

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย โดยประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก แต่ปัจจุบันตลาดข้าวประสบกับภาวะการแข่งขันสูง เนื่องจากมีประเทศผู้ส่งออกรายใหม่ที่มีความได้เปรียบในการส่งออกเช่นประเทศเวียดนามซึ่งมีต้นทุนค่าแรงต่ำ ดังนั้นภาครัฐจึงได้เปลี่ยนรูปแบบการเน้นส่งออกข้าวคุณภาพต่ำมาส่งออกข้าวคุณภาพดีมากขึ้น ได้แก่ข้าวหอมและข้าวขาว 100 % วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางการตลาดและการส่งออกข้าวหอมและข้าวขาว 100 % ของประเทศไทย ตลอดจนจนถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของการส่งออกข้าวหอมและข้าวขาว 100 % ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา ฮองกง และสิงคโปร์

การวิเคราะห์สมการอุปสงค์ของการส่งออกข้าวหอมและข้าวขาว 100 % ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่าง ๆ อาศัยแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression) โดยใช้ข้อมูลช่วงปี 2532 – 2543 และอาศัยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด(Ordinary Least Squares) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ สำหรับกรณีอุปสงค์การส่งออกข้าวขาว 100 % เนื่องจากขาดข้อมูลตัวเลขปริมาณการส่งออกที่แน่นอน ดังนั้นสมการที่ได้จึงมีระดับนัยสำคัญทางสถิติค่อนข้างต่ำ

ผลการศึกษาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกข้าวหอมต่อราคาส่งออกข้าวหอมของฮ่องกง สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกามีค่าค่อนข้างต่ำ แสดงถึงผลการทดแทนที่แฝงอยู่ในผลของราคามีน้อยและมีลักษณะการนำเข้าข้าวหอมสม่ำเสมอ ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกข้าวหอมของไทยไปยังจีนต่อราคาส่งออกข้าวหอมมีค่ามากกว่า 1 มีสาเหตุจากการที่จีนเป็นตลาดที่มีการนำเข้าข้าวหอมไม่สม่ำเสมอ สำหรับกรณีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกข้าวขาว 100 % ต่อราคาส่งออกข้าวขาว 100 % พบว่ามีค่าสูงกว่ากรณีข้าวหอมเนื่องจากข้าวขาว 100 % มีข้าวชนิดอื่นที่สามารถบริโภคทดแทนได้ ขณะที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกต่อรายได้มีค่าบวกแสดงให้เห็นว่าข้าวหอมและข้าวขาว 100 % มีลักษณะสินค้าปกติ ซึ่งค่าที่ได้ในกรณีข้าวหอมมีค่าสูงกว่าข้าวขาว 100 % เพราะข้าวหอมจัดเป็นข้าวคุณภาพพิเศษ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกข้าวหอมต่อราคาส่งออกข้าวขาว 100 % และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกข้าวขาว 100 % ต่อราคาส่งออกข้าวหอมต่างมีค่าบวกแสดงถึงข้าวทั้งสองชนิดมีลักษณะสินค้าทดแทนกัน ดังนั้นการส่งเสริมการส่งออกข้าวหอมของไทยไปยังตลาดคู่ค้าที่สำคัญต่าง ๆ ควรเน้นด้านการปรับปรุงคุณภาพ รวมถึงการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ส่วนกรณีข้าวขาว 100 % ควรพยายามลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการส่งออกเพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคาได้มากยิ่งขึ้น

Rice is a very significant commodity for Thai economy and Thailand is the leading rice export country. Presently, the competition in rice market increasing because of new advantageous country i.e. Viet Nam. This country has advantage because of lower wage rate than Thailand. So the Thai government implemented trade policy and focusing high quality rice exports, that is fragrant rice and 100 % white rice. The objectives of this research were to study the marketing and export of Thai fragrant rice and 100 % white rice and to analyze factors affecting export demand for Thai fragrant rice and 100 % white rice of major import countries, that are China, United State of America, Hong Kong and Singapore.

Multiple Regression method is used for analyzing the relationship between dependent and independent variables. Models were estimated using Ordinary Least Squares and data for the period of 1989 – 2000. Because of lacking data about 100 % white rice's export quantity, so that 100 % white rice equations have quite a little significant.

The analysis of factors affecting export demand for Thai fragrant rice and 100 % white rice of major import countries found that the own price elasticity of export demand for fragrant rice of Hong Kong, Singapore and United State of America are small. Because fragrant rice very limited substitutable commodities. This is different from own price elasticity of fragrant rice's export demand of China (more than 2) because of irregular imports. For 100 % white rice, the own price elasticity of export demand of China is more than own price elasticity of export demand for fragrant rice because 100 % white rice have more substitutable commodities than fragrant rice. For income elasticity of fragrant rice and 100 % white rice, both have positive relationship between income and export demand. That indicates both rice are normal goods and income elasticity of fragrant rice is more than 100 % white rice. Furthermore, cross price elasticity of fragrant rice and 100 % white rice are positive. Based on the results of the study, it will be useful for policy implication in support the rice export in order to improve the quality of rice and strategy for expanding rice export. For case of 100 % white rice, it should improve production efficiency and reduce export costs.