



นิโลบล เรืองเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.



มหาวิทยาลัยนครพนม

ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ของข้าวไทยในตลาดจีน

นิโลบล เรืองเต็ม

บทคัดย่อ

ประเทศจีนถือเป็นตลาดนำเข้าข้าวรายใหญ่ของไทย แต่หลายปีที่ผ่านมาการค้าข้าวในตลาดจีนมีการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้น ผู้เขียนจึงสนใจศึกษาเรื่องศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน โดยใช้การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และส่วนแบ่งตลาด (Market Share : MS) ของข้าวในตลาดจีนโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างเวียดนามและปากีสถาน จากการศึกษาทั้งหมดสรุปได้ว่าระหว่างปี ๒๐๑๑-๒๐๑๒ ประเทศไทยสูญเสียศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยให้กับคู่แข่ง

คำสำคัญ: ไทย จีน ข้าว ได้เปรียบ ส่วนแบ่งตลาด



นักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วิทยาเขตเป้าขาน



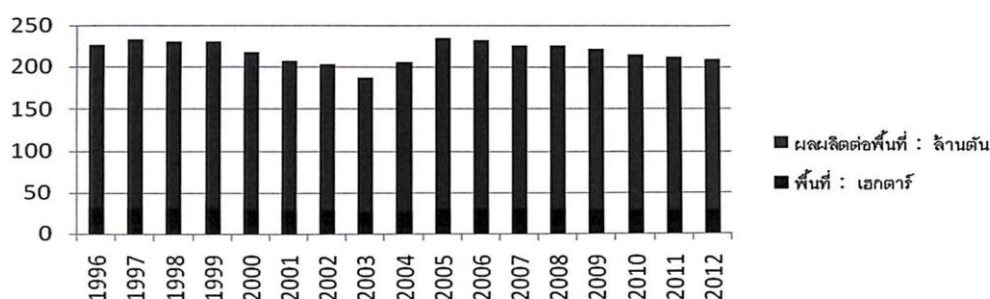
นิโบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.



การผลิและการบริโภคข้าวของจีน

การผลิตและการบริโภคข้าวของจีน

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศจีน พื้นที่เพาะปลูกข้าวคิดเป็นร้อยละ ๓๐ ของพื้นที่เพาะปลูกธัญพืชทั้งหมดของประเทศ ดังนั้น เกือบทุกมณฑลในประเทศจึงมีการเพาะปลูกข้าว ปัจจุบันจีนสามารถเพิ่มปริมาณผลผลิตต่อพื้นที่ได้สำเร็จ ทำให้ผลผลิตข้าวในประเทศเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ถึงแม้ว่าจีนจะลดพื้นที่การเพาะปลูกลง แต่ผลผลิตกลับมีปริมาณมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากภาพที่ ๑ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปี ๑๙๙๖ จีนมีเนื้อที่เพาะปลูกข้าวสูงถึง ๓๑.๔๑ ล้านเอเคตาร์ แต่ปี ๒๐๑๒ จีนลดเนื้อที่เพาะปลูกข้าวเหลือเพียง ๒๘.๘๕ ล้านเอเคตาร์ โดยปี ๑๙๙๖ จีนมีผลผลิตข้าวรวมอยู่ที่ ๑๖๕ ล้านตัน และในปี ๒๐๑๒ มีจำนวน ๑๘๑ ล้านตัน แสดงให้เห็นว่าจีนมีผลผลิตต่อพื้นที่เพิ่มขึ้นโดยในปี ๑๙๙๖ จีนมีผลผลิตข้าวต่อพื้นที่อยู่ที่ ๐.๖๒๑ ตันต่อเอเคตาร์ และเพิ่มขึ้นเป็น ๐.๖๒๖ ตันต่อเอเคตาร์ในปี ๒๐๑๒



ภาพที่ ๑ พื้นที่การเพาะปลูก และผลผลิตต่อพื้นที่ของจีนปี ๑๙๙๖-๒๐๑๒

ในอดีตชาวจีนนิยมบริโภคข้าวเมล็ดยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแถบแม่น้ำแยงซีเกียง ซึ่งเป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญของประเทศ ดังนั้น ทำให้ทางตอนใต้ของจีนนิยมปลูกข้าวเมล็ดยาว (Indica Rice) ส่วนทางตอนเหนือนิยมปลูกข้าวเมล็ดสั้น (Japonica Rice) และเนื่องจากผลผลิตข้าวทางตอนใต้ของจีนมีปริมาณสูงและมีราคาต่ำกว่าทางตอนเหนือ ทำให้ในอดีตระบบการขนส่งข้าวของจีนจะส่งจากแหล่งผลิตทางตอนใต้ไปยังตลาดทางตอนเหนือ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทางตอนเหนือซึ่งมีผลผลิตในพื้นที่ที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค แต่เมื่อเศรษฐกิจของจีนพัฒนาขึ้น ทำให้ประชากรมีรายได้สูงขึ้น ส่งผลให้จากเดิมที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคข้าวเมล็ดยาวหันกลับมาบริโภคข้าวเมล็ดสั้น ซึ่งมีปริมาณไม่มากและราคาแพง โดยในศตวรรษที่ ๒๐ เป็นต้นมา ผลผลิตข้าวเมล็ดสั้นทางตอนเหนือมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นและเพียงพอต่อความต้องการบริโภคของคนในพื้นที่ ประกอบกับความต้องการบริโภคข้าวเมล็ดสั้นทางตอนใต้เพิ่มขึ้น ทำให้ระบบการขนส่งข้าวของจีนเปลี่ยนจากแหล่งผลิตทางตอนเหนือของประเทศไปยังตลาดทางตอนใต้



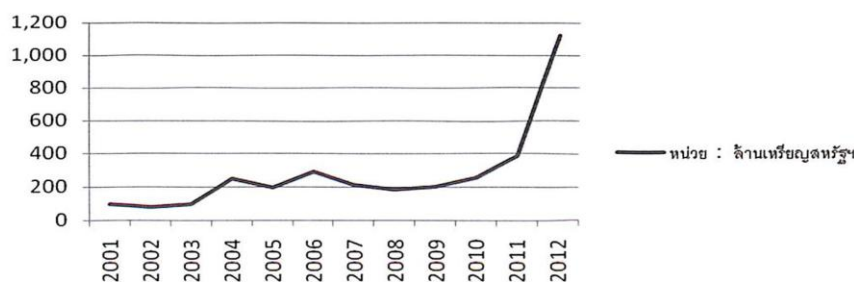
นิโบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.



แม้ว่าเกือบทุกเมืองทุกมณฑลของจีนมีการปลูกข้าว แต่ความเป็นจริงแล้วพื้นที่ส่วนใหญ่ของจีนไม่เหมาะสมต่อการปลูกข้าว มณฑลที่มีการเพาะปลูกข้าวที่สำคัญของจีนได้แก่ หูหนาน เจียงซี เจียงซู หูเป่ย์ อันฮุย กวางสี กวางตุ้ง เป็นต้น โดยในปี ๒๐๑๒ มณฑลเหล่านี้สามารถผลิตข้าวได้ ๒๖.๓๒ ล้านตัน ๑๙.๗๖ ล้านตัน ๑๙ ล้านตัน ๑๖.๕๑ ล้านตัน ๑๕.๖๑ ล้านตัน ๑๕.๓๖ ล้านตัน ๑๓.๙๔ ล้านตัน ๑๑.๔๒ ล้านตันและ ๑๑.๒๗ ล้านตันตามลำดับ

ปริมาณข้าวที่จีนสามารถผลิตได้ในทุกปีคิดเป็นเศษหนึ่งส่วนสี่ของปริมาณข้าวทั้งหมดของโลก แต่เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก ทำให้รัฐบาลจีนมีระบบการจัดการข้าวเมื่อเกิดภาวะฉุกเฉิน เช่น ภาวะแห้งแล้ง เป็นต้น มาตรการที่สำคัญอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหาคือการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ

การนำเข้าข้าวของประเทศจีน



ภาพที่ ๒ มูลค่าการนำเข้าข้าวของประเทศจีนในปี ๒๐๐๑-๒๐๑๒

ประเทศจีนนำเข้าข้าวจาก ๗ ประเทศได้แก่ ไทย เวียดนาม พม่า อินเดีย ปากีสถาน อุรุกวัยและกัมพูชา โดยข้าวที่นำเข้าจากไทย เวียดนามและปากีสถานคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๙๙.๓ ของปริมาณการนำเข้าข้าวทั้งหมดของจีน วัตถุประสงค์ของการนำเข้าข้าวของจีนคือ เพื่อการบริโภคในครัวเรือน เช่น ข้าวหอมมะลิ และเพื่อเป็นวัตถุดิบในการทำอาหารสัตว์ เช่น ปลาข้าว เป็นต้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศต่างๆ โดยเฉพาะไทย เวียดนามและ



นิโบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.

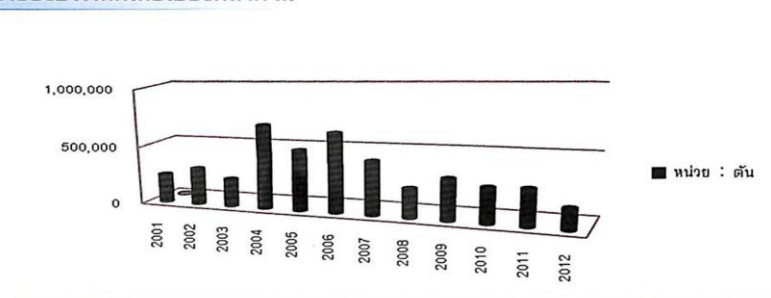


การส่งออกข้าวไทยไปจีน

ปากีสถานต่างพยายามขยายตลาดข้าวไปยังประเทศจีน โดยในปี ๒๐๑๒ จีนนำเข้าข้าวจากต่างประเทศรวมทั้งหมด ๒.๓๒ ล้านตัน ซึ่งนับเป็นปริมาณมากที่สุดนับตั้งแต่ปี ๒๐๐๐ เป็นต้นมา ส่งผลให้ตลาดข้าวในประเทศจีนมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

สาเหตุหลักในการนำเข้าข้าวของจีนในปี ๒๐๑๒ คือราคาข้าวภายในประเทศมีราคาสูงกว่าตลาดโลก ประกอบกับประเทศจีนเกิดภาวะแห้งแล้งอย่างหนัก ส่งผลให้ผลผลิตข้าวภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยในปี ๒๐๑๒ จีนได้นำเข้าข้าวจากเวียดนามทั้งหมด ๒ ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๖๘ ของการนำเข้าข้าวทั้งหมด และนำเข้าข้าวจากปากีสถานทั้งหมด ๕๘๐,๐๐๐ ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๒๕ ของการนำเข้าข้าวทั้งหมดของจีน ส่วนไทยมีการนำเข้าเพียง ๑๘๐,๐๐๐ ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๘ เท่านั้น ส่งผลให้ไทยตกไปอยู่ในอันดับสามของประเทศผู้ส่งออกข้าวไปตลาดจีน อันเนื่องมาจากราคาข้าวไทยที่สูงกว่าคู่แข่งนั่นเอง

การส่งออกข้าวของประเทศไทยไปยังตลาดจีน



ภาพที่ ๓ ปริมาณการส่งออกข้าวไทยไปตลาดจีนระหว่างปี ๒๐๐๑-๒๐๑๒

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลกมานานกว่า ๓๐ ปี เพราะเนื่องจากข้าวไทยจัดเป็นข้าวที่มีคุณภาพสูง เมล็ดยาวเรียวยาวและมีกลิ่นหอม ทำให้ข้าวไทยมีชื่อเสียงในระดับโลก เอกลักษณ์ของข้าวไทยที่สำคัญในตลาดจีน คือ ๑. มาตรฐานของข้าวไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศผลิตและส่งออกที่สำคัญของโลก ๒. ข้าวหอมมะลิของไทยมีกลิ่นหอม ๓. ความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นของประเทศไทยและประเทศจีน ทำให้ข้าวไทยในตลาดจีนเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

จากสถิติพบว่าปี ๒๐๑๒ ไทยส่งออกข้าวไปตลาดจีนคิดเป็นมูลค่าประมาณ ๑๕๓ ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งในระหว่างปี ๒๐๐๑-๒๐๑๐ ข้าวไทยสามารถครองอันดับหนึ่งในตลาดข้าวจีนได้อย่างเหนียวแน่น แต่ในระหว่างปี ๒๐๑๑-๒๐๑๒ ไทยได้สูญเสียอันดับหนึ่งของผู้ส่งออกข้าวไปยังตลาดจีนให้แก่เวียดนาม ปัญหาที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกข้าวไทยไปตลาดจีน คือ ๑. ราคาสูงกว่าคู่แข่ง ๒. การปลอมปนข้าวไทยโดยพ่อค้าคนกลาง ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนลดความน่าเชื่อถือต่อข้าวไทย ๓. การกำหนดโควตาการนำเข้าข้าวของไทย ๔. ในตลาดจีนมีทั้งข้าวขาว และข้าวหอมมะลิ แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เรื่องความแตกต่างของข้าวสองชนิดนี้ ส่งผลให้ผู้ที่เคยบริโภคข้าวหอมมะลิ เมื่อเปลี่ยนมาบริโภคข้าวขาวเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าเป็นข้าวปลอม



นิโบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.



น.ส.ดร.สุวิมล งามวิมล
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

วิธีการวิจัย

๑. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบการส่งออกข้าวไทยไปยังตลาดจีนของประเทศไทย เวียดนาม และปากีสถาน โดยสามารถแสดงเป็นสูตรคำนวณได้ดังนี้

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_{tj}) / (X_{iw} / X_{tw})$$

RCA_{ij} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศ j ของสินค้า i

X_{ij} = มูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศ j ไปยังประเทศจีน

X_{tj} = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของสินค้าของประเทศ j ไปยังประเทศจีน

X_{iw} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า i ของประเทศจีนทั้งหมด

X_{tw} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของจีน

ในการพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากค่า RCA จะพิจารณาว่า ถ้าค่า RCA มากกว่า ๑ แสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน ในทางกลับกัน ถ้าค่า RCA มีค่าน้อยกว่า ๑ แสดงให้เห็นว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการแข่งขัน

๒. ส่วนแบ่งตลาด (Share in Market) สามารถหาส่วนแบ่งการตลาดของ MS_{ij} ของประเทศ i ในปี t ได้ดังนี้

$$MKS_i = X_i / X_w$$

MKS_i = ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ j ของสินค้า i

X_i = มูลค่าการส่งออกสินค้าของประเทศ j ไปยังประเทศจีน

X_w = มูลค่าการส่งออกสินค้าของทุกประเทศ ไปยังประเทศจีน

ในการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดจากค่า MS จะพิจารณาว่า ถ้าค่า MS มีค่ามาก แสดงว่าสินค้านั้นส่วนแบ่งตลาดมากและมีศักยภาพในการแข่งขันสูง ในทางกลับกัน ถ้าค่า MS มีค่าน้อยแสดงให้เห็นว่ามีส่วนแบ่งการตลาดน้อยศักยภาพทางการแข่งขันก็น้อยลงตามไปด้วย



นิโบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.

ผลการวิจัย

ตารางที่ ๑ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเชิงสถิติ (RCA) และส่วนแบ่งตลาดข้าวของไทย (MS) ของประเทศไทยและคู่แข่งที่สำคัญในตลาดจีน

ปี	ประเทศไทย		ประเทศเวียดนาม		ประเทศปากีสถาน	
	ค่าRCA	ค่าMS	ค่าRCA	ค่าMS	ค่าRCA	ค่าMS
๒๐๐๑	๗๐.๓๘	๘๒.๗๓	๐.๙๕	๐.๕๕	น.า.	น.า.
๒๐๐๒	๑๐๘.๒๑	๑๓๐.๓๑	๔.๑๑	๒.๑๑	น.า.	น.า.
๒๐๐๓	๗๒.๓๕	๙๙.๙๔	๐.๖๓	๐.๒๙	๑.๑๘	๐.๐๗
๒๐๐๔	๗๐.๓๑	๘๘.๙๓	๑๔.๗๗	๗.๖๓	๐.๒๑	๐.๐๑
๒๐๐๕	๗๑.๘	๙๙.๓๗	๑๓.๐๕	๖.๔๒	๑.๙๔	๐.๑๓
๒๐๐๖	๖๔.๕๖	๙๖.๐๔	๑๐.๕๓	๔.๓๑	๐.๓๒	๐.๐๒
๒๐๐๗	๖๓.๗๕	๙๙.๑๖	๑๙.๒๓	๗.๓๓	๒.๒	๐.๑๔
๒๐๐๘	๖๒.๐๗	๘๗.๖๗	๑.๘๒	๐.๗๘	๔.๕๑	๐.๒๙
๒๐๐๙	๖๕.๒๙	๑๐๔.๖๘	๗.๖๗	๔.๑๒	๒.๑๔	๐.๒๑
๒๐๑๐	๕๗.๑๘	๘๗.๙๕	๓๙.๕๕	๒๑.๙๔	๕.๗	๐.๕๙
๒๐๑๑	๓๘.๗๒	๖๐.๘๕	๖๒.๓๗	๔๑.๕๕	๒๖.๑๓	๒.๕๒
๒๐๑๒	๙.๑๖	๑๓.๕๖	๑๑๓.๕๕	๘๐.๑๖	๑๕๗.๐๙	๒๒.๖๓

หมายเหตุ : n.a. = non available

๑. ในปี ๒๐๐๒ จีนเข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO ส่งผลให้จีนนำเข้าข้าวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากไทย เวียดนามและปากีสถาน

๒. ไทย เวียดนามและปากีสถานถือเป็นประเทศหลักในการส่งออกข้าวไปตลาดจีน โดยปี ๒๐๐๑-๒๐๑๐ ไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่าเวียดนามและปากีสถาน แต่ในปี ๒๐๑๑-๒๐๑๒ ประเทศไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าสองประเทศนี้ ซึ่งแม้ว่าค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยจะสูงกว่า ๑ แต่หากมองโดยภาพรวมแล้วค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่าลดลงอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่าไทยเริ่มมีความเสียเปรียบในการส่งออกข้าวไปยังประเทศจีนสาเหตุหลักมาจากราคาข้าวไทยที่สูงกว่าคู่แข่งถึงร้อยละ ๓๐

๓. ตั้งแต่ปี ๒๐๐๑-๒๐๑๑ ข้าวไทยครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในตลาดจีน แต่ในปี ๒๐๑๒ ไทยสูญเสียการเป็นผู้นำส่วนแบ่งตลาดข้าวให้กับคู่แข่งที่สำคัญอย่างเวียดนามและปากีสถาน จากการวิเคราะห์พบว่าส่วนแบ่งตลาดของไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ๒๐๐๑-๒๐๐๔ ข้าวไทยมีส่วนแบ่งตลาดโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๑๐๐.๔๘ ปี ๒๐๐๕-๒๐๐๘ ประมาณร้อยละ ๘๕.๕๖ และในปี ๒๐๐๙-๒๐๑๒ เหลือส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ ๖๖.๗๖ ในขณะที่เวียดนามและปากีสถานกลับมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี ๒๐๐๑-๒๐๐๔



นิโบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.

เวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๒.๖๕ ปี ๒๐๐๕-๒๐๐๘ ประมาณร้อยละ ๔.๗๑ และในปี ๒๐๐๙-๒๐๑๒ ประมาณร้อยละ ๓๖.๙๔ ส่วนปากีสถานมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในปี ๒๐๐๑-๒๐๐๔ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๐.๐๔ ปี ๒๐๐๕-๒๐๐๘ ประมาณร้อยละ ๐.๑๕ และในปี ๒๐๐๙-๒๐๑๒ ประมาณร้อยละ ๖.๔๙



สรุปและอภิปรายผล

ข้าวเป็นอาหารหลักของชาวจีน ทำให้ตลาดข้าวจีนเป็นตลาดข้าวขนาดใหญ่ ส่งผลให้ประเทศผู้ผลิตข้าวที่สำคัญของโลกอย่างไทย เวียดนามและปากีสถานพยายามเป็นผู้นำในการส่งออกข้าวไปยังตลาดจีน ทำให้ตลาดข้าวในประเทศจีนนับวันยิ่งมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจีนนับเป็นตลาดข้าวที่สำคัญของไทย แต่ในช่วงปี ๒๐๑๑-๒๐๑๒ ประเทศไทยส่งออกข้าวไปยังตลาดจีนมีมูลค่าต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอย่างเวียดนามและปากีสถาน ดังนั้น อนาคตของการส่งออกข้าวของไทยจะต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เพราะเนื่องจากราคาข้าวไทยยังมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ดังนั้น รัฐบาลไทยและสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทยควรให้ความสำคัญแก่ตลาดข้าวจีน โดยปรับกลยุทธ์ให้ข้าวไทยแข่งขันในตลาดข้าวจีนได้ ในบทความนี้ได้เสนอแนะแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีนไว้ดังนี้

๑. รัฐบาลควรปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตข้าว ลดต้นทุนการผลิต ค้นหาแนวทางในการขยายการส่งออกข้าวไทยไปตลาดจีน และค้นหาเส้นทางทางโลจิสติกส์ใหม่ๆ เพื่อลดต้นทุนในการส่งออก
๒. ส่งเสริมให้รัฐบาลไทยและจีนดำเนินการขายข้าวแบบ G2G (การเจรจาซื้อขายข้าวแบบรัฐต่อรัฐ)
๓. ควรเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ข้าวไทยในตลาดจีนมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันประชาชนชาวจีนให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพเป็นอย่างมาก ดังนั้น ข้าวอินทรีย์จึงเป็นทางเลือกที่ดีในการเจาะกลุ่มผู้บริโภค
๔. จากปัญหาการปลอมปนข้าวไทยในตลาดจีนส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในข้าวไทย ดังนั้น รัฐบาลควรมีมาตรการที่จริงจังในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว



นิโลบล เรื่องเต็ม. “ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีน”
นครศรีธรรมราช. ปีที่ 44 ฉบับที่ 9 กันยายน หน้า 38-46.



๕. ปัจจุบันข้าวไทยในประเทศจีนถือเป็นข้าวที่มีคุณภาพสูง และมีราคาค่อนข้างสูงจึงนิยมใช้ในภัตตาคารชั้นนำเท่านั้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหาแนวทางในการเจาะตลาดผู้บริโภคระดับล่างโดยการลดขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดพอเหมาะสำหรับครอบครัวขนาดเล็ก เช่น ๑-๒ กิโลกรัม และเพิ่มช่องทางในการวางขายสินค้ามากขึ้น เช่น ร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน

เอกสารอ้างอิง

๑. 陈雅宁. (2012). 泰国大米出口到中国的情况研究. 河北: 河北商情报刊社.
๒. 鞠姗. (2005). 泰国大米标准研究与借鉴. 北京: 中国农业出版社.
๓. 李克勤. (2007). 泰国稻米产业情况考察. 浙江省杭州市: 中国稻米杂志编辑部.
๔. 文静. (2012). 近年泰国出口大米下降问题浅析. 内蒙古自治区呼和浩特市: 内蒙古自治区行政学院.
๕. อัจฉราภรณ์ ศรีสว่าง. (๒๐๐๐). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, การวิเคราะห์ตลาดส่งออกข้าว ของไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
๖. สายฝน ตระกลสุทรัพย์. (๒๐๐๐). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การส่งออกข้าวของประเทศไทย ในปี ๒๕๒๙-๒๕๓๙. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.