 2553)
- 5) หน่วยงานยังไม่มีความพร้อมในการออกไปรับรองการปลอดจากโรคแมลง ศัตรูพืช ไร้มายา และอุปกรณ์รมยา เพื่อให้สินค้าข้าวปลอดจากแมลงและศัตรูพืช ที่ได้มาตรฐาน (อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย และคณะ, 2553)
- 6) ไม่มีหน่วยงานรัฐที่สามารถให้คำแนะนำผู้ประกอบการในการพัฒนาการผลิตให้ได้มาตรฐาน GAP / GMP (Good Agricultural Practice/ Good Manufacturing Practice) และไม่มีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ตรวจประเมินเพื่อออกไปรับรองที่สากลยอมรับ (อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย และคณะ, 2553)

### ระบบนิเวศน์ (Ecological Force)

- 1) ลาวมีทรัพยากรธรรมชาติที่ความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะน้ำและแร่ชนิดต่างๆ มีโรงผลิตไฟฟ้าจากพลังงานน้ำเขื่อนน้ำงึม ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2557)

2) สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าและพื้นที่เพาะปลูกเปิดใหม่ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

### กฎหมาย (Legal Force)

1) สินค้าข้าวเปลือกและข้าวสารจัดเป็นสินค้าควบคุมการนำเข้าและส่งออก จึงต้องขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงจะนำเข้าหรือ ส่งออกได้ (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2557)

2) ปี 2555 รัฐบาลลาวออกกฎหมายและกฎระเบียบจำกัดปริมาณการลงทุนจากต่างชาติ และห้ามต่างชาติเข้ามาดำเนินการแปรรูปสินค้าเกษตร (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

3) กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนของต่างประเทศ โดย (1) ให้ความคุ้มครองแก่นักลงทุนและทรัพย์สินของนักลงทุนต่างชาติ จะไม่ถูกยึด รับ หรือ โอนไปเป็นของรัฐ เว้นแต่มีความจำเป็นเพื่อสาธารณประโยชน์ ซึ่งนักลงทุนจะได้รับค่าทดแทนคืนโดยเร็วอย่างสมเหตุสมผลและเป็นจริง นอกจากนั้น รัฐบาลยังรับประกันจะไม่เข้าแทรกแซงการดำเนินธุรกิจ และ (2) นักลงทุนต่างชาติไม่มีสิทธิถือครองที่ดิน แต่สามารถเช่าที่ดิน (ระยะเวลาเช่าได้ถึง 20 ปี และ 30 ปี จากรัฐ) และสามารถโอนสิทธิและผลประโยชน์จากการเช่าที่ดินได้ (โกเมศ ขวัญเมือง, 2556)

### 2.2.4 PESTEL Analysis ของเมียนมาร์

#### นโยบาย การเมือง (Political Force)

1) รัฐบาลสหภาพเมียนมาร์มีนโยบายสร้างโอกาสทางการตลาดในการจัดสรรทรัพยากรของประเทศ (สสว., 2552)

2) รัฐบาลสหภาพเมียนมาร์สนับสนุนการลงทุนและประกอบธุรกิจในภาคเอกชน (สสว., 2552)

3) รัฐบาลสหภาพเมียนมาร์เปิดโอกาสให้มีการลงทุนจากต่างประเทศและขยายเศรษฐกิจด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมและขยายการส่งออกสินค้า สํารวจแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก การนำเข้าเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ

สนับสนุนเงินลงทุนจากภาคการผลิตและการให้บริการ สร้างโอกาสและการว่าจ้างแรงงานให้เพิ่มมากขึ้น และพัฒนาระบบการปฏิบัติงานที่ประหยัดพลังงาน (สสว., 2552)

4) ผู้ที่ทำการส่งออกจะเป็นรัฐบาลสหภาพเมียนมาร์และตัวแทน หรือ องค์กรของรัฐบาลสหภาพเมียนมาร์เท่านั้น (สสว., 2552)

5) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร โดยการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูก (ไม่ใช่การเพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่) ปัจจุบันนโยบายดังกล่าวยังไม่สามารถดำเนินการได้เต็มที่ เนื่องจากรัฐบาลเมียนมาร์ควบคุมราคาพืชเศรษฐกิจหลัก เช่น ข้าว และ อ้อย (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

6) รัฐบาลเมียนมาร์มีนโยบายสนับสนุนพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตร โดยสนใจการลงทุนทุกรูปแบบ ตั้งแต่การผลิตโดยใช้เทคโนโลยีการผลิต การแปรรูปสินค้าเกษตร เช่น โรงสีข้าว การแปรรูปอาหารและแปรรูปสินค้าเกษตรอื่นๆ (สสว., 2552)

7) รัฐบาลเมียนมาร์กำหนด "โซนนิ่ง" ภายใต้การดำเนินงานตามแผนพัฒนาการเกษตร 5 ปีของเมียนมาร์ ที่จัดทำขึ้นโดยกระทรวงเกษตรและการชลประทาน ที่กำหนดพื้นที่ในการทำการเกษตรกรรม โดยแบ่งออกเป็น (1) เขตการทำเกษตรกรรม (2) เขตปลูกพืชเศรษฐกิจ ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน (3) เขตปลูกถั่วชนิดต่างๆ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ งาม (4) เขตการทำปศุสัตว์ (5) เขตการทำประมง (6) เขตการทำป่าไม้ และ (7) เขตการทำเหมืองแร่ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

8) รัฐบาลเมียนมาร์อนุญาตให้มีการส่งออกข้าวได้ก็ต่อเมื่อมีผลผลิตเพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ตามนโยบายความมั่นคงทางอาหารของชาติ (สสว., 2552)

9) เป้าหมายของภาคการเกษตรของเมียนมาร์มุ่งเน้นความสำคัญกับการผลิต เพื่อสนองความต้องการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออกส่วนเกินเพื่อสร้างรายได้จากต่างประเทศ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาการเกษตรสู่พื้นที่เกษตรชนบท (สสว., 2552)

### เศรษฐกิจ (Economic Force)

1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว 1,400 เหรียญสหรัฐฯ (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014c)

2) อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Growth Rate) ร้อยละ 7.3 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014d)

3) อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 5.6 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014d)

4) อัตราว่างงานในเพศชาย ร้อยละ 3.7 และในเพศหญิง 4.5 (ข้อมูล ณ ปี 2012) (World Bank, 2014e: World Bank, 2014f)

5) เมียนมาร์เป็นประเทศที่ยากจนที่สุดในเอเชีย (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014c)

### สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force)

1) ประชากรนิยมสินค้านำเข้า เช่น สินค้าอุปโภคบริโภคที่นำเข้าจากไทย (สสว., 2552)

2) ประชากรมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพแตกต่างกัน ตามรายได้ในการดำรงชีพ (สสว., 2552)

3) พฤติกรรมของคนเมียนมาร์นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน (สสว., 2552)

4) ประชากรมีความอดทนในการเรียนรู้การทำงาน (สสว., 2552)

5) แรงงานภาคการเกษตรมีปริมาณมาก (สสว., 2552)

6) วัฒนธรรมรักษาคำพูด (สสว., 2552)

### เทคโนโลยี (Technological Force)

1) เทคโนโลยีการผลิตค่อนข้างต่ำ ขาดเครื่องจักรกลทางการเกษตรที่ทันสมัย เช่น รถแทรกเตอร์ ขาดองค์ความรู้ด้านการผลิต เช่น ความรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตร เนื่องจากการปลูกพืช

และเลี้ยงสัตว์ของเมียนมาร์ยังเป็นแบบดั้งเดิม (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

2) เทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปของเมียนมาร์อยู่ในระดับต่ำ ขาดเทคโนโลยีการผลิตที่จะช่วยให้เป็นการผลิตขนาดใหญ่ การผลิตใช้แรงงานคนและสัตว์เป็นหลัก มีการใช้เครื่องจักรน้อยมาก (สสว., 2552)

### ระบบนิเวศน์ (Ecological Force)

เมียนมาร์มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ป่าไม้ ไม้สัก อัญมณี แร่ธาตุ และทรัพยากรทางทะเล อาหารทะเล (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2557)

### กฎหมาย (Legal Force)

1) รัฐบาลเมียนมาร์ออกกฎหมายการลงทุนฉบับใหม่ สำหรับชาวต่างชาติที่จะไปลงทุนในปี 2556 โดยมีข้อกำหนดด้านการลงทุนของชาวต่างชาติดังนี้ (1) สาขาที่จะต้องดำเนินกิจการร่วมกับชาวเมียนมาร์ในรูปแบบร่วมลงทุน หรือ Joint Venture จะรวมสาขาเกษตรในด้านการผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ผสม (2) อนุญาตให้ต่างชาติดำเนินกิจการภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดและได้รับอนุญาตเห็นชอบจากหน่วยงานราชการหรือต้องร่วมทุนกับรัฐบาล หรือ กำหนดให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลในบางสาขา เช่น มาตรฐานในด้านปศุสัตว์ (3) รูปแบบการลงทุน ต่างชาติลงทุนร้อยละ 100, แบบจัดตั้ง Joint Venture กับเอกชน สหภาพเมียนมาร์, ร่วมลงทุนในรูปแบบ Build-Operate-Transfer (BOT) (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

2) รัฐบาลเมียนมาร์ประกาศยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าสินค้า 15 รายการ ได้แก่ ผงชูรส น้ำหวานและเครื่องดื่ม ขนมปิ้งกรอบ หมากฝรั่ง ขนมหัก ขนมหูเฟอ์ อาหารกระป๋อง บะหมี่สำเร็จรูป เหล้า เบียร์ บุหรี่ ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลไม้สด และสินค้าที่ควบคุมโดยกฎหมายอื่น เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2554 หลังจากที่เคยประกาศห้ามนำเข้ามานานกว่า 10 ปี (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

3) เมียนมาร์อยู่ระหว่างการออกกฎหมายการเช่าที่ดิน ฉบับใหม่ คาดว่าจะประกาศใช้ประมาณปลายปี 2556 (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

4) ผู้ที่จะทำการธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าจะต้องยื่นขอจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและส่งออกที่สำนักงานทะเบียนนำเข้า-ส่งออก (Export-Import-Registration-Office) กรมการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมีอัตราค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน 5,000 จ๊าด สำหรับระยะเวลา 1 ปี และ 10,000 จ๊าด สำหรับระยะเวลา 3 ปี ซึ่งผู้จดทะเบียนสามารถส่งออกสินค้าทุกชนิดยกเว้น ไม้สัก น้ำมันปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ ไข่มุก หยก อัญมณี แร่ธรรมชาติ และสินค้าอื่นๆ ที่ระบุว่าสามารถดำเนินการได้โดยหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจแต่เพียงผู้เดียว (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

5) เมียนมาร์กำหนดให้ ปุ๋ยและเครื่องมือการเกษตร เครื่องจักรการเกษตรและยาฆ่าแมลง ที่ใช้เพื่อการพัฒนาภาคการเกษตร ที่นำเข้าโดยหน่วยงานวิสาหกิจของรัฐ หรือ ภาคเอกชนที่จดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าส่งออก เป็นสินค้านำเข้าที่ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมการนำเข้า (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

6) ข้าว ปลายข้าว รำ อยู่ในรายการสินค้าห้ามส่งออกในรูปการค้าปกติผ่านทางชายแดนและทางทะเล (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

7) รัฐบาลเมียนมาร์ได้ออกมาตรการกีดกันทางการค้าอีกหลายประการ เพื่อลดการขาดดุลการค้าและรักษาปริมาณเงินทุนสำรองต่างประเทศ เช่น ห้ามนำเข้าสินค้า 15 รายการ ทางชายแดน (14 รายการทางทะเล) (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

8) กฎระเบียบด้านการค้าและการลงทุนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ชัดเจนในข้อมูลเท่าที่ควร ทั้งนี้ ข้อมูลบางอย่างทางการเมียนมาร์อาจไม่เผยแพร่ให้สาธารณชนรับรู้ (ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

## 2.2.5 PESTEL Analysis ของเวียดนาม

### นโยบาย การเมือง (Political Force)

1) รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายการพัฒนาการเกษตรชนบทเวียดนาม โดยกำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรชนบท ปี พ.ศ. 2554 - พ.ศ. 2563 เพื่อวางทิศทางและเป้าหมายในการพัฒนาการผลิตด้านการเกษตรของประเทศในอีก 10 ปีข้างหน้า โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนา กรรมวิธี การผลิตข้าวให้มีความทันสมัย สร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประเทศและ เสริมสร้าง ความสามารถทางการแข่งขันในการส่งออก (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

2) รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายช่วยเหลือเกษตรกรโดยการจัดตั้งโครงการสินเชื่อ เกษตรกรและโครงการประกันภัย เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเวียดนาม ให้ได้รับความ ค้ำประกันการขาดทุน หากผลผลิตตกต่ำ อันเป็นผลมาจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย และพายุไต้ฝุ่น และในปี พ.ศ. 2553 บริษัท Swiss Reinsurance Company Ltd (Swiss Re) ได้ เปิดตัวโครงการประกันภัย ซึ่งพัฒนาร่วมกับบริษัท Vietnam Agribank Insurance Joint Stock Company (ABIC) โดยโครงการประกันภัยครอบคลุมถึงการปล่อยสินเชื่อให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวใน 10 จังหวัดของเวียดนาม และมีโอกาสขยายโครงการไปทั่วประเทศในอนาคต มูลค่าเพิ่ม (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

3) รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายร่วมมือด้านข้าวกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อต้องการ ส่งออกข้าวให้ได้ในปริมาณมาก เช่น เวียดนามได้ตั้งบริษัทร่วมทุนด้านข้าวกับกัมพูชา ชื่อบริษัท “Cambodian - Vietnam Food Company: Cavifoods” เพื่อทำธุรกิจข้าวแบบครบวงจรในกัมพูชา โดยเน้นการลงทุนด้านกระบวนการผลิต การเก็บรักษา และการส่งข้าวออก รวมถึงการสร้างโรงสีข้าว ไชโลเก็บข้าวและโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

4) รัฐบาลเวียดนามมอบหมายให้สมาคมอาหารเวียดนาม (Vietnam Food Association: VFA) ทำหน้าเป็นผู้กำหนดราคาส่งออกข้าวขั้นต่ำ (Minimum Export Price : MEP) หรือ "ราคาเดียว" ที่ขายให้กับต่างประเทศ (ไม่ต้องไปตัดราคากันเองในตลาดโลก) และทำหน้าที่เป็นผู้

จัดสรรโควตาในการส่งออกข้าวให้แก่ผู้ส่งออกในแต่ละราย มูลค่าเพิ่ม (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

5) รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายปรับปรุงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการอนุมัติโครงการลงทุนจากต่างชาติ โดยใช้ระบบ “One-stop Service” เพื่อแก้ปัญหาค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขออนุญาตลงทุน มูลค่าเพิ่ม (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

### เศรษฐกิจ (Economic Force)

1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 155.82 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยเป็นส่วนจากภาคบริการ ร้อยละ 43 รองลงมาคือ ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 40 และภาคการเกษตรร้อยละ 17 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014a)

2) เวียดนามเป็น Middle-Income Country โดยผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นต่อหัว 1,755.27 เหรียญสหรัฐ (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014b)

3) อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Growth Rate) ร้อยละ 5.25 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) ซึ่งเป็นอัตราเติบโตที่ต่ำสุดตั้งแต่ปี 1999 (World Bank, 2014c)

4) อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 10.93 (ข้อมูลประมาณการ ณ ปี 2012) (World Bank, 2014d)

5) อัตราว่างงานในเพศชาย ร้อยละ 1.9 และในเพศหญิง 2.2 (ข้อมูล ณ ปี 2012) (World Bank, 2014e; World Bank, 2014f)

6) การจ้างงานในการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 70 ของการจ้างงาน แต่มูลค่าที่ได้คิดเป็นร้อยละ 17 ของ GDP (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

7) เวียดนามเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 41 ของโลก (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

8) เวียดนามเป็นประเทศ Middle Class ที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงสุดในภูมิภาคอาเซียน และคาดว่าจะเติบโตจาก 12 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2012 เป็น 33 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2020 (European Union External Action, 2014)

9) เวียดนามเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกในปี 2007 (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

### **สังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Force)**

1) ประชากรในกรุงเทพมหานครอยู่อาศัยหนาแน่นที่สุดในโลก โดยมีสัดส่วน 35,000 คนต่อตารางกิโลเมตร (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

2) ประชากรมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ประกอบด้วย 54 เชื้อชาติ โดยส่วนใหญ่เป็นชนเผ่าพื้นเมือง มีสัดส่วนร้อยละ 85 ของประชากรทั้งหมด (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

3) เวียดนามเป็นสังคมวัยทำงาน โดยประชากรร้อยละ 63 มีอายุต่ำกว่า 35 ปี โดยค่าเฉลี่ยอายุประชากรเวียดนาม เท่ากับ 27 ปี (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

4) ประชากรวัยผู้ใหญ่ร้อยละ 94 สามารถอ่านออกเขียนได้ แต่คุณภาพทักษะการทำงานและการศึกษายังอยู่ในระดับต่ำ (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, 2014e)

### **เทคโนโลยี (Technological Force)**

เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว (Post Harvest) ของเวียดนามยังล้าสมัย ประสิทธิภาพเครื่องจักรสีข้าวมีน้อย ทำ เวียดนามมีการสูญเสียระหว่างการเก็บเกี่ยวถึงร้อยละ 15 (ธนพร หาได้ และคณะ, 2553)

### **ระบบนิเวศน์ (Ecological Force)**

เวียดนามมีความอุดมสมบูรณ์ของน้ำและระบบชลประทานที่ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูก (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2557)

### กฎหมาย (Legal Force)

1) รัฐบาลเวียดนามอยู่ระหว่างปรับปรุงกฎหมายในการทำธุรกิจให้สอดคล้องกับกฎหมาย และมาตรฐานในระดับสากล (ERS USDA, 2012)

2) กฎหมายเกี่ยวกับการส่งออกและค้าข้าว (มีผลบังคับใช้ 1 มกราคม พ.ศ. 2553) กำหนดขนาดคลังเก็บข้าวของบริษัทส่งออก และมีการกำหนดปริมาณการสีข้าวขั้นต่ำ โดยบริษัทส่งออกรายใดที่ไม่สามารถส่งออกข้าวได้ 12 เดือนติดต่อกัน จะถูกเพิกถอนใบอนุญาตให้ส่งออกข้าว (ERS USDA, 2012)

3) กฎหมายควบคุมและจัดสรรพื้นที่เพาะปลูก (ERS USDA, 2012)

4) เวียดนามได้ยกเลิกการกำหนดปริมาณส่งออกข้าว (ERS USDA, 2012)

5) กฎหมายการลงทุนจากต่างประเทศฉบับล่าสุดที่ใช้คือ Unified Enterprise Law และ Common Investment Law ประกาศใช้เมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 (ERS USDA, 2012)

6) กฎหมายการลงทุนของเวียดนามอนุญาตให้ส่งเงินทุนและกำไรกลับประเทศได้ นอกจากนี้ ยังยกเว้นภาษีเครื่องจักรอุปกรณ์ และวัสดุก่อสร้างที่นำเข้ามา ใช้ผลิตสินค้าเพื่อส่งออก (ERS USDA, 2012)

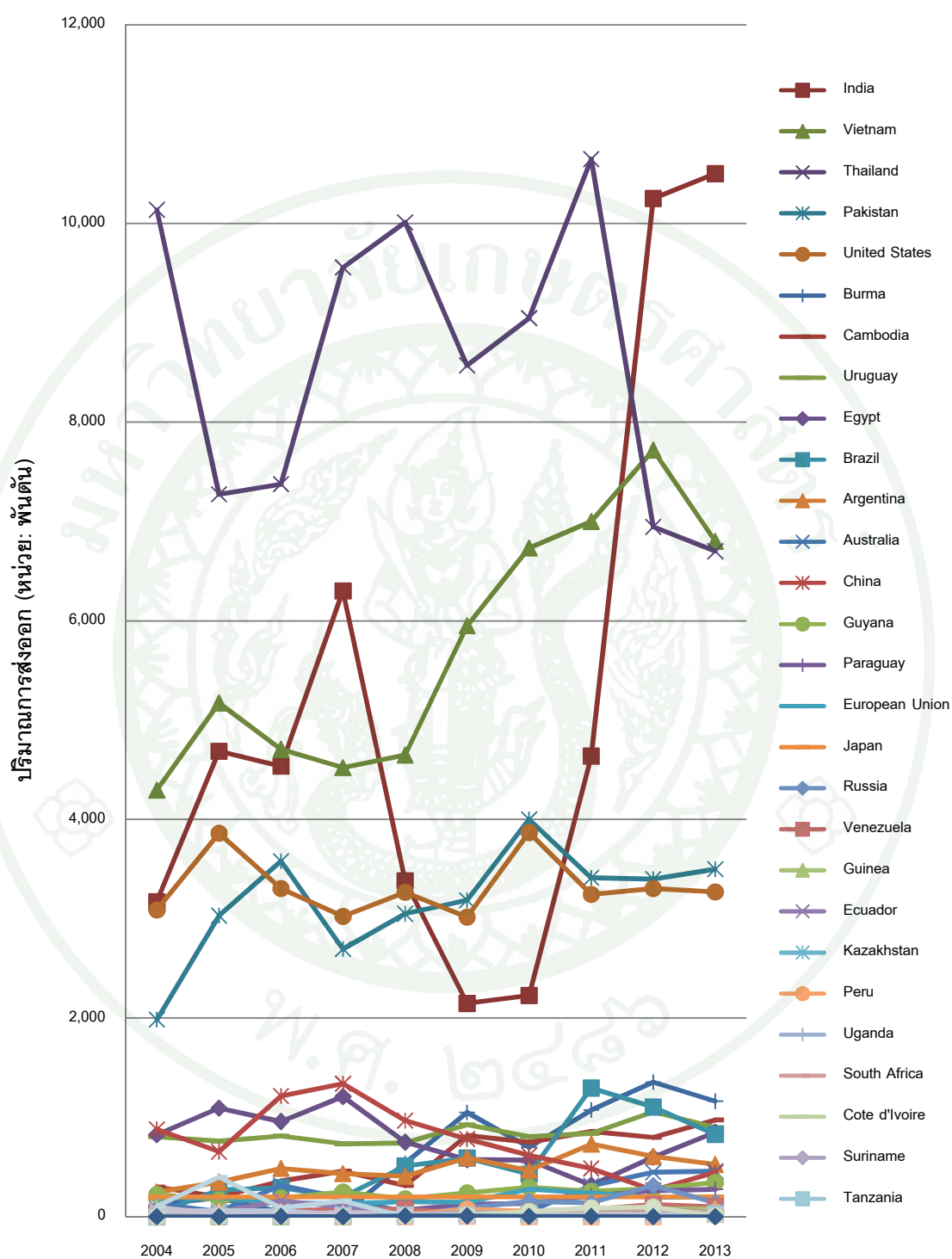
7) ระหว่างไทย และเวียดนาม มีกฎหมายยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าชิ้นส่วน RE-Investment ไม่ได้รับการยกเว้นภาษีหรือคืนภาษีให้ (ERS USDA, 2012)

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ของอุตสาหกรรมการค้าข้าวด้วย Five Forces Model

#### 3.1 ภัยคุกคามของผู้เข้ามาใหม่

ใน 10 ปีที่ผ่านมา (2004-2013) ตลาดข้าวโลก มีประเทศผู้ค้าโดยประมาณ 35 ราย (ภาพที่ 19) โดยในปี 2013 ผู้ค้ารายใหญ่ 5 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย เวียดนาม ไทย ปากีสถาน และสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 13) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 79.59 ของปริมาณข้าวในตลาดโลก (ERS USDA, 2014) ผู้ที่จะเข้ามาใหม่ในตลาดข้าว จะต้องเป็นประเทศที่มีปริมาณการผลิตข้าวมากกว่า

ปริมาณการบริโภคข้าวและปริมาณข้าวสำรองภายในประเทศ ทำให้ประเทศที่มีข้าวส่วนเกินไม่มากนัก ไม่ส่งออกข้าว จะเก็บข้าวไว้สำรองเพื่อความมั่นคงทางอาหารของชาติ ดังนั้น ผู้เข้ามาใหม่ในตลาดค้าข้าวจึงมีค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ จากนโยบายการผลิต และการสนับสนุนด้านปัจจัยอื่นๆ ของรัฐบาลเมียนมาร์ และกัมพูชา ประกอบกับ ข้อมูลสถิติของ FAO ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา พบว่า มีแนวโน้มที่เมียนมาร์ และกัมพูชา จะเป็นผู้เล่นที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการเข้ามาแย่งตลาดการเป็นผู้ค้ารายใหญ่ 5 อันดับแรก



ภาพที่ 19 ปริมาณการส่งออกของผู้ค้าในตลาดข้าวโลกในช่วงปี 2004-2013

ตารางที่ 13 ผู้ส่งออกข้าว 10 อันดับแรกในตลาดโลก

| อันดับ | ประเทศ       | 2004   | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   |
|--------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1      | อินเดีย      | 3,172  | 4,687  | 4,537  | 6,301  | 3,383  | 2,149  | 2,228  | 4,637  | 10,250 | 10,500 | 10,000 |
| 2      | เวียดนาม     | 4,295  | 5,174  | 4,705  | 4,522  | 4,649  | 5,950  | 6,734  | 7,000  | 7,717  | 6,800  | 7,500  |
| 3      | ไทย          | 10,137 | 7,274  | 7,376  | 9,557  | 10,011 | 8,570  | 9,047  | 10,647 | 6,945  | 6,700  | 8,500  |
| 4      | ปากีสถาน     | 1,986  | 3,032  | 3,579  | 2,696  | 3,050  | 3,187  | 4,000  | 3,414  | 3,399  | 3,500  | 3,400  |
| 5      | สหรัฐอเมริกา | 3,090  | 3,862  | 3,306  | 3,025  | 3,267  | 3,017  | 3,868  | 3,246  | 3,305  | 3,271  | 3,350  |
| 6      | เมียนมาร์    | 130    | 190    | 47     | 31     | 541    | 1,052  | 700    | 1,075  | 1,357  | 1,163  | 1,300  |
| 7      | กัมพูชา      | 300    | 200    | 360    | 460    | 315    | 820    | 750    | 860    | 800    | 975    | 1,000  |
| 8      | อุรุกวัย     | 804    | 762    | 812    | 734    | 742    | 926    | 808    | 841    | 1,056  | 900    | 900    |
| 9      | อียิปต์      | 826    | 1,095  | 958    | 1,209  | 750    | 575    | 570    | 320    | 600    | 850    | 850    |
| 10     | บราซิล       | 37     | 272    | 291    | 201    | 511    | 591    | 430    | 1,296  | 1,105  | 830    | 850    |
|        | โลก          | 27,253 | 28,952 | 29,096 | 31,917 | 29,570 | 29,397 | 31,790 | 36,538 | 39,828 | 38,664 | 40,952 |

หมายเหตุ: ดัดแปลงจาก ERS USDA (2014)

ข้อมูลประมาณการ ณ เมษายน 2557

### 3.1.1 ไทย

ในปี 2013 ไทยส่งออกข้าวเป็นอันดับที่ 3 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 6.7 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 17.33 ของปริมาณข้าวที่ขายในตลาดโลกและคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) ไทยจะส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอินเดียโดยมีปริมาณการส่งออก 9 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.76 ทั้งนี้ ปริมาณ และราคาของผู้แข่งขันรายใหญ่ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการค้าข้าวไทย ประกอบกับการปรับเปลี่ยนนโยบายที่เน้นการผลิตข้าวในประเทศของเมียนมาร์และกัมพูชา อาจส่งผลต่อเป้าหมายของประเทศไทยที่กลับมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ในอุตสาหกรรมข้าวโลก เนื่องจาก แม้ว่าข้าวหอมมะลิไทยยังคงเป็นข้าวที่มีคุณภาพสูง แต่ผลจากนโยบายด้านค่าแรงและกำลังการผลิตต่อไร่ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาเป็นอย่างมาก

### 3.1.2 กัมพูชา

ปริมาณการส่งออกข้าวของกัมพูชามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แม้จะยังไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับปริมาณส่งออกข้าวทั้งหมด โดยประเทศที่มีปริมาณการผลิตใกล้เคียงกันได้แก่ บราซิลและอุรุกวัย แต่ทั้งนี้ กัมพูชาน่าจะยังมีความได้เปรียบกับคู่แข่งทั้ง 2 ประเทศ เนื่องจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งน่าจะทำให้เกิดความร่วมมือในระดับภูมิภาคและระดับโลกซึ่งจะส่งผลต่อกัมพูชามากยิ่งขึ้น

### 3.1.3 ลาว

การผลิตข้าวของประเศลาวยังไม่ทันสมัยในด้านเทคโนโลยีในการผลิต นอกจากนี้ ยังถูกจำกัดโดยนโยบายจำกัดการส่งออกของรัฐบาล ทำให้ลาวยังไม่สามารถเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ในตลาดโลกได้

### 3.1.4 เมียนมาร์

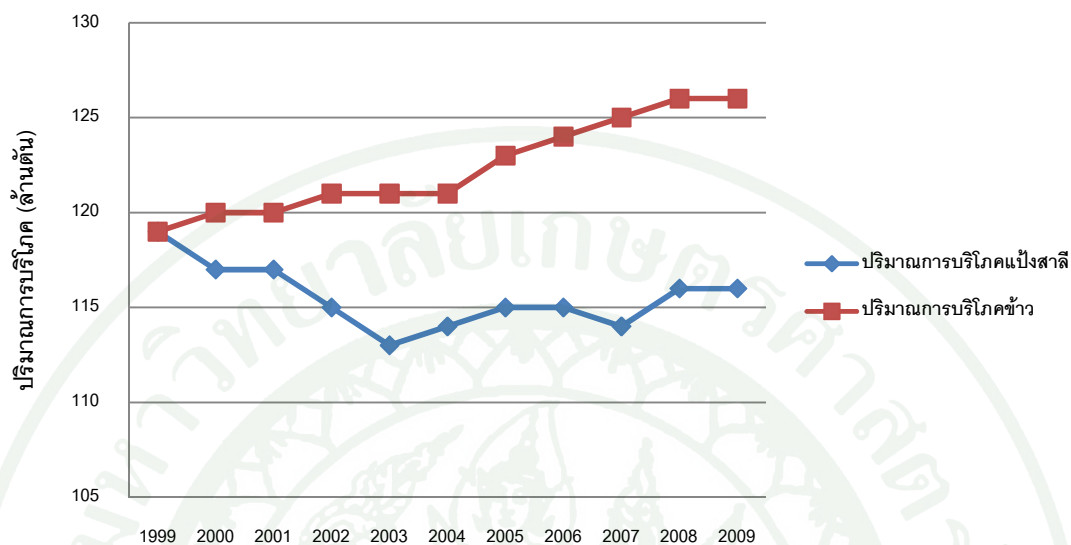
ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2004-2013) ทิศทางการส่งออกข้าวของเมียนมาร์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และตั้งแต่ปี 2012 เป็นต้นมา เมียนมาร์ส่งออกข้าวสูงเป็นอันดับ 6 ของโลก โดยในปี 2013 เมียนมาร์ส่งออกข้าว 1.163 ล้านตัน ทั้งนี้ เมียนมาร์อาจได้รับผลกระทบจากการเข้ามาเป็นผู้ส่งออกรายใหม่ของกัมพูชา เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากนโยบายของรัฐบาลเมียนมาร์แล้วจะเห็นว่าได้รับการสนับสนุนน้อยกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม CLMV

### 3.1.5 เวียดนาม

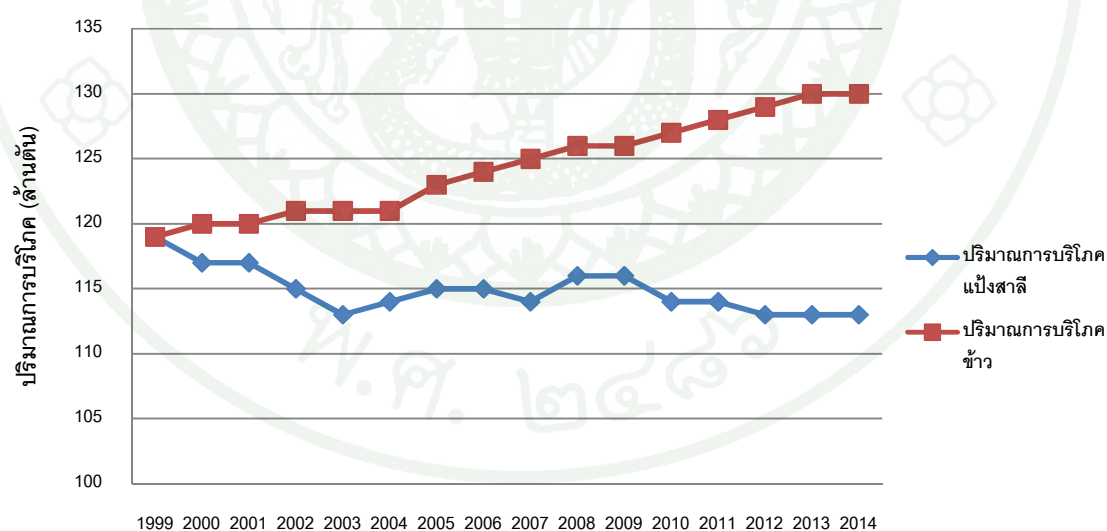
ด้วยนโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนการผลิตข้าวของประเทศเวียดนาม และปัจจัยเสริมด้านอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญกับรายได้ของเกษตรกรมากกว่าการได้รับการจัดอันดับเป็นผู้ขายข้าวในตลาดโลก รวมทั้งผลการผลิตต่อไร่ที่สูงถึง 888 กิโลกรัมต่อไร่ จึงทำให้ประเทศเวียดนามไม่น่าจะได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของผู้ส่งออกรายใหม่

### 3.2 ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน

พฤติกรรมการบริโภคของอาหารกลุ่มคาร์โบไฮเดรต สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ข้าว และแป้งสาลี ทั้งนี้ คุณค่าทางอาหารที่ได้รับจากการบริโภคข้าวจะได้คุณค่าทางอาหารมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าวสาลี ดังนั้น สินค้าทดแทนหลักสำหรับสินค้าข้าว คือ แป้งสาลี โดยผลิตภัณฑ์จากแป้งสาลี ได้แก่ ขนมปัง ก๋วยเตี๋ยว เส้นพาสต้า เส้นสปาเก็ตตี้ เป็นต้น จากข้อมูล FAOSTAT (2014) พบว่า ในช่วง 11 ปี (1999-2009) กลุ่มผู้ซื้อข้าวรายใหญ่ 10 อันดับแรก มีแนวโน้มการบริโภคข้าวเพิ่มขึ้น ในขณะที่การบริโภคแป้งสาลีมีแนวโน้มลดลง (ภาพที่ 20) ทั้งนี้ เมื่อทำการคาดการณ์ด้วยสมการเชิงเส้น พบว่า ในปี 2014 ทิศทางการบริโภคข้าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (ภาพที่ 21) ในขณะที่ทิศทางการบริโภคแป้งสาลิลดลง จึงอาจกล่าวได้ว่า ในขณะนี้สินค้าทดแทนยังไม่มีผลต่อการบริโภคข้าว เพราะพฤติกรรมการบริโภคของคนในประเทศกลุ่มผู้ซื้อข้าวรายใหญ่ 10 อันดับแรก ยังนิยมและเคยชินในการบริโภคข้าวมากกว่าแป้งสาลี



ภาพที่ 20 ปริมาณการบริโภคข้าวและแป้งสาลีของผู้ซื้อข้าวรายใหญ่ 9 อันดับแรกในตลาดข้าวโลก ในช่วงปี 1999-2009



ภาพที่ 21 ปริมาณการบริโภคข้าวและแป้งสาลีของผู้ซื้อข้าวรายใหญ่ 9 อันดับแรกในตลาดข้าวโลก ในช่วงปี 2010-2014 โดยการพยากรณ์ด้วยสมการเชิงเส้น

### 3.3 อำนาจต่อรองของผู้จัดหา

#### 3.3.1 ไทย

Supplier (เกษตรกร) มีอำนาจต่อรองน้อย เนื่องจากผู้ซื้อมีลักษณะผูกขาด ผู้ขายมักจะถูกกดราคาจากผู้ซื้อได้ง่าย แต่หลังจากเกิดโครงการรับจำนำข้าว อำนาจต่อรองของผู้ขายเริ่มมีมากขึ้น เนื่องจากสามารถขายให้กับรัฐบาลในราคาที่กำหนดได้

#### 3.3.2 กัมพูชา

แม้ว่าปัจจุบันกัมพูชาจะใช้ระบบเศรษฐกิจที่อาศัยกลไกตลาด แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงไม่มีอำนาจการต่อรองนัก เนื่องจากระบบการรวบรวมข้าวเปลือกโดยผู้รวบรวมท้องถิ่นทำให้ไม่สามารถต่อรองราคาได้มากนัก โดยโรงสีจะเป็นผู้สร้าง/เข้ายุ่งขนาดใหญ่นัก กระจายไปในพื้นที่การค้า โดยทำการรวบรวมข้าวเปลือกเก็บรักษาไว้และทยอยนำออกสีจำหน่ายเป็นข้าวสารเพื่อบริโภคภายในประเทศหรือเพื่อการส่งออกต่อไป

#### 3.3.3 ลาว

เกษตรกรแบ่งผลผลิตข้าวเปลือกเป็นสองส่วน คือ เมล็ดพันธุ์ และบริโภคในครอบครัว อีกส่วนหนึ่งจะขาย เพื่อนำเงินมาเป็นค่าใช้จ่ายและเป็นทุนการผลิตในฤดูต่อไป โดยการขายข้าวผ่านพ่อค้าคนกลางจะได้ราคาต่ำกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ขนข้าวไปขายให้กับโรงสีข้าวหรือผู้ประกอบการโดยตรง ซึ่งอำนาจต่อรองของเกษตรกรในประเทศลาวมีสูงเนื่องจากผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้ ผลผลิตข้าวส่วนใหญ่จะใช้ภายในประเทศ มีเพียงบางส่วนที่จำหน่ายออกนอกประเทศ

#### 3.3.4 เมียนมาร์

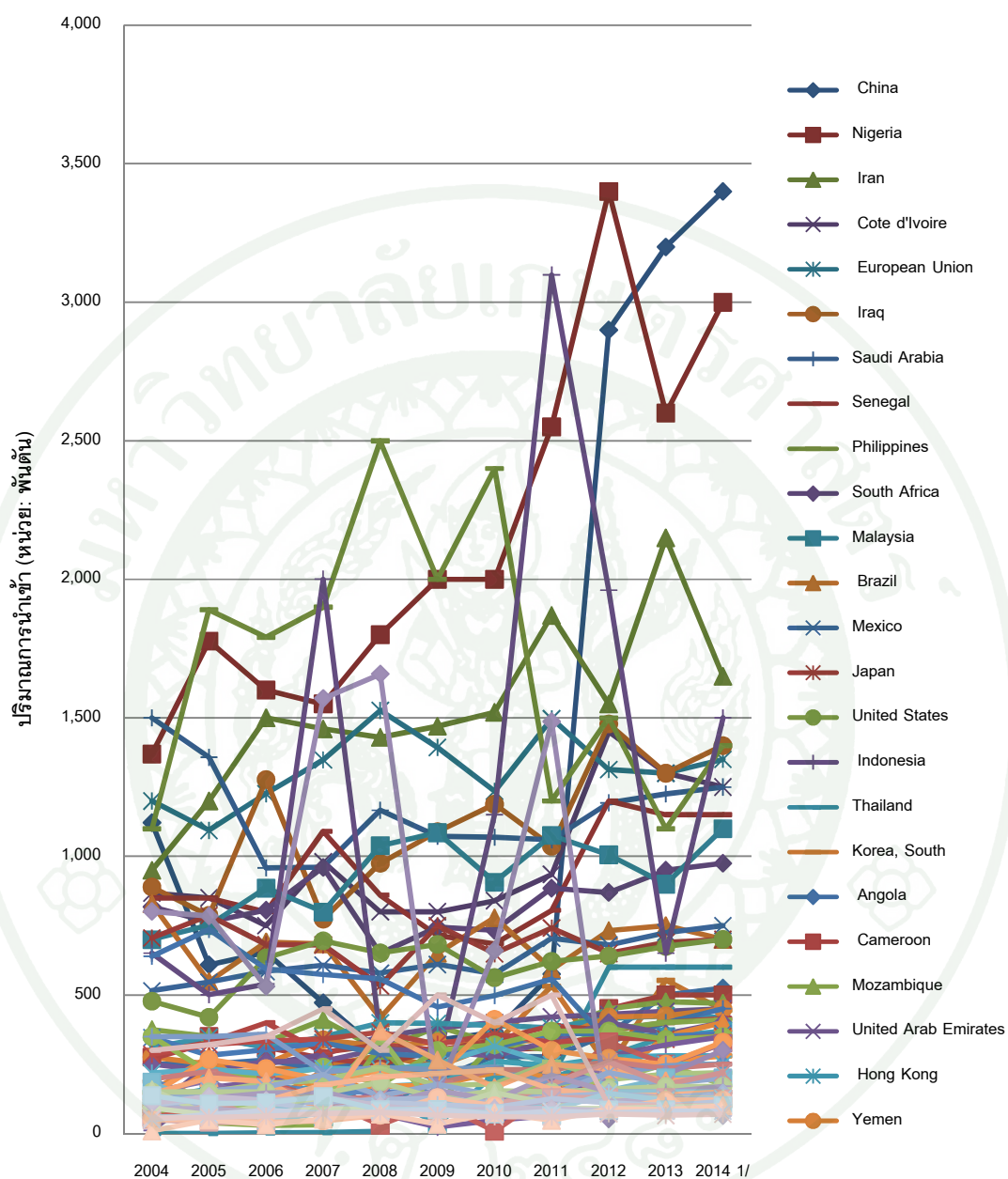
เกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีอำนาจการต่อรองต่ำ เนื่องจากรัฐบาลพม่ามีการกำหนดเขตการผลิตสินค้าเกษตรและมีการกำหนดการบริหารจัดการไว้อย่างเข้มงวด นอกจากนี้ ช่องทางการจำหน่ายและการผลิตยังถูกควบคุมโดยสมาคมอุตสาหกรรมข้าวเมียนมาร์

### 3.3.5 เวียดนาม

เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่เน้นการส่งออกข้าว และมาตรการต่างๆ เช่น การรับซื้อข้าวในกรณีที่ราคาข้าวในประเทศตกต่ำ หรือนโยบายการสำรองอาหารในยามฉุกเฉิน (Food Security) ที่กำหนดให้ต้องมีการสำรองข้าวไว้ปีละ 1 ล้านตันข้าวสาร ทำให้เกษตรกรยังคงมีอำนาจต่อรองในการขายข้าวอยู่สูงพอสมควร

### 3.4 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

ใน 10 ปีที่ผ่านมาตลาดข้าวโลก มีประเทศผู้ซื้อโดยประมาณ 68 ราย (ERS USDA, 2014) โดยในปี 2013 ผู้ซื้อรายใหญ่ 11 อันดับแรก ได้แก่ จีน ไนจีเรีย อิหร่าน โกตดิวัวร์ สหภาพยุโรป อิรัก ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล ฟิลิปปินส์ แอฟริกาใต้ และมาเลเซีย (ตารางที่ 14) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.59 ของปริมาณข้าวในตลาดโลก ในส่วนของอัตราการเติบโตปริมาณการซื้อข้าว พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดข้าวมีอัตราการเติบโต ถึงร้อยละ 72.64 โดยผู้ซื้อที่มีการนำเข้าเพิ่มมากกว่าร้อยละ 1,000 ในรอบ 10 ปี ได้แก่ กินีบิสเซา ใต้หวัน ปานามา ไนเจอร์ เนปาล และจีน โดย จีนนั้นเป็นทั้ง ผู้นำเข้าสูงสุดอันดับ 1 และมีการนำเข้าเพิ่มมากกว่าร้อยละ 1,000



ภาพที่ 22 ปริมาณการนำเข้าของผู้ซื้อในตลาดข้าวโลกในช่วงปี 2004-2013

ตารางที่ 14 ผู้นำเข้าข้าว 10 อันดับแรกในตลาดโลก

| อันดับ | ประเทศ         | 2004   | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   |
|--------|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1      | จีน            | 1,122  | 609    | 654    | 472    | 295    | 337    | 366    | 575    | 2,900  | 3,200  | 3,400  |
| 2      | ไนจีเรีย       | 1,369  | 1,777  | 1,600  | 1,550  | 1,800  | 2,000  | 2,000  | 2,550  | 3,400  | 2,600  | 3,000  |
| 3      | อิหร่าน        | 950    | 1,200  | 1,500  | 1,460  | 1,430  | 1,470  | 1,520  | 1,870  | 1,550  | 2,150  | 1,650  |
| 4      | โกตดิวัวร์     | 867    | 850    | 750    | 980    | 800    | 800    | 840    | 935    | 1,450  | 1,300  | 1,250  |
| 5      | สหภาพยุโรป     | 1,200  | 1,094  | 1,226  | 1,348  | 1,526  | 1,393  | 1,235  | 1,496  | 1,313  | 1,300  | 1,350  |
| 6      | อิรัก          | 889    | 786    | 1,277  | 773    | 975    | 1,089  | 1,188  | 1,036  | 1,478  | 1,300  | 1,400  |
| 7      | ซาอุดีอาระเบีย | 1,500  | 1,357  | 958    | 961    | 1,166  | 1,072  | 1,069  | 1,059  | 1,193  | 1,225  | 1,250  |
| 8      | เซเนกัล        | 850    | 850    | 800    | 1,090  | 860    | 715    | 685    | 805    | 1,200  | 1,150  | 1,150  |
| 9      | ฟิลิปปินส์     | 1,100  | 1,890  | 1,791  | 1,900  | 2,500  | 2,000  | 2,400  | 1,200  | 1,500  | 1,100  | 1,400  |
| 10     | แอฟริกาใต้     | 818    | 764    | 806    | 960    | 650    | 745    | 733    | 885    | 870    | 950    | 975    |
| 11     | มาเลเซีย       | 700    | 751    | 886    | 799    | 1,039  | 1,086  | 907    | 1,076  | 1,006  | 900    | 1,100  |
| โลก    |                | 23,760 | 24,701 | 24,962 | 27,655 | 26,943 | 25,198 | 27,623 | 31,929 | 34,812 | 33,948 | 36,181 |

หมายเหตุ: ดัดแปลงจาก ERS USDA (2014)

ข้อมูลประมาณการ ณ เมษายน 2557

### 3.4.1 ไทย

สำหรับประเทศไทยผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองราคาน้อย เพราะแม้จะมีผู้ขายข้าวหลายรายแต่ผู้ขายข้าวรายใหญ่มีเพียง 5 ราย ซึ่งครอบคลุมส่วนแบ่งทางการตลาดถึงร้อยละ 70 ดังนั้น หากราคาของไทยสูงกว่าประเทศผู้ส่งออกอื่นไม่มากก็จะยังทำให้ผู้ซื้อต้องพึ่งพาการส่งออกข้าวจากประเทศไทยอยู่ ทั้งนี้หากราคาข้าวไทยสูง ผู้ซื้อที่มีความอ่อนไหวต่อราคาก็จะเปลี่ยนไปซื้อข้าวจากผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ประเทศอื่น ที่ขายข้าวราคาต่ำกว่าไทย ทั้งนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2009-2013) ตลาดข้าวที่ไทยส่งออกไป 5 อันดับแรก ได้แก่ ในจีเรีย อีรัก แอฟริกาใต้ เบนิน และโกตดิวัวร์ ตามลำดับ ในส่วน ตลาดทวีปเอเชียที่ไทยส่งออกข้าว ได้แก่ อินโดนีเซีย จีน ญี่ปุ่น ฮองกง และฟิลิปปินส์ และทวีปอเมริกา

### 3.4.2 กัมพูชา

เนื่องจากกัมพูชาไม่ใช่ผู้ส่งออกหลักของโลกโดยในปี 2013 ปริมาณการส่งออกข้าวคิดเป็นร้อยละ 2.52 ของตลาดโลก เป็นผู้ส่งออกลำดับที่ 7 ดังนั้น ผู้ซื้อจึงมีอำนาจต่อรองสูง และทำให้กัมพูชาไม่สามารถขายข้าวในราคาสูงได้ เพราะจะทำให้ผู้ซื้อหันไปซื้อข้าวจากประเทศอื่นแทน ทั้งนี้ ผู้ซื้อข้าวหลักของกัมพูชา คือ ฝรั่งเศส มาเลเซีย และจีน

### 3.4.3 ลาว

ผู้ซื้อข้าวหลักของลาว คือ จีน รองลงมา คือ สหภาพยุโรป และอินโดนีเซีย โดยมีปริมาณ 17.41 พันตัน 2.68 พันตัน และ 23 ตัน โดยในตลาดจีน ปริมาณนำเข้าข้าวจากลาวคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.78 ในขณะที่สัดส่วนการนำเข้าข้าวลาวในตลาดสหภาพยุโรป และอินโดนีเซีย คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.19 และ 0.005 ของปริมาณการนำเข้าข้าว ผู้ซื้อข้าวลาว จึงมีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างสูง เพราะปริมาณส่งออกข้าวลาว ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับข้าวจากประเทศอื่น

### 3.4.4 เมียนมาร์

เมียนมาร์เป็นผู้ส่งออกข้าวขนาดกลาง โดยในปี 2013 ปริมาณการส่งออกข้าวคิดเป็นร้อยละ 3 ของตลาดโลก และเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 6 ซึ่งจากการที่เมียนมาร์ไม่ใช่ผู้ส่งออกหลักของโลกทำให้เมียนมาร์ไม่สามารถขายข้าวในราคาสูงได้ เพราะจะทำให้ผู้ซื้อหันไปซื้อข้าวจากประเทศอื่นแทน

### 3.4.5 เวียดนาม

ผู้ซื้อจะมีอำนาจต่อรองกับข้าวเวียดนามค่อนข้างน้อย เพราะเวียดนามเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ โดยในปี 2013 ปริมาณการส่งออกข้าวคิดเป็นร้อยละ 17.59 หรือประมาณ หนึ่งในห้าของปริมาณข้าวที่ขายในตลาด นอกจากนี้ ข้าวเวียดนามยังมีราคาถูกกว่าข้าวไทย ที่อยู่ในกลุ่มลักษณะเดียวกัน ทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีค่อนข้างน้อย เพราะหากผู้ซื้อไม่ซื้อข้าวเวียดนาม จะต้องซื้อข้าวไทยที่มีราคาสูงกว่า หรือ อาจต้องซื้อข้าวจากประเทศอื่น ที่คนละชนิดกับข้าวเวียดนาม

### 3.5 การแข่งขันของอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรม พิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาด การเติบโตของตลาด ทั้งนี้ หากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงจะเป็นหนึ่งในภัยคุกคามของผู้ค้า ทั้งนี้ การแข่งขันทางด้านราคาก็เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้กำไรลดลง ใน 10 ปีที่ผ่านมาตลาดข้าวโลก มีอัตราการเติบโตร้อยละ 70 และมีประเทศผู้ค้าโดยประมาณ 35 ราย โดยในปี 2013 ผู้ค้ารายใหญ่ 5 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย เวียดนาม ไทย ปากีสถาน และสหรัฐอเมริกา ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 79.59 ของปริมาณข้าวในตลาดโลก นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์หรือนโยบายการค้าข้าวของผู้ค้าก็เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของสินค้าในอุตสาหกรรม

#### 3.5.1 ไทย

ในปี 2013 ไทยส่งออกข้าวเป็นอันดับที่ 3 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 6.7 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 17.33 ของปริมาณข้าวที่ขายในตลาดโลกและคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) ไทยจะส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอินเดียโดยมีปริมาณการส่งออก 9 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.76 เมื่อพิจารณาสถิติย้อนหลัง พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา 2004-2013 ไทยส่งออกข้าวลดลงร้อยละ 33.91 คู่แข่งที่สำคัญของไทย คือ เวียดนาม เพราะข้าวที่ขายในตลาดเป็นข้าวกลุ่มเดียวกัน โดยในปี 2011 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยมีนโยบายรับจำนำข้าว ทำให้ข้าวไทยในตลาดโลกราคาสูงขึ้นมาก เป็นผลให้ข้าวเวียดนามมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ยักราคาต่ำกว่าข้าวไทย ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเลือกที่จะซื้อข้าวเวียดนามมากกว่าข้าวไทย เนื่องด้วยราคาที่ถูกลงกว่า จนทำให้ในปี 2013 ไทยกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 3 โดยเป็นรองเวียดนาม ทั้งนี้ ในปี 2014 ไทยมีนโยบายระบายข้าว เพื่อนำเงินมาจ่ายให้แก่เกษตรกรภายในประเทศ เป็นผลให้ราคาข้าวไทยต่ำลง ทำให้ไทยขายข้าวได้มากขึ้น โดยปัจจุบัน ไทยขายข้าวได้เป็นอันดับ 2 เป็นรองจากอินเดีย ในช่วง 10 ปีที่

ผ่านมา นอกจากนี้ การเพาะปลูกข้าวในไทยยังไม่เป็นลักษณะการทำนาขนาดใหญ่ ทำให้การผลิตไม่เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จึงเป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนข้าวไทยสูงกว่าผู้ผลิตข้าวรายอื่น ตลาดข้าวโลกมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 70 ในขณะที่ข้าวไทยมีอัตราการเติบโต เพียงร้อยละ 2 แสดงให้เห็นว่าไทยมีความสามารถทางการแข่งขันน้อยมากในการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้ค้าข้าวรายอื่นในตลาดโลก ในส่วนของการรับรู้คุณภาพข้าวของผู้ซื้อ พบว่า ข้าวไทยยังคงเป็นที่เชื่อถือในด้านคุณภาพ แม้ราคาจะสูงขึ้น ดังนั้น ผู้ซื้อที่ไม่อ่อนไหวต่อราคา จะยังคงซื้อข้าวไทยต่อไป ในขณะที่ผู้ซื้อที่มีความอ่อนไหวต่อราคา จะเปลี่ยนไปซื้อข้าวจากผู้ค้ารายอื่นที่มีราคาถูกกว่า

### 3.5.2 กัมพูชา

ในปี 2013 กัมพูชาส่งออกข้าวเป็นอันดับที่ 7 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 0.98 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 2.52 ของปริมาณข้าวที่ขายในตลาดโลกและคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) กัมพูชายังคงส่งออกข้าวเป็นอันดับ 7 ของโลก โดยปริมาณการส่งออกเพิ่มเป็น 1 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.44 เมื่อพิจารณาสถิติย้อนหลัง พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา 2004-2013 กัมพูชาส่งออกข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 225 คู่แข่งที่สำคัญของกัมพูชา คือ เมียนมาร์ เพราะมีปริมาณการส่งออกข้าวมากกว่ากัมพูชา และข้าวที่ส่งออกมีลักษณะคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ ในปี 2013 เมียนมาร์ได้ทำการปฏิรูปประเทศ รัฐบาลได้กำหนดนโยบายปฏิรูป ด้านภาษี และที่ดิน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้แก่เกษตรกรในการเพาะปลูก ดังนั้น นโยบายดังกล่าว อาจส่งผลให้เมียนมาร์ส่งออกข้าวได้มากขึ้นและขยับอันดับการเป็นผู้ส่งออกข้าวทั้งทางกัมพูชามากขึ้น ในปี 2012 และ 2013 ข้าวกัมพูชาชนะเลิศการประกวด World's Best Rice 2 ปีซ้อนในปี 2012 และ 2013 ทำให้ข้าวกัมพูชาเป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดโลก นอกจากนี้ ยังเพิ่มความเชื่อมั่นด้านคุณภาพข้าวกัมพูชาให้กับผู้ซื้ออีกด้วย นี่จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนความสามารถทางการแข่งขันข้าวของกัมพูชาในตลาดโลกในระยะยาว

### 3.5.3 ลาว

ส่วนใหญ่ลาวส่งออกข้าวไปจีน โดยในปี 2013 ลาวส่งออกข้าวไปจีนในรูปแบบการค้าชายแดน โดยประมาณ 17.41 พันตัน หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.78 ของปริมาณการนำเข้าข้าวของจีน ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา 2004-2013 ลาวส่งออกข้าวไปจีนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 5,020 จึงอาจกล่าวได้ว่า แม้ลาวจะเป็นผู้เล่นรายเล็ก แต่ก็มีบทบาทค่อนข้างมากในตลาดข้าวจีน นอกจากนี้ ตลาดข้าวจีน แล้วยังพบว่า ลาวส่งออกข้าวไปยังสหภาพยุโรปเช่นกัน โดยมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา

โดยในปี 2013 ลาวส่งออกข้าวไปสหภาพยุโรป 2.68 พันตัน และในปี 2013 ลาวเริ่มส่งออกข้าวไปตลาดข้าวอินโดนีเซีย โดยมีปริมาณการส่งออก 23 ตัน ลาวจึงเป็นผู้เล่นขนาดเล็กในตลาดข้าว และหากมองการแข่งขันในอุตสาหกรรมข้าวในมุมมองของลาว จะพบว่า มีการแข่งขันสูงมาก และอาจต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเข้าแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้ค้ารายเดิม ทั้งนี้ หากลาวสามารถสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าของตนเองได้ จะเป็นปัจจัยเริ่มต้นที่สำคัญที่ส่งเสริมให้ข้าวลาวเริ่มแย่งส่วนแบ่งในตลาดข้าวได้

### 3.5.4 เมียนมาร์

ในปี 2013 เมียนมาร์ส่งออกข้าวเป็นอันดับที่ 6 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 1.16 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 3.01 ของปริมาณข้าวที่ขายในตลาดโลกและคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) เมียนมาร์จะยังคงอันดับ 6 ในการส่งออกข้าว โดยมีปริมาณการส่งออก 1.3 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.17 เมื่อพิจารณาสถิติย้อนหลัง พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา 2004-2013 เมียนมาร์ส่งออกข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 794.62 ทั้งนี้ เมื่อประมาณ 50 ปีก่อน 1961-1965 เมียนมาร์เคยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลก โดยส่งออกประมาณ 1.3-1.7 ล้านตัน แต่ในปี 1996 เมียนมาร์ก็ส่งออกข้าวต่ำสุดของสถิติการส่งออกของเมียนมาร์ โดยส่งออกเพียง 15,000 ตัน จากข้อมูลสถิติการส่งออกย้อนหลัง แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการส่งออกข้าวของเมียนมาร์นั้นไม่เสถียรนัก ทั้งนี้ ปัจจัยหนึ่งอาจเป็นผลจากการปิดประเทศของเมียนมาร์ คู่แข่งสำคัญของเมียนมาร์ คือ กัมพูชา แม้เมียนมาร์จะส่งออกข้าวมากกว่ากัมพูชาถึงร้อยละ 19 แต่ข้าวกัมพูชาได้รับรางวัลเป็น World's Best Rice 2 ปีซ้อน ในปี 2012 และ 2013 ทำให้ข้าวกัมพูชาเป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดโลก ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์ และตำแหน่งข้าวกัมพูชาในใจผู้บริโภคอยู่สูงกว่าข้าวเมียนมาร์ หากมองตลาดการแข่งขันในมุมมองของเมียนมาร์ เมียนมาร์จะต้องผลิตข้าวที่มีคุณภาพสูงเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดบน เพราะตลาดล่างนั้นเต็มไปด้วยผู้เล่นรายใหญ่ เช่น อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ เป็นต้น ซึ่งค่อนข้างยากสำหรับเมียนมาร์หากจะเข้าแข่งขันในตลาดนี้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการแข่งขันในตลาดบน ราคาข้าวของเมียนมาร์ถูกกว่าราคาข้าวไทยและเวียดนามมากกว่า 80 เหรียญสหรัฐ ต่อดัน จึงเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญสำหรับผู้ซื้อในตลาดโลกที่มีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้า เมียนมาร์จึงมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดนี้

เพราะมีพื้นฐานที่เคยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลก ทรัพยากรมีความอุดมสมบูรณ์ และการปฏิรูปประเทศ ซึ่งอาจมีนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในกลุ่มสินค้าเกษตรอุตสาหกรรม

### 3.5.5 เวียดนาม

ในปี 2013 เวียดนามส่งออกข้าวเป็นอันดับที่ 2 ของโลก โดยมีปริมาณการส่งออก 6.8 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 17.59 ของปริมาณข้าวที่ขายในตลาดโลกและคาดว่าในปี 2014 (ข้อมูล ณ เมษายน 2557) เวียดนามจะส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น โดยมีปริมาณการส่งออก 7.5 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.31 โดยอันดับการส่งออกลดลงเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากอินเดีย และไทย เมื่อพิจารณาสถิติย้อนหลัง พบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา 2004-2013 เวียดนามส่งออกข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.32 ตลาดข้าวโลกมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 70 ในขณะที่ข้าวเวียดนามมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 102 แสดงให้เห็นว่าเวียดนามมีความสามารถทางการแข่งขันในการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้ค้าข้าวรายอื่นในตลาดโลก โดยมีปัจจัยด้านราคาเป็นตัวสนับสนุนในการแย่งตลาด คู่แข่งที่สำคัญของเวียดนาม คือ ไทย เพราะข้าวที่ขายในตลาดเป็นข้าวกลุ่มเดียวกัน โดยในปี 2011 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยมีนโยบายรับจำนำข้าว ทำให้ข้าวไทยในตลาดโลกราคาสูงขึ้นมาก เป็นผลให้ข้าวเวียดนามมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ยักราคาต่ำกว่าข้าวไทย ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเลือกที่จะซื้อข้าวเวียดนามมากกว่าข้าวไทย ปัจจุบัน ในปี 2014 ไทยเริ่มทยอยส่งออกข้าวมากขึ้น ในราคาที่ต่ำกว่าเดิม เพราะต้องจ่ายเงินให้เกษตรกรในนโยบายรับจำนำข้าว ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาข้าวและปริมาณการส่งออกข้าวของเวียดนาม เพราะหากราคาอยู่ในระดับที่ไม่ต่างกันมาก ผู้ซื้อที่มีความอ่อนไหวต่อราคาแต่นิยมคุณภาพกลุ่มนี้จะกลับมาซื้อข้าวไทย เพราะข้าวไทยยังคงมีภาพลักษณ์ด้านคุณภาพดีกว่าข้าวเวียดนาม

### ส่วนที่ 4 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

บทสัมภาษณ์ในส่วนนี้ ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ โดยแบ่งประเภทการสัมภาษณ์เป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย หน่วยงานด้านการผลิตข้าวของไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานด้านการค้าข้าวของไทย กระทรวงพาณิชย์ รายละเอียดเป็นดังนี้

#### 4.1 หน่วยงานกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ผู้จัดการองค์การสำรองข้าวฉุกเฉินของอาเซียน+3 (ASEAN Plus Three Emergency Rice Reserve: APTERR) (คุณวิโรจน์ แสงบางกา) กล่าวถึงภาพรวมสถานการณ์ข้าวโลก ว่า หากไม่พิจารณาสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง (Climate Change) และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ปริมาณข้าวโลกเพียงพอต่อการบริโภคของประชากรทั่วโลก นอกจากนี้ แม้ประชากรโลกจะเพิ่มขึ้นแต่ประชากรทุกคนไม่ได้บริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก และมีสินค้าอื่นทดแทน ดังนั้น ปริมาณข้าวจึงเพียงพอต่อความต้องการ ในส่วนของความมั่นคงทางอาหาร ในกรณีสินค้าข้าวของไทย นั้น ความมั่นคงทางอาหารตามคำจำกัดความ FAO ประกอบด้วย 1) การมีอยู่ของอาหาร (Availability) 2) การเข้าถึงอาหาร (Accessibility) 3) การใช้ประโยชน์ทางอาหาร (Utilization) ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยทางอาหาร (Food Safety) และคุณค่าทางโภชนาการ (Nutrition) และ 4) เสถียรภาพ (Stability) เพราะหากอาหารมีมากบางช่วงเวลา แต่บางเวลาขาดแคลนก็มีผลต่อความมั่นคงทางอาหาร เช่น ช่วงวิกฤติมหาอุทกภัยปี 2554 ดังนั้น หากพิจารณาสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง (Climate Change) และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้น้อย สถานการณ์ข้าวโลกก็อาจไม่มั่นคงเพราะการเกิดภัยพิบัติ มีผลต่อด้านเสถียรภาพ ในส่วนของการผลิตข้าวไทยนั้น น่าจะดีขึ้นเพราะผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตระหนักถึงปัญหาตลอดห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เช่น พื้นที่การผลิต การทำการเกษตรที่ดี (Agricultural Practice) การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการเพิ่มมูลค่า เกษตรกรอยากปลูกพืชอะไร ก็ปลูก โดยไม่คำนึงว่าพื้นที่เพาะปลูกนั้น มีความเหมาะสมในการผลิตพืชชนิดนั้นหรือไม่ นอกจากนี้ ในปัจจุบันเป้าหมายการปลูกข้าวของเกษตรกรเป็นการเน้นปริมาณ ไม่ได้เน้นคุณภาพ เพราะโครงการรับจำนำข้าว รับจำนำข้าวทุกเมล็ด เกษตรกรจึงเร่งเพาะปลูกหลายรอบต่อปี จากปัญหาข้างต้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ระหว่างดำเนินการแก้ไข ทั้งจากภาครัฐ เช่น กรมการข้าว ภาคประชาชน เช่น มูลนิธิเกษตรกร และภาคเอกชน เช่น กลุ่มโรงสี ปัจจุบัน APTERR มีนโยบายในการส่งเสริมความมั่นคงทางอาหารของอาเซียน โดยให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากอุทกภัย โดยให้ความช่วยเหลือในกลุ่มสมาชิกอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี และจีน บทบาทของหน่วยงานคือ การหาข้าวสำรองและให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยธรรมชาติ โดยการสำรองข้าวแบ่งเป็น 2 รูปแบบ โดยรูปแบบที่ 1 การสำรองด้วยวิธีรับปาก (Earmarked Quantity) หลังจากนั้นได้ทำการลงนามในความตกลง โดยแต่ละประเทศให้สัญญาปริมาณข้าวสารที่ให้ความช่วยเหลือ ดังนี้ บรูไน 3,000 ล้านตัน กัมพูชา 3,000 ล้านตัน อินโดนีเซีย 12,000 ล้านตัน ลาว 3,000 ล้านตัน

มาเลเซีย 6,000 ล้านตัน เมียนมาร์ 14,000 ล้านตัน ฟิลิปปินส์ 12,000 ล้านตัน สิงคโปร์ 5,000 ล้านตัน ไทย 15,000 ล้านตัน เวียดนาม 14,000 ล้านตัน จีน 300,000 ล้านตัน ญี่ปุ่น 250,000 ล้านตัน และ เกาหลี 150,000 ล้านตัน รวมทั้งสิ้น 787,000 ล้านตัน รูปแบบที่ 2 การสมัครใจให้ความช่วยเหลือ ทั้งนี้ความช่วยเหลือทั้ง 2 รูปแบบอ้างอิงราคาข้าวขาวไทย 5% ดังนั้น การให้ความช่วยเหลือดังกล่าว นอกจาก เป็นการช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมแล้ว ยังเป็นการรักษาเสถียรภาพด้านราคาอีกด้วย ในส่วนการค้าเสรีนั้น จะส่งผลต่อการผลิตข้าวไทยแน่นอน เพราะการค้าเสรีนั้น แท้จริงแล้วเสรีเฉพาะประเทศที่มีอำนาจ ทั้งนี้ หากไทยมีการใช้ระบบ Fair Trade หรือ การที่แบ่งกำไรให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอด Supply Chain อย่างเท่าเทียมจะทำให้การค้าข้าวไทยมีการพัฒนาขึ้น นอกจากนี้ ไทยควรพัฒนาด้านการเพิ่มมูลค่าโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า การทำจัดประเภทตลาด (Market Segmentation) เพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของตลาด และการกำหนดพื้นที่เพาะปลูกที่เหมาะสมกับสินค้า (Production Oriented) หากสามารถทำได้ข้างต้น ไทยจะกลับมาเป็นผู้ส่งออกข้าวที่สำคัญของโลก ภายหลังจากไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน คาดว่าหน่วยงาน APTERR จะขยายความช่วยเหลือในสินค้าจากเดิมข้าวสารขยายเป็นข้าวกระป๋อง (Ready to Eat) หรือ เนื้อสัตว์ เป็นต้น นอกจากนี้ จะพยายามสร้างความมั่นคงทางอาหารอย่างยั่งยืน โดยเริ่มต้นจากไทยก่อน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งเสริมการผลิตข้าว กรมการข้าว (คุณจุลมนี ไพฑูรย์เจริญลาภ) กล่าวถึงภาพรวมสถานการณ์ข้าวโลก ตลาดข้าวเป็นลักษณะตลาดที่มีปริมาณการผลิตมากกว่าความต้องการตลาด (Rice Surplus) ทั้งนี้ รัฐบาลมีหลายชนิดที่นิยมบริโภค หากไม่บริโภคข้าวก็สามารถบริโภคมันสำปะหลังทดแทนได้ ในส่วนของไทยนั้น มีความมั่นคงในเชิงปริมาณอยู่แล้ว ปัจจุบันกรมการข้าวมีบทบาทครอบคลุมทั้งด้านวิจัย พัฒนา และแก้ปัญหาด้านการผลิต ทั้งในส่วนของประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพ นอกจากนี้ ยังทำการวิจัยในส่วนการเพิ่มมูลค่าจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทั้งจากข้าว และสิ่งเหลือใช้จากการผลิตข้าว เช่น ฟาง นำมาทำเป็นเฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ เป็นต้น ในส่วนของการผลิต ได้ทำการผลิตเมล็ดพันธุ์ชั้นพันธุ์ขยายให้เพียงพอต่อความต้องการเพื่อส่งต่อไปให้ผู้ประกอบการ หรือ ศูนย์ข้าวชุมชนนำไปขยายเป็นเมล็ดพันธุ์จำหน่ายให้เกษตรกรต่อไป บทบาทที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ การส่งเสริมถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ชาวนา การส่งเสริมผู้ประกอบการเพิ่มมูลค่าจากข้าว เช่น ข้าวกล้อง น้ำข้าวกล้อง ไอศกรีม แยมพุด เป็นต้น และการให้บริการตรวจรับรองคุณภาพการผลิต เมล็ดพันธุ์และข้าวเปลือกคุณภาพดี ทั้งนี้ คิดว่าผลจากระบบการค้าเสรี จะมีผลต่อการผลิตข้าวของไทย เพราะหลายประเทศได้พัฒนาการผลิตข้าว

ภายในประเทศ ในขณะที่ไทยยังภูมิใจว่าเราเก่ง ดังนั้น ในอนาคตชาวนาจะต้องปรับตัว เพิ่มทั้งความรู้ การบริหารจัดการ การคิดต้นทุนและกำไร แต่ตราบดีที่ยังมีการอุดหนุนจากภาครัฐ จะทำให้ชาวนาปรับตัวไม่ได้ แต่การค้าเสรีจะไม่กระทบต่อความมั่นคงทางอาหารกรณีสินค้าข้าวในไทย ในส่วนของการเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 นั้น แท้จริงแล้วควรให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ของชาวนามากกว่า เพราะการจะเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลกได้นั้น ไทยต้องแข่งขันกับคู่แข่งในด้านต้นทุนการผลิต ซึ่ง หากจะมุ่งเน้นการค้าข้าวตลาดคุณภาพสูงเพียงอย่างเดียว นั้น จะต้องสำรวจความต้องการของตลาดด้วย ซึ่งมองว่าหน่วยงานรัฐที่ดูแลด้านการค้าข้าว เช่น กระทรวงพาณิชย์ควรทำ 1) การวิเคราะห์ความต้องการของตลาดข้าว ทั้งตลาดข้าวคุณภาพสูง (Premium Market) และตลาดข้าวทั่วไป ว่าผู้บริโภคเป็นกลุ่มใด และมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นหรือไม่ เพราะปัจจุบันเกษตรกรไทยเพาะปลูกข้าวตามราคาตลาดที่ผ่านมา มากกว่าราคาข้าวในอนาคต จึงทำให้หากปีใด ข้าวชนิดใด ราคาสูง จะส่งผลให้ปีการเพาะปลูกต่อมา เกษตรกรจะปลูกข้าวชนิดนั้นมากขึ้น 2) การศึกษาวิเคราะห์คู่แข่งของไทย และโอกาสของสินค้าไทยในตลาด 3) การสื่อสารให้ภาคการผลิต ทราบว่าการแข่งขันในตลาดจะต้องตั้งราคาขายเท่าใด เพื่อให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควบคุมการผลิตให้ราคาขายสามารถแข่งขันได้ในตลาด ดังนั้น หากกระทรวงพาณิชย์สามารถประมาณการความต้องการบริโภคข้าวในแต่ละชนิดได้ และส่งต่อข้อมูลนั้นให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดปริมาณการเพาะปลูกข้าวแต่ละชนิด จะทำให้ไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวในตลาดโลกอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ หากไทยนำมาระบบ Fair Trade มาใช้ จะก่อให้เกิดผลดีกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย อย่างเท่าเทียมกัน กล่าวคือ หากราคาข้าวในตลาดโลกสูงกว่า พ่อค้าข้าวหรือโรงสี ควรนำกำไรที่ได้มาแบ่งให้กับผู้ผลิต และในทางตรงข้าม หากราคาข้าวในตลาดต่ำลง ก็ควรมีกองทุนของรัฐเข้ามาช่วยเหลือพ่อค้า นอกจากนี้ หากชาวนาคนใดผลิตข้าวได้ตามมาตรฐานก็ควรจะขายข้าวได้ราคาสูงกว่าชาวนาที่ผลิตข้าวไม่ได้มาตรฐาน เพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาการผลิต ทั้งนี้ หากไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในทางทฤษฎีคาดว่าบทบาทของหน่วยงานจะมีการเปลี่ยนแปลง แต่ในความเป็นจริง ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก นอกจากนี้ บทบาทกรมการค้าข้าวจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดก็ขึ้นกับนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งปัจจุบันกรมการค้าข้าวได้ลงพื้นที่ 60 จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตข้าวในการสร้างองค์ความรู้ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ โดยพยายามดึงองค์ความรู้ท้องถิ่นออกมา และขยายผลไปยังชาวนารอบข้าง โดยการให้ชาวนาเป็นวิทยากรขยายผลในกลุ่มชาวนาด้วยกันเอง

เศรษฐกิจ ชำนานาญการพิเศษ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (คุณผกาพรรณ ศรีลัมพ์) กล่าวถึง ภาพรวมสถานการณ์ข้าวโลก ว่า ราคาข้าวในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลง เพราะอินเดียผลิตข้าวได้มากขึ้น ประกอบกับปริมาณข้าวนาปีของไทยก็มีปริมาณ ส่งผลให้ราคาข้าวในปลายปี 2557 ลดลง ในอดีต ปี 2008 เป็นปีที่เกิดวิกฤติข้าวในโลก โดยราคาข้าวไทย A1 เลิศ มีราคาสูงขึ้นถึง 160% ส่งผลให้ราคา รัฐบาลไทย โดยเฉพาะข้าวในหลายประเทศราคาสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ จากเหตุการณ์ดังกล่าว หลายประเทศกลัวขาดแคลนอาหารจึงมีนโยบายห้ามส่งออกข้าว เช่น อินเดียห้ามส่งออกข้าวบาสมาดิ ส่งผลให้ไทยส่งออกข้าวถึง 10 ล้านตัน FAO จึงมองว่าข้าวไทยมีผลต่อตลาดโลก เพราะราคาข้าวในตลาดโลกอิงกับราคาข้าวไทย ปัจจุบันสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรมีนโยบายลดต้นทุนการผลิต ลด การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ในเกษตรกร นอกจากนี้ ยังจัดระบบการปลูกข้าว (Zoning Area) และมี คณะทำงานบริหารจัดการสินค้าข้าว ซึ่งทำหน้าที่กำหนดอุปสงค์ อุปทานในสินค้าข้าว โดยความร่วมมือกับจังหวัดที่ผลิตข้าว เพื่อกำหนดปริมาณ และพื้นที่การเพาะปลูก ทั้งนี้ คิดว่าการค้าเสรี เช่น ASEAN นั้น อาจทำให้เกิดการทะลักของข้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ลาว เข้ามาในไทย นอกจากนี้ ประเทศในกรอบความตกลง เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไม่ได้เปิดเสรีในสินค้า ข้าว กล่าวคือ สินค้าข้าวของประเทศดังกล่าว เป็นสินค้าอ่อนไหว (Sensitive List) หรือ (Highly Sensitive List) ทำให้ไทยไม่สามารถทำตลาดในประเทศนั้นได้เท่าที่ควร ซึ่งมองว่าหากประเทศใน กรอบความตกลงเปิดเสรีในสินค้าประเภทข้าว ไทยจะสามารถทำตลาดในประเทศเหล่านั้น ได้แน่นอน สำหรับแนวทางการส่งเสริมให้ไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 นั้น มองว่า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ควรทราบอุปสงค์ ในตลาดข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว ข้าวเหนียว และสร้างอุปสงค์ในตลาด ดังกล่าว เช่น ควรมีข้อมูลว่าตลาดข้าวหอมมะลิของไทยสามารถขยายเพิ่มได้อีกหรือไม่ หรือ ข้าวขาว ไทยไม่สามารถแข่งขันกับข้าวขาวเวียดนามได้หรือไม่ ซึ่งหากผลการศึกษาไทยไม่สามารถแข่งขันใน ข้าวขาวได้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จะได้ลดปริมาณการปลูกข้าวขาวลง ดังนั้น หากกระทรวง พาณิชย์ทราบข้อมูลดังกล่าวแล้วส่งข้อมูลให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ว่าควรผลิตข้าวในแต่ละชนิด ในแต่ละปีเท่าไร ก็จะช่วยส่งเสริมให้ไทยเป็นผู้นำในตลาดข้าวโลก นอกจากนี้ กรมการค้าข้าวก็ควรพัฒนา พันธุ์ข้าวให้ตรงกับความต้องการของตลาด มิใช่ส่งเสริมแต่พันธุ์ข้าวขาวจนล้นตลาด ทั้งนี้ ภายหลังไทย เข้าสู่ประชาคมอาเซียน ไทยอาจพัฒนาเป็นศูนย์กลางการค้าข้าว เพราะในภูมิภาคเอเชีย ไทยเป็น อันดับ 1 ในด้านเทคโนโลยีการผลิต ดังนั้น ไทยอาจนำเข้าข้าวจากกัมพูชามาเข้าโรงปรับปรุงข้าว เช่น การคัดสรร เพื่อการส่งออก เพราะคุณข้าวกัมพูชาไม่ได้ต่างจากของไทย ในทางตรงข้าม เนื่องจาก เทคโนโลยีการปลูกและเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวของไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ประกอบกับพันธุ์ข้าว

ไทยที่หลากหลาย ประเทศเพื่อนบ้านอาจมาเรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆ และอาจนำไปสู่การแย่งตลาดข้าวไทยในตลาดโลกได้ ทั้งนี้ คิดว่า บทบาทของหน่วยงานไม่น่าจะเปลี่ยนแปลงภายหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

#### 4.2 หน่วยงานกระทรวงพาณิชย์

ผู้อำนวยการกองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ (คุณอัศวพงศ์ ทีปวัชร) กล่าวถึง ภาพรวมสถานการณ์ข้าวโลกว่า ปัจจุบันมีปริมาณข้าวในตลาดสูงขึ้น เนื่องด้วยสาเหตุจากวิกฤติอาหารเมื่อปี ทำให้แต่ละประเทศ 2011-2008 ผู้นำเข้าข้าวมุ่งเน้นนโยบายความมั่นคงทางอาหาร ด้วยการเพิ่มผลผลิตข้าวภายในประเทศ หลายประเทศมีนโยบาย Rice Sufficiency ส่งผลให้ตลาดข้าวโลกเป็นของผู้ซื้อ กล่าวคือ ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคา ดังนั้น ราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขัน โดยมีความคิดเห็นว่า ภายใน 2-3 ปีนี้ ราคาข้าวจะยังไม่ปรับตัวมากนัก ทั้งนี้ หากในอนาคตเกิดปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น เอลนีโญ (El Nino) ตลาดข้าวจะกลับมาเป็นของผู้ขายอีกครั้ง ในส่วนของการส่งออกข้าวของไทย หลังจากโครงการรับจำนำข้าว ปี 2554 ไทยส่งออกข้าวได้ลดลง 20% เนื่องจากต้นทุนการส่งออกข้าวเพิ่มสูงขึ้นจากราคารับจำนำ ทำให้ราคาข้าวไทยในตลาดโลกค่อนข้างสูง โดยประมาณ 600-700 เหรียญสหรัฐต่อตัน แต่อย่างไรก็ตามในปี 2557 การส่งออกข้าวของไทยปรับตัวขึ้นดีมาก เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายเร่งระบายข้าวในโกดังของรัฐ ทำให้ไทยส่งออกข้าวได้เพิ่มถึง 72% แสดงถึงทิศทางการส่งออกของไทยที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าในอนาคตอันใกล้ ไทยจะส่งออกข้าว 9-10 ล้านตัน ในส่วนของบทบาทของกรมการค้าต่างประเทศนั้น ประกอบด้วย 4ภารกิจ ได้แก่ 1) การระบายข้าวในโกดังของรัฐบาล เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ 2) การประชาสัมพันธ์ โดยการจัดกิจกรรมทางตลาด เพื่อเป็นการขยายตลาดข้าวของไทยให้กว้างมากขึ้น ซึ่งปัจจุบัน ไทยมุ่งเน้น Niche Market ข้าวอินทรีย์ ข้าวคุณลักษณะพิเศษต่างๆ เช่น ข้าวสังข์หยด เป็นต้น 3) การดำเนินการตามข้อตกลงผูกพัน หรือ ข้อตกลงใน AFTA และ WTO กรมการค้าต่างประเทศ มีการกำกับและควบคุมให้เป็นไปตามข้อผูกพันที่กำหนดไว้ และ 4) ความร่วมมือในสินค้าข้าว ทั้งในระดับทวิภาคี เช่น ไทย-เวียดนาม และพหุภาคี เช่น ความร่วมมือในอาเซียน ในรูปแบบ คณะกรรมการสำรองข้าวแห่งภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Food Security Reserve Board: AFSRB) ความร่วมมือ ASEAN Rice Federation ที่ไทยพยายามจัดตั้ง ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเกษตรกร โรงสี และผู้ส่งออก เป็นต้น นอกจากนี้ การเปิดเขตการค้าเสรีจะยิ่งส่งผลบวกต่อข้าวไทย เนื่องจากข้าวไทยนั้น ถือว่าเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานสูง การเปิดเขตการค้าเสรีจะทำให้ข้าวไทยสามารถเข้าสู่ตลาดต่างๆ ได้ง่ายยิ่งขึ้น ในส่วนของ

การเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 นั้น ไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 มานาน หากไทยไม่แทรกแซงราคาข้าว โดยปล่อยให้ไปตามกลไกตลาด ก็ยังคงเป็นอันดับ 1 ทั้งนี้ มองว่าไทยควรเป็นผู้ส่งออกข้าวที่มีคุณภาพ และเพิ่มมูลค่า กล่าวคือ ไทยควรมุ่งเน้นเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ในเชิงมูลค่า เช่น การสนับสนุนให้เกษตรกรผลิตข้าวคุณภาพข้าวอินทรีย์ และการทำตลาดที่เน้นให้ต่างชาติ ทราบว่าข้าวไทยเป็นข้าว Premium หรือ ข้าวสุขภาพ ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงของไทยภายหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น มองว่าในเวทีอาเซียน แม้จะมีข้อตกลงในการลดข้อผูกพันทางภาษีและมาตรการกีดกันทางการค้า (Non-Tarif Barriers: NTBs) แต่อย่างไรก็ตามในความเป็นจริง ไทยยังคงมีมาตรการที่ทำให้ข้าวประเทศเพื่อนบ้านไม่สามารถเคลื่อนย้ายอย่างเสรีเข้ามาในไทย เนื่องจากไทยกังวลว่า การเคลื่อนย้ายเสรีนั้นอาจส่งผลกระทบต่อเกษตรกรไทย ทั้งนี้ กรมการค้าต่างประเทศ มีแนวคิดในการนำเข้าข้าวจากประเทศเพื่อนบ้านและควบคุมไม่ให้ปลอมปนกับข้าวในไทย ในส่วนของอาเซียน หลายประเทศผู้นำเข้า เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ยังมีมาตรการควบคุมการนำเข้าที่ผูกขาดทั้งมาตรการภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษี ทำให้บางครั้งไทยไม่สามารถส่งออกข้าวไปยังทั้ง 2 ประเทศได้ ซึ่งไทยได้พยายามเจรจากับอาเซียนว่าอย่างน้อยขอให้ข้าวบางส่วน เช่น ข้าวหอมมะลิ สามารถนำเข้าได้ เป็นต้น ทั้งนี้ หากการรวมกลุ่มของอาเซียนมีการพัฒนามากขึ้น ข้าวน่าจะมีการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งไทยคาดหวังจะเป็นศูนย์กลางการค้าข้าว (Rice Hub Trade) กล่าวคือ หากผู้ซื้อมาที่ไทย จะสามารถซื้อข้าวได้จากทุกประเทศ เช่น ข้าวไทย ข้าวเวียดนาม เป็นต้น

หัวหน้ากลุ่มความร่วมมือการค้าข้าว กองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ (คุณสิริบุญชัย อึ้งภากรณ์) กล่าวถึง ภาพรวมสถานการณ์ข้าวโลกว่า แนวโน้มผู้บริโภคข้าวโลกจะเพิ่มขึ้น เพราะคนที่ไม่บริโภคข้าว จะหันมาบริโภคข้าวมากขึ้น เช่น ประชากรในแอฟริกาและสหภาพยุโรป รวมทั้งแนวโน้มการใส่ใจสุขภาพ การแพ้ Wheat Gluten แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยจะมีมากขึ้น แต่ต้องแลกด้วยราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งปัจจุบันประเทศที่ไม่ปลูกข้าว ก็เริ่มหันมาปลูกข้าวโดยได้รับความช่วยเหลือจากสหภาพยุโรป เพื่อ Self Sufficiency ในส่วนของการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยสหภาพยุโรป ประเทศ ไทย เมียนมาร์ เวียดนาม และกัมพูชา เป็นลักษณะพื้นที่ราบลุ่มน้ำถึง โดยเมื่อประมาณ 30 ปีในอดีต เมียนมาร์เป็นอันดับ 1 ในการส่งออกข้าว ต่อมาเมียนมาร์ได้ปิดประเทศ ทำให้เทคโนโลยีต่างๆ เริ่มลดลง ในขณะที่ไทยเริ่มเติบโต และเริ่มให้ความสำคัญกับการวิจัยเรื่องพันธุ์ข้าว ทำให้ไทยมี Know how มาก ไทยจึงรักษาตำแหน่งผู้นำในตลาดโลกได้อย่างยาวนาน ในขณะที่เมื่อภายในประเทศเวียดนามเริ่มสงบ เวียดนามก็เริ่มปลูกข้าวเพื่อการส่งออก โดย

ในระยะแรกคุณภาพข้าวเวียดนามยังไม่เป็นที่ต้องการของตลาด เวียดนามจึงขายข้าวราคาถูก ต่อมา เวียดนามเริ่มพัฒนาเครื่องจักร ปัจจุบันเวียดนามมีนโยบาย 3 ลด 3 เพิ่ม และไม่มียกเว้นปิดกั้น ข้าวเปลือก ทำให้ข้าวจากกัมพูชาเข้าเวียดนาม ทำให้เวียดนามส่งออกข้าวในตลาดโลกได้เพิ่มมากขึ้น ในส่วนกัมพูชา ซึ่งอยู่ติดกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ก็เริ่มให้ความสนใจการเพาะปลูกข้าว ดังนั้น ไทยควรพิจารณาว่าไทยจะยังคงเป็นผู้ส่งออกข้าวไทย 100% หรือ เปลี่ยนเป็นพ่อค้าข้าว (Trading Nation) เพราะไทยมีความพร้อมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน และผู้ส่งออกไทยมีความเข้มแข็งและเครือข่าย โดยการเปิดให้ข้าวจากประเทศเพื่อนบ้านเข้าไทยได้ แล้วมาพัฒนาโดยใช้เครื่องจักร และเพิ่มมูลค่าในไทย ทั้งนี้ จะต้องทำการแก้กฎหมายและมีระบบบริหารจัดการที่ดี ที่จะไม่กระทบต่อการเพาะปลูกของไทย ปัจจุบันกรมการค้าต่างประเทศทำหน้าที่เป็นหน่วยงานระบายข้าวของรัฐ เป็นผู้เสนอแนวทางในการบริหารจัดการตลาดข้าวเพื่อส่งออกต่างประเทศ และทำการประชาสัมพันธ์ ข้าวเพื่อรักษาตราสินค้า (Branding) และตรารับรองที่ให้ไว้ เช่น ข้าวหอมมะลิ เป็นต้น รวมทั้ง กำกับ และดูแลความร่วมมือเกี่ยวกับข้าว เช่น ในกลุ่ม ASEAN เป็นต้น รวมทั้งแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการนำเข้า-ส่งออกข้าว เช่น ปัญหาข้าวปลอมปน เป็นต้น ทั้งนี้ ผลจากการค้าเสรี อาจทำให้ข้าวเพื่อนบ้านไหลเข้าไทย ส่งผลให้ปริมาณในไทยสูงขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อตลาดในไทย สำหรับแนวทางในการเป็นผู้นำในตลาดข้าว นั้น มองว่าถ้ารัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจน การส่งออกข้าวไทยจะพัฒนาได้มากขึ้น โดยปัจจัยหลัก ในการส่งออกข้าวไทย คือ ภาคเอกชน ซึ่งหากนโยบายรัฐมีความชัดเจน ภาคเอกชนก็สามารถวางแผนการส่งออกได้ดีขึ้น ในส่วนของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ตามข้อตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement: ATIGA) ข้อ 24 การให้สิทธิพิเศษสำหรับสินค้าข้าวและน้ำตาล กล่าวว่า พิธีสารว่าด้วยการดำเนินการเป็นพิเศษสำหรับสินค้าข้าวและน้ำตาล ที่ได้ลงนามเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2007 จะต้องเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความตกลงฉบับนี้ ซึ่งขณะนี้ ยังไม่มีความชัดเจนในทางปฏิบัติในส่วนนี้ ทั้งนี้ หากอาเซียนดำเนินการเชิงรุก หน่วยงานไทยคงต้องปรับเปลี่ยนตามนโยบายของอาเซียน ซึ่งอาจส่งผลต่อเกษตรกรไทย

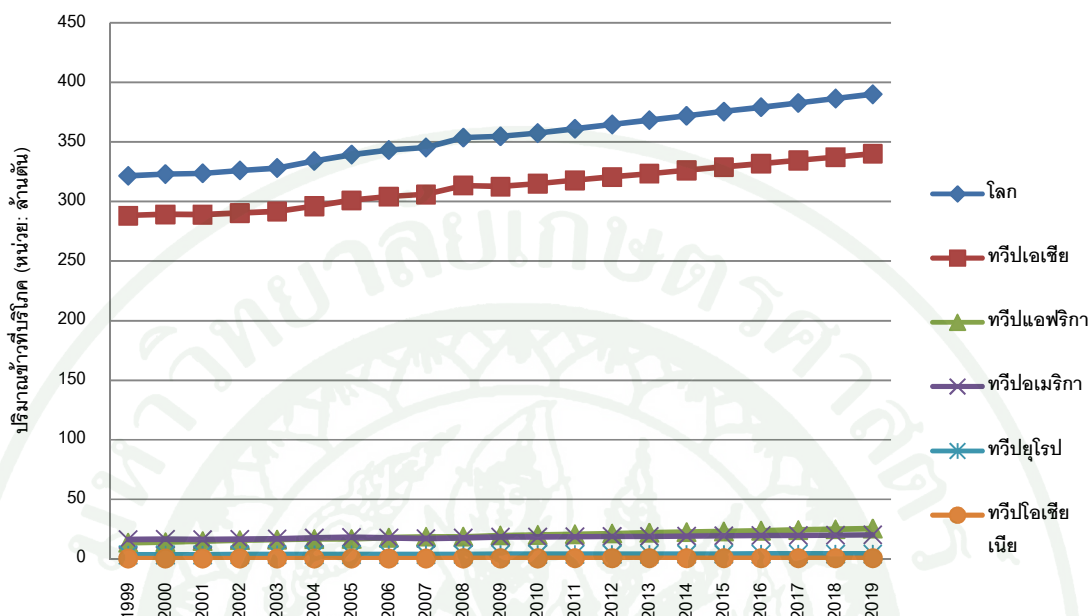
นักวิชาการพาณิชย์ ปฏิบัติการ กองบริหารการค้าข้าว กรมการค้าต่างประเทศ (คุณพิรภัทร์ ศรีวิทย์รักษ์) ข้าวถือเป็นอาหารหลักของโลกซึ่งเมื่อมีการผลิตขึ้นแต่ละประเทศก็มักจะสำรองให้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศก่อนที่จะนำข้าวส่วนที่เกินจากความต้องการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ โดยประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีการผลิตข้าวเป็นหลัก ส่งผลให้ข้าวมีความเกี่ยวพันกับหลายภาคส่วน ทั้งภาคแรงงาน ภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยกรมการค้าต่างประเทศมีหน้าที่หลัก

ประการใน 3 การดำเนินการเกี่ยวกับข้าว คือ 1) การประชาสัมพันธ์ 2) เจรจาด้านการค้าและมาตรการต่างๆเกี่ยวกับข้าว 3) สนับสนุนนโยบายรัฐที่เกี่ยวกับข้าว ทั้งการสร้างห่วงโซ่มูลค่า และการเป็นตัวกลางระหว่างภาคเอกชนของไทย และผู้นำเข้าข้าวไทยจากต่างประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากจากสินค้าข้าวสำหรับบางประเภทถือเป็นสินค้าอ่อนไหว ดังนั้น จึงต้องมีการวางนโยบายทั้งระบบเพื่อให้ไทยสามารถส่งออกข้าวได้โดยสามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเขตการค้าเสรีมากที่สุด เช่น การเพิ่มผลผลิตข้าวที่มีคุณภาพสูงซึ่งจะส่งผลให้มีปริมาณข้าวที่มีคุณภาพเข้ามาขายยังตลาดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าทางการค้าเพิ่มสูงขึ้นด้วย และจากการที่ไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็จะเป็นประโยชน์กับประเทศในการเพิ่มความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีและปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อยกระดับสินค้าให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีข้อเสนอแนะว่า กระทรวงพาณิชย์ ควรจัดทำการศึกษาข้อมูลอุปสงค์ข้าวในตลาดต่างๆ และแจ้งให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทราบเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตเพื่อควบคุมปริมาณอุปทานในตลาด ในขณะที่ ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ จะมองไปข้างหน้าว่าจะต้องใช้ประโยชน์อย่างไรจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน เช่น การจัดทำความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตข้าวในกลุ่มอาเซียน เป็นต้น

#### **ส่วนที่ 5 กำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าว และเสนอแนะแนวทาง สร้างความสามารถทางการแข่งขันในไทยและกลุ่ม CLMV**

ทิศทางการบริโภคข้าวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้งในระดับโลก และระดับทวีป (ภาพที่ 23) โดยทวีปที่บริโภคข้าวมากที่สุด คือ ทวีปเอเชีย รองลงมา คือ ทวีปแอฟริกา ทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป และทวีปโอเชียเนีย (FAOSTAT, 2014) และคาดว่า ในปี 2019 โลกจะมีการบริโภคข้าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.32 เมื่อเทียบกับปี 1999 โดยมีอัตราการบริโภคข้าวที่เพิ่มขึ้นของทวีปแอฟริกา ร้อยละ 86.75 และ ทวีปโอเชียเนีย ร้อยละ 80.18 เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ และอัตราการเพิ่มในทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป และทวีปเอเชีย ได้แก่ ร้อยละ 24.09, 23.68 และ 18.01 ตามลำดับ



ภาพที่ 23 ปริมาณการบริโภคข้าวในปี 2019

ที่มา: FAOSTAT (2014)

จากภาพที่ 23 จะพบว่า การบริโภคข้าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นั่นคือ ตลาดการส่งออกข้าวยังคงมีการเติบโตในอนาคต ดังนั้น ประเทศผู้ส่งออกข้าวจึงควรเร่งเพิ่มความมั่นคงทางอาหารในสินค้าข้าว เพื่อให้เป็นรากฐานที่สำคัญในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในตลาดค้าข้าว โดยข้อเสนอยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของไทยและกลุ่ม CLMV เป็นดังนี้

### 5.1 ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของไทย

จากผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนที่ 2 และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนที่ 4 ผู้วิจัยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของไทยได้ ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร โดยการเพิ่มเสถียรภาพของรัฐบาลและการเมืองของไทย ให้ปราศจากความรุนแรง ข้อขัดแย้งเพื่อเสริมให้มิติการมีอยู่ของอาหารมีความมั่นคงมากขึ้น เพราะหากปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมืองมีความไม่เสถียรหรือมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น

อาจส่งผลต่อการขนส่งอาหารไปบางพื้นที่ของประเทศ ซึ่งจะมีผลต่อความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหารในบางพื้นที่ของประเทศได้

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มรายได้ของประชากรทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน ให้มีอัตราการเพิ่มของรายได้สูงกว่าอัตราการเพิ่มของราคาอาหาร หรือ การลดต้นทุนการผลิตอาหาร ในขณะที่ รายได้ยังเท่าเดิม ซึ่งจะทำให้ดัชนีราคาอาหารต่ำลง และ สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือนลดลง ทำให้ประชากรทุกระดับสามารถเข้าถึงอาหารได้ง่ายขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาการผลิต โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

3.1) การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว ด้วย 1) การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ โดยการพัฒนาพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เพาะปลูก 2) การลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest) 3) การเพิ่มผลผลิตต่อเกษตรกร โดยการใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตร และการเพิ่มขนาดฟาร์ม เพื่อเพิ่มการประหยัดทางขนาด (Economy of Scale) และ 4) การพัฒนาระบบชลประทานภายในประเทศ เพื่อเพิ่มสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกในเขตชลประทานมากขึ้น หรือ การกำหนดเขตการเพาะปลูกข้าวตามศักยภาพการผลิตและความต้องการบริโภค เพื่อลดปัญหาขาดแคลนน้ำที่อาจจะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น เพราะเกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวไปยังพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม ทำให้ความต้องการน้ำเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

3.2) การลดต้นทุนการผลิตข้าว และสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากข้าว ด้วย 1) การรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิต และการรวมกลุ่มกันเพื่อขนส่งสินค้า เพื่อลดค่าขนส่ง และเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้รับจ้างขนส่งสินค้า 2) การพัฒนาปรับปรุงทรัพยากรดิน ให้อุดมสมบูรณ์ ด้วยวิธีทางธรรมชาติ เช่น การใช้สารชีวภาพ การปลูกพืชหมุนเวียน การไถกลบ เพราะหากดินสมบูรณ์ ก็จะลดการซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี เป็นต้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาเกษตรกร ดังนี้

4.1) การส่งเสริมให้ชาวนาเน้นการปลูกข้าวในเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ โดยแสดงให้เห็นว่าการปลูกข้าวที่มีคุณภาพ จะทำให้ได้รายได้มากกว่า การปลูกข้าวต่อเนื่องตลอดทั้ง

ปี แต่คุณภาพต่ำ เพราะนอกจากจะทำให้ได้รายได้น้อย ยังต้องใช้เวลาในการปลูกมากกว่า และทรัพยากรดินยังเสื่อมโทรมมากกว่า ดังนั้น ทางเลือกที่ดี คือ การเพาะปลูกแบบพอเพียง แต่เน้นคุณภาพและกระบวนการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพก่อนถึงมือผู้บริโภค และทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ หากเกษตรกรปลูกข้าวมาก แม้รัฐบาลจะมีนโยบายรับซื้อข้าว แต่สินค้าข้าวจะล้นตลาด ซึ่งเกินความต้องการผู้บริโภค และท้ายสุด คุณภาพข้าวจะลดลง และอาจเน่าเสียไปตามกาลเวลา ซึ่งก็จะกลายเป็นขยะเน่าเสีย ที่ต้องนำไปกำจัด ซึ่งจะเห็นว่าเป็นการสูญเสียเปล่าของประเทศโดยแท้

4.2) การปลูกฝังจิตสำนึก ทำให้ลูกหลานชาวนา หรือ ชาวนา รุ่นใหม่ มีความชอบ สนใจ และต้องการสืบทอดอาชีพบรรพบุรุษ โดยการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาช่วยในการผลิต และปรับทิศทางการทำอาชีพ ชาวนา การเพาะปลูกข้าวให้ดีขึ้น เช่น ชาวนาปลูกข้าวไม่ต้องจนเสมอไป ร่ำรวยก็ได้ ขึ้นอยู่กับการวางแผนและบริหาร เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม

4.3) การส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเกษตร ตามแนวพระราชดำริ เศรษฐกิจพอเพียง เพราะระบบการผลิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรกรจะสามารถเลี้ยงตัวเองได้ในระดับที่ประหยัดก่อน โดยชุมชนต้องมีความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่น การลงแขก เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงาน ซึ่งตามแนวคิดนี้ จะทำให้ทุกครัวเรือนมีข้าวพอกินตลอดทั้งปี โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน ตามอัตราส่วน 30:30:30:10 ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ส่วนที่หนึ่ง 30% เป็นสระเก็บกักน้ำเพื่อใช้เก็บกักน้ำฝนในฤดูฝน และใช้เสริมการปลูกพืชในฤดูแล้ง ตลอดจนการเลี้ยงสัตว์และพืชน้ำ พื้นที่ส่วนที่สอง 30% เป็นพื้นที่ปลูกข้าวในฤดูฝนเพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันสำหรับครอบครัวให้เพียงพอตลอดปี เพื่อตัดค่าใช้จ่ายและสามารถพึ่งพาตนเองได้ พื้นที่ส่วนที่สาม 30% เป็นพื้นที่ปลูกผลไม้ ไม้ยืนต้น พืชผัก พืชไร่ พืชสมุนไพร เป็นต้น เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวัน หากเหลือจากบริโภคจึงนำไปจำหน่าย และพื้นที่ส่วนที่สี่ 10% เป็นที่อยู่อาศัย ลานตาก กองปุ๋ยหมัก และโรงเรียนข้อสำคัญ คือ ต้องมีน้ำ 1,000 ลูกบาศก์เมตรต่อการเพาะปลูก 1 ไร่ โดยประมาณ เช่น ทำนา 5 ไร่ และพืชไร่ 5 ไร่ รวม 10 ไร่ จะต้องมีน้ำ 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

## ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวไทยของภาครัฐ

5.1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การจำกัดปริมาณข้าวในโครงการรับจำนำข้าว การกำหนดราคารับจำนำให้สอดคล้องกับราคาตลาดและสถานการณ์ การให้การสนับสนุนด้านปัจจัยการผลิตมากกว่าการรับซื้อข้าวซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐที่ควบคุมด้านการผลิตและด้านการตลาด เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ข้าวไทยที่ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน

5.2) การลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อให้ความรู้ชาวนาในการเพาะปลูกข้าวที่เน้นเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ การปรับปรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมในบริเวณพื้นที่เพาะปลูกเพื่อให้เอื้อต่อการผลิต เพื่อลดการซื้อปัจจัยทางการผลิต เช่น ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง รวมถึงการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาให้เป็นเกษตรกรมืออาชีพ (Professional Farmer) และการสร้างเกษตรกรชั้นนำ (Smart Farmer) ที่มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้สามารถเป็นวิทยากรให้ความรู้ภายในกลุ่มเกษตรกรด้วยกันเองได้

5.3) การสนับสนุนงานวิจัย และการนำงานวิจัยมาประยุกต์และต่อยอดในพื้นที่การเพาะปลูก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก รวมถึงการสนับสนุนให้ผลิตเครื่องจักรใช้เอง เพื่อพึ่งพาตนเองมากกว่านำเข้าเครื่องจักรทางการเกษตรจากต่างประเทศ

5.4) ไทยควรกำหนดสินค้าข้าวให้เป็นสินค้าที่อยู่ในบัญชีสินค้าที่ลดภาษีของคู่เจรจาในกรอบ FTA เพื่อเป็นการขยายฐานการบริโภคสินค้าข้าวไทยในต่างประเทศ

5.5) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย เพื่อนำผลงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศต่อไป

## 5.2 ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของกัมพูชา

จากผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนที่ 2 และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนที่ 4 ผู้วิจัยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของกัมพูชาได้ ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร โดยการเพิ่มเสถียรภาพของรัฐบาลและการเมืองของกัมพูชา เพื่อเสริมให้มีมติการมีอยู่ของอาหารมีความมั่นคงมากขึ้น เพราะหากปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมืองมีความไม่เสถียรหรือมีความรุนแรง อาจส่งผลต่อการขนส่งอาหารไปบางพื้นที่ของประเทศ ซึ่งจะมีผลต่อความมั่นคงทางอาหารในมติการมีอยู่ของอาหารในบางพื้นที่ของประเทศได้

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร โดยการเพิ่มรายได้ต่อหัวของประชากร เพื่อให้ประชากรสามารถเข้าถึง/หาซื้อ อาหารได้ดีขึ้น โดยการดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานและเป็นการเพิ่มรายได้ของประชากรทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ให้มีอัตราการเพิ่มของรายได้สูงกว่าอัตราการเพิ่มของราคาอาหาร หรือ การลดต้นทุนการผลิตอาหาร ซึ่งจะทำให้ดัชนีราคาอาหารต่ำลง และ สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือนลดลง ทำให้ประชากรทุกระดับสามารถเข้าถึงอาหารได้ง่ายขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย

3.1) การเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค

3.2) การลงทุนโครงการระบบชลประทาน โดยเริ่มต้นจากโครงการขนาดเล็ก ด้วยการสร้างคลองเพื่อส่งน้ำจากเขื่อนที่มีอยู่ไปยังพื้นที่เกษตรกรรม และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนระบบชลประทานครอบคลุมเขตพื้นที่ทำการเกษตร

3.3) การเพิ่มการจ่ายไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่ชนบท โดยเฉพาะในเขตเกษตรกรรม และการแสวงหาพลังงานทางเลือก เพื่อช่วยให้ราคาไฟฟ้าลดลง

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาการผลิต โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

4.1) การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว ตามนโยบาย “Going with the Grain, Reaping the Benefits of Cambodian Rice” ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากข้าว ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ

4.2) การลดต้นทุนการผลิตข้าว โดยการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิต และการรวมกลุ่มกันเพื่อขนส่งสินค้าเพื่อลดค่าขนส่ง และเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้รับจ้างขนส่งสินค้า เป็นต้น

4.3) การสนับสนุนการก่อตั้งสมาคมชาวนา เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการรวมตัวกันเพื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารและการใช้เงินให้เกิดประสิทธิภาพ และเพิ่มความแข็งแกร่งในการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการผลิตอีกด้วย นอกจากนี้ ยังควรสนับสนุนการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับสมาคมโรงสี ด้วยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมโรงสีภายในประเทศ

### **ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวกัมพูชาของภาครัฐ**

5.1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การจัดสรรกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต การสนับสนุนการจัดหาเงินกู้ให้แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและพัฒนาการทำเกษตรกรรม โดยการจัดตั้งธนาคารเพื่อการพัฒนาเกษตร (Agriculture Development Bank: ADB) และการอำนวยความสะดวกทางการเงินในการส่งออก ทั้งสินค้าข้าวและสินค้าอื่นๆ โดยการจัดตั้งธนาคารเพื่อการนำเข้าส่งออก (Export-Import Bank: Exim Bank) เป็นต้น

5.2) การสร้างหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าข้าวและการสร้างมาตรฐานสินค้าข้าวกัมพูชาเพื่อการส่งออก ที่เป็นไปตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้าข้าว และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล

5.3) การสนับสนุนงานวิจัยในภาคการเกษตร ทั้งด้านเมล็ดพันธุ์และเทคโนโลยีต่างๆ โดยนำงานวิจัยมาใช้ในการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก

5.4) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย เพื่อนำผลงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศต่อไป

### 5.3 ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของลาว

จากผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนที่ 2 และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนที่ 4 ผู้วิจัยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของลาวได้ ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มการจ้างงาน การดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ การเพิ่มรายได้ของประชากรทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจะทำได้ขึ้นราคาอาหารต่ำลง ทำให้ประชากรทุกระดับสามารถเข้าถึงอาหารได้ง่ายขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย

2.1) การเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค รวมถึงการเชื่อมต่อไปยังประเทศผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ เช่น จีน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความได้เปรียบทางการค้ากับประเทศอื่นๆ

2.2) การลงทุนโครงการระบบชลประทาน โดยเริ่มต้นจากโครงการขนาดเล็ก ด้วยการสร้างคลองเพื่อส่งน้ำจากเขื่อนที่มีอยู่ไปยังพื้นที่เกษตรกรรม และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนระบบชลประทานครอบคลุมเขตพื้นที่ทำการเกษตร รวมทั้ง การพัฒนาแหล่งน้ำให้ประชากรลาวสามารถเข้าถึงน้ำที่สะอาดได้มากขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาการผลิต โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว ดังนี้

3.1) การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ โดยการพัฒนาพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เพาะปลูก

3.2) การลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest)

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาเกษตรกร ด้วยการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต การเพิ่มทักษะในการพัฒนาการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตมากขึ้น การสร้างแรงจูงใจใน

เกษตรกรวัยทำงานให้ไม่ย้ายถิ่นฐาน โดยทำการเพาะปลูกในบ้านเกิดด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยแทน เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม เป็นต้น

#### **ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวของภาครัฐ**

5.1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การลดดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวให้แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและพัฒนาการทำเกษตรกรรม การจัดตั้งธนาคารเมล็ดพันธุ์เพื่อให้เกษตรกรได้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพไปใช้ในการเพาะปลูก การยกเลิกการจำกัดปริมาณการส่งออกข้าวเปลือกและข้าวสาร เป็นต้น

5.2) การสร้างหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าข้าวและการสร้างมาตรฐานสินค้าข้าวเพื่อการส่งออก ที่เป็นไปตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้าข้าว และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล

5.3) การสนับสนุนงานวิจัยในภาคการเกษตร ทั้งด้านเมล็ดพันธุ์และเทคโนโลยีต่างๆ โดยนำงานวิจัยมาใช้ในการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก

5.4) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย เพื่อนำผลงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศต่อไป

#### **5.4 ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของเมียนมาร์**

จากผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนที่ 2 และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนที่ 4 ผู้วิจัยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของเมียนมาร์ได้ ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร โดยการเพิ่มเสถียรภาพของรัฐบาลและการเมืองของเมียนมาร์ ให้ปราศจากข้อขัดแย้งเพื่อเสริมให้มิติการมีอยู่ของอาหารมีความมั่นคงมากขึ้น เพราะหากปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมืองมีความไม่เสถียรหรือมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อขนส่งอาหารไปบางพื้นที่ของประเทศ ซึ่งจะมีผลต่อความมั่นคงทางอาหารในมิติการมีอยู่ของอาหารในบางพื้นที่ของประเทศได้

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่ม การจ้างงาน การดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ การเพิ่มรายได้ ของประชากรทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน หรือ การลดต้นทุนการผลิตอาหาร ซึ่งจะทำให้สัดส่วน รายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือนลดลง ทำให้ประชากรทุกระดับสามารถเข้าถึงอาหารได้ง่ายขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย

3.1) การเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การ เพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค

3.2) การลงทุนโครงการระบบชลประทาน โดยเริ่มต้นจากโครงการขนาดเล็ก ด้วยการสร้างคลองเพื่อส่งน้ำจากเขื่อนที่มีอยู่ไปยังพื้นที่เกษตรกรรม และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนระบบ ชลประทานครอบคลุมเขตพื้นที่ทำการเกษตร

3.3) การเพิ่มการจ่ายไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่ชนบท โดยเฉพาะในเขต เกษตรกรรม

3.4) การเร่งซ่อมแซมโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับผลกระทบจากพายุไต้ฝุ่นนาร์กีส เช่น โครงสร้างการระบายน้ำ การควบคุมภาวะดินเค็ม เป็นต้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาการผลิต โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

4.1) การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว ด้วย (1) การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ โดยการพัฒนาพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เพาะปลูก (2) การลดการสูญเสียระหว่างก่อนและ หลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest)

4.2) การลดต้นทุนการผลิตข้าว ด้วยโดยการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิต และการรวมกลุ่มกันเพื่อขนส่ง สินค้า เพื่อลดค่าขนส่ง และเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้รับจ้างขนส่งสินค้า เป็นต้น

4.3) การสนับสนุนการก่อตั้งสมาคมชาวนา เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการ รวมตัวกันเพื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารและกาใช้เงินให้เกิดประสิทธิภาพ และเพิ่มความแข็งแกร่งในการ ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการผลิตอีกด้วย นอกจากนี้ ยังควรสนับสนุนการเพิ่มความแข็งแกร่ง

ให้กับสมาคมโรงสี ด้วยการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมโรงสีภายในประเทศ

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การพัฒนาเกษตรกร ด้วยการปลูกจิตสำนึกในการไม่ทำไร่เลื่อนลอยในบริเวณภูเขาหรือที่ดอน การส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต การเพิ่มทักษะในการพัฒนาการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตมาก เป็นต้น

#### **ยุทธศาสตร์ที่ 6** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวเมียนมาร์ของภาครัฐ

6.1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมข้าวตลอดห่วงโซ่อุปทาน, การจัดสรรกรรมสิทธิ์ที่ดินเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต, การมอบนโยบายให้ธนาคารพัฒนาการเกษตรแห่งเมียนมาร์ (Myanmar Agricultural Development Bank: MADB) เพิ่มวงเงินกู้ให้แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและพัฒนาการทำเกษตรกรรมมากกว่าในปัจจุบันที่กำหนดวงเงินให้กู้เพียง ร้อยละ 10 ของต้นทุนการเพาะปลูก, การจัดตั้งธนาคารเมล็ดพันธุ์เพื่อให้เกษตรกรได้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพไปใช้ในการเพาะปลูก เป็นต้น

6.2) การกำหนดหน่วยงานรัฐในการดูแลกำกับการใช้ที่ดินและการทำโซนนิ่งเกษตรกรรมการเพิ่มหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร และออกพื้นที่ให้ความรู้เกษตรกร

6.3) การสร้างหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าข้าวและการสร้างมาตรฐานสินค้าข้าวลาวเพื่อการส่งออก ที่เป็นไปตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้าข้าว และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล

6.4) การสนับสนุนงานวิจัยในภาคการเกษตร ทั้งด้านเมล็ดพันธุ์ที่ดี หรือ เมล็ดพันธุ์ผสม (Hybrid Seed) และเทคโนโลยีต่างๆ โดยนำงานวิจัยมาใช้ในการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก

6.5) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย เพื่อนำผลงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศต่อไป

## 5.5 ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของเวียดนาม

จากผลการประเมินความมั่นคงทางอาหารในส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ในส่วนที่ 2 และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนที่ 4 ผู้วิจัยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าข้าวของเวียดนามได้ ดังนี้

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มการจ้างงาน การดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ การเพิ่มรายได้ของประชากรทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจะช่วยให้ดัชนีราคาอาหารต่ำลง และสัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือนลดลง ทำให้ประชากรทุกระดับสามารถเข้าถึงอาหารได้ง่ายขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยการเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวเวียดนามของภาครัฐ ด้วยการกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การสนับสนุนการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบและขั้นตอนการเก็บเกี่ยว, การพัฒนาประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมโรงสี เพื่อลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest), การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย เพื่อนำผลงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศต่อไป เป็นต้น

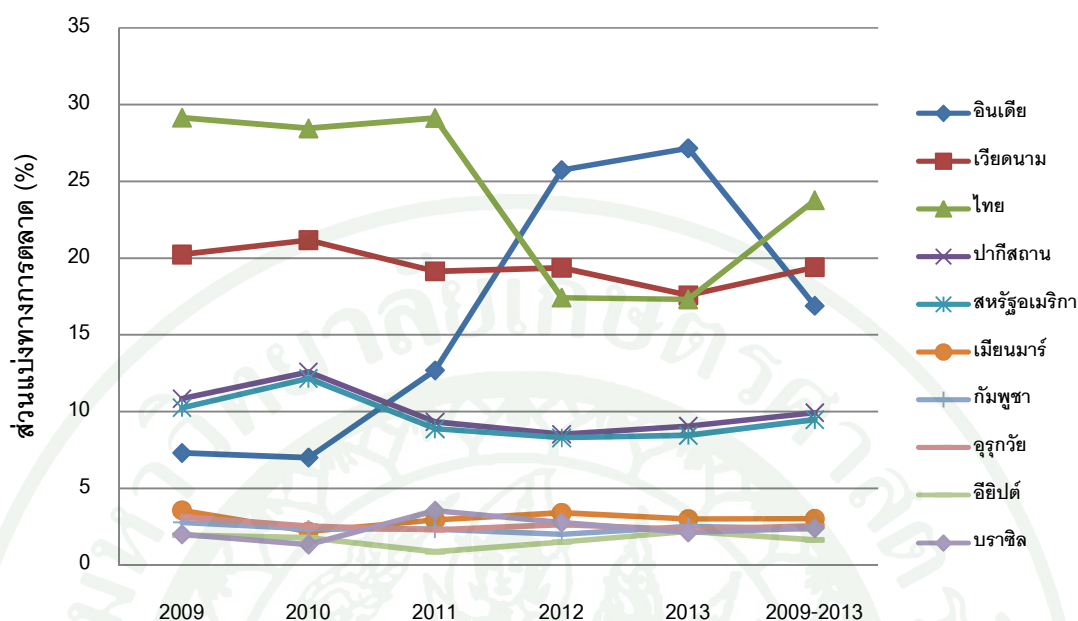
## ส่วนที่ 6 แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกข้าว ของไทยและกลุ่ม CLMV

กลยุทธ์ Lanchester แบ่งเป้าหมายในการแข่งขันในอุตสาหกรรมจาก ส่วนแบ่งตลาด 7 ระดับ ได้แก่ เป้าหมายขั้นสูงสุด 73.9%, เป้าหมายสร้างเสถียรภาพ 41.7%, เป้าหมายขั้นต่ำ 26.1%, เป้าหมายแถวหน้า 19.3%, เป้าหมายสร้างผลกระทบ 10.9%, เป้าหมายเพื่อกองอยู่ 6.8% และเป้าหมายสร้างที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์ 2.8% ทั้งนี้ ปริมาณการส่งออกข้าว และส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ในอุตสาหกรรมข้าว ระหว่างปี 2209-2013 เป็นดังนี้ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ปริมาณการส่งออกข้าวและส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ 10 อันดับแรกในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ปริมาณ (พันตัน) |        |        |        |        |           | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |        |        |        |        |           |
|--------|--------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|-----------|------------------------|--------|--------|--------|--------|-----------|
|        |              | 2009            | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2009-2013 | 2009                   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2009-2013 |
| 1      | ไทย          | 8,570           | 9,047  | 10,647 | 6,945  | 6,700  | 41,909    | 29.15                  | 28.46  | 29.14  | 17.44  | 17.33  | 23.78     |
| 2      | เวียดนาม     | 5,950           | 6,734  | 7,000  | 7,717  | 6,800  | 34,201    | 20.24                  | 21.18  | 19.16  | 19.38  | 17.59  | 19.41     |
| 3      | อินเดีย      | 2,149           | 2,228  | 4,637  | 10,250 | 10,500 | 29,764    | 7.31                   | 7.01   | 12.69  | 25.74  | 27.16  | 16.89     |
| 4      | ปากีสถาน     | 3,187           | 4,000  | 3,414  | 3,399  | 3,500  | 17,500    | 10.84                  | 12.58  | 9.34   | 8.53   | 9.05   | 9.93      |
| 5      | สหรัฐอเมริกา | 3,017           | 3,868  | 3,246  | 3,305  | 3,271  | 16,707    | 10.26                  | 12.17  | 8.88   | 8.30   | 8.46   | 9.48      |
| 6      | เมียนมาร์    | 1,052           | 700    | 1,075  | 1,357  | 1,163  | 5,347     | 3.58                   | 2.20   | 2.94   | 3.41   | 3.01   | 3.03      |
| 7      | อุรุกวัย     | 926             | 808    | 841    | 1,056  | 900    | 4,531     | 3.15                   | 2.54   | 2.30   | 2.65   | 2.33   | 2.57      |
| 8      | บราซิล       | 591             | 430    | 1,296  | 1,105  | 830    | 4,252     | 2.01                   | 1.35   | 3.55   | 2.77   | 2.15   | 2.41      |
| 9      | กัมพูชา      | 820             | 750    | 860    | 800    | 975    | 4,205     | 2.79                   | 2.36   | 2.35   | 2.01   | 2.52   | 2.39      |
| 10     | ซีเรีย       | 575             | 570    | 320    | 600    | 850    | 2,915     | 1.96                   | 1.79   | 0.88   | 1.51   | 2.20   | 1.65      |
| โลก    |              | 29,397          | 31,790 | 36,538 | 39,828 | 38,664 | 176,217   | 100.00                 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00    |

หมายเหตุ: ดัดแปลงจาก ERS USDA (2014)



ภาพที่ 24 ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ 10 อันดับแรกในช่วงปี 2009-2013

จากข้างต้น พบว่า ทิศทางส่วนแบ่งทางการตลาดของตลาดข้าวอินเดียในโลกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยในปี 2013 อินเดียมีส่วนแบ่งทางการตลาด 27.16% ซึ่งมากกว่าเป้าหมายขั้นต่ำของผู้นำเข้าที่สามารถยืนบนตำแหน่งสูงสุด (26.1%) แต่น้อยกว่าเป้าหมายสร้างเสถียรภาพให้อยู่เหนือคู่แข่งทั้งปวง (41.7%) ในขณะที่ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนแบ่งทางการตลาดของไทยและเวียดนามมีทิศทางลดลง ซึ่งไทยมีทิศทางลดลงมากกว่าเวียดนามมาก โดยในปี 2013 เวียดนามและไทย มีส่วนแบ่งทางการตลาด 17.59% และ 17.33% ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าเป้าหมายสร้างผลกระทบ เข้าสู่การแย่งตลาด และจุดเริ่มต้นการมีฐานที่มั่นคง (10.9%) แต่น้อยกว่าเป้าหมายกลุ่มแถวหน้าของผู้เล่นในตลาดหรือเป็นเป้าหมายของมือรอง (19.3%) ในขณะที่ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนแบ่งทางการตลาดของกัมพูชาและเมียนมาร์มีทิศทางลดลงเช่นกัน ซึ่งกัมพูชามีทิศทางลดลงมากกว่าเมียนมาร์มาก โดยในปี 2013 เมียนมาร์และกัมพูชา มีส่วนแบ่งทางการตลาด 3.01% และ 2.52% ตามลำดับ ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของเมียนมาร์นั้นมากกว่าเป้าหมายสร้างที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์ (2.8%) แต่น้อยกว่าเป้าหมายเพื่อคงอยู่ในตลาด (6.8%) ในขณะที่ส่วนแบ่งทางการตลาดของกัมพูชา น้อยกว่าเป้าหมายสร้างที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์ (2.8%) ในส่วนของลาวนั้นไม่ข้อมูลการเป็นผู้ส่งออกข้าว 35 รายที่สำคัญในตลาดโลก ดังนั้น ลาวจึงควรเลือกกลยุทธ์การเข้าตลาดเช่นเดียวกับ

กัมพูชา ทั้งนี้ หากพิจารณาค่าเฉลี่ยส่วนแบ่งทางการตลาดในช่วง 5 ปี (2009-2013) พบว่า ไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 1 เวียดนามมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 2 โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 23.78% และ 19.41% ตามลำดับซึ่งอยู่ในระดับเป้าหมายกลุ่มแถวหน้าของผู้เล่นในตลาดหรือเป็นเป้าหมายของมือรอง (19.3%) แต่น้อยกว่าเป้าหมายขั้นต่ำของผู้นำที่จะสามารถยืนบนตำแหน่งสูงสุด (26.1%) เมียนมาร์ เป็นอันดับ 6 โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 3.03% ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่าเป้าหมายสร้างที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์ (2.8%) แต่น้อยกว่าเป้าหมายเพื่อคงอยู่ในตลาด (6.8%) และกัมพูชา เป็นอันดับ 7 โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.39% ซึ่งอยู่ในระดับที่ส่วนแบ่งทางการตลาดของกัมพูชา น้อยกว่าเป้าหมายสร้างที่มั่นเชิงยุทธศาสตร์ (2.8%)

นอกจากนี้ จากส่วนแบ่งทางการตลาดข้างต้น สามารถจัดตลาดข้าวโลกเป็นตลาดที่มีลักษณะส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นแบบกระจายตัว โดยสามารถพิจารณาความสามารถทางการแข่งขันตามส่วนแบ่งทางการตลาดในช่วงปี 2009-2013 ได้ดังนี้

1) ผู้นำ คือ ไทย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 23.78% โดยในปี 2009-2011 ไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 29.15%, 28.46% และ 29.14% ตามลำดับ แต่ตั้งแต่ในปี 2012 และ 2013 ส่วนแบ่งทางการตลาดของไทยมีแนวโน้มลดลง เหลือ 17.44% และ 17.33% ตามลำดับ ทำให้ไทยกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 3 ของตลาดโลก

2) ผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 คือ เวียดนาม โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 19.41% เวียดนามคงอันดับในการเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 ของตลาดโลกตลอดในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา หากพิจารณาตามทฤษฎีระยะหว่งผล พบว่า ช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดของไทยและเวียดนาม ห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า หรือ ส่วนแบ่งทางการตลาดของเวียดนาม 19.41% คูณด้วย 1.732 เท่ากับ 33.62% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของไทย ที่เป็นผู้นำในตลาดโลก ดังนั้น เวียดนามจึงสามารถขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดได้

3) ผู้ส่งออกข้าวอันดับ 3 คือ อินเดีย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 16.89% โดยในปี 2009-2010 อินเดียเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 5 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 7.31% และ 7.01% ตามลำดับ ต่อมาในปี 2011 ปรับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 3 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 12.69% และในปี 2012 และ 2013 อินเดียขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดข้าวโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น เป็น 25.74% และ 27.16% ตามลำดับ อินเดียจึงกลายเป็นผู้ส่งออกข้าว

อันดับ 1 ของตลาดโลกในปี 2012-2013 จึงกล่าวได้ว่า จากค่าเฉลี่ยในช่วง 5 ปี อินเดียเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 3 ที่มีแนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และอาจพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดส่งออกข้าวของโลก หากพิจารณาตามทฤษฎีระยะหวังผล พบว่า ช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดของเวียดนามและอินเดีย ห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า หรือ ส่วนแบ่งทางการตลาดของอินเดีย 16.89% คูณด้วย 1.732 จะได้ 29.25% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของเวียดนาม นอกจากนี้ ค่าดังกล่าวยังสูงกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของไทย ที่เป็นผู้นำข้าวในตลาด ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่อินเดียจะขึ้นมาเป็นทั้งอันดับ 2 และอันดับ 1 ในตลาดโลก

4) ผู้ส่งออกข้าวอันดับ 4 คือ ปากีสถาน โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 9.93% โดยในปี 2009-2010 ปากีสถานเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 3 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 10.84% และ 12.58% ตามลำดับ ต่อมาในปี 2011-2013 ปากีสถานกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 4 ในตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 9.34%, 8.53% และ 9.05% ตามลำดับ หากพิจารณาตามทฤษฎีระยะหวังผล พบว่า ช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดของอินเดียและปากีสถาน ห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า หรือ ส่วนแบ่งทางการตลาดของปากีสถาน 9.93% คูณด้วย 1.732 เท่ากับ 17.20% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของอินเดีย ที่เป็นอันดับ 3 ของตลาดโลก ดังนั้น ปากีสถานจึงสามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 3 ของตลาดโลกได้ แต่ยังไม่สามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 2 ในตลาดโลกแทนที่เวียดนามที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 19.41% ได้

5) ผู้ส่งออกข้าวอันดับ 5 คือ สหรัฐอเมริกา โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 9.48% โดยในปี 2009-2010 สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 4 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 10.26% และ 12.17% ตามลำดับ ต่อมาในปี 2011-2013 ปากีสถานกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 5 ในตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 8.88%, 8.30% และ 8.46% ตามลำดับ หากพิจารณาตามทฤษฎีระยะหวังผล พบว่า ช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดของปากีสถานและสหรัฐอเมริกา ห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า หรือ ส่วนแบ่งทางการตลาดของสหรัฐอเมริกา 9.48% คูณด้วย 1.732 เท่ากับ 16.42% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของปากีสถาน ที่เป็นอันดับ 4 ของตลาดโลก ดังนั้น สหรัฐอเมริกาจึงสามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 4 ของตลาดโลกได้ แต่ยังไม่สามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 3 ในตลาดโลกแทนที่อินเดียที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 16.89% ได้

6) ผู้ส่งออกข้าวอันดับ 6 คือ เมียนมาร์ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 3.03% เมียนมาร์คงอันดับในการเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 6 ของตลาดโลกตลอดในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา หากพิจารณาตามทฤษฎีระยะหวังผล พบว่า ช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดของสหรัฐอเมริกาและเมียนมาร์ ห่างกันมากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า หรือ ส่วนแบ่งทางการตลาดของเมียนมาร์ 3.03% คูณด้วย 1.732 เท่ากับ 5.26% ซึ่งน้อยกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของสหรัฐอเมริกา ที่เป็นอันดับ 5 ของตลาดโลก ดังนั้น เมียนมาร์จึงยังไม่สามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 5 ในตลาดโลกแทนที่สหรัฐอเมริกาที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 9.48% ได้

7) ผู้ส่งออกข้าวอันดับ 9 คือ กัมพูชา โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.39% โดยในปี 2009-2010 กัมพูชาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 8 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.79% และ 2.36% ตามลำดับ ต่อมาในปี 2011 กัมพูชาขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 7 ของโลกโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.35% ต่อมาในปี 2012 กัมพูชาตกลงมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 8 ของโลกโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.01% และในปี 2013 กัมพูชากลับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 7 ของโลกอีกครั้งโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.52% หากพิจารณาตามทฤษฎีระยะหวังผล พบว่า ช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดของบราซิลและกัมพูชา ห่างกันน้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า หรือ ส่วนแบ่งทางการตลาดของกัมพูชา 2.39% คูณด้วย 1.732 เท่ากับ 4.13% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของบราซิล ที่เป็นอันดับ 8 ของตลาดโลก ดังนั้น กัมพูชาจึงสามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 8 ในตลาดโลกแทนที่บราซิลที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.41% ได้ แต่ยังไม่สามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 5 ในตลาดโลกแทนที่สหรัฐอเมริกาที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 9.48% ได้

ดังนั้น แนวทางสร้างความสามารถในการแข่งขันที่จะเสนอต่อไปนี้ จึงเป็นแนวทางสำหรับไทยที่จะรักษาความเป็นผู้นำในตลาดโลกต่อไป ในขณะที่แนวทางสำหรับเวียดนาม คือการที่จะขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดโลก ส่วนแนวทางสำหรับเมียนมาร์ จะเป็นแนวทางสำหรับการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด แต่ยังไม่สามารถยกระดับการเป็นผู้ส่งออกข้าวในอันดับที่สูงขึ้นจากเดิม ส่วนแนวทางสำหรับกัมพูชา จะเป็นแนวทางสำหรับการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และส่งเสริมให้สามารถยกระดับการเป็นผู้ส่งออกข้าวในอันดับที่สูงขึ้นจากเดิม 1 อันดับ และในส่วนแนวทางของลาว จะเป็นแนวทางสำหรับการเข้าสู่ตลาดข้าวโลก

## 6.1 แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการส่งออกข้าวของไทย

จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 ไทยเป็นผู้นำในตลาดส่งออกข้าว โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 23.78% ซึ่งน้อยกว่า 26% ที่เป็นค่าเป้าหมายขั้นต่ำของผู้นำเข้าที่มีเสถียรภาพในตลาด (ประวัติ เพียรเจริญ, 2556; Steven, 2007) ผู้ซื้อข้าวหลักของไทย ได้แก่ แอฟริกาใต้ อินเดียเซีย และ สหภาพยุโรป โดยมีปริมาณนำเข้าเฉลี่ย 496.01 พันตัน 355.84 พันตัน และ 334.72 พันตัน ตามลำดับ (ตารางที่ 16) ทั้งนี้ แอฟริกาใต้ และสหภาพยุโรปนำเข้าข้าวจากไทยเป็นอันดับ 1 ในขณะที่อินเดียนำเข้าข้าวจากไทยเป็นอันดับ 2 ดังนั้น กลยุทธ์ของไทยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท โดยประเภทที่ 1 สำหรับในตลาดที่ไทยเป็นผู้นำในตลาด และประเภทที่ 2 สำหรับในตลาดที่ไทยไม่ได้เป็นผู้นำ ดังนี้

ตารางที่ 16 สถิติการนำเข้าข้าวไทยในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เอเชีย        |                             |                                  |                   |                        |
| อินโดนีเซีย   | 1,779.18                    | 355.84                           | 2                 | 29.79                  |
| มาเลเซีย      | 901.54                      | 180.31                           | 2                 | 18.23                  |
| ฟิลิปปินส์    | 803.01                      | 160.60                           | 2                 | 12.77                  |
| สิงคโปร์      | 774.41                      | 154.88                           | 1                 | 44.51                  |
| จีน           | 1,416.72                    | 283.34                           | 2                 | 24.13                  |
| ฮ่องกง        | 1,019.36                    | 203.87                           | 1                 | 60.18                  |
| แอฟริกาใต้    | 2,480.05                    | 496.01                           | 1                 | 51.02                  |
| สหภาพยุโรป    | 1,673.61                    | 334.72                           | 1                 | 23.17                  |
| ออสเตรเลีย    | 17.06                       | 3.41                             | 4                 | 8.67                   |
| เบลเยียม      | 201.99                      | 40.40                            | 3                 | 9.34                   |
| บัลแกเรีย     | 2.14                        | 0.43                             | 12                | 1.69                   |
| ไต้หวัน       | 3.30                        | 0.66                             | 4                 | 10.46                  |
| สาธารณรัฐเช็ก | 35.20                       | 7.04                             | 2                 | 10.44                  |

ตารางที่ 16 (ต่อ)

|              | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|--------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เดนมาร์ค     | 16.63                       | 3.33                             | 4                 | 9.02                   |
| เอสโตเนีย    | 0.13                        | 0.03                             | 13                | 0.73                   |
| ฟินแลนด์     | 11.03                       | 2.21                             | 3                 | 8.85                   |
| ฝรั่งเศส     | 506.95                      | 101.39                           | 2                 | 20.39                  |
| เยอรมัน      | 159.89                      | 31.98                            | 4                 | 8.28                   |
| กรีซ         | 3.84                        | 0.77                             | 7                 | 3.75                   |
| ฮังการี      | 0.42                        | 0.08                             | 15                | 0.28                   |
| ไอร์แลนด์    | 6.45                        | 1.29                             | 6                 | 6.13                   |
| อิตาลี       | 104.63                      | 20.93                            | 2                 | 17.93                  |
| ลัตเวีย      | 0.21                        | 0.04                             | 17                | 0.68                   |
| ลิทัวเนีย    | 1.77                        | 0.35                             | 9                 | 2.76                   |
| ลักเซมเบิร์ก | 0.23                        | 0.05                             | 8                 | 1.86                   |
| มอลตา        | 1.92                        | 0.38                             | 3                 | 17.60                  |
| เนเธอร์แลนด์ | 202.27                      | 40.45                            | 2                 | 16.36                  |

ตารางที่ 16 (ต่อ)

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| โปแลนด์       | 4.01                        | 0.80                             | 10                | 0.70                   |
| โปรตุเกส      | 19.03                       | 3.81                             | 6                 | 3.38                   |
| โรมาเนีย      | 0.79                        | 0.16                             | 17                | 0.26                   |
| สโลวาเกีย     | 0.41                        | 0.08                             | 13                | 0.29                   |
| สโลวีเนีย     | 0.05                        | 0.01                             | 12                | 0.10                   |
| สเปน          | 58.48                       | 11.70                            | 2                 | 12.38                  |
| สวีเดน        | 65.93                       | 13.19                            | 1                 | 22.47                  |
| สหราชอาณาจักร | 245.51                      | 49.10                            | 5                 | 7.74                   |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

### 6.1.1 กลยุทธ์ของไทยในตลาดที่ไทยเป็นผู้นำ

1) การทำ Branding การสร้าง Brand Royalty ในกลุ่มผู้บริโภคเดิม และการทำ PR ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การทุ่มงบประมาณเพื่อให้ผู้บริโภคในตลาดรู้จักข้าวไทยในรายละเอียดมากขึ้น ทั้งด้านคุณภาพ คุณสมบัติที่แตกต่างจากข้าวของประเทศคู่แข่ง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวไทยในตลาดนั้นๆ นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย ก็เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้บริโภครู้จักข้าวไทยมากขึ้นเช่นกัน

2) การรักษาฐานลูกค้าในตลาดเดิมที่ไทยเป็นผู้นำ ภายใต้แบรนด์ข้าวไทย เพื่อให้ไทยคงเป็นอันดับ 1 ในตลาดที่ทิ้งห่างอันดับ 2 จากสถิติข้อมูลในช่วงปี 2009-2013 พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของข้าวไทยในระดับภูมิภาค ตลาดแอฟริกาใต้ มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 มากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า เช่นเดียวกับ ส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดระดับประเทศ ตลาดสิงคโปร์ และตลาดฮ่องกง มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 มากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า นั่นคือ ประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 ในตลาดแอฟริกาใต้ ตลาดสิงคโปร์ และตลาดฮ่องกง ที่ไทยเป็นผู้นำ ไม่สามารถขึ้นมาแทนที่ข้าวไทยในตลาดได้ ดังนั้น ไทยจึงควรรักษาระดับส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดแอฟริกาใต้ ตลาดสิงคโปร์ และตลาดฮ่องกง เพื่อให้ไทยคงความเป็นผู้นำในตลาดแอฟริกาใต้ ตลาดสิงคโปร์ และตลาดฮ่องกง อย่างยั่งยืน

3) การขยายตลาดจากฐานตลาดผู้บริโภคเดิมด้วยการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งที่อยู่ในอันดับล่างของตลาดประเทศนั้น ภายใต้แบรนด์ข้าวไทย เพื่อให้ไทยเป็นอันดับ 1 ในตลาดที่ทิ้งห่างอันดับ 2 หรือ เพื่อป้องกันอันดับ 2 ในตลาดขึ้นมาเป็นผู้นำแทนไทย จากสถิติข้อมูลในช่วงปี 2009-2013 พบว่า ตลาดสหภาพยุโรป (ภาคผนวก ค) และตลาดสวีเดน (ภาคผนวก ค) มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 น้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า นอกจากนี้ ลักษณะตลาดนำเข้าข้าวของสหภาพยุโรป และสวีเดน มีลักษณะเป็นแบบกระจายตัว จึงมีโอกาสที่คู่แข่งในตลาดจะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาดได้ ดังนั้น ไทยจึงจำเป็นต้องเร่งแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดสหภาพยุโรป และตลาดสวีเดน เพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำในตลาดให้มั่นคง

4) การทำการตลาดในลักษณะความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมให้รับรู้ ว่าเกษตรกรในไทยได้รับผลประโยชน์อย่างไรจากการซื้อข้าวของลูกค้า เช่น การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น บุตรหลานได้รับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นต้น

#### 6.1.2 กลยุทธ์ของไทยในตลาดที่ไทยไม่ได้เป็นผู้นำ

1) การกำหนดตลาดที่จะส่งออกข้าวไทย จากสถิติในปี 2009-2013 ตลาดข้าวที่ไทยไม่ได้เป็นผู้นำ คือ ตลาดอินโดนีเซีย ตลาดจีน ตลาดมาเลเซีย ตลาดฟิลิปปินส์ และตลาดทุกประเทศในสหภาพยุโรป ยกเว้นตลาดสวีเดน และเมื่อพิจารณาลักษณะตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มคู่แข่งในตลาดที่ไทยเป็นรอง พบว่า ตลาดจีน ตลาดอินโดนีเซีย และตลาดมาเลเซีย เป็นลักษณะบิกทู ในขณะที่ตลาดฟิลิปปินส์เป็นลักษณะผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว ดังนั้น ตลาดดังกล่าวจึงไม่เหมาะกับการเป็นเป้าหมายเพื่อแข่งขันตลาดข้าวไทย ทั้งนี้ ตลาดที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อทำให้ไทยเป็นอันดับ 1 ในตลาด ได้แก่ ตลาดฝรั่งเศส ตลาดเนเธอร์แลนด์ ตลาดอิตาลี และตลาดสเปน เนื่องจาก ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้นำเข้าในตลาดดังกล่าว มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 หรือ ไทย น้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า ดังนั้น ตามทฤษฎีหวังผล ไทยจึงมีโอกาที่จะขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดได้ ทั้งนี้ หากไทยสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาดที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้แล้ว จึงตั้งเป้าหมายเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดอื่นต่อไป

2) การตั้งเป้าการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่าไทยหนึ่งลำดับ จากการกำหนดตลาดในข้อ 1) ประกอบด้วย ตลาดฝรั่งเศส ตลาดเนเธอร์แลนด์ ตลาดอิตาลี และตลาดสเปน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของไทยในตลาดเนเธอร์แลนด์ (ภาคผนวก ค) ใกล้เคียงกับส่วนแบ่งทางการตลาดของอันดับ 1 ในตลาดที่สุด ประกอบกับลักษณะตลาดเป็นแบบกระจายตัว ดังนั้น ตลาดเนเธอร์แลนด์จึงเป็นตลาดแรกที่ไทยจะต้องแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้ก่อนไปเจาะตลาดอื่น จากสถิติการนำเข้าในช่วงปี 2009-2013 เนเธอร์แลนด์นำเข้าข้าวจากอินเดีย ไทย และอิตาลี ในอันดับที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 18.34%, 16.36% และ 14.56% ตามลำดับ ซึ่งตามทฤษฎีระยะหวังผล ส่วนแบ่งทางการตลาดไทย 16.36% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 28.34% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทาง

การตลาดข้าวอินเดีย ไทยจึงสามารถยกระดับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวไปเนเธอร์แลนด์เป็นอันดับ 1 แทนที่อินเดียได้ นอกจากนี้ ส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวอิตาลี 14.56% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 25.21% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวไทย ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่อิตาลีจะพัฒนาขึ้นมาแข่งขันกับข้าวไทย นั่นคือ ไทยต้องระวังอิตาลีที่อาจขึ้นมาแย่งชิงตลาด ในระหว่างที่ไทยมุ่งเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนั้น ไทยจึงควรตั้งเป้าหมายในการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวจากคู่แข่งอื่นๆ ในอันดับรอง เพื่อเป็นแรงผลักดันให้ข้าวไทยขึ้นไปเป็นอันดับ 1 ในตลาดข้าวเนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ ยังเป็นส่วนช่วยส่งเสริมความมั่นคงของตลาดข้าวไทยในสหภาพยุโรปอีกด้วย

### 3) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.1) การทำประชาสัมพันธ์แบบประชิดตัว การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ให้ความเข้าใจว่าข้าวไทยมีคุณสมบัติแตกต่างจากข้าวของประเทศอื่นอย่างไร ข้าวไทยสามารถประกอบอาหารในลักษณะใดได้บ้าง เป็นต้น

3.2) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ เช่น ข้าวเสริมสารอาหาร (Fortified Rice) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มตลาดบน เป็นต้น

## 6.2 แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกข้าวของกัมพูชา

จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 กัมพูชาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 9 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 2.39% ซึ่งผู้ซื้อข้าวหลักของกัมพูชา คือ ฝรั่งเศส เยอรมัน และมาเลเซีย โดยนำเข้าข้าวจากกัมพูชา 34.96, 22.37 พันตัน และ 18.32 พันตัน ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดและอันดับในการนำเข้าแต่ละตลาด ดังนี้ 7.03%, 5.79% และ 1.85% ตามลำดับ (ตารางที่ 17) ทั้งนี้ ลิทัวเนียนำเข้าข้าวจากกัมพูชาสูงเป็นอันดับหนึ่ง โดยนำเข้า 2.60 พันตัน ซึ่งคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 34.96% ในขณะที่ตลาดอื่นๆ กัมพูชาเป็นมือรองทั้งหมด ดังนั้น กลยุทธ์ของกัมพูชาสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท โดยประเภทที่ 1 สำหรับในตลาดลิทัวเนียที่กัมพูชาเป็นผู้นำในตลาด และประเภทที่ 2 สำหรับในตลาดที่กัมพูชาไม่ได้เป็นผู้นำ ดังนี้

### 6.2.1 กลยุทธ์ของกัมพูชาในตลาดที่กัมพูชาเป็นผู้นำ

1) การทำ Branding การสร้าง Brand Royalty ในกลุ่มผู้บริโภคเดิม และการทำ PR ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การทุ่มงบประมาณเพื่อให้ผู้บริโภคในตลาดรู้จักข้าวกัมพูชาในรายละเอียด

มากขึ้น ทั้งด้านคุณภาพ คุณสมบัติที่แตกต่างจากข้าวของประเทศคู่แข่ง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวหอมมะลิในตลาดนั้นๆ นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย ก็เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้บริโภครู้จักข้าวหอมมะลิมากขึ้นเช่นกัน

## 2) การรักษาสถานะลูกค้าในตลาดลิ้นขาวที่หอมมะลิเป็นผู้นำ

3) การขยายตลาดจากฐานตลาดผู้บริโภคเดิมด้วยการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งที่อยู่ในอันดับล่างของตลาดประเทศนั้น ภายใต้แบรนด์ข้าวหอมมะลิ ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวด World's Best Rice 2 ปีซ้อน ในปี 2012 และ 2013 ที่จัดโดย The Rice Trader (TRT) เพื่อให้หอมมะลิคงการเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ในตลาดลิ้นขาว จากสถิติข้อมูลในช่วงปี 2009-2014

ตารางที่ 17 สถิติการนำเข้าข้าวกัมพูชาในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เอเชีย        |                             |                                  |                   |                        |
| อินโดนีเซีย   | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| มาเลเซีย      | 91.59                       | 18.32                            | 4                 | 1.85                   |
| ฟิลิปปินส์    | 3.49                        | 0.70                             | 9                 | 0.06                   |
| สิงคโปร์      | 7.92                        | 1.58                             | 8                 | 0.46                   |
| จีน           | 24.96                       | 4.99                             | 5                 | 0.43                   |
| ฮ่องกง        | 2.44                        | 0.49                             | 10                | 0.14                   |
| แอฟริกาใต้    | 0.19                        | 0.04                             | 24                | 0.00                   |
| สหภาพยุโรป    | 519.11                      | 103.82                           | 4                 | 7.19                   |
| ออสเตรเลีย    | 0.43                        | 0.09                             | 13                | 0.22                   |
| เบลเยียม      | 19.30                       | 3.86                             | 16                | 0.89                   |
| บัลแกเรีย     | 8.82                        | 1.76                             | 6                 | 6.98                   |
| ไต้หวัน       | 0.07                        | 0.01                             | 14                | 0.22                   |
| สาธารณรัฐเช็ก | 8.70                        | 1.74                             | 6                 | 2.58                   |

ตารางที่ 17 (ต่อ)

|              | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|--------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เดนมาร์ค     | 0.60                        | 0.12                             | 17                | 0.33                   |
| เอสโตเนีย    | 1.32                        | 0.26                             | 6                 | 7.15                   |
| ฟินแลนด์     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฝรั่งเศส     | 174.81                      | 34.96                            | 6                 | 7.03                   |
| เยอรมัน      | 111.87                      | 22.37                            | 6                 | 5.79                   |
| กรีซ         | 3.04                        | 0.61                             | 2                 | 2.97                   |
| ฮังการี      | 0.67                        | 0.13                             | 13                | 0.46                   |
| ไอร์แลนด์    | 0.09                        | 0.02                             | 13                | 0.09                   |
| อิตาลี       | 15.57                       | 3.11                             | 8                 | 2.67                   |
| ลัตเวีย      | 7.25                        | 1.45                             | 2                 | 23.72                  |
| ลิทัวเนีย    | 12.98                       | 2.60                             | 1                 | 20.27                  |
| ลักเซมเบิร์ก | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| มอลตา        | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| เนเธอร์แลนด์ | 63.39                       | 12.68                            | 6                 | 5.13                   |

ตารางที่ 17 (ต่อ)

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| โปแลนด์       | 11.55                       | 2.31                             | 6                 | 2.01                   |
| โปรตุเกส      | 13.03                       | 2.61                             | 10                | 2.31                   |
| โรมาเนีย      | 19.13                       | 3.83                             | 5                 | 6.35                   |
| สโลวาเกีย     | 0.62                        | 0.12                             | 11                | 0.44                   |
| สโลวีเนีย     | 2.88                        | 0.58                             | 2                 | 6.23                   |
| สเปน          | 13.96                       | 2.79                             | 10                | 2.96                   |
| สวีเดน        | 6.94                        | 1.39                             | 10                | 2.37                   |
| สหราชอาณาจักร | 22.11                       | 4.42                             | 16                | 0.70                   |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

2013 พบว่า ส่วนแบ่งทางตลาดของข้าวกัมพูชาในตลาดลิทัวเนีย มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 น้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า นอกจากนี้ ลักษณะตลาดนำเข้าข้าวของลิทัวเนีย ยังมีลักษณะเป็นแบบกระจายตัว จึงมีโอกาสดังกล่าวที่คู่แข่งในตลาดจะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาดได้ ดังนั้น กัมพูชาจึงจำเป็นต้องเร่งแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดลิทัวเนีย เพิ่มมากขึ้นเพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำในตลาดให้มั่นคง

#### 6.1.2 กลยุทธ์ของกัมพูชาในตลาดที่กัมพูชาไม่ได้เป็นผู้นำ

1) การกำหนดตลาดที่จะส่งออกข้าวกัมพูชา โดยแบ่งตลาดระดับโลก และภูมิภาคให้เล็กลงเป็นระดับประเทศ แล้วเน้นการขายข้าวกัมพูชาในพื้นที่ตลาดขนาดเล็กที่กัมพูชาสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยเน้นเพียงตลาดเดียว จนสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดได้ แล้วจึงขยายไปตลาดขนาดเล็กอื่นต่อไป จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 พบว่า ผู้ซื้อข้าวหลักของกัมพูชา คือ ฝรั่งเศส เยอรมัน และมาเลเซีย โดยนำเข้าข้าวจากกัมพูชา 34.96, 22.37 พันตัน และ 18.32 พันตัน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาถึงลักษณะตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดของคู่แข่งในตลาดที่กัมพูชาเป็นรองพบว่า ตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดแบบกระจายตัว ตลาดอินโดนีเซีย ตลาดมาเลเซีย ตลาดจีน และตลาดฮ่องกง เป็นลักษณะบิกพู ตลาดสิงคโปร์และตลาดแอฟริกาใต้เป็นบิกทรี ในขณะที่ตลาดฟิลิปปินส์เป็นลักษณะผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว ดังนั้น ตลาดอินโดนีเซีย ตลาดมาเลเซีย ตลาดจีน ตลาดสิงคโปร์ ตลาดแอฟริกาใต้ และตลาดฟิลิปปินส์ จึงไม่เหมาะกับการเป็นเป้าหมายเพื่อแย่งชิงตลาดข้าวกัมพูชา แต่กัมพูชาควรมุ่งเป้าหมายไปที่ตลาดสหภาพยุโรป ทั้งนี้ ตลาดที่กัมพูชามีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อให้กัมพูชาเป็นอันดับ 1 ในตลาด ได้แก่ ตลาดลัตเวีย เนื่องจาก ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้นำในตลาดดังกล่าว มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 หรือ กัมพูชา น้อยกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า ดังนั้น ตามทฤษฎีห่วงผล กัมพูชาจึงมีโอกาสดังกล่าวที่จะขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดได้ ทั้งนี้ หากกัมพูชาสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาดที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้แล้ว จึงตั้งเป้าหมายเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดอื่นต่อไป

2) การตั้งเป้าการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ในตลาดโลกคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่ากัมพูชาหนึ่งลำดับ ก็คือ อียิปต์ โดยหากสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้บางส่วน จนทำให้ข้าวกัมพูชามีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากข้าวอียิปต์มากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ

1.732 เท่า ก็จะทำให้ข้าวอียิปต์ไม่สามารถขยับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 9 แทนที่ข้าวกัมพูชาได้ในส่วนตลาดนำเข้าข้าวของลัตเวีย (ภาคผนวก ค) ลัตเวียนำเข้าข้าวจาก ลิทัวเนีย กัมพูชา และกรีซ ในอันดับที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในช่วงปี 2009-2013 ดังนี้ 24.86%, 23.72% และ 13.52% ตามลำดับ ซึ่งตามทฤษฎีระยะหวังผล ส่วนแบ่งทางการตลาดกัมพูชา 23.72% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 41.08% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวลิทัวเนีย กัมพูชา จึงสามารถยกระดับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวไปลัตเวียเป็นอันดับ 1 แทนที่ลิทัวเนียได้ ทั้งนี้ ส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวกรีซ 13.52% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 23.41% ซึ่งน้อยกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวกัมพูชา ดังนั้น กัมพูชาสามารถตั้งเป้าแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งอันดับรองอื่นๆ ได้ โดยไม่ต้องระวังกรีซจะขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 แทนที่กัมพูชา นอกจากนี้ กัมพูชาเป็นประเทศด้อยพัฒนาจึงได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี GSP ในการส่งสินค้าไปยังสหภาพยุโรป กัมพูชาจึงอาจใช้ประโยชน์ในส่วนนี้เพื่อเป็นส่วนในการสนับสนุนการแย่งชิงตลาดข้าวกัมพูชาในลัตเวีย ซึ่งเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป

### 3) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.1) การทำ PR แบบประชิดตัว การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ให้ความเข้าใจว่าข้าวกัมพูชามีคุณสมบัติแตกต่างจากข้าวของประเทศอื่นๆ อย่างไร ข้าวกัมพูชาเหมาะกับการบริโภคลักษณะใด รวมทั้งการสร้างความตระหนักในลูกค้าว่าข้าวกัมพูชา (Cambodia Jasmine Rice) ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวด World's Best Rice 2 ปีซ้อน ในปี 2012 และ 2013 ที่จัดโดย The Rice Trader (TRT)

3.2) การเปิดตลาดส่งออกข้าวเปลือก ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่พร้อมจัดตั้งโรงสีเพื่อใช้สีข้าวเปลือกของกัมพูชา หรือ การส่งออกข้าวเปลือกไปยังประเทศที่ต้องการซื้อข้าวราคาต่ำ

## 6.3 แนวทางสร้างความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกข้าวของลาว

จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 ลาวไม่ได้เป็นผู้ส่งออกข้าวใน 10 อันดับแรกของตลาดโลก ผู้ซื้อข้าวหลักของลาว คือ จีน รองลงมา คือ สหภาพยุโรป และอินโดนีเซีย โดยมีปริมาณเฉลี่ยส่งออกปีละ 14.22 พันตัน, 1.43 พันตัน และ 4.6 ตัน ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดและอันดับในการนำเข้าแต่ละตลาด ดังนี้ 1.21%, 0.10% และ 0.0004% ตามลำดับ (ตารางที่ 18) จากปริมาณข้าวลาว

ที่ไม่ได้ส่งออกมาก หรือ ส่งออกน้อยมาก จึงทำให้ลาวเป็นมือรองในทุกตลาดข้าว หรือ เป็นผู้เล่นใหม่ในบางตลาด ดังนั้น กลยุทธ์ของลาวจึงเป็นกลยุทธ์สำหรับมือรอง ดังนี้

1) การกำหนดตลาดที่จะส่งออกข้าวลาว โดยเน้นการขายข้าวลาวในพื้นที่ตลาดขนาดเล็ก จากสถิติปี 2009-2013 ผู้ซื้อข้าวหลักของลาว คือ จีน โดยมีปริมาณเฉลี่ยส่งออกปีละ 14.22 พันตัน, ลาวจึงควรมุ่งเป้าหมายการส่งออกไปที่จีน เช่น มณฑลของจีนที่อยู่ติดกับพรมแดนลาว เนื่องจากความเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์ เส้นทาง R3A R12R8 เพื่อความสะดวก และลดต้นทุน ในการขนส่ง โดยเน้นเพียงตลาดเดียว จนสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดมณฑลนั้นๆ ได้ แล้วจึงขยายไปตลาดในมณฑลละแวกนั้นต่อไป ทั้งนี้ ควรหลีกเลี่ยงการแข่งขันในตลาดที่มีคู่แข่งหลายราย

2) การตั้งเป้าการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่า ลาว ซึ่งในการนำเข้าของจีนในช่วงปี 2009-2013 จีนนำเข้าข้าวจาก ปากีสถาน ลาว และกัมพูชา ในอันดับที่ 3, 4 และ 5 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 17.14%, 1.21% และ 0.43% ตามลำดับ ซึ่งตามทฤษฎีระยะหวังผล ส่วนแบ่งทางการตลาดลาว 1.21% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 2.10% ซึ่งน้อยกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวปากีสถาน ลาวจึงไม่สามารถยกระดับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวไปจีนเป็นอันดับ 3 แทนที่ปากีสถานได้ นอกจากนี้ ส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวกัมพูชา 0.43% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 0.74% ซึ่งน้อยกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวลาว ดังนั้น กัมพูชาจึงยังไม่สามารถพัฒนาขึ้นมาแข่งขันกับข้าวลาวได้ และลาวต้องตั้งเป้าแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดคู่แข่งอันดับรองอื่นๆ และเจาะจงพื้นที่ในการทำการตลาดมากขึ้น เพื่อให้ลาวมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น และท้ายสุดอาจขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 4 แทนที่ปากีสถาน ทั้งนี้ ลาวและจีน เป็นสมาชิกภายใต้ความตกลงอาเซียน-จีน (ASEAN-China FTA) ซึ่งจีนได้กำหนดให้ข้าวเป็นสินค้าอ่อนไหวและเก็บภาษีนำเข้าที่ 20% ตั้งแต่ปี 2555 โดยได้กำหนดให้ลดภาษีเหลือ 0-5% ภายในปี 2561 ดังนั้น ระหว่างนี้ลาวจึงควรเร่งเจาะตลาดในจีน เพื่อเตรียมพร้อมการลดภาษีในปี 2561 ที่จะเป็นสิ่งสนับสนุนให้ลาวสามารถขายข้าวในจีนได้มากขึ้น

3) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ เมื่อลาวตั้งเป้าหมายในการขายข้าวไปจีนแต่เพียงที่เดียวแล้ว ควรทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคข้าวของคนจีนในตลาดที่เจาะจงนั้น เช่น ชอบบริโภคข้าวลักษณะใด บริโภคข้าวเป็นประจำหรือนำเข้าไปแปรรูปเป็นวัตถุดิบอื่นในการประกอบ

อาหาร เป็นต้น เพื่อที่ล่าวจะได้วางแผนการเพาะปลูกข้าวให้ตรงตามความต้องการบริโภคของคนจีน และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในอนาคต



ตารางที่ 18 สถิติการนำเข้าข้าวลวในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เอเชีย        |                             |                                  |                   |                        |
| จีน           | 71.09                       | 14.22                            | 4                 | 1.21                   |
| ฮ่องกง        | 0.39                        | 0.08                             | 15                | 0.02                   |
| สิงคโปร์      | 0.05                        | 0.01                             | 21                | 0.00                   |
| อินโดนีเซีย   | 0.02                        | 0.00                             | 15                | 0.00                   |
| มาเลเซีย      | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฟิลิปปินส์    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| แอฟริกาใต้    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สหภาพยุโรป    | 7.13                        | 1.43                             | 20                | 0.10                   |
| ออสเตรเลีย    | 0.24                        | 0.05                             | 18                | 0.12                   |
| เบลเยียม      | 0.10                        | 0.02                             | 33                | 0.00                   |
| บัลแกเรีย     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ไต้หวัน       | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สาธารณรัฐเช็ก | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |

ตารางที่ 18 (ต่อ)

|              | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|--------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เดนมาร์ค     | 0.20                        | 0.04                             | 19.00             | 0.11                   |
| เอสโตเนีย    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฟินแลนด์     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฝรั่งเศส     | 3.18                        | 0.64                             | 20                | 0.13                   |
| เยอรมัน      | 0.47                        | 0.09                             | 23                | 0.02                   |
| กรีซ         | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฮังการี      | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ไอร์แลนด์    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| อิตาลี       | 0.52                        | 0.10                             | 26                | 0.09                   |
| ลัตเวีย      | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ลิทัวเนีย    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ลักเซมเบิร์ก | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| มอลตา        | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| เนเธอร์แลนด์ | 1.00                        | 0.20                             | 23                | 0.08                   |

ตารางที่ 18 (ต่อ)

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| โปแลนด์       | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| โปรตุเกส      | 0.10                        | 0.02                             | 23                | 0.02                   |
| โรมาเนีย      | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สโลวาเกีย     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สโลวีเนีย     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สเปน          | 0.39                        | 0.08                             | 25                | 0.08                   |
| สวีเดน        | 0.66                        | 0.13                             | 19                | 0.22                   |
| สหราชอาณาจักร | 0.29                        | 0.06                             | 37                | 0.01                   |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

#### 6.4 แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการส่งออกข้าวของเมียนมาร์

จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 เมียนมาร์เป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 6 ของตลาดโลก โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 3.03% ผู้ซื้อข้าวหลักของเมียนมาร์ คือ สหภาพยุโรป รองลงมา คือ ฟิลิปปินส์ และ สิงคโปร์ โดยมีปริมาณเฉลี่ยส่งออกปีละ 15.56 พันตัน, 9.33 พันตัน และ 8.32 พันตัน ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดแต่ละตลาด ดังนี้ 1.08%, 0.74% และ 2.39% ตามลำดับ (ตารางที่ 19) จากปริมาณข้าวเมียนมาร์ที่ไม่ได้ส่งออกมาก หรือ ส่งออกน้อยมาก จึงทำให้เมียนมาร์เป็นมือรองในทุกตลาดข้าว หรือ เป็นผู้เล่นใหม่ในบางตลาด ดังนั้น กลยุทธ์ของเมียนมาร์จึงเป็นกลยุทธ์สำหรับมือรอง ดังนี้

1) การกำหนดตลาดที่จะส่งออกข้าวเมียนมาร์ โดยแบ่งตลาดระดับโลก และภูมิภาคให้เล็กลงเป็นระดับประเทศ แล้วเน้นการขายข้าวเมียนมาร์ในพื้นที่ตลาดขนาดเล็กที่เมียนมาร์ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยเน้นเพียงตลาดเดียว จนสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดได้ แล้วจึงขยายไปตลาดขนาดเล็กอื่นต่อไป จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 เมียนมาร์ส่งออกข้าวไป สหภาพยุโรป สูงสุด รองลงมา คือ ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ โดยมีปริมาณเฉลี่ยส่งออกปีละ 15.56 พันตัน, 9.33 พันตัน และ 8.32 พันตัน ตามลำดับเมื่อพิจารณาลักษณะตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดของคู่แข่งในตลาดที่กัมพูชาเป็นรอง พบว่า ตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดแบบกระจายตัว ตลาดอินโดนีเซีย ตลาดมาเลเซีย ตลาดจีน และตลาดฮ่องกง เป็นลักษณะบิกทู ตลาดสิงคโปร์และตลาดแอฟริกาใต้ เป็นบิกทรี ในขณะที่ตลาดฟิลิปปินส์เป็นลักษณะผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว ดังนั้น ตลาดอินโดนีเซีย ตลาดมาเลเซีย ตลาดจีน ตลาดฮ่องกง ตลาดสิงคโปร์ ตลาดแอฟริกาใต้ และตลาดฟิลิปปินส์ จึงไม่เหมาะกับการเป็นเป้าหมายเพื่อแย่งชิงตลาดข้าวเมียนมาร์ แต่เมียนมาร์ควรมุ่งเป้าหมายไปที่ตลาดสหภาพยุโรป ทั้งนี้ ตลาดที่เมียนมาร์มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อให้เมียนมาร์มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ ตลาดเบลเยียม เนื่องจาก ตลาดเป็นลักษณะกระจายตัว และข้าวเมียนมาร์อยู่ในอันดับ 13 ของตลาด

ตารางที่ 19 สถิติการนำเข้าข้าวเมียนมาร์ในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เอเชีย        |                             |                                  |                   |                        |
| ฟิลิปปินส์    | 46.64                       | 9.33                             | 5                 | 0.74                   |
| สิงคโปร์      | 41.58                       | 8.32                             | 4                 | 2.39                   |
| อินโดนีเซีย   | 31.41                       | 6.28                             | 5                 | 0.53                   |
| มาเลเซีย      | 26.86                       | 5.37                             | 6                 | 0.54                   |
| จีน           | 17.34                       | 3.47                             | 6                 | 0.30                   |
| ฮ่องกง        | 4.74                        | 0.95                             | 7                 | 0.28                   |
| แอฟริกาใต้    | 0.03                        | 0.01                             | 33                | 0.00                   |
| สหภาพยุโรป    | 77.78                       | 15.56                            | 13                | 1.08                   |
| ออสเตรเลีย    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| เบลเยียม      | 49.47                       | 9.89                             | 13                | 2.29                   |
| บัลแกเรีย     | 0.05                        | 0.01                             | 21                | 0.04                   |
| ไต้หวัน       | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สาธารณรัฐเช็ก | 0.25                        | 0.05                             | 25                | 0.07                   |

ตารางที่ 19 (ต่อ)

|              | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|--------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เดนมาร์ก     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| เอสโตเนีย    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฟินแลนด์     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฝรั่งเศส     | 6.05                        | 1.21                             | 19                | 0.24                   |
| เยอรมัน      | 0.98                        | 0.20                             | 19                | 0.05                   |
| กรีซ         | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ฮังการี      | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| ไอร์แลนด์    | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| อิตาลี       | 0.31                        | 0.06                             | 27                | 0.05                   |
| ลัตเวีย      | 0.05                        | 0.01                             | 22                | 0.16                   |
| ลิทัวเนีย    | 0.05                        | 0.01                             | 25                | 0.08                   |
| ลักเซมเบิร์ก | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| มอลตา        | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| เนเธอร์แลนด์ | 3.83                        | 0.77                             | 20                | 0.31                   |

ตารางที่ 19 (ต่อ)

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| โปแลนด์       | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| โปรตุเกส      | 1                           | 0.2                              | 18                | 0.18                   |
| โรมาเนีย      | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สโลวาเกีย     | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| สโลวีเนีย     | 0.19                        | 0.04                             | 7                 | 0.40                   |
| สเปน          | 5.01                        | 1.00                             | 17                | 1.06                   |
| สวีเดน        | 0.10                        | 0.02                             | 28                | 0.03                   |
| สหราชอาณาจักร | 10.56                       | 2.11                             | 20                | 0.33                   |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

นั่นคือ ผู้บริโภคคุ้นเคยข้าวเมียนมาร์ ดังนั้น การเพิ่มยอดขายในตลาดที่ผู้บริโภครู้จักสินค้าอยู่แล้ว ย่อมทำได้ง่ายกว่าตลาดที่ผู้บริโภคน้อยรายรู้จักสินค้า

2) การตั้งเป้าการแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด ในตลาดโลกคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่าเมียนมาร์หนึ่งลำดับ ก็คือ อุรุกวัย โดยหากสามารถแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดได้บางส่วน จนทำให้ข้าวเมียนมาร์มีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากข้าวอุรุกวัยมากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า ก็จะทำให้ข้าวอุรุกวัยไม่สามารถขยับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 6 แทนที่ข้าวเมียนมาร์ได้ ในส่วนตลาดนำเข้าข้าวของเบลเยียม (ภาคผนวก ค) เบลเยียมนำเข้าข้าวจาก ฝรั่งเศส เมียนมาร์ และ อาร์เจนตินา ในอันดับที่ 12, 13 และ 14 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในช่วงปี 2009-2013 ดังนี้ 2.82%, 2.29% และ 1.14% ตามลำดับ ซึ่งตามทฤษฎีระยะหวังผล ส่วนแบ่งทางการตลาดเมียนมาร์ 2.29% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 3.96% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวฝรั่งเศส เมียนมาร์จึงสามารถยกระดับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวไปเบลเยียมเป็นอันดับ 12 แทนที่ฝรั่งเศสได้ ทั้งนี้ หากเมียนมาร์มุ่งทำการตลาดอย่างจริงจัง เมียนมาร์สามารถขึ้นมาเป็นอันดับ 9 แทนที่บราซิลที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 3.67% ได้ ทั้งนี้ ส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวอาร์เจนตินา 1.14% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 1.98% ซึ่งน้อยกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวเมียนมาร์ ดังนั้น เมียนมาร์สามารถตั้งเป้าแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งอันดับรองอื่นๆ ได้ โดยไม่ต้องระวางอาร์เจนตินาจะขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 13 แทนที่เมียนมาร์

### 3) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.1) การทำประชาสัมพันธ์แบบประชิดตัว การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ให้ความเข้าใจว่าข้าวเมียนมาร์มีคุณสมบัติแตกต่างจากข้าวของประเทศอื่นๆ อย่างไร ข้าวเมียนมาร์เหมาะกับการบริโภคลักษณะใด

3.2) การเปิดตลาดส่งออกข้าวเปลือก ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่พร้อมจัดตั้งโรงสีเพื่อใช้สีข้าวเปลือกของเมียนมาร์ หรือ การส่งออกข้าวเปลือกไปยังประเทศที่ต้องการซื้อข้าวราคาต่ำ

## 6.5 แนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกข้าวของเวียดนาม

จากข้อมูลสถิติปี 2009-2013 เวียดนามเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 ของโลก พบว่า ผู้ซื้อข้าวหลักของเวียดนาม คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และจีน โดยทั้ง 3 ประเทศนำเข้าข้าวจากเวียดนามเป็น

อันดับ 1 โดยมีปริมาณนำเข้าเฉลี่ย 704.58 พันตัน 664.41 พันตัน และ 663.76 พันตัน (ตารางที่ 20) ตามลำดับ ดังนั้น กลยุทธ์ของเวียดนามสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท โดยประเภทที่ 1 สำหรับในตลาดที่เวียดนามเป็นผู้นำในตลาด และประเภทที่ 2 สำหรับในตลาดที่เวียดนามไม่ได้เป็นผู้นำ ดังนี้

#### 6.5.1 กลยุทธ์ของเวียดนามในตลาดที่เวียดนามเป็นผู้นำ

1) การทำ Branding การสร้าง Brand Royalty ในกลุ่มผู้บริโภคเดิม และการทำ PR ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การทุ่มงบประมาณเพื่อให้ผู้บริโภคในตลาดรู้จักข้าวเวียดนามในรายละเอียดมากขึ้น ทั้งด้านคุณภาพ คุณสมบัติที่แตกต่างจากข้าวของประเทศคู่แข่ง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งข้าวเวียดนามในตลาดนั้นๆ นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย ก็เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้บริโภครู้จักข้าวเวียดนามมากขึ้นเช่นกัน

2) การกำหนดการรักษาฐานลูกค้าในตลาดเดิมที่เวียดนามเป็นผู้นำ และขยายตลาดจากฐานตลาดเดิมด้วยการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศอื่นๆ ที่อยู่ในอันดับล่างของตลาดประเทศนั้น ภายใต้แบรนด์ข้าวเวียดนาม จากสถิติข้อมูลในช่วงปี 2009-2013 พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของข้าวเวียดนามในตลาดฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน (ภาคผนวก ค) เป็นดังนี้ 80.66%, 67.17%, 58.99% และ 56.53% ซึ่งข้าวเวียดนามในทั้ง 4 ตลาด ล้วนมีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศที่ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 มากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า นั่นคือ ประเทศผู้ส่งออกข้าวเป็นอันดับ 2 ในแต่ละตลาดที่เวียดนามเป็นผู้นำ ไม่สามารถขึ้นมาแทนที่ข้าวเวียดนามในตลาดได้

ตารางที่ 20 สถิติการนำเข้าข้าวเวียตนามในประเทศผู้นำเข้า ในระหว่างปี 2009-2013

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เอเชีย        |                             |                                  |                   |                        |
| อินโดนีเซีย   | 3,522.89                    | 704.58                           | 1                 | 58.99                  |
| มาเลเซีย      | 3,322.07                    | 664.41                           | 1                 | 67.17                  |
| ฟิลิปปินส์    | 5,070.47                    | 1,014.09                         | 1                 | 80.66                  |
| สิงคโปร์      | 425.19                      | 85.04                            | 2                 | 24.44                  |
| จีน           | 3,318.80                    | 663.76                           | 1                 | 56.53                  |
| ฮ่องกง        | 427.13                      | 85.43                            | 2                 | 25.22                  |
| แอฟริกาใต้    | 101.73                      | 20.35                            | 6                 | 2.09                   |
| สหภาพยุโรป    | 225.98                      | 45.20                            | 10                | 3.13                   |
| ออสเตรเลีย    | 0.46                        | 0.09                             | 11                | 0.23                   |
| เบลเยียม      | 78.82                       | 15.76                            | 10                | 3.65                   |
| บัลแกเรีย     | 2.22                        | 0.44                             | 11                | 1.76                   |
| ไต้หวัน       | 0.05                        | 0.01                             | 16                | 0.15                   |
| สาธารณรัฐเช็ก | 2.03                        | 0.41                             | 12                | 0.60                   |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

|              | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|--------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| เดนมาร์ค     | 0.07                        | 0.01                             | 22                | 0.04                   |
| เอสโตเนีย    | 0.25                        | 0.05                             | 10                | 1.35                   |
| ฟินแลนด์     | 0.12                        | 0.02                             | 16                | 0.10                   |
| ฝรั่งเศส     | 29.73                       | 5.95                             | 11                | 1.20                   |
| เยอรมัน      | 27.07                       | 5.41                             | 12                | 1.40                   |
| กรีซ         | 0.60                        | 0.12                             | 30                | 0.58                   |
| ฮังการี      | 3.04                        | 0.61                             | 7                 | 2.08                   |
| ไอร์แลนด์    | 0.05                        | 0.01                             | 18                | 0.05                   |
| อิตาลี       | 10.94                       | 2.19                             | 10                | 1.87                   |
| ลัตเวีย      | 0.49                        | 0.10                             | 9                 | 1.61                   |
| ลิทัวเนีย    | 11.49                       | 2.30                             | 2                 | 17.95                  |
| ลักเซมเบิร์ก | 0                           | 0                                | -                 | 0                      |
| มอลตา        | 0.03                        | 0.01                             | 14                | 0.23                   |
| เนเธอร์แลนด์ | 26.36                       | 5.27                             | 13                | 2.13                   |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

|               | ปริมาณการนำเข้ารวม (พันตัน) | ปริมาณเฉลี่ยในการนำเข้า (พันตัน) | อันดับในการนำเข้า | ส่วนแบ่งทางการตลาด (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------|------------------------|
| โปแลนด์       | 4.47                        | 0.89                             | 9                 | 0.78                   |
| โปรตุเกส      | 11.78                       | 2.36                             | 11                | 2.09                   |
| โรมาเนีย      | 0.90                        | 0.18                             | 16                | 0.30                   |
| สโลวาเกีย     | 0.62                        | 0.12                             | 12                | 0.44                   |
| สโลวีเนีย     | 0.03                        | 0.01                             | 14                | 0.07                   |
| สเปน          | 8.61                        | 1.72                             | 12                | 1.82                   |
| สวีเดน        | 3.90                        | 0.78                             | 14                | 1.33                   |
| สหราชอาณาจักร | 2.34                        | 0.47                             | 26                | 0.07                   |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

### 6.5.2 กลยุทธ์ของเวียดนามในตลาดที่เวียดนามไม่ได้เป็นผู้นำ

1) การกำหนดตลาดที่จะส่งออกข้าวเวียดนาม จากสถิติในปี 2009-2013 ตลาดข้าวที่เวียดนามไม่ได้เป็นผู้นำ คือ ตลาดสหภาพยุโรป และตลาดแอฟริกาใต้ โดยเวียดนามส่งออกข้าวไปยังตลาดสหภาพยุโรป ในอันดับที่ 10 โดยมีปริมาณการส่งออก 44.57 พันตัน และเวียดนามส่งออกข้าวไปยังตลาดแอฟริกาใต้ ในอันดับที่ 6 โดยมีปริมาณการส่งออก 20.35 พันตัน ตามลำดับ และจากข้อมูลสถิติการนำเข้าข้าวของสหภาพยุโรปและแอฟริกาใต้ พบว่า ตลาดข้าวสหภาพยุโรปมีลักษณะเป็นตลาดแบบกระจายตัว ในขณะที่ตลาดข้าวแอฟริกาใต้มีลักษณะเป็นตลาดแบบบิกทรี ดังนั้น เวียดนามจึงควรมุ่งเน้นตลาดข้าวสหภาพยุโรป และแบ่งตลาดระดับภูมิภาคให้เล็กลงเป็นระดับประเทศ แล้วเน้นการขายข้าวเวียดนามในแต่ละประเทศที่เวียดนามสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยเน้นเพียงตลาดเดียว จนสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดในประเทศได้ แล้วจึงขยายไปตลาดประเทศอื่นในภูมิภาคต่อไป ซึ่งเมื่อพิจารณาลักษณะตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดของคู่แข่งในตลาดที่เวียดนามเป็นรอง พบว่า ตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดแบบกระจายตัว ตลาดฮ่องกง เป็นลักษณะบิกทรี ตลาดสิงคโปร์และตลาดแอฟริกาใต้เป็นบิกทรี ดังนั้น ตลาดฮ่องกง ตลาดสิงคโปร์ และตลาดแอฟริกาใต้ จึงไม่เหมาะกับการเป็นเป้าหมายเพื่อแย่งชิงตลาดข้าวเวียดนาม แต่เวียดนามควรมุ่งเป้าหมายไปที่ตลาดสหภาพยุโรป ทั้งนี้ ตลาดที่เวียดนามมีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อให้เวียดนามมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ ตลาดลิทัวเนีย เนื่องจาก ตลาดเป็นลักษณะกระจายตัว และข้าวเวียดนามอยู่ในอันดับ 2 ของตลาด เป็นรองกัมพูชา ซึ่งเป็นข้าวจากภูมิภาคเดียวกับผู้นำในตลาด

2) การตั้งเป้าการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำกว่าเวียดนามหนึ่งลำดับ ซึ่งในตลาดโลกเวียดนามมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับ 2 คิดเป็น 19.41% โดยอันดับรองลงมา คือ อินเดียที่มีส่วนแบ่งทางตลาด 16.89% โดยหากสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้บางส่วน จนทำให้ข้าวเวียดนามมีช่วงห่างของส่วนแบ่งทางการตลาดจากข้าวอินเดียมากกว่า  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 เท่า ก็จะทำให้ข้าวอินเดียไม่สามารถขยับขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 แทนที่ข้าวเวียดนามได้ และปัจจัยเสริมทำให้ข้าวเวียดนามขยับขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาดข้าวแทนที่ข้าวไทยได้ ในส่วนตลาดนำเข้าข้าวของสหภาพยุโรป จากสถิติการนำเข้าในช่วงปี 2009-2013 ลิทัวเนีย (ภาคผนวก ค) นำเข้าข้าวจาก กัมพูชา เวียดนาม และอิตาลี ในอันดับที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในช่วงปี 2009-2013 ดังนี้ 20.27%, 17.95% และ 12.75%

ตามลำดับ ซึ่งตามทฤษฎีระยะหวังผล ส่วนแบ่งทางการตลาดเวียดนาม 17.95% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 31.09% ซึ่งมากกว่าส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวกัมพูชาที่เป็นผู้นำในตลาด เวียดนาม จึงสามารถยกระดับขึ้นเป็นผู้นำ หรือ อันดับ 1 ในการส่งออกข้าวไปลิทัวเนีย แทนที่กัมพูชาได้ ทั้งนี้ ส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวอิตาลี 12.75% คูณด้วย  $\sqrt{3}$  หรือ 1.732 จะเท่ากับ 22.08% ซึ่งมากกว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวเวียดนาม ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่อิตาลีจะพัฒนาขึ้นมาแข่งขันกับข้าว เวียดนาม นั่นคือ เวียดนามต้องระวังอิตาลีที่อาจขึ้นมาแย่งชิงตลาด ในระหว่างที่มุ่งเพิ่มส่วนแบ่งทาง การตลาด ดังนั้น เวียดนามจึงควรตั้งเป้าหมายในการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวจากคู่แข่ง อันดับรองอื่นๆ เพื่อเป็นแรงผลักดันให้ข้าวเวียดนามขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาดแทนที่กัมพูชา

### 3) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.1) การทำประชาสัมพันธ์แบบประชิดตัว การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและเฉพาะ กลุ่มเป้าหมาย ให้ความเข้าใจว่าข้าวเวียดนามมีคุณสมบัติแตกต่างจากข้าวของประเทศอื่นๆ อย่างไร ข้าวเวียดนามเหมาะกับการบริโภคลักษณะใด

3.2) การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ เช่น ข้าวเสริมสารอาหาร (Fortified Rice) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มตลาดบน เป็นต้น

### ข้อวิจารณ์

ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในการวิจัยเป็นยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทั้ง การดำเนินงานระยะสั้น (Short Term) และการดำเนินงานระยะยาว (Long Term) โดยการดำเนินงาน ระยะสั้น ได้แก่ การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวภายในประเทศ เช่น การเพิ่ม วงเงินกู้หรือการจัดหาเงินกู้ให้แก่เกษตรกร การจัดสรรกรรมสิทธิ์ในที่ดินให้แก่เกษตรกร เป็นต้น และ การดำเนินงานระยะยาว ได้แก่ การพัฒนาโครงการพื้นฐาน ถนน ระบบชลประทาน การพัฒนาการผลิต การพัฒนาเกษตรกร การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร

เมื่อไทย และกลุ่ม CLMV มีความมั่นคงทางอาหารแล้ว ก็จะสามารถแข่งขันในเวทีค้าข้าวใน ตลาดโลกได้ โดยจากการวิเคราะห์ 5 Forces Model สถิติผู้นำและผู้ส่งออก รายใหญ่ของโลก และ ปริมาณการส่งออกข้าวของ ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม แนวทางสร้างความสามารถ ทางการแข่งขันของไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม เป็นดังนี้

1. การสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการส่งออกข้าวที่ไทย กัมพูชา และ เวียดนามเป็นผู้นำในตลาด

1.1 การสร้าง Brand Royalty ในกลุ่มผู้บริโภคเดิม และการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคในตลาดรู้จักคุณสมบัติ ข้อดีของข้าวไทยที่แตกต่างจากของประเทศคู่แข่ง และการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย

1.2 การรักษาฐานลูกค้าในตลาดที่เป็นผู้นำและทิ้งห่างคู่แข่ง

1) ตลาดระดับภูมิภาคที่ไทยเป็นผู้นำ ได้แก่ ตลาดแอฟริกาใต้ และตลาดในระดับประเทศ ได้แก่ ตลาดฮ่องกง และตลาดสิงคโปร์

2) ตลาดที่เวียดนามเป็นผู้นำ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน

1.3 การขยายตลาดจากฐานตลาดผู้บริโภคเดิม ด้วยการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งที่อยู่ในอันดับล่างของตลาดประเทศนั้น ภายใต้แบรนด์ข้าวไทย ข้าวกัมพูชา และข้าวเวียดนาม เพื่อให้ไทย กัมพูชา และเวียดนาม คงเป็นอันดับ 1 ในตลาดที่ทิ้งห่างอันดับ 2 หรือ เพื่อป้องกันอันดับ 2 ในตลาดขึ้นมาเป็นผู้นำแทนไทย กัมพูชา และเวียดนาม และเพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำในตลาดให้มั่นคง

1) ตลาดที่ไทยควรเร่งขยายตลาดจากฐานตลาดผู้บริโภคเดิม คือ ตลาดสหภาพยุโรป และตลาดสวีเดน

2) ตลาดที่กัมพูชาควรเร่งขยายตลาดจากฐานตลาดผู้บริโภคเดิม คือ ตลาดลิทัวเนีย

2 กลยุทธ์ในตลาดที่ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนามไม่ได้เป็นผู้นำ

2.1 การกำหนดตลาดที่มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อทำให้ขึ้นเป็นอันดับ 1 ในตลาด และตั้งเป้าการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งในตลาด ทั้งนี้ อาจต้องระวังคู่แข่งที่อยู่ในอันดับรองลงมาที่จะขึ้นมาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด

1) ตลาดที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาด คือ ตลาดเนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ หากไทยสามารถขึ้นเป็นผู้นำในตลาดเนเธอร์แลนด์ จะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมความมั่นคงของตลาดข้าวไทยในสหภาพยุโรปอีกด้วย

2) ตลาดที่กัมพูชามีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาด คือ ตลาดลัตเวีย

3) ตลาดที่เวียดนามมีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในตลาด คือ ตลาดลิทัวเนีย

2.2 การกำหนดตลาดที่มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งในอันดับรองลงมา และเจาะจงพื้นที่ในการทำการตลาดมากขึ้น เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาด

1) ตลาดที่ลาวควรเจาะจงพื้นที่ในการทำการตลาดเพิ่มเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด คือ ตลาดจีน เนื่องจากความเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์ เพื่อความสะดวก และลดต้นทุน ในการขนส่ง

2) ตลาดที่เมียนมาร์ควรเจาะจงพื้นที่ในการทำการตลาดเพิ่มเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด คือ ตลาดเบลเยียม

2.3 การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ด้วยการทำประชาสัมพันธ์แบบประชิดตัว การเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ เช่น ข้าวเสริมสารอาหาร (Fortified Rice) การเปิดตลาดส่งออกข้าวเปลือกในประเทศที่พัฒนาแล้ว การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคข้าวของประชากรในตลาดที่เจาะจง เพื่อที่การวางแผนการเพาะปลูกข้าวให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในอนาคต เป็นต้น

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

ความมั่นคงทางอาหาร คือ การที่ประชากรทุกคน สามารถเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าโภชนาการตามมาตรฐานของแต่ละประเทศ โดยการเข้าถึงอาหารนั้นจะต้องสามารถทำได้ทุกเวลา ทั้งทางกายภาพ ทางสังคม และทางเศรษฐกิจ โดยตอบสนองความต้องการและความชอบของตน เพื่อให้มีสุขภาพดีและร่างกาย ที่กระฉับกระเฉง ในภาวะปกติ โดยพิจารณาความมั่นคงทางอาหารจาก 3 ปัจจัย คือ การมีอยู่ของอาหาร การเข้าถึงอาหาร และการใช้ประโยชน์จากอาหาร โดยในแต่ละปัจจัยจะต้องเกิดขึ้นอย่างมีเสถียรภาพ และจากการประเมินความมั่นคงจากทั้ง 3 มิติ พบว่า ในกลุ่ม ไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม นั้น เวียดนามมีความมั่นคงทางอาหารสูงสุด รองลงมา คือ ไทย เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว โดยในมิติการมีอยู่ของอาหาร พบว่า เวียดนามและกัมพูชาอยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย ในขณะที่มิติการเข้าถึงอาหาร เวียดนามมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย และในมิติการใช้ประโยชน์จากอาหาร ไทย เวียดนาม และเมียนมาร์ มีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย ทั้งนี้หากแต่ละประเทศต้องการพัฒนาความมั่นคงทางอาหารภายในประเทศ เวียดนามจะต้องพัฒนาด้านสัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือน และความพร้อมของถนน ในขณะที่ไทยต้องพัฒนาด้านเสถียรภาพทางการเมือง และดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ ส่วนเมียนมาร์ต้องพัฒนาด้านเสถียรภาพทางการเมือง สัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือน และความพร้อมของถนน ลาวต้องพัฒนาทั้งการพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช ดัชนีราคาอาหารภายในประเทศ ความพร้อมของถนน และการเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา และกัมพูชาต้องพัฒนาทั้งสัดส่วนรายจ่ายอาหารต่อรายจ่ายครัวเรือน ความพร้อมของถนนในการขนส่งสินค้า และการเข้าถึงแหล่งน้ำที่พัฒนา

ทิศทางการบริโภคข้าวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้งในระดับโลก และระดับทวีป โดยประมาณการณ์ว่า ในปี 2019 ปริมาณการบริโภคข้าวในโลกจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.32 เมื่อเทียบกับปี 1999 ดังนั้นประเทศผู้ส่งออกข้าวหรือประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตข้าวจึงควรเร่งเพิ่มความมั่นคงทางอาหารในสินค้าข้าวภายในประเทศ เพื่อให้เป็นรากฐานที่สำคัญในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันใน

ตลาดค้าข้าว จากข้อมูลด้านความมั่นคงทางอาหารของแต่ละประเทศ ประกอบกับการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ PESTEL Analysis ของแต่ละประเทศ ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารของไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ดังนี้

#### 1. ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารสินค้าในสินค้าประเภทข้าวของไทย

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร โดยการเพิ่มเสถียรภาพของรัฐบาลและการเมืองของไทย

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร โดยการเพิ่มรายได้ของประชากรทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาการผลิต โดย 1) การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว ด้วยการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest) การเพิ่มผลผลิตต่อเกษตรกรเพื่อเพิ่มการประหยัดทางขนาด (Economy of Scale) และการพัฒนาระบบชลประทานภายในประเทศ และ 2) การลดต้นทุนการผลิตข้าวและสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากข้าว และการพัฒนาปรับปรุงทรัพยากรดิน ให้อุดมสมบูรณ์ ด้วยวิธีทางธรรมชาติ

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาเกษตรกร โดย 1) การส่งเสริมให้ชาวนาเน้นการปลูกข้าวในเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ 2) การปลูกฝังจิตสำนึกเพื่อให้ลูกหลานชาวนาสืบทอดอาชีพบรรพบุรุษ โดยการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาช่วยในการผลิตเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม 3) การส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเกษตร ตามแนวพระราชดำริ เศรษฐกิจพอเพียง

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวไทยของภาครัฐ โดยกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว การลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่รัฐเพื่อให้ความรู้ชาวนาในการเพาะปลูกข้าวที่เน้นเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ การสนับสนุนงานวิจัย และการนำงานวิจัยมาประยุกต์และต่อยอดในพื้นที่การเพาะปลูก การกำหนดสินค้าข้าวให้เป็นสินค้าที่อยู่ในบัญชีสินค้าที่ลดภาษีของคู่เจรจา ในกรอบ FTA และการทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย

#### 2. ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของกัมพูชา

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร โดยการเพิ่มเสถียรภาพของรัฐบาลและการเมืองของไทย

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มรายได้ต่อหัวของประชากร โดยการดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานและเป็นการเพิ่มรายได้ของประชากร

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้วย 1) การเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค 2) การลงทุนโครงการระบบชลประทาน โดยเริ่มต้นจากโครงการขนาดเล็กและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนระบบชลประทานครอบคลุมเขตพื้นที่ทำการเกษตร และ 3) การเพิ่มการจ่ายไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่ชนบท

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาการผลิต ด้วย 1) การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าวตามนโยบาย “Going with the Grain, Reaping the Benefits of Cambodian Rice” ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากข้าว 2) การลดต้นทุนการผลิตข้าว โดยการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต และการรวมกลุ่มกันเพื่อขนส่งสินค้า 3) การสนับสนุนการก่อตั้งสมาคมชาวนาและการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับสมาคมโรงสี

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวกัมพูชาของภาครัฐ ด้วย 1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การจัดสรรกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต การสนับสนุนการจัดหาเงินทุนให้แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและพัฒนาการทำเกษตรกรรม 2) การสร้างหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าข้าวและการสร้างมาตรฐานสินค้าข้าวกัมพูชาเพื่อการส่งออกตามความต้องการของประเทศผู้นำเข้าข้าว และสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล 3) การสนับสนุนงานวิจัยในภาคการเกษตร และ 4) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย

### 3. ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของลาว

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มรายได้ต่อหัวของประชากร โดยการดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานและเป็นการเพิ่มรายได้ของประชากร

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้วย 1) การเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค 2) การลงทุนโครงการระบบชลประทาน โดยเริ่มต้นจากโครงการขนาดเล็ก และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนระบบชลประทานครอบคลุมเขตพื้นที่ทำการเกษตร

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาการผลิต โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว ด้วย 1) การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ 2) การลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest)

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาเกษตรกร การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต การเพิ่มทักษะในการพัฒนาการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตมากขึ้น การสร้างแรงจูงใจในเกษตรกรวัยทำงานให้ไม่ย้ายถิ่นฐาน

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวขาวของภาครัฐ 1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว เช่น การลดดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวให้แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและพัฒนาการทำเกษตรกรรม การจัดตั้งธนาคารเมล็ดพันธุ์ 2) การสร้างหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าข้าวและการสร้างมาตรฐานสินค้าข้าวขาวเพื่อการส่งออก 3) การสนับสนุนงานวิจัยในภาคการเกษตร ทั้งด้านเมล็ดพันธุ์และเทคโนโลยีต่างๆ 4) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย

#### 4. ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของเมียนมาร์

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการมีอยู่ของอาหาร โดยการเพิ่มเสถียรภาพของรัฐบาลและการเมืองของไทย

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มรายได้ต่อหัวของประชากร โดยการดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานและเป็นการเพิ่มรายได้ของประชากร

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้วย 1) การเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค 2) การลงทุนโครงการระบบชลประทาน โดยเริ่มต้นจากโครงการขนาดเล็กและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนระบบ

ชลประทานครอบคลุมเขตพื้นที่ทำการเกษตร 3) การเพิ่มการจ่ายไฟฟ้าให้ครอบคลุมพื้นที่ชนบท โดยเฉพาะในเขตเกษตรกรรม และ 4) การเร่งซ่อมแซมโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับผลกระทบจากพายุไต้ฝุ่นนาร์กีส

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** การพัฒนาการผลิต ด้วย 1) การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกข้าว การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest) 2) การลดต้นทุนการผลิตข้าว โดยการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต และการรวมกลุ่มกันเพื่อขนส่งสินค้า 3) การสนับสนุนการก่อตั้งสมาคมชาวนาและการเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับสมาคมโรงสี

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** การพัฒนาเกษตรกร ด้วยการปลูกจิตสำนึกในการไม่ทำไร่เลื่อนลอย

**ยุทธศาสตร์ที่ 6** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวเมียนมาร์ของภาครัฐ ด้วย 1) การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว การกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมข้าวตลอดห่วงโซ่อุปทาน การจัดสรรกรรมสิทธิ์ในที่ดินเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต การมอบนโยบายให้ธนาคารพัฒนาการเกษตรแห่งเมียนมาร์ (Myanmar Agricultural Development Bank: MADB) เพิ่มวงเงินกู้ให้แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและพัฒนาการทำเกษตรกรรมมากกว่าในปัจจุบัน 2) การกำหนดหน่วยงานรัฐในการดูแลกับการใช้ที่ดินและการทำโซนนิ่งเกษตรกรรมการเพิ่มหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร และออกพื้นที่ให้ความรู้เกษตรกร 3) การสร้างหน่วยงานที่ให้การรับรองสินค้าข้าวและการสร้างมาตรฐานสินค้าข้าวลาวเพื่อการส่งออก 4) การสนับสนุนงานวิจัยในภาคการเกษตร ทั้งด้านเมล็ดพันธุ์ที่ดี หรือ เมล็ดพันธุ์ผสม (Hybrid Seed) และเทคโนโลยีต่างๆ โดยนำงานวิจัยมาใช้ในพื้นที่การเพาะปลูก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก 5) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย

## 5. ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในสินค้าประเภทข้าวของเวียดนาม

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การเพิ่มการเข้าถึงอาหาร เพื่อให้ประชากรเข้าถึงอาหารได้ดีขึ้น ด้วยการเพิ่มการจ้างงาน การดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติ การพัฒนาฝีมือแรงงานภายในประเทศ

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยการเตรียมความพร้อมถนนเพื่อใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่การเพาะปลูกข้าวกับตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** การสนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวเมียนมาร์ของภาครัฐ ด้วยการกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าว การสนับสนุนการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบและขั้นตอนการเก็บเกี่ยว การพัฒนาประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมโรงสี เพื่อลดการสูญเสียระหว่างก่อนและหลังกระบวนการเก็บเกี่ยว (Pre and Post Harvest) การทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนผลงานวิจัยระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV และไทย

เมื่อไทย และกลุ่ม CLMV มีความมั่นคงทางอาหารแล้ว ก็จะสามารถแข่งขันในเวทีค้าข้าวในตลาดโลกได้ ในตลาดระดับภูมิภาค ไทยควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ในตลาดแอฟริกาใต้ และตลาดสหภาพยุโรป ในขณะที่เวียดนามควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขันในตลาดเอเชีย ในตลาดระดับประเทศ ไทยควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ในตลาดฮ่องกง ตลาดสิงคโปร์ และตลาดเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่เวียดนามควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขันในตลาดฟิลิปปินส์ ตลาดมาเลเซีย ตลาดอินโดนีเซีย ตลาดจีน และตลาดลิทัวเนีย เพื่อเพิ่มความยั่งยืนในอุตสาหกรรมข้าวของไทยและเวียดนาม ในส่วนของเมียนมาร์ กัมพูชา และลาว นั้นควรเริ่มสร้างความสามารถทางการแข่งขันในระดับประเทศก่อนเพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญก่อนพัฒนาไปเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ 5 อันดับแรกของโลก โดยเมียนมาร์ควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขันในตลาดเบลเยียม ในขณะที่กัมพูชาควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขัน คือ ตลาดลิทัวเนียและตลาดลัตเวีย ในส่วนของลาวนั้นควรมุ่งสร้างความสามารถทางการแข่งขันในตลาดจีน หากมีความสามารถทางการแข่งขันในระดับประเทศแล้วจึงทำการตลาดในระดับภูมิภาคต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหารในการวิจัยเป็นยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทั้งการดำเนินงานระยะสั้น (Short Term) และการดำเนินงานระยะยาว (Long Term) เช่น การกำหนดนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมข้าวภายในประเทศ เป็นการดำเนินงานทั้งระยะสั้น ในขณะที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถนน ระบบชลประทาน เป็นการดำเนินงานระยะยาว เป็นต้น

2) ภาครัฐไทยควรเร่งพัฒนาความร่วมมือกับภาครัฐของกลุ่ม CLMV เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวในกลุ่มผู้ผลิตข้าวในอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในเดือนธันวาคม 2558 โดยไทยอาจใช้โอกาสนี้ในการเป็นผู้ประสานงานหลักในความร่วมมือดังกล่าว เพราะในไทยและกลุ่ม CLMV นั้น ไทยมีเทคโนโลยีในการผลิต เช่น โรงสี สูงกว่ากลุ่ม CLMV ดังนั้นหากมีความร่วมมือระหว่างกันในอุตสาหกรรมข้าว และร่วมมือกันในการส่งออกข้าวในตลาดโลก จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวในอาเซียนมีอำนาจการต่อรองที่สูงมากขึ้น ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของข้าวไทยและกลุ่ม CLMV ในตลาดโลก

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะปริมาณการส่งออกเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษามูลค่าการส่งออกควบคู่ด้วยเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการประเมินตลาดที่จะส่งออก

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ .2555. **เส้นทางสู่อนาคตข้าวไทย** . กรุงเทพฯ: กรมการข้าว.
- กรมการค้าต่างประเทศ. 2557. กฎหมาย. ใน **บริการข้อมูล** (Online). <http://www.dft.go.th/>, 24 พฤษภาคม 2557.
- โกศล ดีศีลธรรม. 2546. **การสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: ธีระป๋อมวรรณกรรม.
- คณะเศรษฐศาสตร์ร่วมกับศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2554. **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพิ่มศักยภาพชาวนาไทยเพื่อรองรับการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จินตนา บุญบังการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์. 2549. **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: ซีไอเอ็ม ยูเคชั่น.
- ณัฐกมล นพเก้า. 2553. **การวิเคราะห์โครงสร้างการส่งออก การนำเข้า และความสามารถการแข่งขันในการส่งออกข้าวของประเทศสมาชิกอาเซียน**. การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2551. **เทคนิควิธีการวิเคราะห์นโยบาย**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนพร หาได้ และคณะ. 2553. “การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันการส่งออกข้าวชาวกรณีศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม.” **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น** 3 (2): 42-53.
- นายแพทย์วรวิทย์ เจริญศิริ. 2556. สมดุลของน้ำในร่างกาย. ใน **บทความสุขภาพ** (Online). <http://www.bangkokhealth.com/index.php/health/health-system/uro/1572-2013-08-22-09-45-20.html>, 5 ธันวาคม 2556.

- นิชภา สุทธิรักษ์ และคณะ. 2556. “การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกข้าวของประเทศไทย.” วารสารสมาคมส่งเสริมการวิจัย 4 (1): 93-105.
- ประวัติ เพียรเจริญ. 2556. **กลยุทธ์ Lanchester ยุทธการลัมเบอร์หนึ่งของมีอรอง.**  
กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). แปลจาก N. Ryo. 2010. *Zen Zukai Lanchester Senryaku Ga Zenbu Wakaru Hon.* Japan: ASA Publishing Co., Ltd.
- พัชรินทร์ ทางทอง. 2552. **ความมั่นคงทางด้านอาหาร: ข้าว ของตำบลเชียงเครือ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร.** การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. 2555. **การจัดการเชิงกลยุทธ์เทคโนโลยีและนวัตกรรม.**  
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. 2550. **คู่มือเชิงปฏิบัติวิธีการจัดทำแผนกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). แปลจาก Network Dynamics Consulting. 1999.  
*Jitsumu Nyumon Jigyo Keikakusho no Tsukurikata.* Japan: JMA Management Center Inc.
- วาสนา ผลารักษ์. 2523. **ข้าว.** ภาควิชาพืชศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัฒนา พัฒนพงศ์. 2546. **BSC และ KPI เพื่อการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน.** พิมพ์ครั้งที่ 4.  
กรุงเทพมหานคร: แปซิฟิค.
- วัฒนาวดี คุ่มทองมาก. 2548. **ผลกระทบของการขยายตัวของประชากรชาวกะเหรี่ยงที่มีต่อการใช้ทรัพยากรเพื่อการเกษตรและความมั่นคงทางด้านอาหาร: กรณีศึกษา หมู่บ้านเมืองแพม จังหวัดแม่ฮ่องสอน.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรุฒิ เจริญศิริ. 2556. สมดุลของน้ำในร่างกาย. ใน **บทความสุขภาพ** (Online).

<http://www.bangkokhealth.com/index.php/health/health-system/uro/1572-2013-08-22-09-45-20.html>, 5 ธันวาคม 2556.

ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. 2557. **จุดแข็ง-จุดอ่อน-เป็องตัน ของ**

**ประเทศต่างๆ ใน AEC ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน** (Online). <http://www.thai-aec.com/140>, 24 เมษายน 2557.

ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

2556. **การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการเกษตรประเทศไทยเปรียบเทียบกับสมาชิกอาเซียน กรณีศึกษา กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์** (Online).

<http://www.oae.go.th/aeoc/asset/uploads/file/AEC%2056.pdf>, 25 เมษายน 2557.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2542. **การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน (รายงานทิศทางเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าระหว่างประเทศ).**

กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2542. “การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน (รายงานทิศทางเศรษฐกิจและการค้าไทย: ภาคการค้าระหว่างประเทศ).” กรุงเทพมหานคร:

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. อ้างถึง ไพฑูรย์ วิบูลชุดติกุลม. 2540. **การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในตลาดโลก.** กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. 2556. ประวัติศาสตร์ข้าวโลก. ใน **ข้อมูลเกี่ยวกับข้าว** (Online).

[http://www.thairiceexporters.or.th/rice\\_profile.htm](http://www.thairiceexporters.or.th/rice_profile.htm), 15 มิถุนายน 2556.

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2552. **รายงานการวิจัยเรื่อง ระบบข้าราชการในอนาคต. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. นนทบุรี: สำนักงาน**

**คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.**

- สำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2555. **รายงานวิเคราะห์ความมั่นคงด้านอาหารและภาวะโภชนาการของไทย พ.ศ. 2548-2554** (Online).  
<http://www.oae.go.th/download/journal/thaifood56.pdf>, 11 สิงหาคม 2556.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. 2555. **มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 4004-2555**. 16 พฤศจิกายน 2555.
- สมพร อิศวิลานันท์. 2556 กรกฎาคม 31. (วิทยากร), **เปิดปมนโยบายข้าวไทย**. [สไลด์].  
 กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุดใจ วันอุดมเดชชัย. 2556. **Strategic Management การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- สุมิตร สุวรรณ. 2554. **การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategic Formulation)**. นครปฐม:  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน.
- สุมิตร สุวรรณ. 2554. **การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategic Formulation)**. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม:  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน. อ้างถึง Weihrich, H. 1982. "The Tows Matrix-a tool for situational analysis. " *Journal of Long Range Planing*, Vol.15 No.2.
- สุรัชย์ รักษาชาติ. 2545. **ความมั่นคงทางอาหารในระดับครัวเรือนของคนชายขอบ: รูปแบบการบริโภค และแหล่งที่มาของอาหารของครัวเรือนกะเหรี่ยง ภาคตะวันตก ประเทศไทย**. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาชนบท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสรี พงศ์พิศ. 2553. **ร้อยคำที่ควรรู้**. กรุงเทพมหานคร: พลังปัญญา.
- สสว. 2552. **คู่มือการค้าการลงทุนในสหภาพเมียนมาร์** (Online).  
<http://www.sme.go.th/Documents/2553/tt/research/invest-Myanmar.pdf>, 22 เมษายน 2557.
- อนิวัช แก้วจำนงค์. 2551. **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.

อภิชาติ พงษ์ศรีหุดุชัย และคณะ. 2553. **กลไกการส่งออกข้าวของ สปป. ลาว**. 1. กรุงเทพฯ: สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน).

Acord, T. 1999. "Marketing Strategies for the millennium." **FDM** 1999: 71(22-25).

ADB. 2012. **ASEAN and Global Rice Situation and Outlook**. ADB Sustainable Development Working Paper Series. Manila: ADB.

ADI. March 2010. **Cambodia Rice Value Chain Study: Crop Year 2009-2010: Final Report**. Prepared for FAO Investment Center. Phnom Penh, Cambodia: Agricultural Development International (ADI).

Asia-Pacific Economic Cooperation. 2013. **APEC Food Security Roadmap Towards 2020 (Version 2013)** (Online). [http://www.apip-apec.com/multi/plan/2013/10/17/files/APEC\\_Food\\_Security\\_Road\\_map\\_towards\\_2020\\_version2013\\_2.pdf](http://www.apip-apec.com/multi/plan/2013/10/17/files/APEC_Food_Security_Road_map_towards_2020_version2013_2.pdf), Dec 3, 2013.

Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade. 2014a. **Cambodia Country Brief** (Online). [http://www.dfat.gov.au/geo/cambodia/cambodia\\_brief.html](http://www.dfat.gov.au/geo/cambodia/cambodia_brief.html), 27 April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014b. **Laos Country Brief** (Online). [http://www.dfat.gov.au/geo/laos/laos\\_brief.html](http://www.dfat.gov.au/geo/laos/laos_brief.html), April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014c. **Burma Country Brief** (Online). [http://www.dfat.gov.au/geo/burma/burma\\_brief.html](http://www.dfat.gov.au/geo/burma/burma_brief.html), April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014d. **Country Fact Sheet**. In **Burma**. (Online). <http://www.dfat.gov.au/geo/fs/burm.pdf>, April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014e. **Vietnam Country Profile** (Online). [http://www.dfat.gov.au/geo/vietnam/vietnam\\_brief.html](http://www.dfat.gov.au/geo/vietnam/vietnam_brief.html), April 27, 2014.

- Biotechnology and Biological Sciences Research Council. 2013. **Global Food Security Strategic Plan 2011-2016 Update November 2013** (Online).  
<http://www.foodsecurity.ac.uk/assets/pdfs/gfs-strategic-plan.pdf>, Dec 1, 2013.
- Campbell, N. C. G. and K. J. Roberts. 1986. "Lanchester Market Structures: a Japanese Approach to the Analysis of Business Competition." **Strategic Management Journal** 1986 7: 189-200.
- Canadian International Development Agency. 2013. **Increasing Food Security CIDA's Food Security Strategy** (Online). [http://www.acdi-cida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Youth-and-Children/\\$file/food-security-strategy-e.pdf](http://www.acdi-cida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Youth-and-Children/$file/food-security-strategy-e.pdf), Dec 1, 2013.
- CLMV Capital Asia. 2013. **Rice Industry in Cambodia: A SWOT Analysis** (Online).  
[http://www.clmvcapital.com/imgs/99/PREZ-Rice\\_Industry20130413\\_ppt.pdf](http://www.clmvcapital.com/imgs/99/PREZ-Rice_Industry20130413_ppt.pdf), April 15, 2014.
- Conceicao, P. and R. U. Mendoza.U. 2009. "Anatomy of the Global Food Crisis." **Third World Quarterly** 2009 30:1159-1182.
- Department of Economic and Social Affairs, United Nations. 2013. **World Population Prospects: The 2012 Revision, Key Findings and Advance Tables**. New York: United Nations.
- Department for Environment Food and Rural Affairs. United of Kingdom. 2006. **Food Security and the UK: An Evidence and Analysis Paper**.
- Dranove, D. and S. Marciano. 2005. **Kellogg on Strategy Concepts, Tools, and Frameworks for Practitioners**. Canada: John Wiley and Sons.
- EIU. 2013a. **Global food security index 2013. An annual measure of the state of global food security**.

EIU. 2013b. Methodology. In **Global food security index** (Online).

<http://foodsecurityindex.eiu.com/Home/Methodology>, August 31, 2013.

ERS USDA. 2012. **Southeast Asia's Rice Surplus** (Online).

<http://www.ers.usda.gov/ersDownloadHandler.ashx?file=media/978994/rcs-12l-01.pdf>, August 18, 2013.

\_\_\_\_\_. 2013. **International Food Security Assessment, 2013-2023**, GFA-24.

\_\_\_\_\_. 2014. **Rice Year Book 2014**. In **Data Products**. (Online).

<http://www.ers.usda.gov/data-products/rice-yearbook-2014.aspx>, April 13, 2014.

European Union External Action, 2014. **Vietnam-European Community Strategy Paper for the Period 2007 to 2013** (Online). [http://eeas.europa.eu/vietnam/csp/07\\_13\\_en.pdf](http://eeas.europa.eu/vietnam/csp/07_13_en.pdf), April 27, 2014.

FAO. 1996. **Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action**. World Food Summit 13-17 November 1996. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

\_\_\_\_\_. 1999. **The State of Food Insecurity in The World 1999**. UK: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

\_\_\_\_\_. 2008. **Food security information for action practical guides**. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

\_\_\_\_\_. 2009. **Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit**. World Food Summit 16-18 November 2009. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

\_\_\_\_\_. 2010. **Special Report: FAO-World Food Programme Crop and Food Security Assessment Mission to Myanmar**. Rome: Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

- FAO. 2012. **World agriculture towards 2030/2050: The 2012 revision.** ESA Working Paper No. 12-03. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- \_\_\_\_\_. 2013a. **Food Security Indicators** (Online).  
<http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/fs-data/en/>, July 7, 2013.
- \_\_\_\_\_. 2013b. **FAO Statistical Yearbook 2013 World food and agricultural.** Rome: FAO.
- \_\_\_\_\_. 2013c. Food security indicators. In **Statistics.** (Online). [http://www.fao.org/fileadmin/templates/ess/foodsecurity/Food\\_Security\\_Indicators.xlsx](http://www.fao.org/fileadmin/templates/ess/foodsecurity/Food_Security_Indicators.xlsx), Jan 11, 2014.
- \_\_\_\_\_. 2013d. Cereals and Products Rice. In **Definition and classification of commodities.** (Online). <http://www.fao.org/es/faodef/fdef01e.htm>, June 21, 2013.
- FAO. 2013e. FAO Country Profiles. In **The Kingdom of Thailand.** (Online).  
[http://www.fao.org/fileadmin/templates/ess/documents/food\\_security\\_statistics/country\\_profiles/eng/Thailand\\_E.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/ess/documents/food_security_statistics/country_profiles/eng/Thailand_E.pdf), August 30, 2013.
- \_\_\_\_\_. 2013f. **The State of Food Insecurity in The World 2012.** Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- FAOSTAT. 2014. Crops Primary Equivalent. In **Commodity Balances.** (Online).  
<http://faostat.fao.org/site//616DesktopDefault.aspx?PageID=616#ancor>, May 15, 2014.
- Hayes, R. *et al.* 2005. **Operations, Strategy, and Technology Pursuing the Competitive Edge.** USA: John Wiley and Sons.
- International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. 2006. **How to Conduct a Food Security Assessment: A Step-by-Step Guide for National Societies in Africa.** Switzerland: International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies.

- International Rice Research Institute. 2007. **Rice Races**. (Online).  
[http://www.knowledgebank.irri.org/ericeproduction/0.5\\_Rice\\_races.htm](http://www.knowledgebank.irri.org/ericeproduction/0.5_Rice_races.htm), Oct 29, 2013.
- Lefler, P. 2012. **The New Lanchester Strategy Revisited**. (Online).  
[http://customerthink.com/the\\_new\\_lanchester\\_strategy\\_revisited/](http://customerthink.com/the_new_lanchester_strategy_revisited/), Mar 27, 2014.
- Liang, L. 1993. "China's Post-Harvest Grain Losses and the Means of Their Reduction and Elimination." **Econ Geogr/Jing Ji Di Li** 1993 1:92-96.
- Life Sciences Research Organization, Inc. 1990. "Core Indicators of Nutritional State for Difficult-to-Sample Populations." **The Journal of Nutrition** 1990 120:1557-1600.
- Mark W.R. and A. C. Sarah. 2003. "Global Food Security: Challenges and Policies." **Science** 2003 32:1917-1918.
- Mittal, S. 2007. "Strengthening Backward and Forward Linkages in Horticulture: Some Successful Initiatives." **Agri Econ Res Rev** 2007 20:457-469.
- National Research Council. 2013. Climate Change and Food Security. In **NRC**. (Online).  
<http://www.climatechange-foodsecurity.org/nrc.html>, November 29, 2013.
- Ryo, N. 2010. **Zen Zukai Lanchester Senryaku Ga Zenbu Wakaru Hon**. Japan: ASA Publishing Co., Ltd.
- PATH [the Program for the Introduction and Adaptation of Contraceptive Technology]. 2010. **Introducing Fortified Rice in Cambodia and Vietnam** (Online).  
[http://camnut.weebly.com/uploads/2/0/3/8/20389289/2011cambodia\\_fortified\\_rice\\_market\\_assessment.pdf](http://camnut.weebly.com/uploads/2/0/3/8/20389289/2011cambodia_fortified_rice_market_assessment.pdf), April 17, 2014.
- Pearce, J. A. and R. B. Robinson. 2009. **Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy**. 11th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.

- Pedro C. and U. M. Ronald. 2009. "Anatomy of the Global Food Crisis." **Third World Quarterly** 2009 30:1159-1182.
- Porter, M. E. 1980. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free.
- Premanandh, J. 2011. "Factors Affecting Food Security and Contribution of Modern Technologies in Food Sustainability." **Journal Science Food Agriculture** 2011 91:2707-2714.
- Purseglove, J. W. 1978. **Tropical Crops Monocotyledons**. Vol. 1 and 2 combined. Longman Group Ltd., London.
- Rosegrant, M. W. and S. A. Cline. 2003. "Global Food Security: Challenges and Policies." **Science** 2003 32:1917-1918.
- Seck, P. A. *et al.* 2012. "Crops that feed the world 7: Rice." **Food Security** 2012 4:7-24.
- Spulber, D. F. 2009. **Global Competitive Strategy**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: Cambridge University Press.
- Steven, G. B. 2007. **The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win**. 3<sup>rd</sup> ed. 5<sup>th</sup> rev. San Mateo, California: Cafepress.
- Tey, Y.-S. and A. Radam. 2011. "Demand patterns of rice imports in Malaysia: Implications for food security." **Food Security** 2011 3:253-261.
- The Economist. 2009. **SWOT Analysis Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats** (Online). <http://www.economist.com/node/14301503>, Jan, 3, 2014.
- The Economist Intelligence Unit. 2013a. **Global food security index 2013. An annual measure of the state of global food security**.

- The Economist Intelligence Unit. 2013b. Methodology. In **Global food security index** (Online). <http://foodsecurityindex.eiu.com/Home/Methodology>, August 31, 2013.
- Trade and Markets Division FAO. 2012. **Rice Market Monitor**: November 2012 Volume XV-Issue No.4.
- \_\_\_\_\_. 2013a. **Rice Market Monitor**: January 2013 Volume XVI-Issue No.1.
- \_\_\_\_\_. 2013b. **Rice Market Monitor**: April 2013 Volume XVI-Issue No.2.
- \_\_\_\_\_. 2013c. **Rice Market Monitor**: November 2013 Volume XVI-Issue No.4.
- Walker, G. 2007. **Modern Competitive Strategy**. Singapore: McGraw-Hill.
- World Food Programme. 2011. **World Food Programme Lao PDR** (Online). [http://www.wfp.org/sites/default/files/WFP%20Lao%20PDR%20Country%20Strategy\\_ENG.pdf](http://www.wfp.org/sites/default/files/WFP%20Lao%20PDR%20Country%20Strategy_ENG.pdf), April 12, 2014.
- WHO. 2013. Food Security. In **Trade, foreign policy, diplomacy and health** (Online). <http://www.who.int/trade/glossary/story028/en/>, July 17, 2013.
- Wheelen, T. L. and J. D. Hunger. 2012. **Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability**. 13th ed. USA: Pearson.
- World Bank. 2013a. **Data Population, total** (Online). <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>, July 2, 2013.
- \_\_\_\_\_. 2013b. **Data Food production index** (Online). <http://data.worldbank.org/indicator/AG.PR.D.FOOD.XD/countries/1W?display=graph>, July 2, 2013.
- \_\_\_\_\_. 2013c. **Agricultural land (% of land area)** (Online). <http://data.worldbank.org/indicator/AG.LND.AGRI.ZS/countries/1W?display=default>, July 2, 2013.

World Bank. 2013d. **Roads, paved (% of total roads)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/IS.ROD.PAVE.ZS>, April 4, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014a. **GDP (current US\$)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>, April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014b. **GDP per capita (current US\$)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD/countries>, April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014c. **GDP growth (annual%)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/countries>, April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014d. **Inflation, GDP deflator (annual%)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.DEFL.KD.ZG/countries>, April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014e. **Unemployment, male (% of male labor force)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.MA.ZS>, April 27, 2014.

\_\_\_\_\_. 2014f. **Unemployment, female (% of female labor force)** (Online).

<http://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.FE.ZS>, April 27, 2014.

USDA. 2006. **Food security in the U.S. Measurement** (Online).

<http://www.ers.usda.gov/topics/food-nutrition-assistance/food-security-in-the-us/measurement.aspx>, August 31, 2013.

UN. 2013. Background. In **Millennium Development Goals and Beyond 2015** (Online).

<http://www.un.org/millenniumgoals/bkgd.shtml>, October 21, 2013.

United Nations Environment Programme. 2002. **Global Environment Outlook-Past, Present and Future Perspectives**. London: United Nations.





# การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช

คำนวณจาก  $\frac{\text{ปริมาณข้าวที่นำเข้า}}{\text{ปริมาณข้าวที่ผลิต+ปริมาณข้าวที่นำเข้า-ปริมาณข้าวที่ส่งออก}} \times 100$

(ปริมาณข้าวที่ผลิต+ปริมาณข้าวที่นำเข้า-ปริมาณข้าวที่ส่งออก)

ปริมาณการนำเข้าในไทยและกลุ่ม CLMV (หน่วย: ตัน)

|           | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ไทย       | 21,561 | 30,432 | 37,796 | 31,475 | 37,760 |
| กัมพูชา   | 48,736 | 27,576 | 19,891 | 70,024 | 12,604 |
| ลาว       | 27,378 | 26,384 | 47,846 | 47,549 | 18,977 |
| เมียนมาร์ | 3,334  | 85,757 | 24,351 | 1,682  | 3,257  |
| เวียดนาม  | 2,151  | 706    | 876    | 1,017  | 2,491  |

ปริมาณการผลิตข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV (หน่วย: ตัน)

|           | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| ไทย       | 21,410,300 | 21,110,970 | 21,421,412 | 23,734,288 | 23,070,436 |
| กัมพูชา   | 4,486,909  | 4,786,040  | 5,059,775  | 5,499,628  | 5,855,593  |
| ลาว       | 1,807,603  | 1,980,930  | 2,097,582  | 2,048,117  | 2,044,862  |
| เมียนมาร์ | 20,977,817 | 21,726,178 | 21,798,867 | 21,730,626 | 19,349,597 |
| เวียดนาม  | 23,973,781 | 25,832,776 | 25,979,783 | 26,683,735 | 28,279,693 |

ปริมาณการส่งออกในไทยและกลุ่ม CLMV (หน่วย: ตัน)

|           | 2007      | 2008       | 2009      | 2010      | 2011       |
|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|
| ไทย       | 9,254,120 | 10,285,432 | 8,679,816 | 8,990,500 | 10,778,729 |
| กัมพูชา   | 2,919     | 5,659      | 17,539    | 53,153    | 181,031    |
| ลาว       |           |            |           |           |            |
| เมียนมาร์ | 383,109   | 725,863    | 887,071   | 627,571   | 918,097    |
| เวียดนาม  | 4,713,468 | 4,896,679  | 6,172,166 | 7,128,068 | 7,354,580  |

การพึ่งพาอาศัยการนำเข้าธัญพืช (ข้าว)

|           | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | ค่าเฉลี่ย (2007-2011) |
|-----------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| ไทย       | 0.18 | 0.28 | 0.30 | 0.21 | 0.31 | 0.25                  |
| กัมพูชา   | 1.08 | 0.57 | 0.39 | 1.27 | 0.22 | 0.71                  |
| ลาว       | 1.49 | 1.31 | 2.23 | 2.27 | 0.92 | 1.64                  |
| เมียนมาร์ | 0.02 | 0.41 | 0.12 | 0.01 | 0.02 | 0.11                  |
| เวียดนาม  | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.01                  |



### คำถามในการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

คำถามสัมภาษณ์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร และแนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขัน กรณีสินค้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV ของนางสาวกมลรัตน์ เหลืองสด นิสิตปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อภาพรวมสถานการณ์ข้าวของโลก การผลิตข้าวของไทย และความมั่นคงทางอาหาร ในกรณีสินค้าข้าวไทย
2. ปัจจุบันหน่วยงานของท่านมีนโยบายและบทบาทอย่างไร ในการส่งเสริมสินค้าข้าวของไทย
3. ท่านคิดว่าระบบการค้าเสรีจะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายในการผลิตข้าวของไทย หรือไม่ อย่างไร
4. ท่านมีแนวทาง/แนวคิดอย่างไร ในการสนับสนุน/ส่งเสริมให้ไทยกลับไปเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลก
5. ท่านคิดว่าบทบาทของหน่วยงานของไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้าวไทย จะมีความเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ภายหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน หากมี การเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปในลักษณะใด

### คำถามในการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า

คำถามสัมภาษณ์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร และแนวทางสร้างความสามารถทางการแข่งขัน กรณีสินค้าข้าวในไทยและกลุ่ม CLMV ของนางสาวกมลรัตน์ เหลืองสด นิสิตปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค้า มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อภาพรวมสถานการณ์ข้าวของโลก และการส่งออกข้าวของไทย
2. ปัจจุบันหน่วยงานของท่านมีนโยบายและบทบาทอย่างไร เกี่ยวกับสินค้าข้าวของไทย
3. ท่านคิดว่าระบบการค้าเสรีจะส่งผลกระทบต่อเป้าหมายในการส่งออกข้าวของไทย หรือไม่ อย่างไร
4. ท่านมีแนวทาง/แนวคิดอย่างไร ในการสนับสนุน/ส่งเสริมให้ไทยกลับไปเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลก
5. ท่านคิดว่าบทบาทของหน่วยงานของไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้าวไทย จะมีความเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ภายหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน หากมี การเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปในลักษณะใด



ภาคผนวก ค

ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าข้าวที่สำคัญ ของไทย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดสหภาพยุโรป ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ค่าเฉลี่ยส่วน<br>แบ่งทาง<br>การตลาด<br>ในช่วงปี<br>2009-2013 | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |         |         |         |         |
|--------|--------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------|---------|---------|---------|---------|
|        |              |                                                              |                       |         |         |         |         |
|        |              |                                                              | 2009                  | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    |
| 1      | ไทย          | 23.17                                                        | 481,732               | 365,345 | 399,356 | 218,478 | 208,701 |
| 2      | อินเดีย      | 22.11                                                        | 252,854               | 246,648 | 242,543 | 489,815 | 364,898 |
| 3      | ปากีสถาน     | 10.69                                                        | 143,367               | 192,484 | 213,794 | 83,894  | 138,379 |
| 4      | กัมพูชา      | 7.19                                                         | 12,086                | 38,680  | 122,922 | 119,722 | 225,696 |
| 5      | อุรุกวัย     | 7.08                                                         | 139,067               | 62,803  | 127,006 | 100,727 | 81,865  |
| 6      | กายอานา      | 6.57                                                         | 146,111               | 146,714 | 75,633  | 42,679  | 63,587  |
| 7      | สหรัฐอเมริกา | 5.44                                                         | 73,973                | 81,094  | 125,511 | 60,900  | 51,614  |
| 8      | อียิปต์      | 4.79                                                         | 51,578                | 92,221  | 52,226  | 54,344  | 95,356  |
| 9      | บราซิล       | 3.20                                                         | 35,898                | 10,372  | 97,048  | 38,994  | 48,604  |
| 10     | เวียดนาม     | 3.13                                                         | 67,524                | 22,259  | 26,546  | 37,196  | 72,457  |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดสวีเดน ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ค่าเฉลี่ยส่วน | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |        |        |        |        |  |
|--------|--------------|---------------|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--|
|        |              | แบ่ง          |                       |        |        |        |        |  |
|        |              | ทางการตลาด    |                       |        |        |        |        |  |
|        |              | ในช่วงปี      |                       |        |        |        |        |  |
|        |              | 2009-2013     | 2009                  | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   |  |
| 1      | ไทย          | 22.47         | 14,471                | 15,262 | 15,158 | 10,493 | 10,542 |  |
| 2      | อิตาลี       | 14.05         | 6,898                 | 7,847  | 9,328  | 8,321  | 8,840  |  |
| 3      | เบลเยียม     | 11.98         | 6,576                 | 5,784  | 5,989  | 7,905  | 8,896  |  |
| 4      | เยอรมนี      | 10.76         | 5,447                 | 6,184  | 7,318  | 6,551  | 6,063  |  |
| 5      | เนเธอร์แลนด์ | 9.84          | 5,562                 | 6,999  | 6,054  | 5,696  | 4,561  |  |
| 6      | ปากีสถาน     | 6.73          | 4,369                 | 5,259  | 2,964  | 4,224  | 2,939  |  |
| 7      | อินเดีย      | 5.09          | 1,585                 | 1,970  | 2,938  | 3,963  | 4,466  |  |
| 8      | เดนมาร์ก     | 4.47          | 2,435                 | 2,332  | 2,546  | 2,978  | 2,813  |  |
| 9      | สหรัฐอเมริกา | 3.33          | 1,620                 | 1,865  | 1,948  | 2,077  | 2,252  |  |
| 10     | กัมพูชา      | 2.37          | 0                     | 485    | 1,759  | 1,677  | 3,020  |  |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดเนเธอร์แลนด์ ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ   | ค่าเฉลี่ย<br>ส่วนแบ่ง<br>ทาง<br>การตลาด<br>ในช่วงปี<br>2009-2013 | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |        |        |        |        |
|--------|----------|------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
|        |          |                                                                  | 2009                  | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   |
|        |          |                                                                  |                       |        |        |        |        |
| 1      | อินเดีย  | 18.34                                                            | 49,062                | 35,448 | 33,688 | 58,470 | 50,004 |
| 2      | ไทย      | 16.36                                                            | 50,711                | 45,707 | 56,166 | 26,950 | 22,734 |
| 3      | อิตาลี   | 14.56                                                            | 27,245                | 48,223 | 50,926 | 30,234 | 23,307 |
| 4      | กายอานา  | 10.06                                                            | 55,788                | 39,258 | 12,658 | 10,446 | 6,261  |
| 5      | สเปน     | 6.66                                                             | 7,136                 | 7,749  | 12,699 | 35,016 | 19,668 |
| 6      | กัมพูชา  | 5.13                                                             | 24                    | 1,248  | 13,947 | 15,637 | 32,530 |
| 7      | เบลเยียม | 4.41                                                             | 10,936                | 11,050 | 12,183 | 11,841 | 8,525  |
| 8      | ซูรินาเม | 3.75                                                             | 17,668                | 20,585 | 5,217  | 1,979  | 899    |
| 9      | กรีซ     | 2.83                                                             | 3,855                 | 9,733  | 6,447  | 8,262  | 6,733  |
| 10     | ปากีสถาน | 2.71                                                             | 4,099                 | 8,068  | 11,531 | 3,696  | 6,113  |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดเนเธอร์แลนด์ ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ   | ค่าเฉลี่ยส่วนแบ่ง |       | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |       |       |       |  |
|--------|----------|-------------------|-------|-----------------------|-------|-------|-------|--|
|        |          | ทางการตลาด        |       |                       |       |       |       |  |
|        |          | ในช่วงปี          |       |                       |       |       |       |  |
|        |          | 2009-2013         | 2009  | 2010                  | 2011  | 2012  | 2013  |  |
| 1      | กัมพูชา  | 20.27             | 168   | 2,736                 | 3,656 | 2,472 | 3,945 |  |
| 2      | เวียดนาม | 17.95             | 4,869 | 722                   | 1,410 | 1,512 | 2,980 |  |
| 3      | อิตาลี   | 12.75             | 925   | 3,152                 | 1,188 | 1,597 | 1,300 |  |
| 4      | ปากีสถาน | 9.86              | 844   | 2,035                 | 721   | 1,683 | 1,030 |  |
| 5      | กรีซ     | 9.33              | 1,262 | 1,535                 | 1,274 | 1,040 | 861   |  |
| 6      | โปแลนด์  | 8.08              | 975   | 974                   | 1,398 | 990   | 837   |  |
| 7      | ลัตเวีย  | 4.48              | 188   | 371                   | 1,154 | 435   | 723   |  |
| 8      | อินเดีย  | 2.91              | 14    | 0                     | 18    | 1,534 | 296   |  |
| 9      | ไทย      | 2.76              | 687   | 183                   | 568   | 89    | 238   |  |
| 10     | จีน      | 2.68              | 1,190 | 504                   | 24    | 0     | 0     |  |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดลิทัวเนีย ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ   | ค่าเฉลี่ยส่วน | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |       |       |       |       |  |
|--------|----------|---------------|-----------------------|-------|-------|-------|-------|--|
|        |          | แบ่ง          |                       |       |       |       |       |  |
|        |          | ทางการตลาด    |                       |       |       |       |       |  |
|        |          | ในช่วงปี      |                       |       |       |       |       |  |
|        |          | 2009-2013     | 2009                  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  |  |
| 1      | กัมพูชา  | 20.27         | 168                   | 2,736 | 3,656 | 2,472 | 3,945 |  |
| 2      | เวียดนาม | 17.95         | 4,869                 | 722   | 1,410 | 1,512 | 2,980 |  |
| 3      | อิตาลี   | 12.75         | 925                   | 3,152 | 1,188 | 1,597 | 1,300 |  |
| 4      | ปากีสถาน | 9.86          | 844                   | 2,035 | 721   | 1,683 | 1,030 |  |
| 5      | กรีซ     | 9.33          | 1,262                 | 1,535 | 1,274 | 1,040 | 861   |  |
| 6      | โปแลนด์  | 8.08          | 975                   | 974   | 1,398 | 990   | 837   |  |
| 7      | ลัตเวีย  | 4.48          | 188                   | 371   | 1,154 | 435   | 723   |  |
| 8      | อินเดีย  | 2.91          | 14                    | 0     | 18    | 1,534 | 296   |  |
| 9      | ไทย      | 2.76          | 687                   | 183   | 568   | 89    | 238   |  |
| 10     | จีน      | 2.68          | 1,190                 | 504   | 24    | 0     | 0     |  |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดลัตเวีย ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ    | ค่าเฉลี่ยส่วนแบ่ง |          | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |       |       |       |      |
|--------|-----------|-------------------|----------|-----------------------|-------|-------|-------|------|
|        |           | ทางการตลาด        | ในช่วงปี |                       |       |       |       |      |
|        |           |                   |          |                       |       |       |       |      |
|        |           |                   |          | 2009-2013             | 2009  | 2010  | 2011  | 2012 |
| 1      | ลิทัวเนีย | 24.8617           | 1,432    | 1,478                 | 1,652 | 1,480 | 1,553 |      |
| 2      | กัมพูชา   | 23.72254          | 0        | 528                   | 3,767 | 912   | 2,040 |      |
| 3      | กรีซ      | 13.51926          | 624      | 1,178                 | 864   | 840   | 624   |      |
| 4      | เบลเยียม  | 10.79904          | 611      | 702                   | 846   | 849   | 291   |      |
| 5      | อิตาลี    | 7.627091          | 1,006    | 335                   | 324   | 308   | 357   |      |
| 6      | เอสโตเนีย | 4.370028          | 270      | 144                   | 520   | 164   | 237   |      |
| 7      | ปากีสถาน  | 2.25212           | 240      | 155                   | 72    | 173   | 48    |      |
| 8      | โปแลนด์   | 1.770925          | 18       | 43                    | 206   | 148   | 126   |      |
| 9      | เวียดนาม  | 1.613801          | 170      | 0                     | 0     | 273   | 50    |      |
| 10     | สเปน      | 1.332286          | 0        | 0                     | 0     | 23    | 384   |      |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดจีน ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ    | ค่าเฉลี่ย<br>ส่วนแบ่ง<br>ทาง<br>การตลาด<br>ในช่วงปี<br>2009-<br>2013 | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |             |             |               |               |
|--------|-----------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|
|        |           |                                                                      | 2009                  | 2010        | 2011        | 2012          | 2013          |
| 1      | เวียดนาม  | 56.53                                                                | 2,899,372             | 56,089,058  | 233,774,650 | 1,545,079,250 | 1,480,957,965 |
| 2      | ไทย       | 24.13                                                                | 316,882,356           | 299,092,124 | 325,620,398 | 175,353,305   | 299,772,103   |
| 3      | ปากีสถาน  | 17.14                                                                | 363,886               | 426,190     | 8,667,990   | 579,582,906   | 417,019,552   |
| 4      | ลาว       | 1.21                                                                 | 17,049,081            | 6,839,593   | 7,461,608   | 22,328,703    | 17,411,390    |
| 5      | กัมพูชา   | 0.43                                                                 | 0                     | 8           | 300         | 3,584,040     | 21,380,120    |
| 6      | เมียนมาร์ | 0.30                                                                 | 284,000               | 2,440,000   | 1,351,760   | 6,201,442     | 7,066,657     |
| 7      | อุรุกวัย  | 0.19                                                                 | 0                     | 0           | 73,000      | 11,067,750    | 0             |
| 8      | เกาหลีใต้ | 0.04                                                                 | 0                     | 691,106     | 1,423,200   | 0             | 0             |
| 9      | ไต้หวัน   | 0.02                                                                 | 22,813                | 37,872      | 9,617       | 772,542       | 440,789       |
| 10     | รัสเซีย   | 0.01                                                                 | 0                     | 0           | 0           | 369,000       | 189,641       |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดเบลเยียม ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ค่าเฉลี่ยส่วน  | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |         |        |        |        |
|--------|--------------|----------------|-----------------------|---------|--------|--------|--------|
|        |              | แบ่ง           |                       |         |        |        |        |
|        |              | ทางการตลาด     |                       |         |        |        |        |
|        |              | ในช่วงปี 2009- | 2013                  | 2009    | 2010   | 2011   | 2012   |
| 1      | สเปน         | 23.53961       | 107,052               | 117,904 | 98,778 | 85,399 | 99,772 |
| 2      | อิตาลี       | 12.29825       | 54,670                | 52,618  | 57,765 | 54,867 | 45,957 |
| 3      | ไทย          | 9.3429         | 62,521                | 38,851  | 53,940 | 19,087 | 27,586 |
| 4      | เนเธอร์แลนด์ | 9.270094       | 58,965                | 39,187  | 44,638 | 30,253 | 27,368 |
| 5      | อียิปต์      | 8.114773       | 12,282                | 47,568  | 30,495 | 27,943 | 57,146 |
| 6      | ปากีสถาน     | 5.297725       | 29,268                | 34,260  | 25,335 | 6,990  | 18,679 |
| 7      | อุรุกวัย     | 4.905757       | 19,789                | 18,211  | 29,238 | 16,415 | 22,405 |
| 8      | อินเดีย      | 4.667634       | 11,298                | 13,679  | 9,954  | 43,618 | 22,361 |
| 9      | บราซิล       | 3.667777       | 23,192                | 7,687   | 15,998 | 9,172  | 23,245 |
| 10     | เวียดนาม     | 3.645898       | 8,791                 | 4,487   | 10,057 | 24,390 | 31,096 |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดมาเลเซีย ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ค่าเฉลี่ย<br>ส่วนแบ่ง<br>ทาง<br>การตลาด<br>ในช่วงปี<br>2009-<br>2013 | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |             |             |             |             |
|--------|--------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|        |              |                                                                      | 2009                  | 2010        | 2011        | 2012        | 2013        |
| 1      | เวียดนาม     | 67.17                                                                | 860,910,605           | 590,836,015 | 550,597,080 | 765,749,760 | 553,980,961 |
| 2      | ไทย          | 18.23                                                                | 144,949,675           | 212,302,199 | 325,707,554 | 74,011,802  | 144,573,034 |
| 3      | ปากีสถาน     | 10.79                                                                | 51,826,088            | 123,561,050 | 129,565,500 | 121,665,950 | 107,268,290 |
| 4      | กัมพูชา      | 1.85                                                                 | 2,101,766             | 493,228     | 10,885,458  | 26,072,578  | 52,041,470  |
| 5      | อินเดีย      | 1.15                                                                 | 7,434,520             | 1,928,900   | 10,884,200  | 11,191,815  | 25,609,841  |
| 6      | เมียนมาร์    | 0.54                                                                 | 18,827,226            | 1,209,000   | 1,625,000   | 2,125,000   | 3,071,378   |
| 7      | สหรัฐอเมริกา | 0.12                                                                 | 533,317               | 388,948     | 115,546     | 3,714,539   | 1,062,586   |
| 8      | ออสเตรเลีย   | 0.07                                                                 | 162,000               | 1,043       | 756,184     | 987,184     | 1,783,194   |
| 9      | จีน          | 0.03                                                                 | 280,396               | 574,000     | 352,000     | 46,000      | 20,700      |
| 10     | เกาหลีใต้    | 0.02                                                                 | 100                   | 114,550     | 150,300     | 323,611     | 268,303     |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ค่าเฉลี่ย<br>ส่วนแบ่ง<br>ทาง<br>การตลาด<br>ในช่วงปี | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |             |               |               |             |      |
|--------|--------------|-----------------------------------------------------|-----------------------|-------------|---------------|---------------|-------------|------|
|        |              |                                                     | 2009-<br>2013         | 2009        | 2010          | 2011          | 2012        | 2013 |
|        |              |                                                     |                       |             |               |               |             |      |
| 1      | เวียดนาม     | 58.99                                               | 20,970,500            | 467,369,601 | 1,778,480,572 | 1,084,782,835 | 171,286,575 |      |
| 2      | ไทย          | 29.79                                               | 221,372,611           | 209,127,767 | 938,695,680   | 315,352,697   | 94,633,875  |      |
| 3      | อินเดีย      | 6.22                                                | 473,128               | 601,301     | 4,064,555     | 259,022,560   | 107,538,049 |      |
| 4      | ปากีสถาน     | 3.83                                                | 501,486               | 4,992,118   | 14,342,250    | 133,078,000   | 75,813,000  |      |
| 5      | เมียนมาร์    | 0.53                                                | 0                     | 0           | 1,140,000     | 11,819,610    | 18,450,000  |      |
| 6      | จีน          | 0.29                                                | 5,167,570             | 3,637,382   | 4,674,772     | 3,099,295     | 639,768     |      |
| 7      | สหรัฐอเมริกา | 0.17                                                | 1,323,382             | 1,644,115   | 2,074,108     | 2,445,464     | 2,790,377   |      |
| 8      | ไต้หวัน      | 0.10                                                | 0                     | 0           | 5,000,000     | 0             | 1,240,000   |      |
| 9      | สิงคโปร์     | 0.03                                                | 250,000               | 10,814      | 1,506,486     | 22,500        | 496         |      |
| 10     | ออสเตรเลีย   | 0.01                                                | 0                     | 0           | 387,016       | 301,211       | 150,491     |      |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

ปริมาณการนำเข้าข้าวในตลาดฟิลิปปินส์ ในช่วงปี 2009-2013

| อันดับ | ประเทศ       | ค่าเฉลี่ย<br>ส่วนแบ่ง<br>ทาง<br>การตลาด<br>ในช่วงปี | ปริมาณการนำเข้า (ตัน) |               |             |             |             |      |
|--------|--------------|-----------------------------------------------------|-----------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|------|
|        |              |                                                     | 2009-<br>2013         | 2009          | 2010        | 2011        | 2012        | 2013 |
|        |              |                                                     |                       |               |             |             |             |      |
| 1      | เวียดนาม     | 80.66                                               | 1,673,863,953         | 1,775,095,085 | 581,880,363 | 822,940,213 | 216,686,153 |      |
| 2      | ไทย          | 12.77                                               | 54,189,484            | 444,866,484   | 118,385,061 | 20,563,060  | 165,008,239 |      |
| 3      | ปากีสถาน     | 3.25                                                | 10,594,632            | 151,256,339   | 0           | 42,742,773  | 0           |      |
| 4      | อินเดีย      | 1.93                                                | 1,318,961             | 1,750,195     | 2,147,090   | 102,153,899 | 13,644,837  |      |
| 5      | เมียนมาร์    | 0.74                                                | 12,837,388            | 0             | 4,124,870   | 29,673,938  | 0           |      |
| 6      | สิงคโปร์     | 0.19                                                | 4,991,766             | 125,300       | 1,513,724   | 1,172,938   | 4,262,964   |      |
| 7      | จีน          | 0.19                                                | 1,882,191             | 1,701,407     | 1,527,358   | 1,890,757   | 4,896,689   |      |
| 8      | สหรัฐอเมริกา | 0.17                                                | 0                     | 10,659,710    | 219,948     | 3,464       | 0           |      |
| 9      | กัมพูชา      | 0.06                                                | 2,992,308             | 0             | 0           | 501,200     | 0           |      |
| 10     | ไต้หวัน      | 0.02                                                | 250,000               | 120           | 0           | 1,061,950   | 200,080     |      |

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือกรมศุลกากร (2557)

## ประวัติการศึกษา และการทำงาน

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ-นามสกุล         | นางสาวกมลรัตน์ เหลืองสด                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| วัน เดือน ปี ที่เกิด | วันที่ 18 สิงหาคม 2526                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| สถานที่เกิด          | จังหวัดกาญจนบุรี                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ประวัติการศึกษา      | พ.ศ. 2544-2548 วิทยาศาสตรบัณฑิต<br>(เทคโนโลยีทางอาหาร)<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br>พ.ศ. 2548-2551 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต<br>(เทคโนโลยีทางอาหาร)<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย                                                                                                                            |
| ประวัติการทำงาน      | พ.ศ. 2552-2554 นักพัฒนาระบบราชการ<br>ปฏิบัติการ โครงการนักบริหารการเปลี่ยนรุ่นใหม่<br>รุ่นที่ 3 (นปร. 3) สำนักนายกรัฐมนตรี<br>พ.ศ. 2554 นักวิเคราะห์นโยบายและแผน<br>ปฏิบัติการ สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์<br>พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน นักวิชาการพาณิชย์<br>ชำนาญการ กรมการค้าต่างประเทศ<br>กระทรวงพาณิชย์ |