

กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย*

THE POTENTIAL DEVELOPMENT STRATEGIES FOR THE THAI RICE EXPORT INDUSTRY

อัครพงศ์ กรมพลาศักดิ์

Akkapong Kromplasak

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Bangkok Thonburi University, Thailand

E-mail: asiainspection2527@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัญหาและอุปสรรคที่เป็นปัจจัยข้อจำกัดต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย 2) เหตุผลที่ผู้บริหารต้องการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยในอนาคต และ 3) แบบจำลองกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย 48 ท่าน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ มีค่าความเชื่อถือ Cronbach's Alpha 0.98 ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิเชิงนโยบาย กฎหมาย การผลิตและส่งออกข้าว และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการจำแนกเชิงชั้นตามขั้นตอน (discriminant hierarchical analysis by stepwise)

ผลการวิจัยพบว่า

1) ปัญหาข้อจำกัดต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย คือ ต้นทุนการผลิตต่อไร่ และการจัดการคน เทคโนโลยีและทรัพยากรที่มีอยู่ ส่วนอุปสรรคคือ ระบบชลประทาน เงื่อนไขตลาดของคู่แข่งและความรุนแรงของการแข่งขันราคา 2) ผู้ประกอบการส่งออกข้าวไทยส่วนใหญ่ต้องการ พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยในอนาคต เพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรมากขึ้น 3) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย ประกอบ ปัจจัยมาตรฐานการส่งออก ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี ปัจจัยทักษะความสามารถ และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต นำมาสร้าง 2 แบบจำลองพยากรณ์คือ อัตราการเติบโตของยอดขายและอัตรากำไร ที่พยากรณ์ความถูกต้องได้ถึงร้อยละ 95.8 และร้อยละเปอร์เซ็นต์ตามลำดับ แสดงด้วยสมการที่ใช้สร้างเครื่องมือวัดศักยภาพของ

* Received 5 November 2019; Revised 27 November 2019; Accepted 27 November 2019



อุตสาหกรรม และรูปภาพของกลยุทธ์ 4 + 1 พัฒนาใช้เพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายและกำไรในอนาคต

คำสำคัญ: กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพ, อุตสาหกรรมส่งออก, ข้าวไทย

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the problems and obstacles that limiting the factors of the potential development of Thai rice export industry; 2) the reasons why the executives aim to develop the potential of Thai rice export industry in the future; and 3) the model of potential development strategies for Thai rice export industry. This study was a Mixed method research which were a quantitative and qualitative research. For the quantitative research, the study sample was selected from 48 executives who are the members of the “Thai Rice Exporters Association” in 2019. The data were collected by the questionnaire. This was guaranteed by reliable cronbach’s alpha coefficient (0.98). For qualitative research, it was conducted by in-depth interviewing 7 experts. These data were analyzed by using descriptive statistics (ratio, means, standard deviation, and discriminant hierarchical analysis by stepwise)

The research results have indicated that 1) the limitations of potential development of Thai rice export industry are cost of production and people, technology, and exist resource management. In addition, the obstacles are the irrigation system, conditions of competitive market and intense price competition; 2) most Thai rice exporters aim to enhance the competitive capabilities of Thai rice export in order to increase sales and profits in the future. 3) the potential development of Thai rice export consists of Standard factor, Network and Alliance factor, Innovation factor, Skill factor, and Strategy factor. According to this result, 2 models of potential development for Thai rice export industry were created to classify sales growth rate and profits growth rate. The original grouped cases correctly classified by 95.8 % and 100 % respectively. The equation and picture were used to create tool for developing the potential of industry as its shown in this strategy. This is called the 4+1 strategy to increase the rate of sales growth and profit growth. in future.



Keywords: Potential Development Strategies, Export Industry, Thai Rice

บทนำ

“ข้าว” เป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ที่สร้างรายได้เข้าประเทศจากการส่งออกตลาดโลกเพื่อการบริโภคสูงประมาณปีละ 2 แสนล้านบาท โดยตลาดโลกมีผลผลิตและการบริโภคเฉลี่ยปีละประมาณ 430 ล้านตัน มีการแข่งขันส่งออกในตลาดโลกตามลำดับคือ ประเทศจีน อินเดีย และเวียดนาม ต่างก็ผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกปริมาณส่วนเกินประมาณปีละ 29-30 ล้านตัน ส่วนประเทศไทยนั้นอยู่ในลำดับที่ 6 (เชษฐา เชื้อสุวรรณ, 2561)

ประเทศไทยมีปริมาณข้าวเหลือเพื่อส่งออกมากที่สุด จึงทำให้ประเทศไทยเป็นทั้งผู้ผลิตและส่งออกข้าวสำคัญของโลกที่สามารถรองความเป็นหนึ่งในตลาดโลกด้านการค้าข้าวมานานกว่า 20 ปี จนกระทั่งปีพ.ศ. 2554 ประเทศไทยได้สูญเสียการเป็นผู้ส่งออกข้าวมากที่สุดในตลาดโลกไปให้กับประเทศอินเดีย และเวียดนาม ในปี พ.ศ.2555 และประเทศไทยต้องเผชิญความเสี่ยงเรื่องค่าแรงราคาถูกและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ของประเทศคู่แข่ง ตลอดจนการรวมตัวด้านเศรษฐกิจโลกเข้มข้น และแนวโน้มการบริโภคลดลงของผู้สูงวัยและกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ (Gen Z) (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559)

ในปี พ.ศ. 2558 อุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยเทียบกับต่างประเทศ พบว่า มีการส่งออกข้าวไทย ในปี พ.ศ. 2558 มีปริมาณ 9.8 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 10.7 จากปริมาณส่งออก 10.97 ล้านตัน ในปี 2557 เนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว จากกลุ่มประเทศผู้ซื้อที่มีรายได้จากการค้าขายน้ำมัน และการแข่งขันตลาดข้าวโลกสูงขึ้น ทำให้ความต้องการความต้องการนำเข้าข้าวลดลง ส่งผลให้การส่งออกข้าวไทยลดลงมาเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศอินเดีย ซึ่งส่งออกข้าวได้มากถึง 10.23 ล้านตัน ส่วนประเทศเวียดนามส่งออกข้าวในอันดับ 3 ของโลก รองจากประเทศไทย มีปริมาณส่งออก 6.6 ล้านตัน (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2559)

ดังนั้น จึงต้องเร่งศึกษา ค้นหากลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย เพื่อก้าวข้ามปัญหา อุปสรรคข้อจำกัดต่อการเติบโตของยอดขายและกำไร เพื่อพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันการส่งออกข้าวไทยในอนาคตเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนโยบายภาครัฐสนับสนุนนำหลักตามศาสตร์พระราชาของสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาใช้ คือ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ต่อปัญหาที่เป็นสาเหตุข้อจำกัดของอุตสาหกรรมภาคเอกชนอย่างแท้จริง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่มีพลัง จากทรัพยากรหลักของประเทศเพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับประเทศไทยอย่างท้าทายคือ กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยให้ มีอัตราการเติบโตของยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และพัฒนาต่อเนื่องอย่างยั่งยืน รักษาตำแหน่งผู้ส่งออกข้าวไทยในตลาดโลกสำเร็จ กลับมาเป็นผู้นำเข้าการส่งออกข้าว



อันดับ 1 ของโลกอีกครั้ง จากการค้นหาปัจจัยที่ใช้พัฒนาตนเองร่วมกับกลยุทธ์การแข่งขันสรุปเป็นกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงต้องเร่งศึกษา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของประเทศ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ข้าวไทย ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561- 2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564 เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในอนาคต (ราชกิจจานุเบกษา ฉบับที่ 135 ตอนที่ 82 ก, 2561)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เป็นปัจจัยข้อจำกัดต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย
2. เพื่อศึกษาเหตุผลที่ผู้บริหารต้องการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยในอนาคต
3. เพื่อพัฒนาแบบจำลองกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษา 1) ประชากรคือ ผู้บริหารที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย “ไทยไรสเอ็กสพอร์เตอร์ แอสโซซิเอชั่น” จำนวน 96 บริษัท โดยรวบรวมข้อมูลประชากรทั้งหมด (census) คือ ผู้บริหารของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวขนาดกลางและขนาดใหญ่ 48 ท่าน 2) เครื่องมือศึกษาเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามด้วยข้อคำถามใช้คะแนน 0 – 5 เป็นมาตรฐานประเมินค่า (Rating scale) คำตอบ ที่ผ่านการทดสอบก่อนใช้รวบรวมข้อมูลซึ่งมีความเชื่อถือ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.98 3) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปใช้อธิบายคุณลักษณะของตัวแปรศึกษา วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (descriptive statistics analysis) ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การจำแนกการเติบโตเชิงขั้นตามขั้นตอน (Discriminant analysis by stepwise) สรุปปัจจัยที่ทำให้อัตราของยอดขายและของกำไรเติบโตในอนาคต 4) ปัจจัยผลวิเคราะห์นำมาสร้างเป็นกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยใช้พยากรณ์ความถูกต้องตามลำดับ ด้วยรูปแบบจำลองสมการแสดงค่าสัมประสิทธิ์ใช้สร้างเครื่องมือวัดระดับศักยภาพการเติบโตของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย และแบบจำลองรูปภาพกลยุทธ์ 4 + 1 พัฒนาใช้เพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายและกำไรในอนาคต



ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการเติบโตอัตราของยอดขายและกำไรของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมส่งออกขนาดกลางและขนาดใหญ่ ปี 2560 -2561 วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงชั้นตามขั้นตอน พบว่า

1. ข้อจำกัดต่อการเติบโตของอัตรายอดขายในอนาคตคือ 1.1) ต้นทุนผลผลิตต่อไร่ทำให้ราคาข้าวสูงกว่าคู่แข่งในตลาดโลก และประสิทธิภาพการจัดการคน เทคโนโลยี และทรัพยากรที่มีอยู่ คือปัญหาภายใน ส่วนการจัดการระบบชลประทานและภูมิอากาศที่มีผลต่อผลผลิตข้าว เงื่อนไขตลาดของประเทศคู่ค้าทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจ และความรุนแรงของการแข่งขันราคาในตลาดของลูกค้า คืออุปสรรคภายนอก คือ

2. มีข้อจำกัดต่ออัตราการเติบโตของกำไรในอนาคตคือ การวิจัยพัฒนาพันธุ์ข้าวไม่เพียงพอ สภาพคล่องทางการเงินไม่เพียงพอพัฒนาอุตสาหกรรม และประสิทธิภาพการจัดการคน เทคโนโลยีและทรัพยากรที่มีอยู่ คือปัญหาภายใน ส่วน ทักษะคน แนวโน้มบริโภคข้าวของคนรุ่นใหม่ (Gen Z) ผู้สูงอายุ และแรงงานขาดแคลนคือ อุปสรรค 2) ผลวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ความต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยในอนาคต พบว่าต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพโดยรวมร้อยละ 54.2 มาจากเหตุผลตามลำดับคือ

2.1. ต้องการพัฒนากิจการลดปัญหาข้อจำกัดมากมายเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรถึงร้อยละ 62.5

2.2 มีปัญหาข้อจำกัดมากมาย แต่ยังมีโอกาสเพิ่มยอดขายและกำไรได้ ร้อยละ 25.0

2.3 ไม่มีปัญหาข้อจำกัด แต่ยังมองเห็นถึงโอกาสที่ท้าทายในอนาคตร้อยละ 12.5

3. ผลวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูงการจำแนกประเภทเชิงชั้นตามขั้นตอน ด้วยปัจจัยมาตรฐานการส่งออก (standard: STD) ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร (Network: NET) ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี (Innovation: INO)

ปัจจัยทักษะความสามารถ (Skill: SKI) และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต (strategy: SGR) อธิบายการเติบโตของอัตรายอดขายของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย สรุปเป็นปัจจัยกลยุทธ์พัฒนาศักยภาพอัตราการเติบโตของยอดขายและกำไร ดังนี้

ก. ปัจจัยมาตรฐานการส่งออก ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี ปัจจัยทักษะความสามารถ และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต ใช้พยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อการเติบโตของอัตรายอดขายของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย ได้ถูกต้องถึงร้อยละ 95.8 ใช้สร้างแบบจำลองกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยมีอัตรายอดขายเติบโตในอนาคตเพิ่มขึ้น แสดงผลวิเคราะห์ตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์การจำแนกปัจจัยการเติบโตของอัตรายอดขายของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยแบบเชิงชั้นตามขั้นตอน (n=48)

ปัจจัยการเติบโตของยอดขาย	R*	SIG**	%****
STD + NET	0.853	0.000	95.8
STD + NET + INO	0.913	0.000	95.8
STD + NET + INO + SKI	0.988	0.000	95.8
STD + NET + INO + SKI + SGR	0.999	0.000	95.8

eigen values = 823.211 wilks' lambda = .000, $X^2 = 481.177$ R* = ความสัมพันธ์เส้นทาง (Canonical correlation) SIG** = ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significant) %**** = ร้อยละของความถูกต้องในการพยากรณ์ (predicted groups)

พบว่า อุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยมาตรฐานส่งออก ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี ปัจจัยทักษะความสามารถ และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต ทำให้อัตรายอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องตามลำดับ ด้วยแบบจำลองสมการค่าสัมประสิทธิ์ เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือวัดระดับศักยภาพการเติบโตของอุตสาหกรรมและประยุกต์ใช้ปฏิบัติตามภาพแบบจำลอง “กลยุทธ์ 4+1” เพื่อพัฒนาตนเอง 3 ปัจจัย ต่อยอดยอด 1 คือกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต

ข. ปัจจัยมาตรฐานการส่งออก ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี ปัจจัยทักษะความสามารถ และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต สามารถใช้พยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อการเติบโตของอัตรายอดขายของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยได้ถูกต้องถึงร้อยละ 95.8 ใช้สร้างเป็นแบบจำลองกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยมีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นในอนาคต ตอบัวตฤประสงค์ ข้อ 3 ยอมรับสมมติฐานข้อ 3 แสดงผลวิเคราะห์ตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์การจำแนกการเติบโตของอัตรากำไรของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย แบบเชิงชั้นตามขั้นตอน (Discriminant hierarchical analysis) (n=48)

ปัจจัยการเติบโตของอัตรากำไร	R*	SIG**	%****
STD	0.913	0.000	100.0
STD + NET	0.958	0.000	100.0
STD + NET + INO	0.993	0.000	100.0
STD + NET + INO + SKI	0.994	0.000	100.0
STD + NET + INO + SKI + SGR	0.998	0.000	100.0

eigen values = 823.211 wilks' lambda = .000 $X^2 = 603.894$ R* = ความสัมพันธ์เส้นทาง (Canonical correlation) SIG** = คำนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) %**** = ร้อยละของความถูกต้องในการพยากรณ์กลุ่ม (predicted groups)

พบว่า อุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยมาตรฐานส่งออก ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ปัจจัยนวัตกรรม เทคโนโลยี ปัจจัยทักษะความสามารถ และปัจจัยกลยุทธ์ในการแข่งขัน ที่ทำให้อัตรากำไรของอุตสาหกรรมเติบโตอย่างต่อเนื่องตามลำดับ ด้วยแบบจำลองสมการค่าสัมประสิทธิ์ เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือวัดระดับศักยภาพการเติบโตของอุตสาหกรรม และประยุกต์ใช้ปฏิบัติตามภาพแบบจำลอง “กลยุทธ์ 4+1” โดยพัฒนาตนเอง 3 ปัจจัย และใช้กลยุทธ์แข่งขันในอนาคตต่อยอด 1 ปัจจัย

อภิปรายผล

การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย พบว่า ข้อจำกัดปัญหาภายในที่ใช้พัฒนาอัตรายอดขายในอนาคตคือ ต้นทุนผลผลิตข้าวต่อไร่มีราคาสูงกว่าคู่แข่งในตลาดโลก และประสิทธิภาพการจัดการคน เทคโนโลยีและทรัพยากรที่มีอยู่ ส่วนอุปสรรคคือ การจัดการระบบชลประทาน และภูมิอากาศที่มีผลต่อผลผลิตข้าว เงื่อนไขตลาดของประเทศคู่ค้าทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจ และความรุนแรงการแข่งขันราคาในตลาดของลูกค้า โดยเฉพาะการพัฒนาพันธุ์ข้าวใหม่ของลูกค้าหลักและของคู่แข่งคือ ประเทศเวียดนาม ส่วนข้อจำกัดปัญหาที่ใช้พัฒนาอัตรากำไร คือ การวิจัยพัฒนาพันธุ์ข้าวไม่เพียงพอ สภาพคล่องทางการเงินไม่เพียงพอพัฒนาอุตสาหกรรมและประสิทธิภาพการจัดการคน เทคโนโลยีและทรัพยากรที่มีอยู่ รวมถึงอุปสรรคคือ ทักษะคนติ แนวโน้มบริโภคข้าวของคนรุ่นใหม่ (Gen Z) ผู้สูงอายุ และแรงงานขาดแคลน สอดคล้องคำกล่าวของนายกรัฐมนตรีประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกข้าวไทยในปี 2560 คือ ข้าวส่งออกมีต้นทุนการผลิตสูง มีผลผลิตข้าวต่อไร่ต่ำที่สุดในโลก มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวไม่ดีเท่าที่ควร (ราชกิจจา



นุเบกษา ฉบับที่ 135 ตอนที่ 82 ก, 2561) ตรงกับงานวิจัยของนิพนธ์ พัวพงศกร คือ ลดต้นทุนเพิ่มผลผลิตต่อไร่ รายได้ต่อหัวของชาวนาและเพิ่มมูลค่าข้าว(value-added) จากการปรับปรุงพันธุ์ข้าว การแปรรูปข้าว (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2556) และบุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร อธิบดีกรมการค้าภายใน ชี้ว่า ภาพรวมสถานการณ์ข้าวของโลกปี 2559 มีประเทศ อินเดีย สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ อินโดนีเซียและบังกลาเทศ ผลิตข้าวมีปริมาณลดลง ทำให้การบริโภคลดลงและพฤติกรรมบริโภคเน้นสุขภาพมากขึ้นและบริโภคสิ่งอื่นทดแทนการบริโภคข้าว ส่วนร้อยละตรวจโทเจริญ เหล่าธรรมทัศน์ นายกสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย แนะนำว่า อุตสาหกรรมข้าวไทยต้องพัฒนาศักยภาพแข่งขันกับประเทศเวียดนาม โดยเร่งส่งเสริมการปลูกพันธุ์ข้าวใหม่ มากกว่าพัฒนาพันธุ์ข้าวหลากหลายซึ่งไม่ตรงต่อความต้องการของตลาดและไม่ต้องรับผลกระทบจากสถานการณ์ข้าวล้นตลาด กลับสร้างรายได้ให้ประเทศมากขึ้น ดังนั้นคณะกรรมการและนโยบายบริหารจัดการข้าว (นบข.) ควรเร่งพิจารณามาตรการนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวไทยทั้งระบบอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป (บุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร, 2562)

รวมถึงควรพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมให้ตรงกับเหตุผลของผู้ประกอบการภาคเอกชนและชาวนา คือ ผู้บริหารอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรในอนาคตมากขึ้น สอดคล้องการศึกษาของนิพนธ์ พัวพงศกร นักวิชาการเกียรติคุณของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ชี้ว่า อนาคตข้าวไทยส่งออกมีแนวโน้มส่งออกสูงถึง 15 ปีคือ ข้าวขาวร้อยละ 44.3 ข้าวเหนียว 31.8 ข้าวหักหอมมะลิร้อยละ 7.3 ที่มีคู่แข่งสำคัญคือ เวียดนาม ปากีสถาน สหรัฐอเมริกาและอินเดีย พบอีกว่า ปัจจัยมาตรฐานการส่งออก ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี ปัจจัยทักษะความสามารถ และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต ใช้พยากรณ์การพัฒนาพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยในอนาคตมีอัตราของยอดขายในอนาคตเพิ่มขึ้นและมีอัตรากำไรในอนาคตเพิ่มขึ้นเพื่อนำผลวิเคราะห์มาสร้างเป็นกลยุทธ์อัตราการเติบโตของยอดขายในอนาคต และกลยุทธ์อัตราการเติบโตของกำไรในอนาคต 2 แบบจำลองแสดงเป็นข้อค้นพบคือ

1. สมการแสดงค่าสัมประสิทธิ์ข้อค้นพบ เพื่อสร้างเครื่องวัดระดับศักยภาพของอุตสาหกรรม

2. รูปภาพกลยุทธ์ 4+1 พัฒนาศักยภาพการเติบโตของอัตรายอดขายในอนาคต และอัตรากำไรในอนาคต โดยภาคอุตสาหกรรมกับภาครัฐร่วมมือพัฒนาตามลำดับอย่างจริงจัง คือ

แบบจำลองสมการที่ 1 สมการค่าสัมประสิทธิ์ สร้างเครื่องมือวัดระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย เพื่อพัฒนาอัตราของยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต เป็นกลยุทธ์



การพัฒนาศักยภาพธุรกิจส่งออกข้าวไทย ให้มีอัตราการเติบโตของยอดขาย ที่ระดับความเชื่อมั่นในการพยากรณ์ถูกต้องร้อยละ 95.8 คือ

$$\text{สมการอัตราเติบโตของยอดขาย} = \text{Constant} \times \text{STD} + \text{NET} + \text{INO} + \text{SKI} + \text{SGR}$$

แบบจำลองภาพที่ 1 รูปภาพกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย ให้มีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นในอนาคตโดยเริ่มจากการพัฒนาอุตสาหกรรมด้วยตนเอง 1) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานส่งออกด้านการปลอมปนข้าวของโรงสี 2) ปัจจัยเครือข่ายพันธมิตร ด้วยภาครัฐที่มีผลวิจัยพัฒนาข้าวส่งออก พันธมิตรต่างประเทศสนับสนุนลดวิกฤต และมีภาครัฐส่งเสริมการค้าต่างประเทศ 3) ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี ด้วยระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ระบบเอกสารส่งออกออนไลน์ หุ่นยนต์จักรกลทำงานแทนคน และการพัฒนาข้าวพันธุ์ใหม่เพื่อส่งออก 4) ปัจจัยทักษะความสามารถของผู้บริหารอัจฉริยะเพิ่มศักยภาพส่งออก และมีรัฐสนับสนุนเจาะตลาดคู่แข่งที่เพิ่มตลาดลูกค้าใหม่ 5) ปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันด้วยโครงการเกษตรอัจฉริยะ โครงการวิจัยพัฒนาคุณภาพข้าว แปรรูป สุขภาพ ความงาม การแพทย์ และโครงการจำนำข้าวยุคใหม่มีกลยุทธ์สีขาวปลอดคอร์รัปชันเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันในตลาดโลก สร้างโอกาสทำขาย และขยายสัดส่วนการตลาดมากขึ้นในกรณีที่มีข้าวคงเหลือปริมาณมาก สมการนี้มีความเชื่อมั่นในการพยากรณ์ศักยภาพการส่งออกข้าวไทยเพิ่มอัตรายอดขายเติบโตในอนาคตถูกต้องถึงร้อยละ 95.8 แสดงว่า ยังมีปัจจัยอื่น เช่น อัตราแลกเปลี่ยน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

สอดคล้องผลวิจัยของ สกว. พบว่า โครงการรับจำนำข้าวในการทุจริตในทุกขั้นตอน ทั้งการระบายข้าวส่งออก การลงทุน การแทรกราคาข้าวที่เอื้อประโยชน์ให้ชาวนาขนาดกลางและขนาดใหญ่ สร้างปัญหาต้นทุนต่อสังคมสูงถึง 1.2 แสนล้านบาท (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2556) ดังนั้น ทุกโครงการยุคใหม่ควรลดการทุจริต มีการแก้ไขกฎหมาย มีความรับผิดชอบความเสียหายเชิงนโยบาย มีการพัฒนาระบบรับรองมาตรฐาน คุณภาพเมล็ดพันธุ์และคุณภาพข้าว การแก้ไขกฎหมาย มีบัญชีรวมของโครงการ มีข้อมูลโปร่งใส จำกัดบทบาทรัฐไม่แทรกแซงราคาแข่งขันในตลาด เป็นต้น

แบบจำลองสมการที่ 2 สมการค่าสัมประสิทธิ์ สร้างเครื่องมือวัดระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย เพื่อพัฒนาอัตราของกำไรเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต เป็น กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพธุรกิจส่งออกข้าวไทย ให้มีอัตราการเติบโตของกำไร ที่ระดับความเชื่อมั่นในการพยากรณ์ถูกต้องร้อยละเปอร์เซ็นต์ ดังนี้

$$\text{สมการอัตราเติบโตของกำไร} = \text{Constant} \times \text{STD} + \text{NET} + \text{INO} + \text{SKI} + \text{SGR}$$

แบบจำลองภาพที่ 2 รูปภาพกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย ให้มีอัตราการเติบโตของกำไรเพิ่มขึ้นในอนาคต



โดยเริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมด้วยตนเองจาก 1) ปัจจัยมาตรฐานการส่งออกโดยใช้เทคโนโลยี คัดแยกข้าวโรงสีให้ได้มาตรฐานของลูกค้าเรื่องสารตกค้างและการปลอมปน 2) ปัจจัยเครือข่าย พันธมิตรด้วยหน่วยวิชาการสถาบันฝึกอบรมเพิ่มศักยภาพผู้บริหารและบุคลากร ภาคเอกชนที่มี ผลวิจัยพัฒนาข้าวส่งออก และภาครัฐส่งเสริมการค้าต่างประเทศ และสถาบันการเงินแก้ไข วิกฤตในการส่งออก 3) ปัจจัยนวัตกรรมเทคโนโลยี โดยการใช้การตลาดออนไลน์เฉพาะกลุ่ม ผสมผสาน OEM OBM ODM ระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จัดการควบคุมการผลิตข้าวส่งออก มีหุ่นยนต์แทนแรงงานคนผลิตและเพิ่มคุณภาพ มีเทคโนโลยีสมัยใหม่เชื่อมโยงตลาด ลูกค้า การเงินการธนาคาร 4) ปัจจัยทักษะความสามารถโดยเน้นการเป็นผู้บริหารเกษตรอัจฉริยะ ใช้กฎหมายแก้ไขวิกฤตการส่งออก และแย่งตลาดคู่แข่งและเจาะตลาดลูกค้าใหม่ 5) ปัจจัยกล ยุทธ์การแข่งขันที่มีรัฐสนับสนุนโดยใช้โครงการออนไลน์ตลาดเฉพาะกลุ่ม โครงการวิจัยพัฒนา คุณภาพข้าว แปรรูป สุขภาพความงามการแพทย์ และโครงการประกันราคาข้าวยุคใหม่เป็นกล ยุทธ์สีขาวเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันเหนือคู่แข่งในตลาดโลกให้มีโอกาสเพิ่มมีมูลค่าข้าวใน ตลาดโลก กรณีมีข้าวคงเหลือปริมาณน้อยและมีภัยพิบัติทั่วโลกสูง นำเทคโนโลยีมาแก้ปัญหา คอร์ปชั่น ตัวแปรข้างต้นนี้ มีความเชื่อมั่นในการพยากรณ์ศักยภาพการเพิ่มอัตราการเติบโตของ ยอดขายเพื่อส่งออกข้าวไทยได้ถูกต้องถึงร้อยเปอร์เซ็นต์

สอดคล้องงานวิจัยของ นิพนธ์ พัวพงศกร ซึ่งว่า นโยบายประกันราคาข้าวควรให้รัฐ จัดทำระบบภาพถ่ายดาวเทียมกับเอกสารแสดงความเป็นเจ้าของ และจำกัดวงเงินประกันอัตรา ขาดเขยครอบคลุมความเสียหายและการบรรเทาความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ รวมถึงการลด ต้นทุนและเพิ่มผลิตภาพข้าว และการขาดแคลนแรงงาน และเน้นงานวิจัยนวัตกรรมการผลิต ข้าว การแปรรูปข้าว และการค้าประกันข้าวในประเทศไทย (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2556) และ นวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technology Process Innovation) โดยนำเทคโนโลยี แบบใหม่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อปรับปรุงการผลิต ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ลดต้นทุนการ ผลิต สามารถแข่งขันเพิ่มขึ้น และนวัตกรรมกระบวนการทางองค์กร (Organizational Process Innovation) ใช้กระบวนการคิดขึ้นมาใหม่ จากการลองผิดลองถูกหรือเรียนรู้ทดลองด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถจัดการองค์กรให้สูงขึ้น (สุวิมล ติรกานันท์, 2543)

สรุป

ผลวิจัยที่ได้ค้นพบ ตัวแปรมีความสัมพันธ์ ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการค้าข้าว ของกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ส่งออกข้าวไทยในอนาคต ทั้งปัจจัยการพัฒนาศักยภาพของ อุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย เหตุผลที่ผู้บริหารต้องการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออก ข้าวไทย และการสร้างแบบจำลองการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยมีอัตรา



การเติบโตของยอดขายและกำไรในอนาคต พอสรุปผลการวิจัยด้วยข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทยในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัย หน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนอย่างจริงจัง โดยเร่งมีนโยบาย นำแบบจำลองสมการข้อค้นพบคือ ค่าสัมประสิทธิ์ไปสร้างเครื่องมือวัดระดับศักยภาพของ อุตสาหกรรม และเร่งสนับสนุนให้อุตสาหกรรมพัฒนาตรงศักยภาพของอุตสาหกรรมสู่ความ ต้องการ ด้วยใช้การพัฒนาตามรูปภาพแบบจำลอง กลยุทธ์พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมทำให้มีอัตรายอดขายและอัตรากำไรเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และควรกระตุ้นใจให้ ภาคเอกชนใช้กลยุทธ์ 4+1 พัฒนาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันคือ พัฒนาด้วยตนเองด้วย 4 ปัจจัยแรกคือ มาตรฐานการส่งออก เครือข่ายพันธมิตร นวัตกรรมเทคโนโลยี และทักษะ ความสามารถ ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม และใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่มีรัฐสนับสนุน พัฒนา ประเทศชาติที่มีชาวนาเป็นกระดูกสันหลังของประเทศให้คงอยู่ชั่วลูกชั่วหลานตลอดไป ส่วนภาคเอกชน ควรเร่งพัฒนาตนเองตามศักยภาพของตนและพัฒนายกระดับอุตสาหกรรม โดยใช้ปัจจัยตามรูปภาพกลยุทธ์พัฒนาศักยภาพตามให้อุตสาหกรรมต้องการพัฒนา คือ การ เติบโตของอัตรายอดขายหรืออัตรากำไร ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้แข่งขันเร่งนำเสนอภาครัฐให้มี นโยบายส่งเสริมเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ คือ 1) พระราชบัญญัติข้าว กฎหมายการค้า ระหว่างประเทศ รวมถึงการกีดกันทางการค้า การลดข้อจำกัดการส่งออก 2) คุณภาพข้าวและ ปริมาณตรงคำสั่งซื้อของลูกค้า 3) การใช้เทคโนโลยี 4) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อเพิ่มค่า ตรงตามความต้องการของตลาดโลก 5) การรวมกลุ่มเกษตรกร 6) ระบบชลประทาน 7) การเร่ง วิจัยเพื่อพัฒนาพันธุ์ข้าวให้ตรงตามความต้องการของตลาด

ดังนั้น ภาครัฐควรร่วมมือภาคเอกชน ประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าว เพื่อพัฒนาตรงตามความต้องการ และใช้กลยุทธ์แข่งขันสอดคล้องเป้าหมายและศักยภาพของ อุตสาหกรรมก้าวข้ามข้อจำกัดปัญหาและอุปสรรคตรงเป้าหมายที่อุตสาหกรรมต้องการพัฒนา คือยอดขายและหรือกำไรที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือ 1) มาตรฐานการส่งออกตรงตามที่ถูกค่า ต้องการ เช่น มาตรฐาน GMP HHCE AQSIG หรือ ISO เป็นต้น 2) เครือข่ายพันธมิตร โดยเฉพาะเน้นช่วยลดวิกฤต 3) นวัตกรรมเทคโนโลยีทันสมัย 4) ทักษะความสามารถ รวมถึงภูมิ ปัญญาและทรัพยากรในพื้นที่ 5) กลยุทธ์ที่ใช้แข่งขัน สอดคล้องสถานการณ์ของปัญหาและ อุปสรรคที่เปลี่ยนแปลง เช่น การนำเข้าข้าวปรี่ประกันราคาข้าวปลอดภัยการทุจริต การประกัน ราคาข้าวที่รัฐต้องกำหนดให้ได้มาตรฐานที่ภาคเอกชนสามารถรับซื้อหรือประมูลได้ รวมถึง อัตราแลกเปลี่ยน แหล่งสนับสนุนเงินทุนด้านสินเชื่อ ตลาดใหม่ให้แก่ผู้ส่งออก การกำหนด



กฎหมายเกี่ยวกับเรื่องข้าว โดยทุกฝ่ายต้องเป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม การสนับสนุนเรื่องการขนส่งที่มีศักยภาพทั้งด้านท่าเรือและการจราจรสะดวกไม่แออัด การกำหนดมาตรการควบคุมมาตรฐาน กฎระเบียบ เอกสารการส่งออกในรูปแบบออนไลน์เพื่อลดขั้นตอน และปรับปรุงระบบการชดเชยความเสียหายจากภัยธรรมชาติ

ส่วนภาคเอกชน ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารอุตสาหกรรมส่งออกข้าว ควรเร่งพัฒนาตนเองต่อเนื่อง เพื่อให้อัตรายอดขายและอัตรากำไรในอนาคตเติบโตต่อเนื่อง สร้างประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวมอย่างแท้จริง 1) รักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าด้วยนวัตกรรมแห่งปัญญาสู่ Thailand 4.0 โดยเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 2) ปรับราคาข้าวส่งออกไทยให้สอดคล้องกับตลาดโลก 2.5) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปข้าวให้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สุขภาพ การแพทย์ อาศัยการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมทางปัญญาต่อเนื่องขับเคลื่อนยอดขายและกำไรอย่างเป็นรูปธรรม และการทำงานร่วมกันกับทุกฝ่ายโดยยึดหลักความซื่อสัตย์ต่อตนเอง คู่ค้าและผู้ร่วมงานในการประกอบการ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมส่งออกข้าวไทย (THE POTENTIAL DEVELOPMENT STRATEGIES FOR THE THAI RICE EXPORT INDUSTRY) ซึ่งทั้งนี้ ผู้เขียนบทความขอกราบขอบพระคุณ ผู้มีอุปการะคุณทุกท่านที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการให้คำแนะนำ คำสั่งสอน คำปรึกษา เพื่อการปรับปรุงพัฒนาในการทำวิจัย และเขียนบทความ จนทำให้การทำวิจัยและ เขียนบทความนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- เชษฐชุตตา เชื้อสุวรรณ. (2561). *อุตสาหกรรมข้าว แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม*. เรียกใช้เมื่อ 13 มีนาคม 2561 จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/578889e0-fc28-4e20-bc48-31f0dbe04a3d/IO_Rice_2018_TH.aspx.
- นิพนธ์ พัวพงศกร. (2556). *ยุทธศาสตร์ข้าวไทย การวิจัยพัฒนาข้าวไทยและการมองไปข้างหน้า*. เรียกใช้เมื่อ 30 มีนาคม 2560 จาก https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5420058.
- บุญฤทธิ์ กัลยาณมิตร. (2562). *ภาพรวมสถานการณ์ข้าวของโลกปี 2559*. เรียกใช้เมื่อ 5 กรกฎาคม 2562 จาก http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=7876&filename=index



- ราชกิจจานุเบกษา ฉบับที่ 135 ตอนที่ 82 ก. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561* .
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. (2559). *ประวัติสมาคมส่งออกข้าวไทย Thai Rice Exporters Association*. เรียกใช้เมื่อ 28 มีนาคม 2559 จาก http://www.thairiceexporters.or.th/background_th.htm.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *การศึกษาลผลกระทบของราคาส่งออกข้าวไทยและประเทศคู่แข่งที่มีต่อความต้องการนำเข้าข้าวจากไทย*. เรียกใช้เมื่อ 14 มีนาคม 2560 จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINF/OCENTER5/DRAWER094/GENERAL/DATA0000/00000851.PDF>.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2543). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.