

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของคนกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในการศึกษา
พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของคนกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 21-30 ปี 2. 31-40 ปี
 3. 41-50 ปี 4. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า 2. อนุปริญญา/ปวส.
 3.ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี
 4. อาชีพ
 1. นักศึกษา 2. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. แม่บ้าน 6. อื่น ๆ (ระบุ)

5. จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกัน คน

6. รายได้ครอบครัวต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 20,000 บาท 2. 20,001-40,000 บาท
 3. 40,001-60,000 บาท 4. 60,001-80,000 บาท
 5. 80,001-100,000 บาท 6. 100,001 บาทขึ้นไป

7. ในปีที่แล้วค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน เดือน

8. ในปีปัจจุบันค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน เดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคข้าวในภาวะที่ราคาคงที่ (ปีที่แล้ว พ.ศ. 2550)

9. ในปีที่แล้วท่านซื้อข้าวชนิดใดเพื่อบริโภค

- | | | | |
|-------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| ชนิดของข้าว | <input type="checkbox"/> | 1. ข้าวหอมมะลิ | |
| ยี่ห้อ | <input type="checkbox"/> | 1. มานูญครอง | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 2. หงษ์ทอง | |
| | <input type="checkbox"/> | 3. เกษตร | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 4. ดอกบัว | |
| | <input type="checkbox"/> | 5. เบญจรงค์ | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 6. อื่น ๆ | |
| ชนิดของข้าว | <input type="checkbox"/> | 2. ข้าวขาว | |
| ยี่ห้อ | <input type="checkbox"/> | 1. มานูญครอง | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 2. หงษ์ทอง | |
| | <input type="checkbox"/> | 3. เกษตร | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 4. ดอกบัว | |
| | <input type="checkbox"/> | 5. เบญจรงค์ | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | 6. อื่น ๆ | |

เหตุผลที่เลือกซื้อข้าวถุงชนิดดังกล่าว

10. ปริมาณที่ซื้อบริโภคต่อเดือน กก.

11. ราคาข้าวต่อถุง บาท/ปริมาณถุงละ กก.

12. สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อข้าวสาร

- 1. ร้านค้าปลีกใกล้บ้าน
- 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต
- 3. ซูเปอร์สโตร์
- 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

13. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารของท่าน

(ทำเครื่องหมาย X ในช่องคะแนนความสำคัญในแต่ละปัจจัยการเลือกซื้อ)

- | | | |
|---|---|-----------------|
| 5 | = | สำคัญมากที่สุด |
| 4 | = | สำคัญมาก |
| 3 | = | สำคัญปานกลาง |
| 2 | = | สำคัญน้อย |
| 1 | = | สำคัญน้อยที่สุด |

ปัจจัยในการเลือกซื้อข้าว	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ยี่ห้อของข้าว					
2. ลักษณะของเมล็ดข้าว					
3. ราคาของข้าว					
4. ข้าวที่หุงขึ้นหม้อ					
5. ความหอมของข้าว					
6. หาซื้อง่าย					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคข้าวในภาวะที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น (ต้นปี พ.ศ. 2551)

14. ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาท่านซื้อข้าวชนิดใดเพื่อบริโภคเมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้น

- ชนิดของข้าว 1. ข้าวหอมมะลิ
- ยี่ห้อ 1. มาบุญครอง 2. หงษ์ทอง
3. เกษตร 4. ดอกบัว
5. เบลูจรงค์ 6. อื่น ๆ
- ชนิดของข้าว 2. ข้าวขาว
- ยี่ห้อ 1. มาบุญครอง 2. หงษ์ทอง
3. เกษตร 4. ดอกบัว
5. เบลูจรงค์ 6. อื่น ๆ

เหตุผลที่เลือกซื้อข้าวถุงชนิดดังกล่าว

15. ปริมาณที่ซื้อบริโภคต่อเดือน กก.

16. ราคาข้าวต่อถุง บาท/ปริมาณถุงละ กก.

17. สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อข้าวสาร

1. ร้านค้าปลีกใกล้บ้าน 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต
3. ซูเปอร์สโตร์ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

18. จากการที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อให้ท่านเปลี่ยนแปลงการใช้จ่ายหรือไม่

1. เปลี่ยนแปลง (ถามต่อข้อ 19) 2. ไม่เปลี่ยนแปลง

19. ท่านได้เปลี่ยนแปลงการใช้จ่ายเพื่อแก้ปัญหาจากการที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้นอย่างไร
(เรียงลำดับที่ตรงกับกรแก้ปัญหาของท่านมากที่สุด 3 ลำดับ)

- 1. ลดปริมาณการซื้อต่อครั้งลง
- 2. ลดปริมาณการบริโภคต่อครั้งลง
- 3. นำข้าวสองชนิดหุงรวมกัน
- 4. ซื้อตุนไว้เมื่อทราบว่าราคาจะขึ้น
- 5. ซื้อโดยเน้นราคาถูกเป็นหลัก
- 6. เปลี่ยนจากข้าวหอมมะลิเป็นข้าวขาว
- 7. หารายได้เพิ่ม
- 8. ประหยัดอย่างอื่นแทน
- 9. ซื้อข้าวที่หุงสำเร็จมาบริโภคบ่อยขึ้น
- 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ภาคผนวก ข

การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ

ประกาศกรมการค้าภายใน

เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ

ตามที่กรมการค้าภายในได้ออกประกาศเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงภายในประเทศ ลงวันที่ 21 มกราคม 2540 และลงวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2542 ไปแล้วนั้น โดยที่กระทรวงพาณิชย์ได้มีนโยบายที่จะให้มาตรฐานข้าวหอมมะลิที่ส่งไปจำหน่ายต่างประเทศและจำหน่ายภายในประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกัน

ฉะนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ดังกล่าว และเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการค้าข้าวหอมมะลิบรรจุถุงให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับกันทุกฝ่าย รวมทั้งคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการเลือกซื้อข้าวหอมมะลิได้คุณภาพ ตามที่ต้องการมากยิ่งขึ้น กรมการค้าภายในจึงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการขอรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ ดังนี้

ข้อ 1 บททั่วไป

1.1 ให้ยกเลิกประกาศกรมการค้าภายใน เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ ลงวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2540

1.2 ให้ยกเลิกประกาศกรมการค้าภายใน เรื่องการรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ (ฉบับ 2 พ.ศ. 2542) ลงวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2542

ข้อ 2 บทนิยาม

2.1 “ข้าวหอมมะลิ” (Hom Mali Rice) หมายถึง ข้าวกล้องและข้าวขาวที่แปรรูปมาจากข้าวเปลือกเจ้าพันธุ์ข้าวหอมที่ไวต่อช่วงแสง และกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประกาศรับรองว่าเป็นพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 และพันธุ์ กข.15 ซึ่งมีกลิ่นหอมธรรมชาติขึ้นอยู่กับว่าเป็นข้าวใหม่หรือข้าวเก่า เมื่อหุงเป็นข้าวสวยแล้วเมล็ดข้าวสวยจะอ่อนนุ่ม มีปริมาณอมิโลส (Amylose) ร้อยละ 13-18 ที่ระดับความชื้นร้อยละ 14.0 และมีอุณหภูมิแป้งสุกต่ำ ซึ่งมีค่าการสลายเมล็ดในด่าง (alkalispreding value) ระดับ 6-7 (ค่าที่กล่าวถึง คือ สารละลาย KOH = Potassium Hydroxide ความเข้มข้น 1.7%)

2.2 ให้นำคำนิยามในมาตรฐานสินค้าข้าวหอมมะลิไทยที่ายประกาศกระทรวง-
พาณิชย์ เรื่อง การกำหนดให้ข้าวหอมมะลิไทยเป็นสินค้ามาตรฐานและมาตรฐานสินค้า
ข้าวหอมมะลิไทย ข้าวหอมมะลิไทย พ.ศ. 2544 ลงวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2544 มาใช้
บังคับโดยอนุโลม

ข้อ 3 คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต

3.1 เป็นนิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดา

3.2 เป็นผู้ผลิหรือผู้จำหน่ายข้าวหอมมะลิบรรจุถุง

3.3 เป็นเจ้าของหรือผู้มีสิทธิใช้ตราหรือเครื่องหมายการค้าข้าวหอมมะลิถุง

3.4 เป็นสมาชิกชมรมหรือสมาคมผู้ประกอบการข้าวถุง ยกเว้นรัฐวิสาหกิจ
บริษัทจำกัดที่ทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจเป็นผู้ถือหุ้น สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร

ข้อ 4 การขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรอง

4.1 การยื่นคำขอ

ให้ยื่นคำขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุ
จำหน่ายภายในประเทศ ตามแบบที่กรมการค้าภายในกำหนด

4.2 เอกสารประกอบคำขอ

(1) สำเนาเอกสารสิทธิพร้อมทั้งตราหรือเครื่องหมายการค้าข้าวหอมมะลิ
บรรจุถุง

(2) หนังสือรับรองการเป็นสมาชิกของชมรมหรือสมาคมผู้ประกอบการ
ข้าวถุงไทย

(3) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือสำเนา
ในทะเบียนพาณิชย์

(4) สำเนาหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว ตามพระราชบัญญัติ
การค้าข้าว พุทธศักราช 2489

(5) หนังสือมอบอำนาจ (ถ้ามี)

4.3 ตัวอย่างข้าวหอมมะลิ ให้ส่งตัวอย่างข้าวหอมมะลิตามชนิดที่จะขออนุญาต
ให้รับรองมาตรฐานชนิดละ 5 กิโลกรัม

4.4 สถานที่ยื่นคำขอ

ให้ยื่นคำขอ ณ สำนักรักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน
ถนนมหาธาตุ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ข้อ 5 การขออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรอง

5.1 มาตรฐานข้าวหอมมะลิที่จะอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน
ข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศแบ่งออกเป็น 8 ชนิด คือ

- (1) ข้าวขาวหอมมะลิ 100%
- (2) ข้าวขาวหอมมะลิ 5%
- (3) ข้าวขาวหอมมะลิ 10%
- (4) ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวณเลิศพิเศษ
- (5) ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวณเลิศ
- (6) ข้าวกล้องหอมมะลิ 100%
- (7) ข้าวกล้องหอมมะลิ 5%
- (8) ข้าวกล้องหอมมะลิ 10%

5.2 ผู้ขออนุญาตจะขอใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุ
ถุงจำหน่ายภายในประเทศ ชนิดใดชนิดหนึ่งหรือทุกชนิดก็ได้

5.3 กรมการค้าภายในจะตรวจสอบตัวอย่างข้าวหอมมะลิที่ยื่นขออนุญาตว่า
เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดหรือไม่ ก่อนอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรอง ทั้งนี้
ภายใน 90 วัน นับแต่วันที่ได้รับคำขอถูกต้องครบถ้วน

5.4 หนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมีอายุ 2 ปี นับแต่วันออกหนังสือ
อนุญาต

5.5 ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองประสงค์จะต่ออายุหนังสือ
อนุญาตให้ยื่นคำขอ ณ สำนักรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน
ภายใน 60 วัน ก่อนวันหนังสืออนุญาตสิ้นอายุ โดยนำเอกสารประกอบคำขอเช่นเดียวกับ
การยื่นคำขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองตามข้อ 4.2 พร้อมหนังสืออนุญาตมาแสดงต่อ
เจ้าหน้าที่ ในการต่ออายุหนังสืออนุญาต กรมการค้าภายในจะใช้ผลของการตรวจสอบ
คุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อ 8 ประกอบการพิจารณา และให้หนังสืออนุญาตที่ได้
ต่ออายุแล้วมีอายุคราวละ 2 ปี

ข้อ 6 สิทธิประโยชน์ของผู้ได้รับการรับรอง

6.1 ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศคิดไว้ที่ถุงบรรจุข้าวหอมมะลิ

6.2 ได้รับการสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคหันมานิยมข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี

ข้อ 7 หน้าที่ของผู้ได้รับการรับรอง

7.1 ต้องแสดงเครื่องหมายรับรองและข้อความไว้ที่ด้านล่างขวามือของถุงบรรจุข้าวหอมอย่างชัดเจน ว่าเป็นข้าวหอมชนิดหนึ่งชนิดใด ตามที่ได้รับอนุญาตจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้ ตามรูปแบบ ขนาด และสีที่กำหนดแนบท้ายประกาศนี้

7.2 ต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของข้าวหอมมะลิ มิให้ต่ำกว่ามาตรฐานที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรอง

7.3 ต้องไม่ใช้เครื่องหมายรับรองกับข้าวหอมมะลิบรรจุถุงที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ข้อ 8 การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐาน เจ้าหน้าที่กรมการค้าภายในจะเก็บตัวอย่างข้าวหอมมะลิบรรจุถุง ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างในท้องตลาด เพื่อตรวจสอบว่าข้าวหอมมะลิที่จำหน่ายในท้องตลาดนั้นได้คุณภาพและมาตรฐานที่ได้รับการรับรองไว้แล้วหรือไม่

ข้อ 9 การเพิกถอนหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรอง

9.1 ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรอง หากปฏิบัติผิดเงื่อนไขหรือหลักเกณฑ์ หรือขาดคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ตามประกาศนี้ กรมการค้าภายในอาจเพิกถอนหนังสืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองนั้นทันที หลังจากที่ได้เปิดโอกาสให้ผู้ได้รับการรับรองได้ทราบข้อเท็จจริงและชี้แจงเหตุผลพร้อมหลักฐานประกอบการพิจารณาภายในระยะเวลาอันควร

9.2 ผู้ที่ถูกเพิกถอนหนังสืออนุญาตตามประกาศนี้ หรือบุคคลใดจะใช้เครื่องหมายรับรองแสดงไว้กับสินค้า หรือแสดงโดยประการอื่น อันอาจทำให้

บุคคลภายนอกเข้าใจว่าสินค้านั้นยังได้รับเครื่องหมายรับรองจะมีความผิดตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายราชการ

ข้อ 10 บทเฉพาะกาล

10.1 ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ ณ วันที่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ หากประสงค์จะมีอนุญาตให้เครื่องหมายรับรองตามประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ โดยกรมการค้าภายในจะใช้ผลของการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานตามข้อ 8 ประกอบการพิจารณาอนุญาต

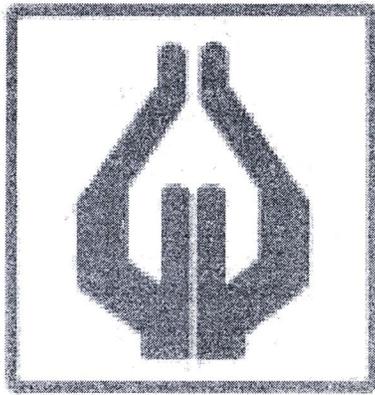
10.2 ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ ณ วันที่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ แต่คุณภาพข้าวหอมมะลิไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในประกาศฉบับนี้ ให้เลิกใช้เครื่องหมายรับรองและเก็บสินค้าออกจากตลาดภายในวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2545

ประกาศ ณ วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2545

รูปแบบ ขนาด และสี ของเครื่องหมายรับรอง
 แนบท้ายประกาศกรมการค้าภายใน
 เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ
 ลงวันที่ 24 กันยายน 2550

.....

ข้าวขาวหอมมะลิ%



รับรองมาตรฐาน

โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

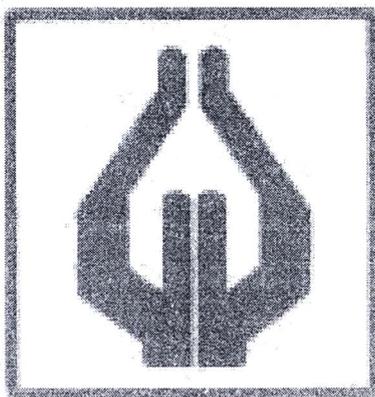
ข้อกำหนด

1. รูปพนมมือ ตัวหนังสือและกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสใช้สีทอง พื้นที่ว่างในกรอบใช้สีขาว
2. เครื่องหมายรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้มีขนาด ดังนี้
 - 2.1 ข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 5 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 5 x 5 ซม.
 - 2.2 ข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 2 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 3 x 3 ซม.
 - 2.3 ข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุอื่น ๆ ให้ใช้เครื่องหมายขนาดตามความเหมาะสม

รูปแบบ ขนาด และสี ของเครื่องหมายรับรอง
 แนบท้ายประกาศกรมการค้าภายใน
 เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ
 ลงวันที่ 24 กันยายน 2550

.....

ข้าวกล้องหอมมะลิ.....%



รับรองมาตรฐาน

โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

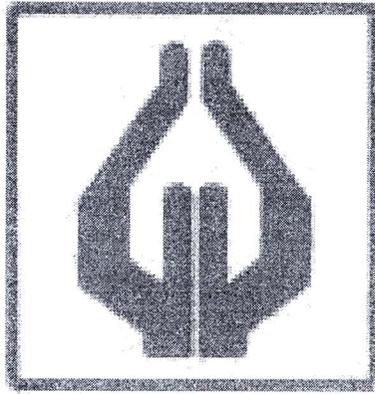
ข้อกำหนด

1. รูปพนมมือ ตัวหนังสือและกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสใช้สีทองพื้นที่ว่างในกรอบใช้สีขาว
2. เครื่องหมายรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้มีขนาดดังนี้
 - 2.1 ข้าวกล้องหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 5 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 5 x 5 ซม.
 - 2.2 ข้าวกล้องหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 2 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 3 x 3 ซม.
 - 2.3 ข้าวกล้องหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุอื่น ๆ ให้ใช้เครื่องหมายขนาดตามความเหมาะสม

รูปแบบ ขนาด และสี ของเครื่องหมายรับรอง
 แนบท้ายประกาศกรมการค้าภายใน
 เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ
 ลงวันที่ 24 กันยายน 2550

.....

ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษ



รับรองมาตรฐาน

โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

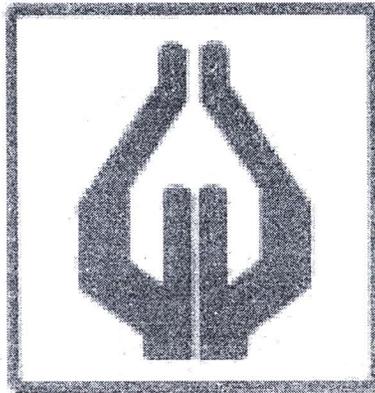
ข้อกำหนด

1. รูปพนมมือ ตัวหนังสือและกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสใช้สีทอง พื้นที่ว่างในกรอบใช้สีขาว
2. เครื่องหมายรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้มีขนาด ดังนี้
 - 2.1 ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 5 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 5 x 5 ซม.
 - 2.2 ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 2 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 3 x 3 ซม.
 - 2.3 ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษบรรจุถุง ขนาดบรรจุอื่น ๆ ให้ใช้เครื่องหมายขนาดตามความเหมาะสม

รูปแบบ ขนาด และสี ของเครื่องหมายรับรอง
 แนบท้ายประกาศกรมการค้าภายใน
 เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ
 ลงวันที่ 24 กันยายน 2550

.....

ข้าวขาวหอมมะลิ.....%



รับรองมาตรฐานดีพิเศษ (★)

โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

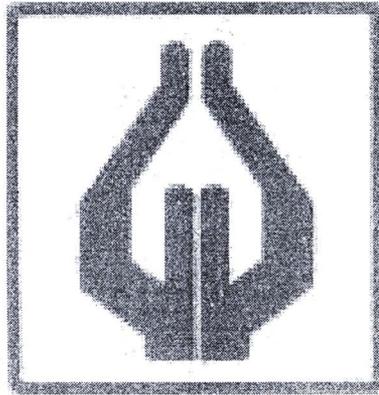
ข้อกำหนด

1. รูปพนมมือ ตัวหนังสือและกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสใช้สีทอง พื้นที่ว่างในกรอบใช้สีขาว
2. เครื่องหมายรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้มีขนาด ดังนี้
 - 2.1 ข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 5 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 5 x 5 ซม.
 - 2.2 ข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 2 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 3 x 3 ซม.
 - 2.3 ข้าวขาวหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุอื่น ๆ ให้ใช้เครื่องหมายขนาดตามความเหมาะสม

รูปแบบ ขนาด และสี ของเครื่องหมายรับรอง
 แนบท้ายประกาศกรมการค้าภายใน
 เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ
 ลงวันที่ 24 กันยายน 2550

.....

ข้าวกล้องหอมมะลิ.....%



รับรองมาตรฐานดีพิเศษ (★)

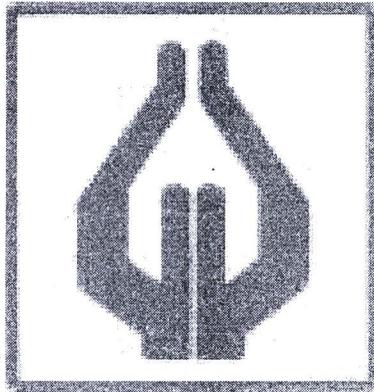
โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

ข้อกำหนด

1. รูปพนมมือ ตัวยี่ห้อและกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสใช้สีทอง พื้นที่ว่างในกรอบใช้สีขาว
2. เครื่องหมายรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้มีขนาด ดังนี้
 - 2.1 ข้าวกล้องหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 5 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 5 x 5 ซม.
 - 2.2 ข้าวกล้องหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 2 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 3 x 3 ซม.
 - 2.3 ข้าวกล้องหอมมะลิบรรจุถุง ขนาดบรรจุอื่น ๆ ให้ใช้เครื่องหมายขนาดตามความเหมาะสม

รูปแบบ ขนาด และสี ของเครื่องหมายรับรอง
 แนบท้ายประกาศกรมการค้าภายใน
 เรื่อง การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ
 ลงวันที่ 24 กันยายน 2550

ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษ



รับรองมาตรฐานดีพิเศษ (★)

โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

ข้อกำหนด

1. รูปพนมมือ ตัวหนังสือและกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสใช้สีทอง นที่วางในกรอบใช้สีขาว
2. เครื่องหมายรูปพนมมือในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้มีขนาด ดังนี้
 - 2.1 ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 5 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 5 x 5 ซม.
 - 2.2 ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษบรรจุถุง ขนาดบรรจุ 2 กก. ให้ใช้เครื่องหมายขนาด 3 x 3 ซม.
 - 2.3 ข้าวขาวหักหอมมะลิเอวันเลิศพิเศษบรรจุถุง ขนาดบรรจุอื่น ๆ ให้ใช้เครื่องหมายขนาดตามความเหมาะสม

ภาคผนวก ค
ยุทธศาสตร์และนโยบายข้าวไทย

ยุทธศาสตร์ข้าวไทยปี 2550-2554

ข้าวเป็นอาหารหลักประจำชาติและเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญยิ่งของไทย ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาและแก้ไขปัญหาข้าวไทยทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด เป็นไปอย่างมีระบบมีประสิทธิภาพเข้มแข็งและยั่งยืน มีทิศทางดำเนินงาน ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวอย่างชัดเจน กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงมีนโยบายในการจัดทำยุทธศาสตร์ข้าวไทย และที่สำคัญที่สุดเพื่อให้ชาวนามีรายได้และความเป็นอยู่ดีขึ้นและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเติบโตอย่างมั่นคง โดยกระทรวงพาณิชย์ได้มีคำสั่งเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2550 แต่งตั้งคณะกรรมการยกร่างยุทธศาสตร์ข้าวไทยขึ้นเพื่อจัดประชุมและระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องจัดทำร่างยุทธศาสตร์หลักข้าวไทย และได้เสนอให้ที่ประชุมสัมมนา “ยุทธศาสตร์ข้าวไทยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550 ก่อนนำเสนอ กนข. พิจารณาเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2550 แล้ว ทั้งนี้ ได้มีการปรับแก้ไขจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามข้อสังเกตของ กนข. และจะนำเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการยกร่างยุทธศาสตร์ข้าวไทยอีกครั้ง โดยได้สรุปเป็นร่างยุทธศาสตร์ข้าวไทย ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ระยะยาว 5 ปี (2550-2554) เพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป ดังนี้ (กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าภายใน, สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร, 2550)

วิสัยทัศน์

ไทยเป็นผู้นำด้านคุณภาพข้าวและผลิตภัณฑ์เป็นหนึ่งในโลก เพื่อชาวนามีรายได้มั่นคงและผู้บริโภคมั่นใจ

พันธกิจ

1. การจัดระบบการผลิตและการส่งเสริมและสนับสนุนชาวนา

1.1 พัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชาวนาให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

ในระยะยาว

1.2 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตตั้งแต่การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ของชาวนา การลดต้นทุนการผลิตของชาวนา พัฒนาคุณภาพข้าวด้วยการใช้พันธุ์ดี และการจัดการหลังเก็บเกี่ยว

1.3 อนุรักษ์พันธุกรรม วิจัย และพัฒนาพันธุ์และเทคโนโลยีการผลิตอย่างยั่งยืน

2. การจักระบบตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.1 เสริมสร้างกลไกตลาดให้เกิดความเข้มแข็งโดยการเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด โดยเฉพาะในช่วงต้นฤดูที่มีความเหลื่อมล้ำในด้านอำนาจต่อรองสูงเป็นพิเศษ และพัฒนาระบบตลาดทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ

2.2 ส่งเสริมเพื่อขยายตลาดการบริโภคข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวเพิ่มขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มในระดับสูง

3. การผลักดันการส่งออกข้าว โดยการผลักดันการส่งออกข้าว ด้วยการใช้นโยบายเชิงรุกในการรักษาตลาดเดิม และเพิ่มตลาดใหม่

4. การจักระบบการกระจายสินค้าให้มีต้นทุนต่ำและรวดเร็วขึ้น โดยการพัฒนาการกระจายข้าวเปลือก ข้าวสาร และผลิตภัณฑ์ข้าวจากพื้นที่เพาะปลูกสู่กระบวนการตลาดผ่านกระบวนการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ (logistics) ที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีกรอบทิศทางการพัฒนาการผลิต การตลาด และการกระจายข้าวอย่างชัดเจน

2. เพื่อให้ชาวนามีความมั่นคงในอาชีพและรายได้ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3. เพื่อพัฒนาระบบการค้า การกระจายข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งในประเทศและส่งออก เพื่อเป็นฐานในการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์หลัก

กลยุทธ์การพัฒนาการผลิต

เป้าหมาย

1. คงพื้นที่ปลูกข้าวที่ 57.5 ล้านไร่ (นาปี 57.5 ล้านไร่, นาปรัง 9 ล้านไร่) ตามศักยภาพเขตชลประทาน ในข้อเท็จจริงพื้นที่เพาะปลูกข้าวจะมีแนวโน้มลดลงในอนาคต ตามสภาพการใช้ที่ดินที่จะมีการปรับเปลี่ยนจากพื้นที่ทำการเกษตรไปสู่พื้นที่อุตสาหกรรม และการค้า
2. เพิ่มผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี โดยผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เพิ่มจาก 439 กก./ไร่ (ข้าวนาปี 432 กก./ไร่ พื้นที่เก็บเกี่ยว 53 ล้านไร่ สูญเสียจากน้ำท่วมข้าวนาปรัง 683 กก./ไร่ พื้นที่เก็บเกี่ยว 9 ล้านไร่) ในปี 2549/50 เป็น 529 กก./ไร่ (ข้าวนาปี 515 กก./ไร่ ข้าวนาปรัง 764 กก./ไร่) ในปี 2553/54
3. เพิ่มผลผลิตข้าวเปลือก โดยผลผลิตข้าวรวมเพิ่มขึ้นจาก 29.432 ล้านตัน (ข้าวนาปี 22.899 ล้านตัน ข้าวนาปรัง 6.532 ล้านตัน) ในปี 2549/50 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13.5 เป็น 33.405 ล้านตัน ในปี 2553/54 ให้สอดคล้องกับปริมาณส่งออกที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอัตราใกล้เคียงกัน
4. เพิ่มคุณภาพข้าวหอมมะลิให้สีเป็นข้าวสารได้ต้นข้าวมากกว่า 42 กรัม ในปี 2554

กลยุทธ์

1. กำหนดให้ข้าวไทยเพื่อการค้าเป็นข้าวปลอดการตัดแต่งพันธุกรรม โดยการกำหนดมาตรฐานการตรวจสอบและรับรองข้าวปลอดการตัดแต่งทางพันธุกรรม GMOs
2. กำหนดเขตพื้นที่การปลูกข้าวในแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสม โดยให้สามารถตอบสนองต่อข้าวในแต่ละชนิดพันธุ์อย่างมีประสิทธิภาพให้ชัดเจนเพื่อให้สามารถเพิ่มศักยภาพการผลิตได้สูงสุด โดยให้มีการกำหนดเขตพื้นที่ส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ ซึ่งเป็นข้าวตลาดบน ได้แก่ ข้าวหอมมะลินิรภัย ข้าวหอมมะลิคุณภาพมาตรฐาน ข้าวเฉพาะถิ่น โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่ข้าวชนิดอื่น ๆ เช่น ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวปทุมธานี ข้าวพื้นแข็ง ข้าวที่ให้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมจะเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต และให้มีการพัฒนาเพื่อให้

สามารถปรับเปลี่ยนไปสู่การจัดแบ่งพื้นที่เป็นพื้นที่เพื่อการส่งออกและใช้ภายในใน
อนาคต โดยการให้สิทธิพิเศษและสิ่งจูงใจในพื้นที่เพื่อการส่งออกให้สามารถแข่งขันกับ
ต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

3. จัดทะเบียนชวามาให้สอดคล้องกับการกำหนดเขตพื้นที่การปลูกข้าวเพื่อให้
สามารถจัดสรรระบบจูงใจให้แก่ชาวนาในแต่ละเขตพื้นที่ที่เหมาะสม
4. พัฒนาระบบการส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ชาวนามีการปฏิบัติและ
ดูแลการผลิตอย่างถูกต้องตามระบบเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP)
5. พัฒนาและส่งเสริมระบบการผลิตและกระจายเมล็ดพันธุ์ดีให้แก่ชาวนาอย่าง
ทั่วถึง
6. พัฒนาและส่งเสริมระบบตรวจสอบและรับรองคุณภาพให้ได้มาตรฐาน
เพื่อให้ข้าวที่ผลิตเป็นที่ยอมรับของตลาด
7. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการผลิตโดยการพัฒนาระบบชลประทานและการจัด
รูปที่ดินในเขตส่งเสริมการผลิตข้าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการ
ผลิต
8. พัฒนาระบบการผลิตข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ (niche market)
9. วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว
ไปจนถึงการแปรรูป
10. อนุรักษ์พันธุกรรม โดยการจัดตั้งธนาคารเชื้อพันธุ์ และมีการพัฒนาพันธุ์ และ
เทคโนโลยีการจัดการพันธุ์
11. พัฒนาระบบเตือนภัยธรรมชาติทางการเกษตร และการระบาดของศัตรูข้าว
12. พัฒนาระบบสารสนเทศรวมทั้งการจัดการองค์ความรู้สู่ชาวนาและผู้เกี่ยวข้อง
13. การจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาข้าวแห่งชาติที่มีองค์ประกอบครบถ้วน ได้แก่
อุปกรณ์ บุคลากรทุกด้าน ศูนย์ฝึกอบรมสัมมนา ศูนย์ปฏิบัติการตรวจสอบและรับรอง
ศูนย์สารสนเทศ และการอารักขาและวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวให้สอดคล้องกับการ-
เปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ รวมทั้งการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวทั้งที่เป็น
อาหารและมีใช้อาหาร

กลยุทธ์การส่งเสริมและสนับสนุนชาวนา

เป้าหมาย

1. พัฒนาชาวนาให้มีความรู้ความสามารถในการผลิตและการจัดการผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพในแหล่งปลูกข้าวเป็นพืชหลักอย่างน้อย 1 ล้านคน ในปี 2554
2. จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้ของชาวนาให้ครอบคลุมแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญไม่น้อยกว่า 500 แห่งในปี 2554
3. ส่งเสริมสนับสนุนชาวนาให้มีรายได้จากการประกอบอาชีพการงานที่ดีขึ้น รวมทั้งมีความภาคภูมิใจในอาชีพ และนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
4. ส่งเสริมให้ชาวนาได้เข้าถึงองค์ความรู้การพัฒนาอาชีพ การอยู่ดีมีสุข โดยการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนและสถาบันการศึกษา ในการแลกเปลี่ยนความรู้ และการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่

กลยุทธ์

1. ศึกษา วิเคราะห์ ปัญหาหนี้สินและความเป็นอยู่ของชาวนาและแนวทางแก้ไข
2. สร้างชาวนาชั้นนำ ให้มีความรู้ความสามารถประสบการณ์ในการทำนา เพื่อเป็นวิทยากรและให้คำปรึกษา ชาวนาจำนวน 10,000 คน และถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ชาวนาในชุมชนอัตราส่วน 1 ต่อ 10 คน เพื่อเป็นอาสาสมัครเกษตรด้านการผลิตข้าว จำนวน 100,000 คน
3. ส่งเสริมชาวนาให้เป็นชาวนามีอาชีพ โดยการให้ความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 100,000 คน เน้นหนักในพื้นที่ที่ผลิตเพื่อการส่งออก
4. ส่งเสริมชาวนาให้เป็นผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวในศูนย์ข้าวชุมชน จำนวน 7,000 แห่ง ๆ ละ 20 คน รวม 140,000 คน และชาวนาผู้จัดทำแปลงขยายพันธุ์ ผลิตเมล็ดพันธุ์ให้ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว จำนวน 300 แห่ง ๆ ละ 50 คน รวม 15,000 คน
5. จัดตั้งศูนย์บริการชาวนาเพื่อเป็นแหล่งบริการในด้านต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้ของชาวนาผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 500 แห่ง เพื่อให้บริการชาวนาในแหล่งที่ปลูกข้าวเป็นพืชหลัก 1 ล้านคน

6. สนับสนุนให้มีสวัสดิการชานาและส่งเสริมการประกันภัยพืชผล เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ

7. อนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมภูมิปัญญาข้าว โดยจัดให้มีวันข้าวแห่งชาติเพื่อแสดงผลงานวิจัยและศักยภาพการผลิตข้าว ตลอดจนสินค้าข้าวคุณภาพและสินค้าแปรรูป

8. พัฒนาอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชาวนาอย่างมั่นคง โดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

9. พัฒนาเยาวชนเกษตรกรเพื่อเป็นชาวนายุคใหม่ในพื้นที่ที่ผลิตเพื่อการส่งออก จำนวน 10,000 คน

10. สร้างความมั่นคงทางอาหาร โดยจัดสร้างธนาคารข้าวในพื้นที่ขาดแคลนข้าว เพื่อให้ชาวนายืมข้าวสำหรับบริโภค จำนวน 80 แห่ง

11. ส่งเสริมคุณภาพชีวิตชาวนาให้ดีขึ้นโดยให้ใช้ เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับพื้นที่และส่งเสริมการจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำ

12. ส่งเสริมให้ชาวนารวมกลุ่มเป็นองค์กรชาวนาที่มีศักยภาพในการประสานงาน แลกเปลี่ยนความรู้ กับองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถต่อรองทางด้านการตลาดได้

กลยุทธ์การจัดระบบตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย

1. กระตุ้นกลไกและลดขั้นตอนการตลาด เพื่อพัฒนาศักยภาพการตลาด เพื่อเสริมการพัฒนาศักยภาพการผลิต อันจะส่งผลให้รายได้ของชาวนาให้เพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ใน 5 ปี และสามารถสร้างมูลค่าจากการขายข้าวทั้งระบบเพิ่มขึ้นจาก 210,000 ล้านบาท ในปี 2550 เป็น 231,000 ล้านบาท ในปี 2554

2. มีการซื้อขายข้าวในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพิ่มขึ้น โดยในปี 2554 จะมีปริมาณการซื้อขายข้าวสารในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าประมาณร้อยละ 20 ของมูลค่าส่งออกข้าวไปต่างประเทศ

กลยุทธ์

1. ข้าวเปลือก

1.1 การจัดการหลังเก็บเกี่ยว โดยการรับรองมาตรฐานเครื่องเกี่ยวขนาดเพื่อลดการสูญเสีย

1.2 จัดระบบกรรมวิธีการรักษาข้าวเปลือก ให้คงคุณภาพ เพื่อสามารถชะลอการจำหน่ายให้ได้ราคาสูงขึ้น

1.3 จัดระบบการซื้อขายข้าวเปลือก โดยมีการกำหนดมาตรฐานข้าวเปลือกให้เกิดความเป็นธรรมทางการค้า

1.4 จัดระบบตลาดกลาง โดยให้มีการสร้างและพัฒนาตลาดกลางให้สอดคล้องกับปริมาณผลผลิตในจุดที่สำคัญตามความต้องการของตลาด โดยพัฒนาให้มีการจัดระบบการซื้อขายตามตัวอย่างและตามมาตรฐาน

1.5 สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ในพื้นที่ที่จำเป็นและเหมาะสม

1.6 สร้างความเป็นธรรมทางการค้า โดยการดูแลการแข่งขันวัดให้มีความเที่ยงตรงในการซื้อขาย

2. ข้าวสาร

2.1 จัดระบบโรงสีให้มีปริมาณโรงสีที่เหมาะสมกับความต้องการแปรรูปข้าวและลดการสูญเสีย โดยแต่งตั้งคณะกรรมการจากภาครัฐและเอกชนในการพิจารณาความเหมาะสม

2.2 ส่งเสริมให้โรงสีพัฒนาระบบการผลิตและสร้างนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีของโรงสีให้เป็นมาตรฐาน

2.3 ส่งเสริมการพัฒนาการซื้อขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อปกป้องมิให้มีการกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม

2.4 ส่งเสริมให้มีการสร้างระบบประกันความเสี่ยงผ่านตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า

2.5 ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ค้าและสมาคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความขัดแย้ง

2.6 ส่งเสริมการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์แก่โรงสีในการปรับปรุงคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของตลาดและสีได้ต้นข้าวเพิ่มขึ้น

2.7 สนับสนุนการจัดสร้างไซโลที่มีมาตรฐาน เพื่อรักษาคุณภาพข้าวในเขตพื้นที่เพาะปลูกที่สำคัญ

3. ผลិតภักข์ข้าว

3.1 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการแปรรูปข้าวให้มีความหลากหลายและมีมูลค่าสูง โดยจัดลำดับการให้ความสำคัญตามความเป็นไปได้ทางการตลาด เช่น ข้าวกล้องงอก (gaba rice) และผลิตภักข์จากน้ำมันรำข้าว โดยการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การบริโภคเพื่อขยายตลาดเพิ่มขึ้น สนับสนุนการผลิตวัตถุดิบข้าวให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภักข์ โดยประสานเชื่อมโยงระหว่างชาวนาจนถึงผู้ประกอบการ

กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพราคา

เป้าหมาย กำหนดราคาแทรกแซงตลาดใกล้เคียงกับราคาตลาด หรือสูงกว่าราคาตลาดไม่เกินร้อยละ 10 เพื่อให้สามารถลดปริมาณและภาระค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการแทรกแซงตลาดข้าวเปลือกกลางประมาณร้อยละ 10 ต่อปี จากประมาณ 4,400 ล้านบาท ในปี 2550 เป็น 4,000 ล้านบาท ในปี 2554

กลยุทธ์

1. จัดหาตลาดรองรับผลิตภักข์ โดยส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รองรับผลผลิตที่เป็นแหล่งซื้อและขายผลผลิตของชาวนา
2. ประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่คุณภาพสินค้า เพื่อขยายตลาดภายใน เพื่อนำไปสู่การขยายการส่งออก
3. สร้างการรับรู้ในด้านกลไกตลาด โดยการสนับสนุนข้อมูลข่าวสารความรู้ในเรื่องกลไกตลาดแก่ชาวนา เพื่อให้เกษตรกรยอมรับราคาตลาดเพิ่มขึ้น
4. กำหนดแผนการลด/ยกเลิกการแทรกแซงตลาดข้าว โดยกำหนดราคาแทรกแซง/รับจํานําเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับภาวะราคาตลาดและสถานการณ์ โดยกำหนดราคาแทรกแซงตลาดสูงไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาตลาด และกำหนดเป้าหมายปริมาณการแทรกแซงตลาด โดยให้ลดลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี
5. สร้างกลไกในการช่วยเหลือเกษตรกรเพิ่มเติม เช่น การผูกโยงให้ผู้ส่งออกได้รับสิทธิในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเป็นกรณีพิเศษ โดยผู้ส่งออกจะต้องซื้อข้าวภายในประเทศในราคาสูงขึ้นในสัดส่วนเดียวกัน

6. เพิ่มศักยภาพทางการช่วยเหลือเกษตรกรเพิ่มเติม เช่น การผูกโยงให้ผู้ส่งออกได้รับสิทธิในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเป็นกรณีพิเศษ โดยผู้ส่งออกจะต้องซื้อข้าวภายในประเทศในราคาสูงขึ้นในสัดส่วนเดียวกัน

7. สร้างสภาพคล่องทางการค้าและการเงินเพิ่มขึ้น โดยดำเนินการวางระบบให้มีการออกไปรับสินค้า (Warehouse receipt) เป็นเครื่องมือในการสร้างสภาพคล่องแก่ชาวนาเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ

เป้าหมาย ผลักดันการส่งออกให้มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากช่วงปี 2545-2549 ซึ่งมีปริมาณการส่งออกเฉลี่ย 7.3 ล้านตัน มูลค่า 2.057 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ราคาเฉลี่ย 278 เหรียญสหรัฐฯ ต่อตัน เพิ่มขึ้นเป็นปริมาณส่งออก 8.5-9.5 ล้านตัน มูลค่า 2,600-2,850 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ราคาเฉลี่ย 300 เหรียญสหรัฐฯ ในปี 2550-2554

กลยุทธ์

1. จัดระบบกาส่งออก โดยการจดทะเบียนผู้ส่งออกเพื่อให้สามารถกำกับดูแลมิให้ผู้ส่งออกมีการตัดราคาส่งออกข้าวในต่างประเทศ หรือรวมตัวกันกำหนดราคาข้าวภายในประเทศ

2. สร้างความร่วมมือในระดับภูมิภาค โดยกระชับและขยายความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เวียดนาม พม่า ลาว กัมพูชา อินโดนีเซีย บรูไน ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และมาเลเซีย

3. การสร้างภาพลักษณ์สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทย โดยจัดให้มีหน่วยงานจัดทำข้อมูลโภชนาการและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ทางโภชนาการและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ทางโภชนาการและการปลอดภัยตัดแต่งพันธุกรรม (non-GMOs) เพื่อเสริมสร้างจุดแข็งของข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทย รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละตลาด

4. การส่งออกข้าวรัฐต่อรัฐในตลาดที่เอกชนไม่สามารถเข้าถึงและสนับสนุนให้กลุ่มและสถาบันเกษตรกรมีส่วนร่วมในการส่งออกข้าวรัฐต่อรัฐภายใต้ระเบียบของราชการ

5. ส่งเสริมการส่งออกข้าวของเอกชน โดยจัดคณะผู้แทนการค้าภาครัฐร่วมกับภาคเอกชนเจรจาแก้ไขปัญหาการค้าข้าวระหว่างประเทศ

6. พัฒนาระบบมาตรฐานและการรับรองให้ได้มาตรฐานสากล โดยให้มีหน่วยงานรับรอง โดยเฉพาะการเจาะตลาดจำเพาะ (niche market) ได้แก่ ข้าวอินทรีย์ ข้าวกล้องอนามัย และพัฒนารูปแบบข้าวผลิตภัณฑ์แปรรูปสารสกัดจากข้าวและบรรจุภัณฑ์เพื่อสนองรสนิยมตลาดที่เปลี่ยนแปลง

7. ปรับปรุงมาตรฐานข้าวไทยและข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นมาตรฐานสากลและสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานข้าวไทย

8. กำหนดตำแหน่งข้าวไทยในตลาดต่างประเทศในแต่ละชนิด/คุณภาพข้าวให้ชัดเจน โดยการศึกษาวิจัยเพื่อสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

9. พัฒนาระบบข้อมูลการส่งออก โดยการเชื่อมข้อมูลกับหน่วยงานและกลุ่มประเทศความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อสร้างฐานข้อมูลครบวงจร และพัฒนาระบบบริการการส่งออกโดยการใช้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ EDI และ e-service

6. กลยุทธ์การบริหารจัดการขนส่งสินค้า

เป้าหมาย สามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการจากร้อยละ 19 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของข้าวในปี 2550 (ต้นทุนโดยรวมมีจำนวน 61,047 ล้านบาท จากผลิตภัณฑ์มวลรวมของข้าวในปี 2554

กลยุทธ์

1. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านการขนส่งสินค้าและบริการ โดยการศึกษากระบวนการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ การจัดเก็บ รวบรวม และขนส่งข้าวที่ดำเนินการในส่วนภูมิภาค วิเคราะห์ข้อจำกัดที่ก่อให้เกิดความเสียหายของผลิผลระหว่างดำเนินการ วิเคราะห์ต้นทุนที่เกิดจากกระบวนการดำเนินการและพัฒนาวิธีการจัดเก็บ โดยนำระบบแผนที่ทางภูมิศาสตร์ GIS มาใช้

2. จัดตั้งศูนย์บริการขนส่งสินค้าและบริการ โดยจัดให้มีศูนย์บริการการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ (logistics) ในระดับภูมิภาค โดยการสร้างพันธมิตรด้านการขนส่ง เช่น การจัดตั้งสถานีรวบรวมคอนเทนเนอร์ (Inland Container Depot--ICD) และให้มีการเชื่อมโยงระหว่างศูนย์ในแต่ละภูมิภาคเป็นเครือข่ายระดับประเทศ

3. จัดระบบผู้ให้บริการด้านการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ โดยการจัดการให้มีบริการด้านการจัดการเป็นพิเศษในระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ (logistics) เชื่อมต่อทั้งภายในและต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและต้นทุนลดลง เช่น ลดกระบวนการขนส่งหลายครั้ง (double handing) การจัดหาเรือรับสินค้าให้เพียงพอ และการสร้างระบบเครือข่าย (networking) ในการขนส่งทางถนน โดยการจัดให้มีศูนย์รวมการติดต่อรับเช่าช่วง (sub-contract) และศูนย์ติดต่อรถขนส่งแห่งเดียวในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อให้สามารถลดการสูญเสียเปล่าในการขนส่งได้

4. ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับคลังสินค้าและไซโลที่เอื้อให้เกิดความสะดวกต่อผู้ประกอบการที่ให้บริการลอจิสติกส์ รวมทั้งทบทวนกฎหมายการขนส่งแบบหลายรูปแบบ (multi-model transport) ให้เกิดความสะดวกและมีประสิทธิภาพ

5. จัดระบบคลังสินค้าและไซโล โดยการวางระบบการจัดการสร้างคลังสินค้าและไซโลที่สามารถรักษาคุณภาพข้าวได้อย่างมีมาตรฐานสูง และให้สอดคล้องกับปริมาณผลผลิตและความต้องการของผู้ประกอบการ และสามารถลดความซ้ำซ้อนในขั้นตอนการเก็บรักษาข้าวตลอดห่วงโซ่อุปทาน

6. เพิ่มศักยภาพของผู้ส่งออก โดยจัดให้มีระบบการขนส่ง แปรรูป และจัดเก็บสินค้าในระบบควบคุมคุณภาพระบบลอจิสติกส์ ที่พึงพาตนเองหรือกลุ่มของตนเองเพื่อส่งมอบให้ต้นทุนลดลงและคุณภาพสูงขึ้น รวมทั้งให้สิทธิพิเศษเป็นเงินช่วยเหลือ (rebate) แก่ผู้ส่งออกที่อยู่ในกลุ่มที่ส่งออกได้ตามเป้าหมาย รวมทั้งกลุ่มพันธมิตรข้าวด้วย

7. บริหารจัดการด้านการส่งออก โดยการลดความซ้ำซ้อนของขั้นตอนการส่งออกข้าว และให้เกิดการสะดวกต่อการจัดการ โดยการลดขั้นตอนการออกเอกสารและใบรับรองมาตรฐานข้าวเพื่อการส่งออก โดยมีศูนย์บริการส่งออกทั้งระบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (one stop service) ณ ท่าเรือส่งออก

8. พัฒนาระบบการขนส่ง โดยการปรับปรุงเพื่อแก้ไขข้อขัดข้องในระบบการขนส่ง โดยเฉพาะระบบขนส่งทางน้ำและระบบรางที่เชื่อมต่อกันได้ในเชิงประหยัดซึ่งควรเชื่อมโยงระบบการขนส่งทางราง (รถไฟ) จากแหล่งรวบรวมไปยังท่าเรือระนอง เพื่อเชื่อมการส่งออกไปยังอินเดีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา รวมทั้งควรมีการกำหนดที่ตั้งของโรงสีให้เหมาะสมเพื่อให้การบริการกระจายไปทั่วทุกแหล่งผลิตข้าวทุกภาค

นโยบายข้าวของไทยภายใต้กฎเกณฑ์ขององค์การการค้าโลก (WTO)

ในส่วนนี้จะอธิบายกฎเกณฑ์ที่ประเทศไทยต้องปฏิบัติตามภายใต้ความตกลงว่าด้วยการเกษตรในส่วนที่มีผลกระทบต่อนโยบายข้าวในสองประเด็นด้วยกันคือ นโยบายด้านการเปิดตลาด และนโยบายด้านการอุดหนุนภายใน ทั้งนี้มีได้ข้ออธิบายถึงการอุดหนุนการส่งออกข้าวเนื่องจากประเทศไทยมิได้แจ้งการใช้นโยบายการอุดหนุนการส่งออกในการเจรจาการค้ารอบอุรุกวัย จึงไม่มีสิทธิใช้นโยบายดังกล่าว (มณฑิธร สติมานนท์, 2549)

นโยบายการเปิดตลาด

ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการเกษตร ประเทศไทยในฐานะสมาชิกขององค์การการค้าโลกตกลงที่จะลดภาษีการนำเข้าสินค้าเกษตร 740 รายการภาษี (tariff lines) ลงเฉลี่ยร้อยละ 24 ภายในปี 2547 โดยต้องมีการลดภาษีสินค้าแต่ละรายการลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 การลดภาษีดังกล่าวจะทำให้อัตราภาษีผูกพัน (bound tariff) ของภาคการเกษตรลดลงจากร้อยละ 49 ในปี 2538 เหลือร้อยละ 36 ในปี นอกเหนือจากการลดภาษีแล้วประเทศไทยได้แปลงอุปสรรคทางการค้าที่ไม่มีใช้ภาษี (non-tariff) มาเป็นภาษีของสินค้าเกษตร 23 รายการ โดยใช้ระบบโควตาภาษีเข้ามาแทน ข้าวเป็นหนึ่งในสินค้า 23 รายการนี้ ผลจากการเปิดตลาดข้าวดังกล่าวทำให้ไทยต้องออกประกาศกระทรวงพาณิชย์และระเบียบกระทรวงสำคัญทั้งหมด 14 ฉบับ เพื่อให้การนำเข้าข้าวนั้นถูกกฎหมายเนื่องจากเดิมประเทศไทยมีกฎหมายห้ามนำเข้าข้าวที่นั้นถูกกฎหมายเนื่องจากเดิมประเทศไทยมีกฎหมายห้ามนำเข้าข้าวมาในประเทศ (พระราชบัญญัติการส่งออกป็นนอกและการนำเข้าในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522) โดยไทยมีการนำเข้าข้าวในปริมาณที่ไม่มากนัก เนื่องจากไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก ดังนั้นจึงมีความต้องการนำเข้าข้าวมาเพื่อบริโภคน้อย โดยส่วนใหญ่ข้าวที่นำเข้ามักเป็นข้าวพันธุ์จาโปนิก้าเพื่อนำมาประกอบอาหารในร้านอาหารญี่ปุ่น

นโยบายการอุดหนุนภายในกรณีของข้าว

ในด้านนโยบายการอุดหนุนภายในนั้น ไทยต้องลดการอุดหนุนภายในที่มีผลบิดเบือนการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะนโยบายกล่องอำพัน (amber box) ตามข้อผูกพันที่ให้ไว้กับองค์การการค้าโลก และต้องแจ้งยอดการอุดหนุนรวมในทุก ๆ ปี (Total Aggregate Measurement of Support--TAMS) นโยบายและงบประมาณการอุดหนุนการผลิตข้าวภายในประเทศกำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายข้าว ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการจะอยู่ในรูปของเงินงบประมาณประจำปีและเงินจากกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร พ.ศ. 2534 ซึ่งมีคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรกำกับอยู่ เมื่อคณะกรรมการนโยบายข้าวกำหนดนโยบายการอุดหนุนภายในแล้วจะต้องได้ขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบายและมาตรการช่วยเหลือเกษตรกร ก่อนที่จะมอบหมายให้หน่วยงาน 3 หน่วยงาน อันได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) องค์การคลังสินค้า (อค.) และองค์การตลาดเพื่อการเกษตร (อตก.) ดำเนินงาน

รัฐบาลไทยดำเนินนโยบายที่หลากหลายในการให้เงินอุดหนุนข้าว ซึ่งมีทั้งเป็นมาตรการที่บิดเบือนการค้าและไม่บิดเบือนการค้าและนโยบายที่ได้รับการยกเว้นเป็นพิเศษในฐานะประเทศกำลังพัฒนานโยบายและมาตรการของรัฐบาลไทยที่ใช้และแจ้งต่อองค์การการค้าโลก (WTO) ว่ามีลักษณะบิดเบือนการค้า (amber box policies) มีดังนี้

1. โครงการระเบียบรับซื้อข้าวด้วยเงินที่เกิดจากการค้าพืชผลเกษตร (ข้าวเปลือก) ของธนาคารแห่งประเทศไทย
2. โครงการรับจำนำข้าวเปลือกของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
3. โครงการแทรกแซงข้าวเปลือกของกระทรวงมหาดไทย
4. โครงการพุงราคาข้าวเปลือกนปีของกองทัพเรือ
5. โครงการพุงราคาข้าวเปลือกนปีของกองทัพอากาศ

นโยบายและมาตรการของรัฐบาลไทยที่ใช้และไม่มีผลบิดเบือนทางการค้า (green box policies) ได้แก่

1. งานวิจัยข้าว

2. งานบริการและวิเคราะห์ปัจจัยการผลิต
3. งานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร
4. งานส่งเสริมการผลิตข้าว
5. งานผลิตพันธุ์ข้าว
6. งานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น บ่อน้ำ และฝาย เป็นต้น

นโยบายและมาตรการที่ได้รับการยกเว้นสำหรับประเทศกำลังพัฒนา (special treatment) ได้แก่

1. โครงการเงินกู้สำหรับเกษตรกร
 2. โครงการสร้างไซโลข้าว นางข้าว
 3. โครงการจัดตั้งตลาดกลางข้าว
 4. โครงการช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิตที่ดำเนินงานโดยกรมส่งเสริมการเกษตร
- ทั้งนี้ นโยบายหรือมาตรการที่สำคัญที่สุดที่รัฐบาลเข้ามาอุดหนุนในตลาดข้าวคือ

โครงการรับจำนำข้าวเปลือก และการแทรกแซงราคาข้าวในตลาด โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อพยุงราคาข้าวในระยะเก็บเกี่ยวให้มีราคาตกต่ำลงมากเมื่อมีผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก และเพื่อสนับสนุนให้ชาวนามีทางเลือกที่จะขายข้าวให้กับโรงสีหรือนำมาจำหน่ายกับรัฐบาล

การรับจำนำข้าวเปลือกปัจจุบันดำเนินการใน 2 ลักษณะ ได้แก่

1. การรับจำนำข้าวเปลือกที่ยุ้งของเกษตรกรซึ่งดำเนินการ โดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) โดย ธ.ก.ส. จะรับจำนำข้าวจากเกษตรกรหรือสหกรณ์ที่มียุ้งฉางเป็นของตนเอง
2. การรับจำนำใบประทวนสินค้าวิธีการนี้องค์การคลังสินค้าและองค์การตลาดเพื่อการเกษตรทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากข้าวเปลือกจากเกษตรกร หรือนิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง และอกใบประทวนสินค้าไปเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้จากรัฐบาลผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดย ธ.ก.ส. จะเป็นผู้จ่ายเงินกู้ให้แก่เกษตรกร และคิดอัตราดอกเบี้ยเท่ากับ Minimum Loan Rate (MLR) ของ ธ.ก.ส. โดยใช้ราคากลางของข้าวตามที่กรรมการข้าวเป็นผู้กำหนด และกรรมการค้าภายในจะเป็นหน่วยงานที่ประกาศจำนวนเงินกู้เกษตรกรตามชนิดพันธุ์และคุณภาพของข้าวเปลือก โดยอัตราดอกเบี้ยดังกล่าว

เกษตรกรจะรับภาระต้องจ่ายในอัตราร้อยละ 3 ต่อปี ส่วนที่เกินกว่านั้นรัฐบาลจะเป็นผู้จ่ายแทน ในเดือนเมษายนปี 2548 ราคารับจํานำข้าวเจ้า ซึ่งเป็นข้าวเปลือกนาปรังพันธุ์ไวแสงที่มีความชื้นน้อยกว่า 15% และไม่มีเมล็ดหักเลยมีราคาเท่ากับ 6,700 บาทต่อตัน และข้าวเปลือกเหนียวนาปรังที่มีความชื้นน้อยกว่า 15% และไม่มีเมล็ดหักเลยมีราคาเท่ากับ 7,300 บาทต่อตัน

สำหรับระยะเวลาไถ่ถอนข้าวนั้นจะถูกกำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายข้าว ซึ่งหากครบกำหนดไถ่ถอนแล้ว แต่ราคาในท้องตลาดยังต่ำกว่าราคารับจํานำ รัฐบาลจะนำข้าวเปลือกดังกล่าวออกขาย โดยรัฐบาลจะจ่ายเงินส่วนต่างระหว่างราคาที่จํานำกับราคาขายให้แก่ ธ.ก.ส. รวมทั้งรับผิดชอบจ่ายค่าอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3 ที่เกษตรกรได้จ่ายให้กับ ธ.ก.ส. ไปแล้วด้วย

บรรณานุกรม

- กรมการค้าภายใน. (2550). *สินค้าเกษตร: ข้าว*. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2551, จาก <http://www.dit.go.th/contentmain.asp?typeid=16&catid=104>
- กรมการปกครอง. (2552). *จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ*. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2553, จาก http://203.113.86.149/_stat.html
- กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าภายใน, สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร. (2550). *ยุทธศาสตร์ข้าวไทย ปี 2550-2554*. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2551, จาก http://www.agri.dit.go.th/web_dit_sec2/home/view_upload.aspx?category_id=43&category_name=ยุทธศาสตร์ข้าวไทย2550-2554
- กสภกรณ์ มลิวรรณ. (2546). *การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวราคาข้าวหอมมะลิของไทยในตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์-มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จุฑามาศ สังข์อุดม. (2546). *ผลกระทบของปัจจัยภายนอกที่มีต่ออุปสงค์และอุปทานข้าวไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. (2551ก). *ราคาข้าวตลาดโลกร่วง 2 วันติด*. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2551, จาก <http://www.afet.or.th/v081/Thai/news/commodity>Show.php?id=662>
- ตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย. (2551ข). *ราคาข้าวสูงเป็นประวัติการณ์*. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2551, จาก <http://www.afet.or.th/v081/Thai/news/commodity>Show.php?id=416>
- นฤมล อติเรกโชติกุล. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด. (2551). *การศึกษาพฤติกรรมและการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

- บันลือ คำวชิรพิทักษ์. (2543). *เศรษฐศาสตร์การตลาดการเกษตร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มณเฑียร สติมานนท์. (2549). *ข้าวภายใต้องค์การการค้าโลก*. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2551, จาก <http://www.thailandwto.org/Doc/Pub/Pub/Rice.pdf>
- วนิดา วุฒิमानพ. (2548). *ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อข้าวสาร-บรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์-บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรีพร โพธิ์จีน. (2551). *ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรประจำเดือนเมษายน 2551 (ข้าว)*. ค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2551, จาก http://www.oae.go.th/oae_go_th/journal_month/journal.htm
- สมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ. (2551). *ปัญหาใหญ่ในการส่งออกข้าวในปี 2551*. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2551, จาก http://www.riceproduct.org/index.php?option=com_Content&task=view&id=71&Itemid=48
- สมาคมผู้ส่งออก. (2551). *วิกฤตอาหารโลกสร้างโอกาสไทย*. ค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2551, จาก <http://www.thaishipper.com/Content/Content.asp?ID=22820>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า. (2551). *การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานรายชนิดสินค้า: ข้าว*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2551, จาก http://www.aftc.or.th/itc/products_analyze_price_25.php?id=56&fgrp_id=5&fmnu_id=18
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2551). *สถานการณ์และแนวโน้มสินค้าเกษตรที่สำคัญปี 2551*. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2551, จาก http://www.biothai.net/web/show_all.php?h=43
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2553ก). *ราคาที่เกษตรกรขายได้รายเดือน ปี 2549-2553*. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2553, จาก http://www.oae.go.th/oae_report/price/price_month_result.php
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2553ข). *สถานการณ์และแนวโน้มสินค้าเกษตรที่สำคัญปี 2553*. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2553, จาก <http://www.oae.go.th/download/article/2553.pdf>

- สำนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว. (2551ก). *ราคาข้าวสารส่งออก (F.O.B.)*. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2551, จาก http://www.riceproduct.org/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=1
- สำนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว. (2551ข). *ราคาเฉลี่ยขายส่งข้าวในตลาด กทม.*. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2551, จาก http://www.riceproduct.org/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=1
- สำนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว. (2551ค). *ราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ทั่วประเทศ*. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2551, จาก http://www.riceproduct.org/index.php?option=com_
- สุนันท์ รัตนเมธาโกศล. (2546). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ข้าวกล้องหอมมะลิของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรัตน์ โชคประจักษ์ชัด และคณะสมาคมโรงสีข้าว. (2551). *รายงานประจำเดือน ประมวลวิเคราะห์ สถานการณ์ และแนวโน้มข้าวไทย (เมษายน 2551)*. ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2551, จาก <http://www.thairicemillers.com/images/stories/satanakanApril51.doc>
- อัมพรศรี สุพุทธิพงศ์. (2547). *การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดข้าวหอม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- เอ เอส ที วี ผู้จัดการออนไลน์. (2551ก). *พาณิชย์เร่งวางปัญหาตลาดข้าวถุงป่วน จับตา 1 พ.ค. จ่อขึ้นอีก 10%*. ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2551, จาก <http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9510000049001>
- เอ เอส ที วี ผู้จัดการออนไลน์. (2551ข). *สมาคมข้าวถุงไทยเตรียมเพิ่มกำลังการผลิต*. ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2551, จาก <http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9510000047979>
- Kotler, P. (2003). *Principles of marketing*. Bangkok: Pearson Education Indochina.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York:
Harper & Row.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวพัชรศรีณีย์ วิไลสาระนันท์
วัน เดือน ปี เกิด	6 กุมภาพันธ์ 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสตรีวัดอัมพรสวรรค์ ปีการศึกษา 2543 สำเร็จปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2546
ตำแหน่งหน้าที่ การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย บริษัท ชันไรส์ โลจิสต์ (ประเทศไทย) จำกัด

