



## การศึกษาโซ่อุปทานข้าวเจ้า



สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร  
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์  
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 134  
ธันวาคม 2564

BUREAU OF AGRICULTURAL ECONOMIC RESEARCH  
OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS  
MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES  
AGRICULTURAL ECONOMIC RESEARCH NO. 134  
DECEMBER 2021

# การศึกษาโซ่อุปทานข้าวเจ้า

โดย

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



### บทคัดย่อ

การศึกษาโชอุปทานข้าวเจ้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา โครงสร้างโชอุปทานข้าวเจ้า ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของเกษตรกร ส่วนเหลือการตลาด และต้นทุนโลจิสติกส์ตลอดโชอุปทานข้าวเจ้า โดยสัมภาษณ์เกษตรกร ทำข้าว โรงสี ผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก หยง และผู้ส่งออกข้าวไปต่างประเทศ ในพื้นที่ 10 จังหวัด ได้แก่ นครสวรรค์ พิษณุโลก พิจิตร กำแพงเพชร สุพรรณบุรี สุโขทัย พระนครศรีอยุธยา เพชรบูรณ์ ชัยนาท และกรุงเทพฯ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาดข้าวเจ้า ปีเพาะปลูก 2563/64 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกข้าว มีต้นทุนรวมต่อไร่ 4,917.89 บาท ได้รับผลตอบแทนเฉลี่ยไร่ละ 5,586.91 บาท ส่งผลให้เกษตรกรมีกำไรเฉลี่ยไร่ละ 669.02 บาท หรือมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนต่อไร่ร้อยละ 13.60 โดยหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้ว เกษตรกรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 61.71 นำผลผลิตไปจำหน่ายให้กับโรงสีโดยตรง และผลผลิตส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 38.29 จำหน่ายผ่านท่าข้าวและพ่อค้ารวบรวม สำหรับส่วนเหลือการตลาด จำแนกเป็น 2 กรณี ได้แก่ กรณีการจำหน่ายข้าวเจ้าภายในประเทศ มีผู้เกี่ยวข้อง คือ เกษตรกร ทำข้าว โรงสี และผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก มีมูลค่าส่วนเหลือการตลาดรวม 3,279.25 บาทต่อตันข้าวเปลือก และกรณีจำหน่ายข้าวเจ้าเพื่อการส่งออก มีผู้เกี่ยวข้อง คือ เกษตรกร ทำข้าว โรงสี และผู้ประกอบการส่งออก มีมูลค่าส่วนเหลือการตลาดรวม 3,125.25 บาทต่อตันข้าวเปลือก จากทั้งสองกรณีพบว่า โรงสีมีมูลค่าส่วนเหลือการตลาดมากที่สุด เนื่องจากโรงสีมีรายได้เพิ่มจากการจำหน่ายผลพลอยได้คือ รำข้าว และแกลบ และมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่สูง เช่น ค่าใช้จ่ายในการสี และค่าขนส่ง เป็นต้น ในส่วนของต้นทุนโลจิสติกส์ พบว่า ต้นทุนด้านการกระจายสินค้าและการขนส่งมีค่าใช้จ่ายที่สูง โดยเฉพาะการขนส่งข้าวสารจากโรงสีไปยังโกดังสินค้าของผู้ส่งออกหรือผู้ค้าข้าวสารที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากการขนส่งทางถนนโดยรถบรรทุกเป็นหลัก ซึ่งหากใช้รถพ่วงบรรทุกในการขนส่งจะสามารถบรรทุกข้าวได้เฉลี่ยเพียงประมาณ 30 ตันต่อเที่ยวเท่านั้น

สำหรับข้อคิดเห็นจากการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตข้าวเจ้าที่สูง โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงงานและค่าปุ๋ย รวมถึงยังไม่สามารถเข้าถึงเมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดีได้ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันทำนาแปลงใหญ่ เพื่อให้เกษตรกรมีการใช้ปัจจัยการผลิตร่วมกันและมีอำนาจต่อรอง ประกอบกับควรมีการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการใช้ปุ๋ยเคมีในสัดส่วนที่เหมาะสมตามค่าการวิเคราะห์ดิน รวมถึงควรเร่งพัฒนาพันธุ์ข้าวเจ้าที่ให้ผลผลิตสูงและกระจายสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง ในขณะเดียวกันควรดำเนินโครงการสนับสนุนสินเชื่อและ/หรือชดเชยดอกเบี้ยให้กับสถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการค้าข้าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้มีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในการรองรับผลผลิตจากเกษตรกร โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก

**คำสำคัญ:** ข้าวเจ้า, ข้าวขาว, โชอุปทาน, ส่วนเหลือการตลาด



### Abstract

The study of the white rice supply chain aimed to examine the structure of white rice supply chain, cost and return on the white rice production, marketing margin, and logistics cost of related traders throughout the supply chain. This study interviewed farmers, rice traders, rice millers, rice wholesalers, and retailers, as well as rice exporters in 10 provinces, namely Nakhon Sawan, Phitsanulok, Phichit, Kamphaeng Phet, Suphan Buri, Sukhothai, Ayutthaya, Chai Nat, Phetchabun, and Bangkok. The study analyzed both primary and secondary of production and marketing during the crop year 2020/21 using quantitative approaches with descriptive statistics.

The findings revealed that the cost of production was 4,917.89 baht per rai, the average return was 5,586.91 baht per rai, which caused a surplus at 669.02 baht per rai considering as rate of return on investment at 13 percent per rai. After harvesting, 61.71 percent of the products were directly sold to the rice millers and 38.29 percent were sold to the rice traders and middlemen. In terms of marketing margin, there were four related groups in domestic selling, namely; farmers, rice traders, rice millers, and rice wholesalers/retailers, with 3,279.25 baht per ton (paddy) marketing margin. In case of export, there were four groups, farmers, rice traders, rice millers, and rice export traders, involved, with 3,125.25 baht per ton (paddy) marketing margin. As considering about cases, rice millers gained the highest marketing margin due to the additional income from selling by-products, which were rice bran and husks, as well as high marketing costs. In terms of logistics cost, the findings showed that distribution and transportation costs were the highest, especially the cost of rice transportation from millers to rice exporters or rice wholesalers' warehouses that are normally located in Bangkok and vicinity. The majority mode of rice transportation was road transport using trailer trucks. The carrying capacity was about 30 tons per load; therefore, the cost of rice transportation was high.

The study found that farmers had high production cost, especially wages and fertilizer costs, and could not access good-quality rice varieties. Consequently, government agencies should support farmers to coordinate as a mega-farm group; thus, they could share equipment as well as increase their bargaining power. Furthermore, government agencies should disseminate knowledge about modern agriculture technologies, that make crops more productive, and soil analysis. Related agencies should also develop good-quality seeds and distribute them to farmers inclusively. Additionally, the government should implement a loan support program continuously so that farmer institutes, as well as rice millers, could have more operating funds to acquire rice production, especially during harvest season.

**Keywords:** white rice, supply chain, marketing margin



## คำนำ

การศึกษาโซ่อุปทานข้าวเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างโซ่อุปทานข้าวเจ้า ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้า ส่วนเหลือการตลาด รวมไปถึงต้นทุนโลจิสติกส์ตลอดโซ่อุปทานข้าวเจ้า โดยนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางและข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบาย/มาตรการ สำหรับการบริหารจัดการสินค้าข้าวเจ้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้ ได้รับความร่วมมือและได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างดียิ่ง ทั้งจากเกษตรกร ผู้ประกอบการท่าข้าว โรงสี ผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก หยาง และผู้ส่งออก ในการนี้ สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร จึงใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้สนใจทั่วไป

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ธันวาคม 2564





## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ข)
Abstract	(ค)
คำนำ	(ง)
สารบัญตาราง	(ช)
สารบัญภาพ	(ฉ)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	2
1.5 วิธีการวิจัย	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
<b>บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี</b>	<b>5</b>
2.1 การตรวจเอกสาร	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	9
<b>บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป</b>	<b>25</b>
3.1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรที่ทำการศึกษ	25
3.2 ข้อมูลด้านการผลิตข้าวเจ้าของเกษตรกร	28
3.3 ข้อมูลด้านการตลาดข้าวเจ้า	31
3.4 มาตรการและแนวทางที่รัฐบาลดำเนินการแก้ไขปัญหาาราคาข้าว ปีการผลิต 2563/64	35
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>39</b>
4.1 โครงสร้างและกิจกรรมในโซ่อุปทานข้าวเจ้า	39
4.2 ต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้า	45
4.3 การวิเคราะห์ส่วนเหลือมการตลาดข้าวเจ้า	48
4.4 การจัดการและต้นทุนโลจิสติกส์ตลอดโซ่อุปทานข้าวเจ้า	57



(ฉ)

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	75
5.1 สรุป	75
5.2 ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม	83



## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้ากลุ่มตัวอย่าง	3
ตารางที่ 3.1	ช่วงอายุของเกษตรกร	25
ตารางที่ 3.2	ระดับการศึกษาของเกษตรกร	26
ตารางที่ 3.3	จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเกษตรกร	26
ตารางที่ 3.4	อาชีพหลักและอาชีพรองของเกษตรกร	27
ตารางที่ 3.5	ขนาดเนื้อที่เพาะปลูกข้าวเจ้าของเกษตรกร	28
ตารางที่ 3.6	ลักษณะการถือครองที่นาของเกษตรกร	28
ตารางที่ 3.7	เอกสารสิทธิ์ในที่นาของเกษตรกร	29
ตารางที่ 3.8	แหล่งเงินทุนของครัวเรือนเกษตรกร	29
ตารางที่ 3.9	พันธุ์ข้าวเจ้าที่เกษตรกรปลูก	30
ตารางที่ 3.10	การเก็บเกี่ยวผลผลิตข้าวเจ้ารายเดือนของเกษตรกร	31
ตารางที่ 3.11	ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดราคาข้าวเปลือกเจ้า	32
ตารางที่ 3.12	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกข้าวขาวและข้าวหนึ่ง ปี 2559-2564	33
ตารางที่ 3.13	ราคาข้าวเปลือกเจ้าที่เกษตรกรขายได้ และราคาส่งออกข้าวขาวและข้าวหนึ่ง ปี 2559-2564	34
ตารางที่ 4.1	ต้นทุนการผลิตข้าวเจ้าและผลตอบแทน ปีเพาะปลูก 25563/64	46
ตารางที่ 4.2	ส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายข้าวเจ้าภายในประเทศ ปีเพาะปลูก 2563/64	50
ตารางที่ 4.3	กำไรสุทธิ และร้อยละของกำไรสุทธิเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในแต่ละระดับตั้งแต่เกษตรกรถึงผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก	52
ตารางที่ 4.4	ส่วนเหลือและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของการจำหน่ายข้าวเจ้าเพื่อส่งออก ปีเพาะปลูก 2563/64	54
ตารางที่ 4.5	กำไรสุทธิ และร้อยละของกำไรสุทธิเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละระดับตั้งแต่เกษตรกรถึงผู้ส่งออก	56
ตารางที่ 4.6	การวางแผนการผลิตข้าวเจ้าของเกษตรกร	58
ตารางที่ 4.7	การจัดหาเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร	58
ตารางที่ 4.8	การจัดหาปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช และสารเคมีต่าง ๆ ของเกษตรกร	59



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.9	การจำหน่าย และการขนส่งผลผลิตไปจำหน่าย	61
ตารางที่ 4.10	ต้นทุนในกิจกรรมโลจิสติกส์ของท่าข้าว	63
ตารางที่ 4.11	ต้นทุนในกิจกรรมโลจิสติกส์ของโรงสี กรณี การส่งมอบข้าวสารจากโรงสีไปยัง ผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก	65
ตารางที่ 4.12	ต้นทุนในกิจกรรมโลจิสติกส์ของโรงสี กรณี การส่งมอบข้าวสารจากโรงสีไปยัง โกดังสินค้าของผู้ส่งออก	66
ตารางที่ 4.13	ต้นทุนในกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก	67
ตารางที่ 4.14	ต้นทุนในกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ส่งออก	70





(ณ)

## สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 4.1	โครงสร้างโซ่อุปทานข้าวเจ้า	40
ภาพที่ 4.2	โครงสร้างโซ่อุปทานข้าวเจ้า ปีเพาะปลูก 2563/64	44
ภาพที่ 4.3	ต้นทุนการผลิตข้าวเจ้า ปีเพาะปลูก 2563/64	47
ภาพที่ 4.4	กระบวนการส่งออกข้าวขาวไปนอกราชอาณาจักร	71
ภาพที่ 4.5	ความเชื่อมโยงของโซ่อุปทานข้าวเจ้า	73



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของการวิจัย

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกข้าวที่สำคัญของโลก โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ไทยมีแนวโน้มผลิตข้าวเพิ่มขึ้นจาก 27.42 ล้านตันข้าวเปลือก ในปีเพาะปลูก 2558/59 เป็น 28.61 ล้านตันข้าวเปลือก ในปีเพาะปลูก 2562/63 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.00 ต่อปี ชนิดข้าวที่ไทยผลิตได้มากที่สุด คือ ข้าวเจ้า ผลิตได้เฉลี่ยปีละ 14.55 ล้านตันข้าวเปลือก หรือคิดเป็นร้อยละ 47.61 ของผลผลิตข้าวทั้งหมด โดยผลิตเป็นข้าวขาว และส่งออกเฉลี่ยปีละ 4.91 ล้านตันข้าวสาร (7.44 ล้านตันข้าวเปลือก) หรือคิดเป็นร้อยละ 49.19 ของปริมาณการส่งออกข้าวสารทั้งหมด มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปีละ 62,817 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.55 ของมูลค่าการส่งออกข้าวสารทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563) ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา โมซัมบิก ญี่ปุ่น แคมเมอรูน และเบนิน เป็นต้น (กระทรวงพาณิชย์, 2563)

อย่างไรก็ตาม การผลิตข้าวของไทยยังต้องพึ่งพาสภาพดินฟ้าอากาศเป็นสำคัญ ทำให้ในแต่ละปีปริมาณผลผลิตข้าวที่ผลิตได้มีความไม่แน่นอน ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ปริมาณผลผลิต (Supply) และปริมาณความต้องการใช้ (Demand) ในสินค้าข้าวไม่สอดคล้องกัน ทำให้กระทบต่อเสถียรภาพราคาสินค้าข้าวอยู่บ่อยครั้ง โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ไม่แน่นอนและประสบกับภาวะการขาดทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรรายย่อย ซึ่งมีข้อจำกัดทั้งด้านการผลิต เช่น ขนาดเนื้อที่เพาะปลูก เงินลงทุน เป็นต้น และด้านการตลาด ได้แก่ ทางเลือกของแหล่งที่จะนำผลผลิตไปขาย และด้านโลจิสติกส์ เช่น รูปแบบการขนส่งผลผลิต ระยะทาง เป็นต้น นอกจากนี้ เกษตรกรค่อนข้างเสียเปรียบในเรื่องการต่อรองราคาจำหน่าย เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจในการเก็บรักษาข้าว ทำให้ต้องขายผลผลิตข้าวเปลือกทันทีหลังเก็บเกี่ยว (ชัยวิทย์ ไชยเจริญสุข, 2562) กล่าวได้ว่า ภายใต้โซ่อุปทานสินค้าข้าวนี้ อาจเกิดความไม่เป็นธรรมในการกำหนดราคาระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้ อย่างไรก็ตาม นักวิจัยได้พยายามสืบค้นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสินค้าข้าวเจ้าตลอดโซ่อุปทาน พบว่า การศึกษาวิจัยในลักษณะดังกล่าวยังมีค่อนข้างจำกัด ที่พบผลงานจะเป็นการแยกศึกษา เช่น ศึกษาเฉพาะด้านการผลิต วิธีการตลาด และด้านโลจิสติกส์ เป็นต้น และเป็นผลงานที่ทำการศึกษาผ่านมาหลายปี ซึ่งปัจจุบันสถานการณ์และสภาพแวดล้อมอาจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ดังนั้น เพื่อให้การบริหารจัดการสินค้าข้าวเจ้ามีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนต่อไปในอนาคต สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้เห็นถึงความสำคัญ จึงทำการศึกษาโซ่อุปทานสินค้าข้าวเจ้า โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาโครงสร้างโซ่อุปทานข้าวเจ้า ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของเกษตรกร ไปจนถึงส่วนเลื่อมการตลาด และต้นทุนโลจิสติกส์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดโซ่อุปทานข้าวเจ้า อาทิ เกษตรกร ทำข้าว โรงสี ผู้ค้าข้าวสาร และผู้ส่งออก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

ในอนาคต โดยผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการสินค้าข้าวตลอดโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมูลค่าสินค้าข้าวเจ้าให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับเกษตรกรต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาโครงสร้างและกิจกรรมในโซ่อุปทานข้าวเจ้า ประกอบด้วย

- 1.2.1 โครงสร้างโซ่อุปทานข้าวเจ้า
- 1.2.2 ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้า
- 1.2.3 ส่วนเหลือการตลาดข้าวเจ้า
- 1.2.4 ต้นทุนโลจิสติกส์ตลอดโซ่อุปทานข้าวเจ้า

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

**1.3.1 พื้นที่ที่ทำการศึกษา** จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตข้าวเจ้าที่สำคัญของประเทศ จำนวน 9 อันดับแรก ได้แก่ นครสวรรค์ พิษณุโลก พิจิตร กำแพงเพชร สุพรรณบุรี สุโขทัย พระนครศรีอยุธยา เพชรบูรณ์ และชัยนาท ซึ่งคิดเป็นเนื้อที่ร้อยละ 60 ของเนื้อที่เพาะปลูกข้าวเจ้าทั่วประเทศ

**1.3.2 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย** เกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้า ผู้จัดการสถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบท่าข้าวโรงสี ผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก ห้าง และผู้ส่งออกข้าว

**1.3.3 ระยะเวลาข้อมูล** ข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดข้าวเจ้านานปี ปีเพาะปลูก 2563/64

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ข้าวเจ้า** หมายถึง ข้าวซึ่งเป็นพันธุ์ที่มีเนื้อเมล็ดขาว มีลักษณะใส อาจมีหรือไม่มีจุดขุนขาวของท้องไข่ปรากฏอยู่ ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรข้าวไทย ข้าวเจ้าจะไม่ครอบคลุมข้าวหอมมะลิไทย ข้าวหอมไทย (ข้าวหอมปทุมธานี) ข้าวเหนียว และข้าวสีต่างๆ

**โซ่อุปทานสินค้าเกษตร** หมายถึง การเชื่อมต่อของกิจกรรมในการผลิตและส่งมอบสินค้าเกษตร โดยจะเริ่มต้นจากวัตถุดิบในการผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งจะประกอบด้วยผู้ส่งมอบสินค้าทั้งวัตถุดิบและสินค้าเกษตร เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตร ผู้รวบรวมสินค้า ผู้แปรรูปสินค้า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

## 1.5 วิธีการวิจัย

**1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล** จะแบ่งออกเป็น ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

**1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ในการเก็บข้อมูลจะเลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเพื่อสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งข้อคำถามที่เป็นทั้งคำถามปลายปิด (Closed – Ended Question) คือ ข้อคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมคำตอบให้กลุ่มเป้าหมายได้เลือกตอบ และคำถามปลายเปิด (Open – Ended Question) คือ ข้อคำถามที่ผู้วิจัยต้องการให้กลุ่มเป้าหมายตอบด้วยตนเองอย่างอิสระ โดยกลุ่มเป้าหมายที่สอบถาม ประกอบด้วย

1.1) เกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้า เป็นการสัมภาษณ์เกษตรกรด้านการผลิตและช่องทางการจำหน่ายข้าวเจ้า โดยครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้าที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ 9 จังหวัด ที่ทำการศึกษา ได้ประชากรเป้าหมายจำนวน 329,514 ครัวเรือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55.49 ของครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้าทั่วประเทศ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

(1) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้กฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ที่คำนึงถึงขนาดของประชากรในลักษณะของอัตราส่วนที่คิดเป็นร้อยละ (Neuman,1991 อ้างถึงใน สมชาย วรภิเษมสกุล, 2554) ดังนี้

ประชากรน้อยกว่า 1,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 30

ประชากรเท่ากับ 10,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 10

ประชากรเท่ากับ 150,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 1

ประชากรมากกว่า 10,000,000 คน ใช้อัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 0.025

ดังนั้น จากประชากรเป้าหมายจำนวน 329,514 ครัวเรือน อัตราส่วนที่ควรใช้กำหนดขนาดตัวอย่าง คือ ร้อยละ 1 อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบกับการปลูกข้าวเจ้าของเกษตรกรมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยปรับใช้อัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 0.025 ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 82 ตัวอย่าง

(2) สุ่มตัวอย่าง โดยทำการจัดสรรจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) จำนวนครัวเรือนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนผู้ปลูกข้าวเจ้าในแต่ละจังหวัดเป้าหมายทั้ง 9 จังหวัด จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างง่ายแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling without Replacement) (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ้ากลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	ครัวเรือนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนผู้ปลูกข้าวเจ้า (ครัวเรือน)	เกษตรกรตัวอย่าง (ราย)
นครสวรรค์	54,128	13
สุโขทัย	45,875	11
กำแพงเพชร	42,657	11
สุพรรณบุรี	40,834	10
พิจิตร	40,300	10
พิษณุโลก	32,670	8
พระนครศรีอยุธยา	28,297	7
เพชรบูรณ์	25,645	6
ชัยนาท	19,108	5
<b>รวม</b>	<b>329,514</b>	<b>82</b>

1.2) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานข้าวเจ้า ได้แก่ ผู้ประกอบท่าข้าว โรงสี ผู้ค้าข้าวสารส่ง/ปลีก หยง และผู้ส่งออกข้าว ทั้งในพื้นที่ 9 จังหวัดที่ทำการศึกษาระดับจังหวัดกรุงเทพฯ รวม 41 ราย ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการ และเอกชน รวมทั้งเอกสารวิชาการ เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา ผลงานวิจัย วารสาร และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

1.5.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ดังนี้

1) การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดข้าวเจ้า ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ด้วยเครื่องมือทางสถิติอย่างง่ายในการอธิบาย ในรูปแบบของการหาค่าผลรวม ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย รวมทั้งมีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ที่เป็นคำถามปลายเปิด และการรวบรวมเอกสารรายงานวิชาการต่างๆ เพื่อนำมาสังเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

2) การวิเคราะห์วิถีการตลาด ส่วนเหลือการตลาด และต้นทุนการตลาดในประเทศของผู้ประกอบการทุกประเภทที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานของข้าวเจ้า เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ด้วยเครื่องมือทางสถิติอย่างง่ายในการอธิบาย ในรูปแบบของการหาค่าผลรวม ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางและข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบาย/มาตรการ สำหรับการบริหารจัดการสินค้าข้าวเจ้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

หากประสงค์เอกสารงานวิจัยฉบับเต็ม  
เรื่อง "การศึกษาโซ่อุปทานข้าวเจ้า"  
ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กรุณาคัดลอกที่ Link

<http://surl.li/cmkm>

หรือสแกน QR Code

