

การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวและ  
การแปรรูปข้าวไทยกับการแข่งขันในตลาดโลก  
Strategy Analysis of Thai Rice Development and  
Processing and Competition in World Trade Market

ธนพัฒน์ จงมีสุข<sup>1</sup>, ภัทรพล ทศมาศ<sup>2</sup> และ ไพวรรณ วรปรีดา<sup>3</sup>  
Thanapat Jongmeesuk<sup>1</sup> Pattarapon Tossamas<sup>2</sup> and Paiwan worapreda<sup>3</sup>

**บทคัดย่อ**

ข้าวเป็นพืชที่สำคัญในการบริโภคสำหรับประชากรโลก แหล่งผลิตข้าวที่สำคัญส่วนใหญ่อยู่ในแถบทวีปเอเชีย ซึ่งรวมถึงประเทศไทย โดยไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวเป็นลำดับแรกของโลก เป็นสิ่งที่สร้างรายได้และสร้างเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย และยังเป็นอาหารหลักที่คนไทยบริโภคเป็นส่วนใหญ่ทั้งประเทศ ข้าวจึงได้รับการพัฒนามาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบันเพื่อให้ข้าวที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพและสามารถส่งออกแข่งขันกับประเทศต่างๆที่ส่งออกข้าวได้ เนื่องจากปัจจุบันไทยประสบปัญหาในเรื่องการส่งออกข้าวซึ่งเหตุมาจากการแข่งขันในกลุ่มประเทศที่มีการส่งออกข้าวเป็นต้นว่าการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าไทยทำให้ประเทศไทยต้องปรับกลยุทธ์ในการส่งออกโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคเป็นอาหาร และกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากข้าว นับว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ข้าวไทยได้รับความสนใจมากขึ้น นับว่าเป็นการช่วยเหลือกลุ่มชาวนาและช่วยให้เศรษฐกิจไทยเดินหน้าต่อไป

**คำสำคัญ :** ยุทธศาสตร์, การพัฒนา, การแปรรูปข้าว

**Abstract**

Rice is important plant world people's consumption, the important production source, mostly is in Asian which includes Thailand especially the stem exporters of the world, rice is the one making income and economy of country, and it is main food for Thai people. Therefore, the rice has been developed from past until presently in order to be able compete to other countries. However, Thai rice has encounter problems in regard to export from export competition such as the competition from low cost countries lead to Thailand has to reform the export strategy such a Processing both food and products from rice, these is to make Thai rice more attractive helping farmers and Thai economy going om continually.

**Keywords:** Strategy, Development, Rice Processing

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ :  
Corresponding Email : oddoostic13@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

## บทนำ

ข้าวถือเป็นพืชที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับประชากรโลก ในเชิงการค้าข้าวในตลาดข้าวโลก จึงเป็นตลาดที่บางการเปลี่ยนแปลงผันผวนของราคาข้าวในตลาดโลกเป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านอุปทานผลผลิตข้าวของโลกเป็นสำคัญ ในขณะที่อุปสงค์ข้าวโลกนั้นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่อยข้างจำกัด ในขณะที่เดียวกับการบริโภคข้าวของประชากรในประเทศในเอเชีย แต่ก็มีแนวโน้มลดลงรวมทั้งการบริโภคข้าวต่อหัวของประชากรไทยด้วย อุปทานข้าวโลกในปีใดหนึ่งนั้น นอกจากประกอบด้วยผลผลิตข้าวในปีนั้นๆแล้ว ยังรวมสต็อกข้าวปลายปีที่ผ่านมาเข้าไว้ด้วย ในการตลาดการค้าข้าวโลก ประเทศผู้ส่งออกสำคัญในปีที่ผ่านมาได้แก่อินเดีย เวียดนาม และไทย ทั้งนี้ ในปี 2555 อินเดียเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งโดยปริมาณการส่งออก 10.25 ล้านตัน และเวียดนามเป็นผู้ส่งออกลำดับสองด้วยปริมาณการส่งออกจำนวน 7.72 ล้านตัน ส่วนการส่งออกของไทยจากที่เคยส่งออกเป็นลำดับหนึ่งมาโดยตลอด ได้ลดลงเป็นลำดับสามโดยมีปริมาณการส่งออกจำนวน 6.95 ล้านตัน นอกจากนี้ก็มีปากีสถาน สหรัฐอเมริกา บราซิล และจีน ก็เป็นกลุ่มของประเทศผู้ส่งออกในตลาดการค้าข้าวโลกด้วยเช่นกัน แต่สัดส่วนปริมาณการส่งออกไม่มากนัก (ประชาชาติธุรกิจ. 2560)

ข้าวเป็นสินค้าที่มีการผลิตและการบริโภคในเอเชียเป็นสำคัญ จากปริมาณผลผลิตข้าวของโลกในปี 2555 จำนวน 465.62 ล้านตันข้าวสารนั้น ได้มีการใช้บริโภคในโลกประมาณ 459.71 ล้านตัน ข้าวสารในจำนวนนี้เป็นการบริโภคในเอเชียประมาณร้อยละ 86 ประเทศที่มีการผลิตข้าวมากไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ส่งออกข้าวมากเสมอไป เช่นในประเทศจีนที่มีการผลิตถึง 140.7 ล้านตัน แต่ผลผลิตส่วนใหญ่ได้ใช้บริโภคภายในประเทศ เช่นเดียวกันในกรณีของอินโดนีเซีย และบังคลาเทศ แม้จะผลิตข้าวได้มากแต่ก็ยังคงต้องเป็นผู้นำเข้าข้าว ทั้งนี้เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีขนาดของประชากรใหญ่ ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญ อย่างไรก็ตามการที่ข้าวเป็นพืชอาหารจานหลักของคนในเอเชีย ประกอบกับการเกิดภาวะวิกฤตข้าวแพงในปี 2551 เพราะเป็นการตระหนักในตลาดการค้าข้าวซึ่งมีผลในประเทศผู้ส่งออกข้าวข้าวบางประเทศจำกัดหรือยุบการส่งออกอย่างกะทันหัน จากเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นผลให้ประเทศในเอเชียที่ผลิตข้าวได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศได้ให้ความสำคัญกับนโยบายการพึ่งพาตนเอง (Self sufficiency) และเร่งหาทางปรับปรุงการผลิตข้าวให้เพียงพอ หากยังมีการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ จึงจะกำหนดให้มีการนำเข้า ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชากรภายในประเทศ โดยประชากรของประเทศไทยมีการบริโภคข้าวเฉลี่ยโดยประมาณ 101 กิโลกรัมข้าวสารต่อคนต่อปี ลดลงจาก 30 กิโลกรัม เมื่อปี พ.ศ. 2535 ซึ่งมีการทำให้ใช้ข้าวในการบริโภคปีละ 8.9 ล้านตันข้าวสาร หรือ 13.1 ล้านตันข้าวเปลือก ส่วนที่เหลือจะถูกนำไปขายในตลาดการค้าข้าวโลกเพื่อใช้เป็นอาหารประชากรโลก โดยในปี พ.ศ. 2544 มีปริมาณการส่งออกรวม 7.5 ล้านตันข้าวสารหรือประมาณ 11 ล้านตันข้าวเปลือก (กรมวิชาการเกษตร. 2541) พบว่าการบริโภคข้าวของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนในครัวเรือนตามภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริโภคครัวเรือนละ 485 กิโลกรัม หรือคนละ 142 กิโลกรัมต่อปี ภาคเหนือ บริโภคครัวเรือนละ 330 กิโลกรัม หรือคนละ 109 กิโลกรัมต่อปี ภาคใต้ บริโภคครัวเรือนละ 288 กิโลกรัม หรือคนละ 83 กิโลกรัมต่อปี ภาคกลาง บริโภคครัวเรือนละ 255 กิโลกรัม หรือคนละ 80 กิโลกรัมต่อปี และกรุงเทพฯและปริมณฑล บริโภคครัวเรือนละ 151 กิโลกรัม หรือคนละ 46 กิโลกรัมต่อปี โดยเฉลี่ยทั้งประเทศบริโภคครัวเรือนละ 331 กิโลกรัม หรือคนละ 101 กิโลกรัมต่อปี

อย่างไรก็ตามสำหรับภาวะราคาข้าวในปลายปี 2559 ส่วนใหญ่ยังคงค่อนข้างทรงตัว มีเพียงเวียดนามที่ราคาปรับลดลง เพื่อดึงความสนใจของผู้ซื้อหลังจากที่ปริมาณส่งออกลดลง โดย ราคาข้าวส่งออก ณ วันที่ 28 ธันวาคมที่ผ่านมา ข้าวขาว 5% ของเวียดนามราคาตันละ 337 ดอลลาร์สหรัฐฯ (เอฟโอบี) อินเดียนและปากีสถานราคาตันละ 355 ดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ราคาข้าวที่สมาคมประกาศวันที่ 21 ธันวาคมที่ผ่านมา ข้าวขาว 5% อยู่ที่ตันละ 370 ดอลลาร์สหรัฐฯ และกล่าวว่า หากเปรียบเทียบการส่งออกข้าวของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรกในช่วง 11 เดือนที่ผ่านมา พบว่า อินเดียยังคงเป็นผู้ส่งออกข้าวมากที่สุดในโลก ปริมาณ 9.62 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 6 รองลงมาคือไทย ปริมาณ 8.71 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 อันดับ 3 คือเวียดนาม ปริมาณ 4.6 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 23.1 ปากีสถาน ปริมาณ 3.21 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 7.4 และสหรัฐฯ ปริมาณ 3.15 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 2.6 ส่วนประเทศที่นำเข้าข้าวจากไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ เบนิน รองลงมาคือ จีน ไต้หวัน ฮ่องกง แอฟริกาใต้ และแคนาดา (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2560)

### การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าว

นโยบายข้าวถือเป็นนโยบายสำคัญที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งทุกยุคทุกสมัย เพื่อมุ่งหวังช่วยเหลือทางด้านรายได้และหาเสียงกับชาวนาที่มีถึง 4 ล้านคนทั่วประเทศ โดยราคาข้าวถูกกำหนดขึ้นมาให้อยู่ในระดับที่ชาวนาคาดหวัง นโยบายที่ถูกนำมาใช้ในอดีตจนถึงปัจจุบันหลักๆ มี 2 นโยบายภายใต้รูปแบบวิธีการดำเนินการที่อาจแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐบาล คือ การรับจำนำข้าวและการประกันรายได้ อย่างไรก็ตามนโยบายทั้งคู่นั้นเป็นเพียงสัญญาว่าจะได้รายได้ดีขึ้นเท่านั้น แต่หากจะยกระดับรายได้ชาวนาให้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน คงไม่ได้ขึ้นอยู่กับนโยบายจำนำหรือประกันรายได้ ยังต้องมีนโยบายอื่นๆที่ช่วยเป็นกลไกขับเคลื่อน เช่น การประกันภัยพืชผล การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ และลดต้นทุนการเพาะปลูก ซึ่งต้องสอดคล้องประสานกันอีกด้วยและที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ที่วางนโยบายและผู้ดำเนินการต้องไม่ให้เกิดการรั่วไหลจนไม่ถึงชาวนา เพราะขณะนี้ขีดความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยกำลังถดถอยลง โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับคู่แข่งอย่างเวียดนาม ที่มีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ 2,465 บาทต่อไร่ ต่ำกว่าของไทยเกือบครึ่งขณะที่ผลผลิตต่อไร่อยู่ในระดับใกล้เคียงกันหากเราไม่แต่เพียงแต่การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่มองถึงปัญหาในเชิงโครงสร้างในระยะยาวแล้วอนาคตของยุทธศาสตร์ข้าวไทยในปัจจุบันและอนาคต ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ด้านการผลิต มี 4 ด้าน ได้แก่

1. การบริหารจัดการพื้นที่ปลูกและปริมาณผลผลิตข้าวให้เหมาะสม โดยจะผลิตข้าวเปลือกให้สมดุลกับอุปสงค์ในปี 2562-2563 จำนวนไม่เกิน 31 ล้านตัน
2. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวในปี 2562-2563 ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ทุกชนิดไม่ต่ำกว่า 600 กิโลกรัม ต้นทุนการผลิตต่อไร่ไม่เกิน 4,000 บาท และต่อตันไม่เกิน 6,000 บาท
3. การยกระดับคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าข้าวเปลือก
4. ด้านการแปรรูปข้าวในนวัตกรรมข้าวในอนาคต ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการตลาดข้าว

การกำหนดแผนพัฒนาข้าวอย่างยั่งยืนและมีเสถียรภาพมีสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้าข้าว โดยจัดระบบโรงสีให้ทั่วถึงสอดคล้องกับผลผลิตในแต่ละพื้นที่ไม่น้อยกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ ใน 5 ปี มีส่งเสริมและผลักดันการใช้มาตรฐานการผลิตและค้าให้ได้มาตรฐานสากล ภายใน 5 ปี มีพัฒนาศักยภาพ

ระบบการค้าข้าว มีสร้างค่านิยมการบริโภคข้าว มีการสร้างนวัตกรรมโดยมีนวัตกรรมข้าวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าปีละ 5 ชนิด และนำไปต่อยอดได้และมีนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ โดยต้นทุนการบริหารจัดการลดลงไม่น้อยกว่า 4 เปอร์เซ็นต์ ภายใน 4 ปี

การพัฒนาของข้าวไทยเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของชีวิตยังคงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สั่งสมมาเป็นเวลาอันยาวนาน ก้าวล้ำไปสู่การนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้พัฒนาในกระบวนการผลิตแบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลให้ข้าวไทยในวันนี้ ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่เพียงเมนูจานหลักบนโต๊ะอาหารอีกต่อไปและเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ ที่สุดของโลก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการผลิตและการส่งออกข้าว ต้องประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาความไม่เสถียรภาพของ ราคาราคา และการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าว อุตสาหกรรมการแปรรูปข้าว นับเป็น หนทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือเกษตรกร โดยช่วยเพิ่มความต้องการข้าว เพื่อใช้เป็นตัวดูดับสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว นานาชนิด ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวที่สำคัญในปัจจุบัน คือ ผลิตภัณฑ์ข้าวกึ่งสำเร็จรูป เช่น โจ๊กกึ่งสำเร็จรูป หรืออาหารจานเดียวประเภทข้าวแช่แข็งในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้าวผัด โดยใน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะในตลาดที่ พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ยังมี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ข้าวกระป๋อง ซึ่งมีจุดเด่นที่สามารถเปิด รับประทานได้ทันที อีกทั้งสามารถเก็บรักษาได้นานถึง 2 ปี นับเป็น นวัตกรรมใหม่ที่เป็นกรณีตัวอย่างของการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ตลาดส่งออกข้าวกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ ยุโรป และ ตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ข้าวบรรจุกระป๋องยังได้รับความสนใจจากองค์กรสหประชาชาติ ขณะนี้อยู่ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตข้าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสใน การส่งออก และนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากข้าวยังมีโอกาสมากในตลาดโลก กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมข้าวเพื่อเพิ่มคุณค่าสร้างความ แตกต่างเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยใช้วัตถุดิบ เพื่อตอบสนองต่อการบริโภค และการใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปอื่นจากการใช้ส่วนต่าง ๆ ทั้งในรูปของอาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน หรือพร้อมปรุง และในรูปของ ส่วนประกอบเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีแนวทางการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและ ต่างประเทศ อีกทั้งแรงขับเคลื่อนจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในตลาดที่มีกำลังมากขึ้นทำให้มีความต้องการโภชนาการที่มีคุณค่าทางสุขภาพและมุ่งสู่การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในทางเดียวกันมีการนำนวัตกรรม (Innovation) เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจและสังคม เป็นแนวทางหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับข้าวได้ โดยที่นวัตกรรมด้านกระบวนการ ผลิต (Process Innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือบริการ ให้มีรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technology Process Innovation) เป็นการนำเทคโนโลยีแบบใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการผลิตให้ มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น หรือช่วยลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และอีกประเภทคือ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางองค์กร

(Organizational Process Innovation) เป็นการนำกระบวนการที่คิดขึ้นซึ่ง อาจเกิดจากการลองผิดลองถูกหรือเรียนรู้ทดลองทำด้วยตนเองมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถ ในการจัดองค์กรให้สูงขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาข้าวไทยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอยู่ด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้ ทฤษฎีการผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push Model) เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมที่มี พื้นฐานอยู่บนงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขึ้นมาก่อน จากนั้นจึงผลักดันให้เกิดเป็นนวัตกรรมเพื่อออกสู่ตลาดต่อไป สมมุติฐานสำคัญของทฤษฎีนี้คือการพัฒนาเทคโนโลยีก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมตามมา และ ตลาด จะให้การยอมรับนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเอง ในความเป็นจริงแล้ว มีใช้ทุกนวัตกรรมที่สามารถขายได้ ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นจุดอ่อนของทฤษฎีเนื่องจากมิได้นำความต้องการของผู้ซื้อและปัจจัยด้านการตลาดอื่น ๆ มาพิจารณาประกอบในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม ทฤษฎีการผลักดันจากตลาด (Demand Pull Model) เป็นทฤษฎีที่มีทิศทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีการผลักดันด้วย เทคโนโลยี การพัฒนานวัตกรรมตามทฤษฎีการผลักดันจากตลาดนี้จะเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรม ที่ตอบสนอง ความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว อาจทำให้หน่วยงานสูญเสียโอกาสและความสามารถในการ พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมประเภทรากฐาน (Radical innovation) หากหน่วยงาน ตั้งเป้าหมายในการค้นคว้าและวิจัยที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น หน่วยงานอาจใช้เวลาและ ทรัพยากรส่วนใหญ่ไปในการต่อยอดเทคโนโลยีและการปรับปรุงคุณภาพและ ประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการที่ มีอยู่แล้ว โดยอาจละเลยหรือมองข้ามเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ยังไม่มี ความต้องการของตลาด ที่ชัดเจนมารองรับ ทฤษฎีเครือข่าย (Network Model) เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมที่ให้ความสำคัญกับการใช้ ประโยชน์และการพึ่งพาจากทรัพยากรจากภายนอกองค์กร โดยมองหาแนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จากบริษัท นวัตกรรม มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย หรือหน่วยงาน ภาครัฐ เป็นต้น แทนที่จะทำการค้นคว้าวิจัยดำเนินการ พัฒนานวัตกรรมเองทุกขั้นตอน แต่จะจ้างวิจัยซื้อเทคโนโลยี สร้างความร่วมมือหรือทำงานร่วมกับองค์กรหรือ บริษัทอื่นเพื่อสร้างนวัตกรรมขึ้นมา

ข้าวมีความจำเป็นต่อวิถีชีวิตของคนไทย รวมทั้งเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการพัฒนาข้าวไทยให้มีความก้าวหน้าอย่าง ยั่งยืน การค้าข้าวในตลาดโลกและบทบาทของประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียเหมือนในอดีต ปัจจุบัน ประชากรกว่า 3000 ล้านคนทั่วโลกบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักทำให้หลายประเทศหันมาสนใจ การพัฒนา การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกและการค้าข้าวจนเกิดความร่วมมือระหว่างกันในรูปแบบ องค์กรระหว่างประเทศ เพื่อทำการศึกษา วิจัย พัฒนา และวางแผนบริหารจัดการข้าว ให้มีศักยภาพและ มีความหลากหลายเพื่อสร้างความมั่นคงทางทางอาหารและด้านการส่งออกข้าว แผนยุทธศาสตร์เพื่อการ พัฒนาข้าวไทยในตลาดโลกมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตต่อเนื่อง เพราะความบริโภคข้าวในอนาคตเพิ่มขึ้น และไทยเป็นผู้นำเข้าการค้าข้าวในตลาดโลกที่ผ่านการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพโดยการแสวงหาความร่วมมือ กับอาเซียนเพื่อสร้างความสมดุลให้กับทุกภาคส่วนทั้งภาคการผลิต และภาคการค้า เป็นแหล่งผลิตข้าว โลกที่มีมั่นคง รวมทั้งมีระบบการค้าที่เป็นธรรมไม่บิดเบือนตลาด (กิตติพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย. 2557)

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นอาหารหลักของ คนไทย และยังเป็นอาชีพหลักของเกษตรกรในหลายพื้นที่และส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศทั่วโลกทั้ง ในลักษณะข้าวสารและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว แนวทางในการสร้างนวัตกรรมข้าวขึ้นมาเพื่อ ตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจของผู้บริโภค กระบวนการเพิ่มมูลค่า เป็นกระบวนการที่ทำให้

มูลค่าข้าวเพิ่มขึ้นด้วยการ สร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งคณะผู้ศึกษาต้องการศึกษาค้นคว้านวัตกรรมการแปรรูปข้าวการสร้างผลิตภัณฑ์จากข้าวว่านอกจากการนำมาบริโภคข้าวยังสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นได้อีกหรือไม่ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคและต่อยอดในการศึกษาการแปรรูปข้าวในรูปแบบอื่นๆเพื่อการยอมรับของตลาดโลกในปัจจุบัน

### การแปรรูปข้าวไทยกับการแข่งขันในตลาดโลก

ข้าวถือเป็นพืชที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับประชากรโลก ในเชิงการค้าข้าวในตลาดข้าวโลก จึงเป็นตลาดที่บางการเปลี่ยนแปลงผันผวนของราคาข้าวในตลาดโลกเป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านอุปทานผลผลิตข้าวของโลกเป็นสำคัญ ในขณะที่อุปสงค์ข้าวโลกนั้นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่อยข้างจำกัด ขณะเดียวกันการบริโภคข้าวของประชากรในประเทศในเอเชีย แต่ก็มีแนวโน้มลดลงรวมทั้งการบริโภคข้าวต่อหัวของประชากรไทยด้วย อย่างไรก็ตาม อุปทานข้าวโลกในปีใดหนึ่งนั้น นอกจากประกอบด้วยผลผลิตข้าวในปีนั้นๆแล้ว ยังรวมสต็อกข้าวปลายปีที่ผ่านมามาเข้าไว้ด้วย ในการตลาดการค้าข้าวโลก ประเทศผู้ส่งออกสำคัญในปีที่ผ่านมาได้แก่อินเดีย เวียดนาม และไทย ทั้งนี้ ในปี 2555 อินเดียเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งโดยปริมาณการส่งออก 10.25 ล้านตัน และเวียดนามเป็นผู้ส่งออกลำดับสองด้วยปริมาณการส่งออกจำนวน 7.72 ล้านตัน ส่วนการส่งออกของไทยจากที่เคยส่งออกเป็นลำดับหนึ่งมาโดยตลอด ได้ลดลงเป็นลำดับสามโดยมีปริมาณการส่งออกจำนวน 6.95 ล้านตัน นอกจากนี้ก็มีปากีสถาน สหรัฐอเมริกา บราซิล และจีน ก็เป็นกลุ่มของประเทศผู้ส่งออกในตลาดการค้าข้าวโลกด้วยเช่นกัน แต่สัดส่วนปริมาณการส่งออกไม่มากนัก ข้าวเป็นสินค้าที่มีการผลิตและการบริโภคในเอเชียเป็นสำคัญ จากปริมาณผลผลิตข้าวของโลกในปี 2555 จำนวน 465.62 ล้านตันข้าวสารนั้น ได้มีการใช้บริโภคในโลกประมาณ 459.71 ล้านตัน ข้าวสารในจำนวนนี้เป็นการบริโภคในเอเชียประมาณร้อยละ 86 ประเทศที่มีการผลิตข้าวมากไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ส่งออกข้าวมากเสมอไป เช่นในประเทศจีนที่มีการผลิตถึง 140.7 ล้านตัน แต่ผลผลิตส่วนใหญ่ได้ใช้บริโภคภายในประเทศ เช่นเดียวกันในกรณีของอินโดนีเซีย และบังคลาเทศ แม้จะผลิตข้าวได้มากแต่ก็ยังจำเป็นต้องเป็นผู้นำเข้าข้าว ทั้งนี้เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีขนาดของประชากรใหญ่ ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญ อย่างไรก็ตามการที่ข้าวเป็นพืชอาหารจานหลักของคนในเอเชีย ประกอบกับการเกิดภาวะวิกฤตข้าวแพงในปี 2551 เพราะเป็นการตระหนักในตลาดการค้าข้าวซึ่งมีผลในประเทศผู้ส่งออกข้าวข้าวบางประเทศจำกัดหรือยุติการส่งออกอย่างกะทันหันจากเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นผลให้ประเทศในเอเชียที่ผลิตข้าวได้ไม่เพียงพอกับความ ต้องการภายในประเทศได้ให้ความสำคัญกับนโยบายการพึ่งพาตนเอง (Self sufficiency) และเร่งหาทางปรับปรุงการผลิตข้าวให้เพียงพอ หากยังมีการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ จึงจะกำหนดให้มีการนำเข้า ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชากรภายในประเทศ ประชากรของประเทศไทยมีการบริโภคข้าวเฉลี่ยโดยประมาณ 101 กิโลกรัมข้าวสารต่อคนต่อปี ลดลงจาก 30 กิโลกรัม เมื่อปี พ.ศ. 2535 ซึ่งมีการทำให้ใช้ข้าวในการบริโภคปีละ 8.9 ล้านตันข้าวสาร หรือ 13.1 ล้านตันข้าวเปลือก ส่วนที่เหลือจะถูกนำไปขายในตลาดการค้าข้าวโลกเพื่อใช้เป็นอาหารประชากรโลก โดยในปี พ.ศ. 2544 มีปริมาณการส่งออกรวม 7.5 ล้านตันข้าวสาร หรือประมาณ 11 ล้านตันข้าวเปลือก โดยพบว่าการบริโภคข้าวของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนในครัวเรือนตามภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริโภคครัวเรือนละ 485 กิโลกรัม หรือคนละ 142 กิโลกรัมต่อปี ภาคเหนือ บริโภคครัวเรือนละ 330 กิโลกรัม

หรือคนละ 109 กิโลกรัมต่อปี ภาคใต้ บริโภคครัวเรือนละ 288 กิโลกรัม หรือคนละ 83 กิโลกรัมต่อปี ภาคกลาง บริโภคครัวเรือนละ 255 กิโลกรัม หรือคนละ 80 กิโลกรัมต่อปี และกรุงเทพและปริมณฑล บริโภคครัวเรือนละ 151 กิโลกรัม หรือคนละ 46 กิโลกรัมต่อปี โดยเฉลี่ยทั้งประเทศบริโภคครัวเรือนละ 331 กิโลกรัม หรือคนละ 101 กิโลกรัมต่อปี

นโยบายข้าวถือเป็นนโยบายสำคัญที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งทุกยุคทุกสมัย เพื่อมุ่งหวังช่วยเหลือทางด้านรายได้และหาเสียงกับชาวนาที่มีถึง 4 ล้านคนทั่วประเทศ โดยราคาข้าวถูกกำหนดขึ้นมาให้อยู่ในระดับที่ชาวนาคาดหวัง นโยบายที่ถูกนำมาใช้ในอดีตจนถึงปัจจุบันหลักๆ มี 2 นโยบาย ภายใต้รูปแบบวิธีการดำเนินการที่อาจแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐบาล คือ การรับจำนำข้าว และการประกันรายได้ อย่างไรก็ตาม นโยบายทั้งคู่นั้นเป็นเพียงสัญญาว่าจะได้รายได้ดีขึ้นเท่านั้นแต่หากจะยกระดับรายได้ชาวนาให้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืนคงไม่ได้ขึ้นอยู่กับนโยบายจำนำหรือประกันรายได้ยังต้องมีนโยบายอื่นๆ ที่ช่วยเป็นกลไกขับเคลื่อน เช่น การประกันภัยพืชผล การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ และลดต้นทุนการเพาะปลูกซึ่งต้องสอดคล้องกันอีกด้วย และที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ที่วางนโยบายและผู้ดำเนินการต้องไม่ให้เกิดการรั่วไหลจนไม่ถึงชาวนา เพราะขณะนี้ขีดความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยกำลังถดถอยลง โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับคู่แข่งอย่างเวียดนาม ที่มีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ 2,465 บาทต่อไร่ ต่ำกว่าของไทยเกือบครึ่ง ขณะที่ผลผลิตต่อไร่อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน หากเรามัวแต่มองแค่การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่มองถึงปัญหาในเชิงโครงสร้าง ในระยะยาวแล้วอนาคตของยุทธศาสตร์ข้าวไทย ในปัจจุบันและอนาคต ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ที่สำคัญดังนี้ ยุทธศาสตร์ด้านการผลิต มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการพื้นที่ปลูกและปริมาณผลผลิตข้าวให้เหมาะสม โดยจะผลิตข้าวเปลือกให้สมดุลกับอุปสงค์ในปี 62/63 จำนวนไม่เกิน 31 ล้านตัน ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวในปี 62/63 ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ทุกชนิดไม่ต่ำกว่า 600 กิโลกรัม ต้นทุนการผลิตต่อไร่ไม่เกิน 4000 บาท และต่อตันไม่เกิน 6000 บาท ด้านการยกระดับคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าข้าวเปลือกและด้านการแปรรูปข้าวสู่ตลาดโลก ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการตลาดข้าว มี 7 ประการ คือ (1) มีแผนพัฒนาข้าวอย่างยั่งยืนและมีเสถียรภาพ (2) สร้างความเป็นธรรมในระบบการค้าข้าว โดยจัดระบบโรงสีให้ทั่วถึงสอดคล้องกับผลผลิตในแต่ละพื้นที่ไม่น้อยกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ ใน 5 ปี (3) ส่งเสริมและผลักดันการเข้ามามาตรฐานการผลิตและค่าให้ได้มาตรฐานสากล ภายใน 5 ปี (4) พัฒนาศักยภาพระบบการค้าข้าว (5) สร้างค่านิยมการบริโภคข้าว (6) การสร้างนวัตกรรมโดยมีนวัตกรรมข้าวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าปีละ 5 ชนิด และนำไปต่อยอดได้และมีนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (7) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์ โดยต้นทุนการบริหารจัดการลดลงไม่น้อยกว่า 4 เปอร์เซ็นต์ ภายใน 4 ปี

นับตั้งแต่อดีตสู่ปัจจุบัน การพัฒนาของข้าวไทยเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชีวิตยังคงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สั่งสมมาเป็นเวลาอันยาวนาน ก้าวล้ำไปสู่การนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้พัฒนาในกระบวนการผลิตแบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลให้ข้าวไทยในวันนี้ ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่เพียงเมนูจานหลักบนโต๊ะอาหารอีกต่อไปและเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ ที่สุดของโลก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการผลิตและการส่งออกข้าว ต้องประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของ ราคาราคา และการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าว อุตสาหกรรมการแปรรูปข้าว นับเป็น หนทางหนึ่งที่จะ

ช่วยเหลือเกษตรกร โดยช่วยเพิ่มความต้องการข้าว เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าววนานาชนิด ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวที่สำคัญในปัจจุบัน คือ ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องสำเร็จรูป เช่น โจ๊กกึ่งสำเร็จรูป หรืออาหารจานเดียวประเภทข้าวแช่แข็งในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้าวผัด โดยในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับความนิยมมากโดยเฉพาะในตลาดที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังมี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ข้าวกระป๋อง ซึ่งมีจุดเด่นที่สามารถเปิด รับประทานได้ทันที อีกทั้งสามารถเก็บรักษาได้นานถึง 2 ปี นับเป็น นวัตกรรมใหม่ที่เป็นกรณีตัวอย่างของการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ตลาดส่งออกข้าวกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ ยุโรป และ ตะวันออกกลาง ทั้งนี้ข้าวบรรจุกระป๋องยังได้รับความสนใจจากองค์การสหประชาชาติ ขณะนี้อยู่ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตข้าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออก และนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ (ผลิตภัณฑ์จากข้าวและนวัตกรรมข้าวไทย, 2560)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากข้าวยังมีโอกาสมากในตลาดโลก กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมข้าวเพื่อเพิ่มคุณค่าสร้างความ แตกต่างเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยใช้วัตถุดิบ ในรูปข้าวกล้อง ข้าวกล้องงอก ข้าวขาว ทั้งข้าวเจ้า ข้าวเหนียว เพื่อตอบสนองต่อการบริโภค และการใช้ใน อุตสาหกรรมแปรรูปอื่นจากการใช้ส่วนต่าง ๆ ของข้าวภายหลังการกะเทาะเปลือกและการขัดสีข้าวเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด ทั้งในรูปของอาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป พร้อมรับประทาน หรือพร้อมปรุง และในรูปของ ส่วนประกอบเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร อาหารเพื่อสุขภาพ และความงาม กระจก ยานและเครื่องสำอาง โดยมี แนวทางการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและ ต่างประเทศ อีกทั้งแรงขับเคลื่อนจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในตลาดที่มีกำลังมากขึ้น ทำให้มีความ ต้องการโภชนาการที่มีคุณค่าทางสุขภาพและมุ่งสู่การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในทางเดียวกันมีการนำนวัตกรรม (Innovation) เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจและสังคม เป็นแนวทางหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับข้าวได้ โดยที่นวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต (Process Innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือบริการ ให้มีรูปแบบที่ แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technology Process Innovation) เป็นการนำ เทคโนโลยีแบบใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการผลิตให้ มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น หรือช่วยลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และอีกประเภทคือ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางองค์กร (Organizational Process Innovation) เป็นการนำ กระบวนการที่คิดขึ้นซึ่ง อาจเกิดจากการลองผิดลองถูกหรือเรียนรู้ทดลองทำด้วยตนเองมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถ ในการจัดองค์กรให้สูงขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาข้าวไทยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอยู่ด้วยกัน 3 ทฤษฎี (ศุภชัย หล่อโลหการ, ภคพงศ์ พรมนุชธิป และ ปัทมาวดี พัวพรหมยอด, 2553 : 9-10) ดังนี้ ทฤษฎีการผลิตดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push Model) เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมที่มี พื้นฐานอยู่บนงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขึ้นมาก่อน จากนั้นจึงผลักดันให้เกิดเป็นนวัตกรรมเพื่อออก สู่ตลาดต่อไป สมมุติฐานสำคัญของทฤษฎีนี้คือการพัฒนาเทคโนโลยีก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมตามมา และตลาดจะให้การยอมรับนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเอง ในความเป็นจริงแล้ว มิใช่ทุกนวัตกรรมที่สามารถขายได้ ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นจุดอ่อนของทฤษฎีเนื่องจากมิได้นำความต้องการของผู้ซื้อและปัจจัยด้าน



การตลาดอื่นๆ มาพิจารณาประกอบในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม ทฤษฎีการผลักดันจากตลาด (Demand pull model) เป็นทฤษฎีที่มีทิศทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีการผลักดันด้วย เทคโนโลยี การพัฒนานวัตกรรมตามทฤษฎีการผลักดันจากตลาดนี้จะเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรม ที่ตอบสนอง ความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว อาจทำให้หน่วยงานสูญเสียโอกาสและความสามารถในการ พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมประเภทรากฐาน (Radical innovation) หากหน่วยงาน ตั้งเป้าหมายในการค้นคว้าและวิจัยที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น หน่วยงานอาจใช้เวลาและ ทรัพยากรส่วนใหญ่ไปในการต่อยอดเทคโนโลยีและการปรับปรุงคุณภาพและ ประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้ว โดยอาจละเลยหรือมองข้ามเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ยังไม่มี ความต้องการของตลาด ที่ชัดเจนมารองรับ ทฤษฎีเครือข่าย (Network model) เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมที่ให้ความสำคัญกับการใช้ ประโยชน์และการพึ่งพาจากทรัพยากรจากภายนอกองค์กร โดย มองหาแนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จากบริษัท นวัตกรรม มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย หรือหน่วยงาน ภาครัฐ เป็นต้น แทนที่จะทำการค้นคว้าวิจัยดำเนินการ พัฒนานวัตกรรมเองทุกขั้นตอน แต่จะจ้างวิจัย ซื้อเทคโนโลยี สร้างความร่วมมือ หรือทำงานร่วมกับองค์กรหรือ บริษัทอื่นเพื่อสร้างนวัตกรรมขึ้นมา ข้าว มีความจำเป็นต่อวิถีชีวิตของคนไทย รวมทั้งเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ ซึ่งรัฐบาล มีนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการพัฒนาข้าวไทยให้มีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน การค้าข้าวในตลาดโลกและบทบาทของประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียเหมือนในอดีต ปัจจุบัน ประชากร กว่า 3000 ล้านคนทั่วโลกบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักทำให้หลายประเทศหันมาสนใจการพัฒนา การเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกและการค้าข้าวจนเกิดความร่วมมือระหว่างกันในรูปแบบองค์กร ระหว่างประเทศ เพื่อทำการศึกษ วิจัย พัฒนา และวางแผนบริหารจัดการข้าว ให้มีศักยภาพและมีความหลากหลายเพื่อสร้างความมั่นคงทางทางอาหารและด้านการส่งออกข้าว แผนยุทธศาสตร์เพื่อการ พัฒนาข้าวไทยในตลาดโลกมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตต่อเนื่อง เพราะความบริโภคข้าวในอนาคตเพิ่มขึ้น และไทยเป็นผู้นำการค้าข้าวในตลาดโลกที่ผ่านการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพโดยการแสวงหาความร่วมมือ กับอาเซียนเพื่อสร้างความสมดุลให้กับทุกภาคส่วนทั้งภาคการผลิต และภาคการค้า เป็นแหล่งผลิตข้าว โลกที่มั่นคง รวมทั้งมีระบบการค้าที่เป็นธรรมไม่บิดเบือนตลาด

### การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว

การส่งเสริมการปลูกข้าวเชิงพาณิชย์ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น กลไกการตลาดและการค้าที่ไม่เป็นธรรมยังคงเป็นปัญหาที่ไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง ชาวนาต้องเผชิญกับปัญหาราคา ผลผลิตตกต่ำและความผันผวนของราคา การโกงตาชั่งและการกำหนดเกรดข้าวของชาวนาให้ต่ำติดดิน ของพ่อค้าคนกลาง ขณะที่ผลประโยชน์จากโครงการรับจำนำข้าวของรัฐบาลหลายยุคหลายสมัยตกไม่ถึงชาวนายรายย่อย ซ้ำยังเปิดช่องให้ทุจริตโกงกินอย่างมโหฬาร นโยบายข้าวของรัฐบาลจึงมีนัยยะที่เป็นประเด็นทางการเมือง และผลประโยชน์ของกลุ่มบุคคลบางกลุ่มและไม่จริงจังก่อการตอบสนองต่อ ความเดือดร้อนของชาวนาผู้ปลูกข้าวส่วนใหญ่ ยิ่งไปกว่านั้นภายใต้กรอบความตกลงอาเซียน รัฐบาลไทย กำลังผลักดันให้เกิดความร่วมมือทางการค้าข้าวระหว่างประเทศในภูมิภาค การสนับสนุนตลาดซื้อขาย ล่วงหน้าระดับภูมิภาค ตลอดจนการเปิดเสรีการค้าข้าว ธุรกิจการค้าข้าวในภูมิภาคจะถูกควบคุมและ กำหนดโดยกลุ่มทุนเพียงไม่กี่กลุ่ม และชาวนาไทยจะได้รับแรงกดดันด้านราคาและความเป็นธรรมจาก

กลไกการค้าข้าวมากยิ่งขึ้น 1 การค้าข้าวของโลกมีจำนวนน้อยประมาณร้อยละ 7-8 ของปริมาณผลผลิตข้าวโลก อย่างเช่นในปี 2554 มีปริมาณการค้าข้าวประมาณ 36.26 ล้านตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 39.13 ล้านตัน ในปี 2555 ตลาดข้าวโลกจึงเป็นตลาดที่บาง การเปลี่ยนแปลงผันผวนของราคาข้าวในตลาดโลกจึงเป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านอุปทานผลผลิตข้าวของโลกเป็นสำคัญ ในขณะที่อุปสงค์ข้าวโลกนั้นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างจำกัด ในขณะเดียวกันการบริโภคข้าวของประชากรในประเทศในเอเชีย แต่ก็มีแนวโน้มลดลงรวมทั้งการบริโภคข้าวต่อหัวของประชากรไทยด้วย อย่างไรก็ตามอุปทานข้าวโลกในปีใดหนึ่งนั้น นอกจากประกอบด้วยผลผลิตข้าวในปีนั้นๆแล้ว ยังรวมสต็อกข้าวปลายปีที่ผ่านเข้ามาเข้าไว้ด้วย ในการตลาดการค้าข้าวโลก ประเทศผู้ส่งออกสำคัญในปีที่ผ่านมาได้แก่อินเดีย เวียดนาม และไทย ทั้งนี้ในปี 2555 อินเดียเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งโดยปริมาณการส่งออก 10.25 ล้านตัน และเวียดนามเป็นผู้ส่งออกลำดับสองด้วยปริมาณการส่งออกจำนวน 7.72 ล้านตัน ส่วนการส่งออกของไทยจากที่เคยส่งออกเป็นลำดับหนึ่งมาโดยตลอด ได้ลดลงเป็นลำดับสามโดยมีปริมาณการส่งออกจำนวน 6.95 ล้านตัน นอกจากนี้ก็มีปากีสถาน สหรัฐอเมริกา บราซิล และจีน ก็เป็นกลุ่มของประเทศผู้ส่งออกในตลาดการค้าข้าวโลกด้วยเช่นกัน แต่สัดส่วนปริมาณการส่งออกไม่มากนัก

ข้าวเป็นสินค้าที่มีการผลิตและการบริโภคในเอเชียเป็นสำคัญ จากปริมาณผลผลิตข้าวของโลกในปี 2555 จำนวน 465.62 ล้านตันข้าวสารนั้น ได้มีการใช้บริโภคในโลกประมาณ 459.71 ล้านตัน ข้าวสารในจำนวนนี้เป็นบริโภคในเอเชียประมาณร้อยละ 86 ประเทศที่มีการผลิตข้าวมากไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ส่งออกข้าวมากเสมอไป เช่นในประเทศจีนที่มีการผลิตถึง 140.7 ล้านตัน แต่ผลผลิตส่วนใหญ่ได้ใช้บริโภคภายในประเทศ เช่นเดียวกันในกรณีของอินโดนีเซีย และบังคลาเทศ แม้จะผลิตข้าวได้มากแต่ก็ยังคงต้องเป็นผู้นำเข้าข้าว ทั้งนี้เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีขนาดของประชากรใหญ่ ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญ อย่างไรก็ตามการที่ข้าวเป็นพืชอาหารจานหลักของคนในเอเชีย ประกอบกับการเกิดภาวะวิกฤตข้าวแพงในปี 2551 เพราะตลาดการค้าข้าวซึ่งมีผลในประเทศผู้ส่งออกข้าวข้าวบางประเทศจำกัดหรือหยุดการส่งออกอย่างกะทันหัน จากเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นผลให้ประเทศในเอเชียที่ผลิตข้าวได้ไม่เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศได้ให้ความสำคัญกับนโยบายการพึ่งพาตนเอง (Self sufficiency) และเร่งหาทางปรับปรุงการผลิตข้าวให้เพียงพอ หากยังมีการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ จึงจะกำหนดให้มีการนำเข้า ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชากรภายในประเทศ

นับตั้งแต่อดีตสู่ปัจจุบันการพัฒนาของข้าวไทยเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของชีวิตยังคงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สั่งสมมาเป็นเวลาอันยาวนาน ก้าวไปสู่การนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้พัฒนาในกระบวนการผลิตแบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลให้ข้าวไทยในวันนี้ ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่เพียงเมนูจานหลักบนโต๊ะอาหารอีกต่อไปและเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ ที่สุดของโลก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการผลิตและการส่งออกข้าว ต้องประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของ ระเบียบราคา และการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอุตสาหกรรมการแปรรูปข้าว นับเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือเกษตรกร โดยช่วยเพิ่มความต้องการข้าว เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว นานาชนิด ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวที่สำคัญในปัจจุบัน คือ ผลิตภัณฑ์ข้าวกึ่งสำเร็จรูป เช่น โจ๊กกึ่งสำเร็จรูป หรืออาหาร

งานเดี่ยวประเภทข้าวแช่แข็งในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้าวผัด โดยใน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะในตลาดที่ พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ข้าวกระป๋อง ซึ่งมีจุดเด่นที่สามารถเปิด รับประทานได้ทันที อีกทั้งสามารถเก็บรักษาได้นานถึง 2 ปี นับเป็น นวัตกรรมใหม่ที่เป็นกรณีตัวอย่างของการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ตลาดส่งออกข้าวกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ ยุโรป และ ตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ข้าวบรรจุกระป๋องยังได้รับความนิยมจากองค์การสหประชาชาติ ขณะนี้อยู่ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตข้าว ซึ่งจะช่วยให้มีโอกาสใน การส่งออกและนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากข้าวยังมีโอกาสมากในตลาดโลก กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมข้าวเพื่อเพิ่มคุณค่าสร้างความ แตกต่างเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยใช้วัตถุดิบ ในรูปข้าวกล้อง ข้าวกล้องงอก ข้าวขาว ทั้งข้าวเจ้า ข้าวเหนียว เพื่อตอบสนองต่อการบริโภค และการใช้ใน อุตสาหกรรมแปรรูปอื่นจากการใช้ส่วนต่าง ๆ ของข้าวภายหลังการกะเทาะเปลือกและการขัดสีข้าวเพื่อให้ได้ ประโยชน์สูงสุด ทั้งในรูปของอาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน หรือพร้อมปรุง และในรูปของ ส่วนประกอบเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร อาหารเพื่อสุขภาพ และความงาม กระจตาช ยาและเครื่องสำอาง โดยมี แนวทางการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งแรงขับเคลื่อนจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในตลาดที่มีกำลังมากขึ้น ทำให้มีความ ต้องการโภชนาการที่มีคุณค่าทางสุขภาพและมุ่งสู่การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในทางเดียวกันมีการนำนวัตกรรม (Innovation) เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจและสังคม เป็นแนวทางหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับข้าวได้ โดยที่ นวัตกรรมด้านกระบวนการ ผลิต (Process innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือบริการ ให้มีรูปแบบที่ แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technology process innovation) เป็นการนำ เทคโนโลยีแบบใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการผลิตให้ มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นหรือช่วยลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และอีกประเภทคือ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางองค์กร (Organizational process innovation) เป็นการนำ กระบวนการที่คิดขึ้นซึ่ง อาจเกิดจากการลองผิดลองถูกหรือเรียนรู้ทดลองทำด้วยตนเองมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถ ในการจัดองค์กรให้สูงขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาข้าวไทยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอยู่ด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้ ทฤษฎีการผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology push model) เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมที่มี พื้นฐานอยู่บนงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขึ้นมาก่อน จากนั้นจึงผลักดันให้เกิดเป็น นวัตกรรมเพื่อออก สู่ตลาดต่อไป สมมุติฐานสำคัญของทฤษฎีนี้คือการพัฒนาเทคโนโลยีก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมตามมา และ ตลาด จะให้การยอมรับนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเอง ในความเป็นจริงแล้ว มิใช่ทุกนวัตกรรมที่สามารถขายได้ ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นจุดอ่อนของทฤษฎีนี้เนื่องจากมิได้นำความต้องการของผู้ซื้อและปัจจัยด้านการตลาดอื่น ๆ มาพิจารณาประกอบในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม ทฤษฎีการผลักดันจากตลาด (Demand pull model) เป็นทฤษฎีที่มีทิศทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีการผลักดันด้วย เทคโนโลยี การพัฒนานวัตกรรมตามทฤษฎีการผลักดันจากตลาดนี้จะเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนอง ความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว อาจทำให้หน่วยงานสูญเสียโอกาส

และความสามารถในการ พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ที่จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมประเภทรากฐาน (Radical innovation) หากหน่วยงาน ตั้งเป้าหมายในการค้นคว้าและวิจัยที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น หน่วยงานอาจใช้เวลาและ ทรัพยากรส่วนใหญ่ไปในการต่อยอดเทคโนโลยี และการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้ว โดยอาจจะเลยหรือมองข้ามเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ยังไม่มีความต้องการของตลาด ที่ชัดเจนมารองรับ ทฤษฎีเครือข่าย (Network model) เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมที่ให้ความสำคัญกับการใช้ ประโยชน์และการพึ่งพาจากทรัพยากรจากภายนอกองค์กร โดยมองหาแนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จากบริษัท นวัตกรรม มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย หรือหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น แทนที่จะทำการค้นคว้าวิจัยดำเนินการ พัฒนานวัตกรรมเองทุกขั้นตอน แต่จะจ้างวิจัย ซื้อเทคโนโลยี สร้างความร่วมมือ หรือทำงานร่วมกับองค์กรหรือบริษัทอื่นเพื่อสร้างนวัตกรรมขึ้นมา

อย่างไรก็ดีนับตั้งแต่อดีตสู่ปัจจุบันพัฒนาของชาวไทยเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของชีวิตยังคงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จากภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สั่งสมมาเป็นเวลาอันยาวนาน ก้าวล้ำไปสู่การนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้พัฒนาในกระบวนการผลิตแบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลให้ชาวไทยในวันนี้ ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่เพียงเมนูจานหลักบนโต๊ะอาหารอีกต่อไปและเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ โดยไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ ที่สุดของโลก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการผลิตและการส่งออกข้าว ต้องประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของ ระดับราคา และการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าว อุตสาหกรรมการแปรรูปข้าว นับเป็น หนทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือเกษตรกร โดยช่วยเพิ่มความต้องการข้าวเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวนานาชนิด เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตข้าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออกและนำมาซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

### 1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคเป็นอาหาร

ผลิตภัณฑ์ข้าวกำลังสำเร็จรูป เช่น โจ๊กกึ่งสำเร็จรูป หรืออาหาร งานเดียวประเภทข้าวแช่แข็งในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้าวผัด โดยใน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะในตลาดที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ยังมี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ข้าวกระป๋อง ซึ่งมีจุดเด่นที่สามารถเปิด รับประทานได้ทันที อีกทั้งสามารถเก็บรักษาได้นานถึง 2 ปี นับเป็น นวัตกรรมใหม่ที่เป็นกรณีตัวอย่างของการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ตลาดส่งออกข้าวกระป๋องที่สำคัญ ได้แก่ ยุโรป และตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ข้าวบรรจุกระป๋องยังได้รับความนิยมจากองค์การสหประชาชาติ ขณะนี้อยู่เส้นกึ่งเดียวและเส้นหมี ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว นอกจากจะบริโภคภายในประเทศแล้ว ยังสามารถส่งออกไปขายยังต่างประเทศได้ด้วย ตลาดส่งออกสำคัญ คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น ปัจจุบันมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบสำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งในรูปแบบกึ่งเดียว เส้นหมี และกึ่งจับ อีกทั้งมีการพัฒนาโดยเพิ่มส่วนประกอบและสารอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ เช่น เนื้อสัตว์ และผักผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว และอาหารเข้าในปัจจุบันการแปรรูปข้าวเป็นขนมขบเคี้ยวกำลังได้รับความนิยมอย่าง มาก ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภควัยเด็กและวัยรุ่น อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ค่อนข้างรุนแรงเพราะมีผู้ผลิตมาก นอกจากนี้ ยังมีการแปรรูปข้าวเป็น

ผลิตภัณฑ์อาหารเช้า แม้ว่าจะยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเพราะผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์อาหารเช้า มักเป็นธุรกิจข้ามชาติที่มีความชำนาญ ในการผลิตจากวัตถุดิบอื่น อาทิ ข้าวโพด ข้าวสาลี มันฝรั่ง (สมิคร ยิงยง, ลือชัย อารยะรังษฤษฎ์ และสมทรง โชติชื่น. 2560)

## 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากข้าว

จากข้าวอินทรีย์ของไทยได้ถูกนำมาวิจัยและแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมากมายไม่ว่าจะเป็นครีมบำรุงผิวหน้าที่สกัดจากข้อมุกข้าวหอมมะลิผสมกับโปรตีนจากไหมและพืชสมุนไพรอื่นๆ โพรหม ล้างหน้าที่ไม่ใส่สารที่ทำให้เกิดฟองครีมพอกหน้าที่สามารถดูดซับเครื่องสำอางที่ตกค้างบนใบหน้าและ เซลล์ผิวที่ตายแล้วเสริมข้าวบำรุงผมที่สกัดจากน้ำมันรำข้าวและหมากเม่าสกัดพร้อมทั้งมะกรูดส้มโอ อัญชันช่วยลดอาการหลุดร่วงและกระตุ้นการงอกใหม่ของเส้นผม ผลิตภัณฑ์จากข้าวและนวัตกรรมข้าวไทยเป็นที่ทราบกันดีว่า ข้าวเจ้าและข้าวเหนียวของไทยสามารถนำไปแปรรูปเป็นแป้ง (Rice Flour) ที่นำไปรังสรรค์เป็นเมนูคาวหวานต่างๆ อันเป็นที่นิยม ทั้งยังนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของอาหาร เส้น และขนมขบเคี้ยวต่างๆ ตลอดจนมีการพัฒนาไปอีกขั้นเป็นแป้งจากข้าวเจ้าเพื่อใช้ทดแทนแป้งสาลี สำหรับเบเกอรี่และเมนูอาหารนานาชาติ ปัญหาของการแปรรูปข้าวไทยปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งคือ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ในการพัฒนาข้าวไทย เห็นได้จากการวางแผน ยุทธศาสตร์ข้าวไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จในทางการปฏิบัติการวางยุทธศาสตร์ข้าวไทยยังไม่มี ความชัดเจนในทางการปฏิบัติตั้งนั้นควรศึกษาถึงกระบวนการปรับตัวของชาวนาไทยภายใต้กรอบความร่วมมือ ของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และควรเลือกพื้นที่นาข้าวเขตชลประทานที่ผู้ศึกษาต้องการศึกษา แนวทางในการสร้างนวัตกรรมข้าวขึ้นมาเพื่อตอบสนองความ ต้องการทางด้านจิตใจของผู้บริโภค กระบวนการเพิ่มมูลค่า เป็นกระบวนการที่ทำให้มูลค่าข้าวเพิ่มขึ้นด้วยการ สร้างนวัตกรรมใน กระบวนการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว ท้ายสุดคือ การสร้างนวัตกรรมการผลิตข้าวคือ การ พัฒนาความมั่นคงด้านอาหารเกิดจากการทำงานร่วมกันของคน 13 บทบาท ได้แก่ ชาวนา ปราชญ์ ชาวบ้าน นักส่งเสริมการเกษตร นักผสมพันธุ์ข้าว นักวิชาการด้านปุ๋ย นักวิชาการโรคพืช นักการเมือง ท้องถิ่น วิศวกรจาก ธุรกิจเครื่องจักรกล นักธุรกิจโรงสีและโรงงานแปรรูปข้าว นักโภชนาการอาหาร นักการตลาด นักสื่อสารมวลชน และเจ้าหน้าที่ ฝ่ายสินเชื่อกาธนาคารและสหกรณ์การเกษตร ศึกษาถึง โอกาสทาง การตลาดของผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าว พิจารณาจากจำนวนการคิดค้นนวัตกรรมข้าวขึ้นมา ใหม่ใน แต่ละปี สังเกตว่าเป็นที่ยอมรับของตลาดมากน้อยเพียงใด และพิจารณาว่าปัจจัยใดเป็นสาเหตุที่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมข้าวประสบความสำเร็จและไม่สำเร็จ นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องการหานวัตกรรม ใหม่ๆมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มขึ้น (กิตติพงษ์ ตรีกุลโชคอำนวย,2557)

## บทสรุป

ข้าวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการบริโภคเป็นส่วนใหญ่ของคนเกือบทั้งโลก แหล่งการผลิตข้าวที่สำคัญคือทวีปเอเชีย การที่ไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวลำดับต้นๆของโลกนั้น ย่อมทำให้ประเทศที่ส่งออกข้าว ต้องการที่จะแข่งขันกับประเทศไทย จึงทำให้ประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการส่งออกเพื่อเพิ่ม คุณภาพในการส่งออกและการบริโภค จึงได้มีการแปรรูปข้าวจากการที่เป็นเพียงแค่อาหารบรณจานให้ กลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการบริโภคและส่งออก ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่ไทยแปรรูปมาจากข้าวเป็นอาหาร ประเภทจ๊ากกิ้งสำเร็จรูป เส้นก๋วยเตี๋ยว ขนมขบเคี้ยว และรวมไปถึงผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ซึ่งเป็นที่ต้องการ

ของตลาดที่มีการพัฒนาแล้ว เช่น เอเชีย ยุโรป เป็นที่นิยมในประเทศและต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้ทำให้การส่งออกข้าวของไทยในส่วนของ การแปรรูปนั้นค่อนข้างที่จะได้ผลดี ส่งผลให้เกิดความต้องการมากขึ้นในตลาดข้าว แต่อย่างไรก็ตาม การแปรรูปของข้าวยังประสบปัญหาจากภายในประเทศเอง คือการให้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนนั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลให้บางครั้งไม่เกิดความต่อเนื่องในการแปรรูปของข้าวและรวมไปถึงในด้านการส่งออก อย่างไรก็ตามการแปรรูปข้าวเพื่อเพิ่มความต้องการในตลาดและเพิ่มคุณค่าในการบริโภคต้องได้รับการสนับสนุนอยู่เรื่อยมาตลอดจนถึงปัจจุบัน มีทั้งการนำหลักการและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องเข้ามาใช้ในการแปรรูปข้าว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการแปรรูปข้าวนั้นมีความสำคัญต่อประเทศทั้งในด้านการบริโภคเองและการเพิ่มคุณค่าและความต้องการของตลาดโลก

## เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการเกษตร. (2541). *วิวัฒนาการพันธุ์ข้าวไทย*. กรุงเทพฯ ฯ : กรมวิชาการเกษตร.
- กิตติพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย. (2557). *นวัตกรรมการผลิตข้าว การแปรรูปข้าว และการค้าข้าวในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้.(สสค)
- กิตติพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย. (2557). *นวัตกรรมการผลิตข้าวการแปรรูปข้าว และการค้าข้าวในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). *ส่งออกข้าวปี 58 ไทยเสียแชมป์ให้อินเดีย* [Online] [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1453879549](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1453879549) [31 ตุลาคม 2560]
- ปานรดา อิงชัยภูมิ. (2557). *ประสิทธิภาพการผลิตข้าวหอมมะลิตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบรบือ จำกัด จังหวัดมหาสารคาม* ผลิตภัณฑจากข้าวและนวัตกรรมข้าวไทย.
- ศุภชัย หล่อโลหการ ภคพงศ์ พรมนุชาธิป และ ปัทมาวดี พัวพรหมยอด. (2553). *การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- สมัคร ยิ่งยง,เลื้อยชัย อารยะรังสฤษฎ์และสมทรง โชติชื่น. (2560). *ข้าวจากการปรับปรุงพันธ์*. [Online] [http://www.toyota.co.th/rrc/download/The%20Rice%20Book02\\_optimize1-3.pdf](http://www.toyota.co.th/rrc/download/The%20Rice%20Book02_optimize1-3.pdf). [3 กุมภาพันธ์ 2560]
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). *สถานการณ์การผลิตและการตลาดรายสัปดาห์ 2-8 ม.ค.2560*. [Online] [http://www.oae.go.th/ewt\\_news.php?nid=23870&filename=new](http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=23870&filename=new) [8 มกราคม 2560]