

รายงานการวิจัย

เรื่อง

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออก
กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

(An Analysis of Competitive Advantage for Thai Export
Business of Frozen Shrimp)



โดย
อำนวยการ โดย
รุ่งระวี วีระเวสส์
อурсา บัวตะมะ

RCH ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
SH สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
336.5
58909
1856
@682 ✓
ประจำปีงบประมาณ 2547

เลขหมู่... 58909

ได้บทรณี... 11465802

วัน,เดือน,ปี... 1.6 ก.พ. 2549

11465802
b.....
i.....

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัย เรื่อง “การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย” ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือ และสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่สนับสนุนเงินทุนวิจัย และสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้วิจัยในการปฏิบัติงานวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลอีกหลายท่านที่มีส่วนร่วมทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่จากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ และเจ้าหน้าที่จากสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย รวมทั้งผู้บริหารและผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยเหลืออีกหลายท่านที่มีส่วนให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ ถ้าหากมีได้รับความเอื้อเฟื้อจากท่านเหล่านี้แล้ว งานวิจัยฉบับนี้คงจะไม่มีทางสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแนวความคิด และผลการศึกษาในครั้งนี้ คงจะเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่านในการช่วยพัฒนาความสามารถเชิงแข่งขัน และส่งออกกุ้งของไทยอย่างยั่งยืนต่อไป และถ้ามีสิ่งใดบกพร่อง หรือผิดพลาด ผู้วิจัยขออนอมนับไว้เพื่อหาโอกาสแก้ไขในครั้งต่อไป

อำนาจ แสงโนรี

รุ่งระวี วีระเวสส์

อูรสา บัวตะมะ

กรกฎาคม 2547

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย นี้ได้ประยุกต์แนวทางการวิเคราะห์ของ ไมเคิล อี พอร์ทเตอร์ ในเรื่องพลังการแข่งขันห้าประการ และได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมูลค่าซื้อขายในรอบปีของผู้ส่งออกกุ้ง และตัวแปรอิสระด้านคุณลักษณะของบริษัท ได้แก่ ขนาดของบริษัท เงินทุนจดทะเบียนบริษัท จำนวนพนักงาน และความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ส่งออก ข้อมูลเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการบริษัท และประเมินระดับความสามารถเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (ISF) และปัจจัยเชิงภายนอกกลยุทธ์ (ESF) ของผู้ส่งออกกุ้งไทย จำนวน 15 ราย พบว่าค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของปัจจัย ISF และ ESF มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 70.25 และ 68.14 ตามลำดับ ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของปัจจัย ISF และ ESF ดังกล่าว พบว่าบริษัทส่งออก 9 ใน 15 บริษัทมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของปัจจัยทั้งสองของบริษัท สูงกว่าค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของตัวอย่างทั้งหมด เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีระบบพื้นฐานที่ดีในด้านการเงิน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การค้าขาย และหุ้นส่วนทางการค้าระหว่างคู่ค้าที่ดี ส่วนที่เหลืออีก 6 บริษัทนั้น พบว่าค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของปัจจัย ISF และ ESF ของแต่ละบริษัทอยู่ต่ำกว่าเกณฑ์ เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีปัญหาในด้านคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ การขาดแหล่งเงินทุน และสภาพของอุปสงค์เริ่มลดลง สำหรับผลการวิเคราะห์สมการพบว่าตัวแปรความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ส่งออก และจำนวนพนักงานของบริษัทเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อมูลค่าซื้อขายในรอบปีของผู้ส่งออกกุ้ง ดังนั้นผู้ส่งออกควรเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการแข่งขัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการค้า และเร่งสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ

Abstract

In the analysis of competitive advantage of Thai frozen shrimp companies, we applied Porter's approach to industry analysis depends on five basic competitive force and investigated the relationships among sale annual turnover and characteristics of the company such as company's size, registered capital, number of employees and business competitive advantage. Data from the 15 owners or managers of Thai shrimp companies were interviewed and evaluated the competitor's capability in term of internal strategic factor (ISF) and external strategic factor (ESF). The finding of the samples average weighted score of ISF and ESF were 70.25 % and 68.14% respectively. Based on the average weighted score of ISF and ESF, we found that 9 shrimp companies of the total 15 samples had the weighted scores which were higher than the samples average weighted scores, because these companies had well-established infrastructure in finance, strength for product development, trading and international trade partnership. It is also important to note that 6 shrimp companies were lack business competitive advantage in term of the ISF and ESF, because these companies had many problems of weakness in human resources, the lack of financial resources of competitors and eroding demand conditions. Moreover, the results of the relationships revealed that business competitive advantage and number of employees were effect to the sale annual turn over. Thus, recommendations for the companies should pay attention to improve competition and upgrade the quality of human resources and also establish infrastructure in trade and alliance.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ii
บทคัดย่อ	iii
สารบัญตาราง	vii
สารบัญภาพ	viii
บทที่	
1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
วิธีการศึกษา	4
2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และระเบียบวิธีการวิจัย	6
การทบทวนวรรณกรรม	6
แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง	7
ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบของประเทศ	7
แบบจำลองแรงผลักดันทางการแข่งขันห้าประการ	15
ระเบียบวิธีการศึกษา	18
การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
การออกแบบการวิจัย	19
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	19
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	26
3 ลักษณะทั่วไปของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	33
ลักษณะตลาดและวิธีการตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	33
ลักษณะของตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	33
วิธีการตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตลาดต่างประเทศและการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	35
ตลาดต่างประเทศกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	35
การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปตลาดคู่ค้าที่สำคัญ	37
ลักษณะทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	39
ลักษณะทั่วไปของการประกอบการส่งออกกุ้ง	39
ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง	41
ขนาดธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง	43
สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง	45
ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งของไทย	46
สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ	47
สภาวะอุปสงค์ในประเทศ	48
อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนในประเทศ	49
ยุทธศาสตร์และโครงสร้างของบริษัทและสภาพการแข่งขันในประเทศ	50
เหตุผลวิสัย	52
รัฐบาล	52
4 ผลการศึกษา	55
ลักษณะทั่วไปของตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง	55
ผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออก	55
ความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์	56
ความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์	58
ความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งในประเทศคู่ค้าสำคัญ	62
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงแข่งขันและปัจจัยอื่น	65
ค่าสถิติเบื้องต้นของสมการ	65
ผลการวิเคราะห์สมการ	66
5 สรุปและข้อเสนอแนะ	68
สรุป	68
ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง 15 ประเทศแรกของไทย ปี พ.ศ. 2540-2543	36
3.2	ลักษณะทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	42
3.3	จำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจและประเทศหลักที่ส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้ง ของผู้ส่งออก	42
3.4	จำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ส่งออกกุ้งไทย	43
3.5	ร้อยละของต้นทุนและค่าใช้จ่ายของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย	47
4.1	ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในปีจ้อยภายในเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจส่งออกกุ้งสดของไทย	59
4.2	ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปีจ้อยภายนอกเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจส่งออกกุ้ง ของไทย	61
4.3	ค่าเฉลี่ย ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานและค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย	66
4.4	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของสมการมูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ($n=15$)	67

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	มูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยปี พ.ศ.2530-2544 1
1.2	ส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยปี พ.ศ.2543-2544 2
2.1	ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของชาติ 9
2.2	แบบจำลองปัจจัยความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศที่สมบูรณ์ (The Complete System of Porter Diamond) 13
2.3	พลังการขับเคลื่อนห้าประการ (Five Forces Driving Competition) 16
2.4	แบบจำลองห่วงโซ่คุณค่า 21
2.5	ปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Strategic Factor) 25
2.6	ระดับความสามารถเชิงแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศแต่ละบริษัท 30
2.7	การแบ่งขนาดของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งแต่ละบริษัท 32
3.1	ขนาดผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย 44
4.1	ความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปต่างประเทศ 64

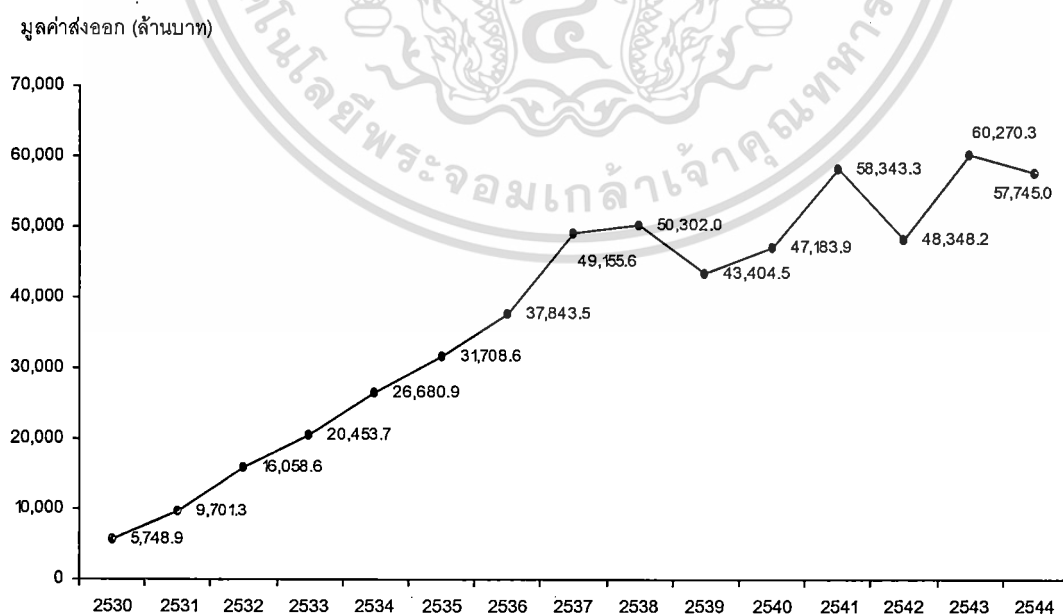
บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ผลิตภัณฑ์กุ้งทะเลนับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญมากรายการหนึ่งของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ซึ่งในแต่ละปีมักได้รับการจัดลำดับเป็นสินค้าออกที่สำคัญของไทย 1 ใน 10 รายการแรก และยังเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์กุ้งทะเลเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในแขนงต่างๆ อย่างกว้างขวาง นับตั้งแต่เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงและทำประมงกุ้งรายย่อย ไปจนถึงผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าการลงทุนนับพันล้านบาท และนำเงินตราเข้าประเทศปีหนึ่งๆ หลายหมื่นล้านบาท (ปรีชา, 2545)

เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ในช่วงปีพ.ศ.2530-2544 พบว่า การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในปี 2530 มีมูลค่า 5,748.88 ล้านบาท และ ปี 2544 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นสูงเป็น 57,745 ล้านบาท หรือมีมูลค่าส่งออกที่เพิ่มขึ้นถึง 10 เท่า ของปี พ.ศ. 2530 (ภาพที่ 1.1) นอกจากนี้ ยังพบว่า การส่งออกมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างผันผวน



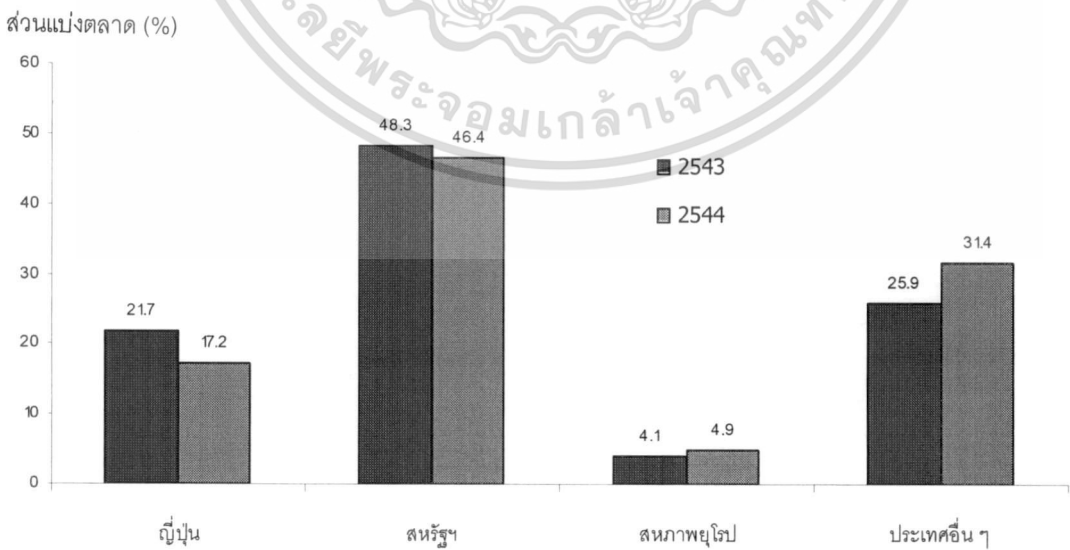
ภาพที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยช่วงปี พ.ศ. 2530-2544

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2545.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังจะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในช่วงปี พ.ศ. 2530-2544 มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีมูลค่าการส่งออกลดลงในปี พ.ศ. 2539 และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 แต่พอปี พ.ศ. 2542 มูลค่าการส่งออกกลับลดลง และมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพิ่มขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2543 และลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2544

เมื่อพิจารณาถึงตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย จากภาพที่ 1.2 พบว่า ในปี พ.ศ.2544 การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกามีมูลค่า 67,159 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.4 โดยที่ตลาดญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง 24,883 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.2 ในขณะที่ตลาดสหภาพยุโรปมีมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพียง 7,123 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.9 และตลาดอื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง 45,475 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.4 จากที่กล่าวข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยที่สำคัญ โดยมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันสูงถึงร้อยละ 64 ของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งทั้งหมดของไทยในปี พ.ศ. 2544 อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งตลาดระหว่างปี พ.ศ. 2543 และ 2544 พบว่า ส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญของไทย ได้แก่ตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง โดยส่วนแบ่งตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2544 ลดลงไปจากปี พ.ศ. 2543 คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ 4.5 ตามลำดับ



ภาพที่ 1.2 ส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ปี พ.ศ. 2543-2544

ที่มา: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2545.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่ง ที่ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย มีแนวโน้มที่ลดลง รวมทั้งการลดลงของส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เนื่องจากปัจจัยในด้านศักยภาพการแข่งขันที่ด้อยกว่าประเทศผู้ผลิตใหม่ เช่น อินโดนีเซีย และเวียดนาม และมาตรการที่มีใช้ภาษี ซึ่งประเทศผู้นำเข้าสำคัญนำมาเป็นข้อกีดกันทางการค้า นอกจากนี้ผู้เลี้ยงกุ้งยังประสบปัญหาภายในประเทศอีกด้วย ทำให้ศักยภาพการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งมีแนวโน้มที่ลดลง (พนิตตา, 2542)

แม้กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจะเป็นสินค้าออกที่สำคัญประเภทหนึ่งของประเทศไทย แต่การขยายตัวของการส่งออกมีแนวโน้มที่ลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาในตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นที่มีส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งถ้าหากอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยได้มีการศึกษาถึงปัจจัยที่สนับสนุนและส่งเสริมการส่งออก ตลอดจนศึกษาสภาวะแวดล้อม และเงื่อนไขต่างๆ ในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นจะทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง โดยจะส่งผลทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ซึ่งนับว่าเป็นตลาดหลักไว้ได้ ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย เพื่อส่งออกประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงปัจจัยภายในและภายนอกประเทศที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ตลอดจนปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศที่ก่อให้เกิดอุปสรรค ทั้งนี้เพื่อจะได้มีการแก้ไขอย่างถูกต้อง ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นก็น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เพื่อเพิ่มศักยภาพการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย และสภาพการประกอบการของธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งไทย และของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย รวมทั้งวิเคราะห์ระดับความสามารถเชิงแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของบริษัทผู้ส่งออกไทย
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรความสามารถเชิงแข่งขันและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่มีผลต่อมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนในรอบปีของผู้ส่งออกกุ้งไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการพัฒนาการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ให้มีความสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ ตลอดจนเป็นข้อมูลให้ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลจากการศึกษาจะทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อความสามารถแข่งขันด้านการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการ อันจะนำมาใช้ในการพิจารณาการกำหนดนโยบายการผลิต และการส่งออกให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ นอกจากนี้ผลของการศึกษาทำให้ทราบทิศทางการปรับปรุงการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง และนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ที่ควรเร่งดำเนินการหรือควรแก้ไขปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์แข่งขันใด ๆ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดต่างประเทศ และเพื่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย อันจะนำมาซึ่งประโยชน์แก่ประเทศชาติต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งครั้งนี้ ได้ใช้เลขรหัส SITC 0306 เป็นกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งโดยทำการศึกษาดตลาดส่งออกต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งการศึกษาค้นคว้านี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปี เพื่อศึกษาถึงภาพรวมของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยทำการศึกษาคอบคลุมระหว่างปี พ.ศ.2530-2545 สำหรับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของ หรือผู้จัดการบริษัทส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ซึ่งเป็นสมาชิกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2545 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

วิธีการศึกษา

เพื่อให้ครอบคลุมขอบเขตการศึกษาและวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่กำหนดไว้ ดังนั้นจะกำหนดขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย (TFFA) ซึ่งสมาชิกส่วนมากตั้งกิจการกระจุกตัวในเขตปริมณฑล เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดสมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ซึ่งมีจำนวนสมาชิกที่ประกอบธุรกิจส่งออกกุ้งไปตลาดสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นทั้งสิ้น 95 บริษัท โดยเลือกสัมภาษณ์เจาะลึกบริษัทส่งออกที่ให้ความร่วมมือ จำนวน 9 บริษัท และทำการสุ่มตัวอย่างบริษัทที่ส่งออกกุ้งจำนวนทั้งสิ้น 15 บริษัท เพื่อสำรวจความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ด้วยแบบประเมินที่กำหนดไว้

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้ข้อมูลแบบอนุกรมเวลา ซึ่งเก็บจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อาทิเช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ องค์การการค้าญี่ปุ่น (Japan External Trade Organization) และรายงานประจำปีของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย รวมทั้งหนังสือ เอกสาร วารสาร หรือบทความต่าง ๆ ตลอดจนผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.วิธีการวิเคราะห์

การศึกษาในที่นี่จะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยส่วนแรกเป็น บทนำของการศึกษา ส่วนบทที่ 2 จะกล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและระเบียบวิธีการวิจัย สำหรับบทที่ 3 เป็นการศึกษาลักษณะทั่วไปของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย และสภาพการประกอบการของธุรกิจส่งออกกุ้ง ใช้วิธีการเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปด้านการตลาดและด้านการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปตลาดคู่ค้าที่สำคัญ รวมทั้งศึกษาถึงลักษณะของผู้ส่งออกกุ้งของไทย โดยใช้ตารางและรูปภาพอธิบายประกอบ ในบทที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมกุ้งของไทย และวิเคราะห์ถึงระดับความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย รวมทั้งความสัมพันธ์ของตัวแปรความสามารถเชิงแข่งขันและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่มีผลต่อมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนในรอบปีของผู้ส่งออกกุ้งไทย สำหรับในบทสุดท้ายเป็นบทสรุปและเสนอแนะผลการศึกษา

บทที่ 2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และระเบียบวิธีการวิจัย

ในบทนี้ ส่วนแรกจะกล่าวถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งก็คือทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Comparative Advantage) สำหรับส่วนสุดท้ายจะกล่าวถึงระเบียบวิธีการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การทบทวนวรรณกรรม

จากการตรวจทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออก กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย พบว่างานวิจัยส่วนมากเป็นการศึกษาในภาพรวมของการส่งออก โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลหลัก งานวิจัยต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ ได้แก่ ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย ศึกษาโดย รุสะปะณี มะลิซ้อน (2539) การศึกษาของ อโนมา พิทักษ์ติกุล (2540) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายตลาดส่งออกของสินค้าประมงของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2530–2538 และการศึกษาของจินตนา เขียมลลอ (2541) เรื่อง การศึกษาวิเคราะห์การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ นอกจากนี้ พบว่ามีงานวิจัยที่เจาะลึกประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นงานวิจัยของ ปรีชา โทธาธนาพงษ์ (2545) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

อย่างไรก็ตาม จากการตรวจทบทวนงานวิจัยพบว่าม้งานวิจัยที่ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งไทยในประเทศญี่ปุ่น ของพนิตตา พงศ์ประยูร (2542) ซึ่งงานวิจัยนี้ใกล้เคียงมากกับงานวิจัยที่จะศึกษาในครั้งนี้ โดยงานวิจัยของพนิตตา พงศ์ประยูร (2542) นำแนวคิดทางทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางการค้าของ Michael E. Porter มาใช้อธิบายความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งไทย และใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลหลัก ไม่ได้เจาะลึกความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้ส่งออกไทยด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และผลการศึกษาเป็นงานที่ให้ภาพกว้าง เรื่องความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งไทยเท่านั้น ยังไม่ได้ขยาย และประยุกต์แนวความคิดของ Michael E. Porter ในการวิเคราะห์ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยให้เห็นภาพมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติของ Michael E. Porter (1990) ในการอธิบาย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของพฤติกรรมการแข่งขันระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง เพราะการที่อุตสาหกรรมใดก็ตามจะมีแนวโน้มของการส่งออกในอนาคตที่สดใสและยั่งยืนได้นั้น อุตสาหกรรมจะต้องมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ดีมีคุณภาพ และมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาตินั้นเดิมมีพื้นฐานมาจากแนวความคิดที่ว่า การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายในระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ก็ต่อเมื่อการผลิตสินค้าและบริการจะต้องเกิดขึ้นและดำเนินไปด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการผลิตของประเทศอื่นจึงเกิดการเลือกผลิตเฉพาะในสิ่งที่ตนมีความชำนาญเฉพาะ ซึ่งก็จะคล้ายกับทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตาม ลักษณะของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้สามารถอธิบายถึงการผลิตและการค้าระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ ได้ ด้วยการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านปัจจัยการผลิตเป็นหลัก โดยปัจจัยการผลิตเหล่านั้นจะสะท้อนออกมาในรูปของต้นทุนการผลิตและราคา

ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบของประเทศ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในด้านการผลิต การค้าระหว่างประเทศ และระดับของความสามารถทางการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ แต่ในสภาพความเป็นจริงนั้นการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมจะเป็นไปในเชิงพลวัต โดยมีตัวกำหนดที่เป็นปัจจัยด้านราคา และปัจจัยที่ไม่ใช่ราคาประกอบกัน ดังนั้นระดับความสามารถทางการแข่งขัน จะเป็นไปตามหรือไม่เป็นไปตามรูปแบบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบก็ได้ เพราะนอกจากปัจจัยด้านราคาแล้วยังมีปัจจัยที่มีใช่ราคาเป็นตัวกำหนดที่สำคัญ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ระดับการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต รูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลและการประสานงานของฝ่ายเอกชนเอง

ในแต่ละประเทศ ในแต่ละชนชาติต่างมีลักษณะของธรรมชาติ เช่น ภูมิอากาศ ที่ตั้ง คุณสมบัติเฉพาะตน และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันไป ซึ่งก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศและการแข่งขันกันในตลาดโลก ดังนั้น Michael E. Porter (1990) จึงแสดงให้เห็น

ว่าการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ไม่ได้บังเกิดขึ้นเพียงแต่เมื่อพิจารณาในระดับผลิตภัณฑ์หรือใน
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ผู้ที่ดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริงคือธุรกิจเอกชน ฉะนั้นการค้ำระหว่างประเทศจึงเป็นการมองภาพรวมตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับรัฐบาล ตลอดจนระดับธุรกิจเอกชนร่วมกัน ที่จะค้นหาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของตนที่มีเหนือผู้อื่น

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของบริษัทในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ขึ้นอยู่กับสภาพของบริษัทในด้านต่าง ๆ และความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละภาวะเหล่านั้น (ภาพที่ 2.1) ความสัมพันธ์ ระหว่างกันของปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้ง 4 ภาวะนั้นสามารถอธิบายการเกิดขึ้นของธุรกิจระหว่างประเทศได้ดังนี้

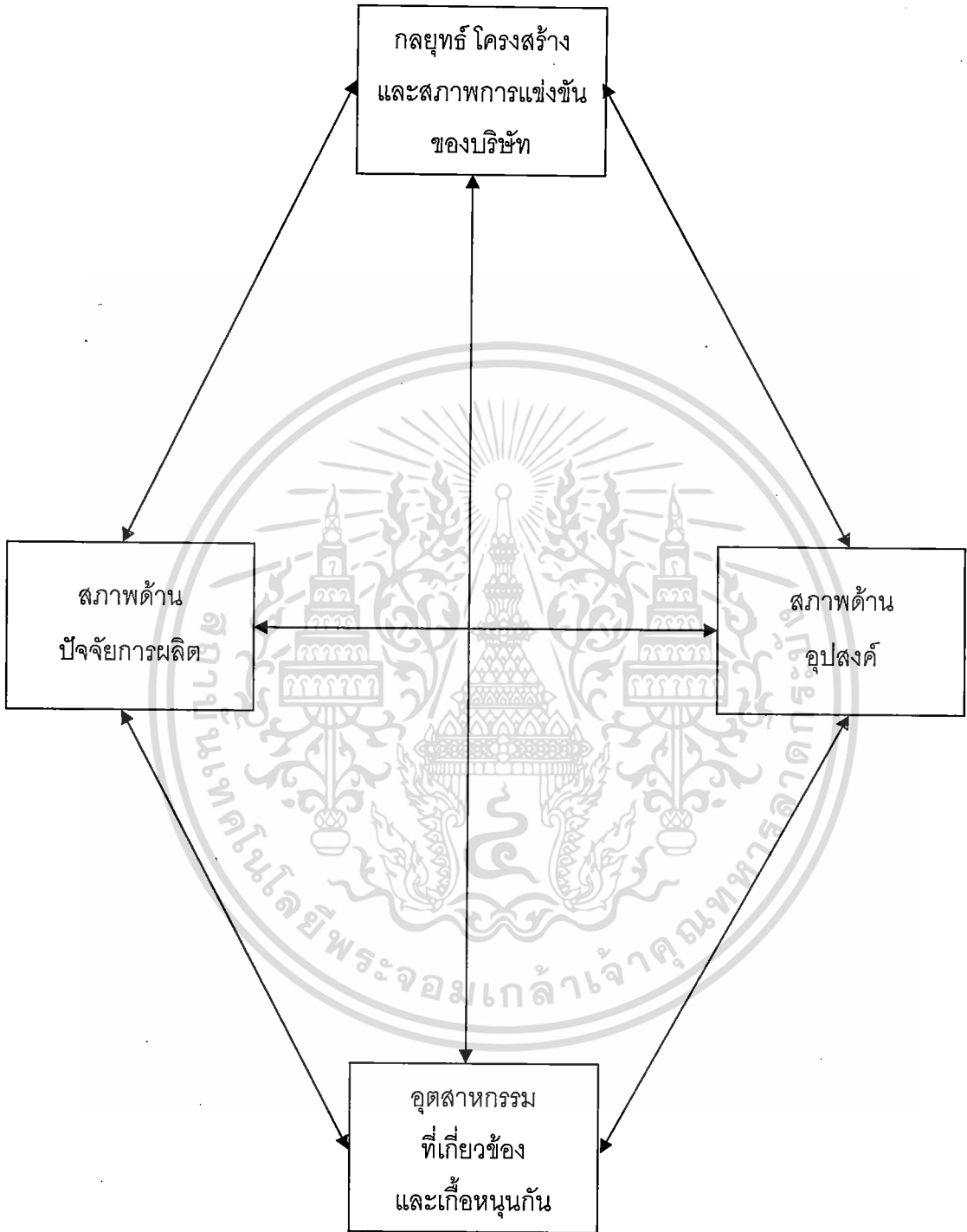
1) ภาวะด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญโดดเด่นมากที่สุด คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์และยกระดับตลอดจนการขยายเพิ่มปัจจัยการผลิตที่ตนมีอยู่ให้ก้าวหน้าพัฒนาต่อไป เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ปัจจัยการผลิตที่โดดเด่นได้แก่ แรงงานที่มีฝีมือ เทคโนโลยีที่ลอกเลียนแบบได้ยาก ความสะดวกในการได้มาของแหล่งเงินทุน เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย ความรู้และเทคนิคพิเศษที่ใช้ในกระบวนการจัดการผลิต เป็นต้น

ในบางกรณีข้อได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิตก็เกิดจากข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตในอดีต ซึ่งช่วยสร้างแรงกดดันให้เกิดนวัตกรรมในขณะที่มีการแก้ปัญหาจากข้อเสียเปรียบตรงนั้นด้วย ส่งผลให้เกิดเทคโนโลยีที่มักจะนำไปสู่ข้อได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ โดยนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหานี้มีโอกาสเกิดขึ้นสูงกว่านวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็ง กรณีนี้ไม่ถือว่าเป็นความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต แต่เป็นความขาดแคลนและแรงกดดันที่เป็นสาเหตุที่แท้จริงอันก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืน ยิ่งไปกว่านั้นข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันก็ต่อเมื่อข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตนั้น ๆ เกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่น ๆ ทำให้เป็นประเทศแรกที่พัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขันขึ้นมาเพื่อแก้ไขข้อเสียเปรียบด้านปัจจัยการผลิตมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเหนือประเทศอื่น

2) สภาพด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

เป็นความสามารถที่จะแข่งขัน และประสบความสำเร็จของธุรกิจในตลาดภายในประเทศถ้าธุรกิจมีความสามารถทำกำไรได้ดี และเป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดรายใหญ่ ก็จะมีคามมั่นคงในประเทศแม่ ซึ่งเป็นทุนให้เกิดความเชื่อมั่น และส่งผลให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศสูง ดังนั้นถ้าธุรกิจสามารถทำให้อุปสงค์ของลูกค้าของตนขยายขึ้น ซึ่งจะกลายเป็นผลกำไรแก่ธุรกิจได้ ดังนั้นธุรกิจก็ควรดำเนินการค้ำระหว่างประเทศ



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของชาติ

ที่มา: (Michael E. Porter, 1990: 72)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติในอุตสาหกรรมก็ต่อเมื่ออุปสงค์ในประเทศมีรูปแบบของความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนกว่าหรือก่อนประเทศอื่น นอกจากนั้นผู้ซื้อในประเทศอาจจะสร้างความกดดันให้บริษัทต่าง ๆ ในประเทศมีนวัตกรรมเร็วกว่า เพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น ข้อแตกต่างระหว่างลักษณะของอุปสงค์ในประเทศและของประเทศต่าง ๆ ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศนั้น ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการตั้งอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายที่สำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของบริษัทและของประเทศ คุณลักษณะสามประการที่มีความสำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ คือ

2.1 ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลาดบางส่วนจะมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับตลาดโลก ในขณะที่ตลาดในประเทศบางส่วนแตกต่างจากตลาดโลกมาก ผู้ประกอบการผลิตจึงมักจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก ถ้าตลาดส่วนนั้นเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากต่อตลาดในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมดังกล่าว และมีความสำคัญมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันสำหรับอุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่น

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จักจริงในสินค้าหรือบริการใด ก็จะต้องมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ดังนั้นประเทศจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงมากกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ คำว่า ผู้ซื้อ ในที่นี้ หมายถึงได้ทั้งผู้อุปโภคบริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือผู้ซื้อที่เป็นบริษัท สถาบัน องค์กร และโรงงานต่าง ๆ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น ในอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศนั้น จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่น ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงมากกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศก็อาจก่อให้เกิดอุปสงค์ในประเทศที่ล่วงหน้าและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศที่เกิดขึ้นเป็นอุปสงค์ที่เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากลที่ประเทศอื่น ๆ ยอมรับ อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมดังกล่าว ในบางครั้งขนาดของอุปสงค์ในประเทศก็มีความสำคัญต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศกล่าวคือ ตลาดที่มีขนาดใหญ่จะมีโอกาสสูงกว่าตลาดที่

มีขนาดเล็กในการที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยจากขนาดการผลิต หรือการที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากประสบการณ์ในการผลิตสะสม แต่ขนาดของอุปสงค์ในประเทศอาจไม่สำคัญในบางกรณี ถ้าประเทศนั้นมีอุปสงค์ในประเทศที่ขนาดเล็กเกินไปแต่สามารถเพิ่มขนาดของอุปสงค์ได้ด้วยการส่งออก อย่างไรก็ตามตลาดที่มีขนาดใหญ่จะมีความสำคัญและช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศได้ ก็จะต้องมีปัจจัยเสริมดังเช่นคุณลักษณะที่ดีของอุปสงค์ในประเทศ

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและเกื้อหนุนกัน (Related and Supporting Industries)

ธุรกิจใดที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ชาย ผู้เป็นแหล่งวัตถุดิบ บริษัทขนส่งที่ให้ประโยชน์ด้านต้นทุนค่าขนส่ง ผู้เป็นแหล่งของเงินทุน และธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องประสานงานกันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ในลักษณะเครือข่ายที่แน่นแฟ้น จะเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงและสามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้ดี คุณลักษณะของการเกื้อหนุนที่จะสร้างประโยชน์ให้กับ อุตสาหกรรมให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศมีอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในต่างประเทศ ในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ประการที่สอง ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร ประการสุดท้าย การติดต่อสื่อสารกันเป็นไปอย่างสะดวกและเป็นไปอย่างต่อเนื่องในการที่จะสร้างนวัตกรรมและกระบวนการยกระดับเพื่อเพิ่มจำนวนป้อนเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยคุณลักษณะนี้จะทำให้เกิดประโยชน์มากขึ้นถ้าทั้งสองฝ่ายตั้งอยู่ใกล้กันมากจนเป็นการกระจุกตัว ยิ่งถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน และมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเห็นอุตสาหกรรมสนับสนุนนั้นในประเทศอื่น ๆ โอกาสที่ประเทศจะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศก็จะยิ่งสูงขึ้นด้วย

4) กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขันของธุรกิจ (Company Strategy and Rivalry)

เป็นลักษณะเด่นของธุรกิจที่จะสร้างสรรค์และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีลักษณะเด่นใดเป็นกรอบบังคับตายตัวว่าถ้าจะดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศแล้วจะต้องเป็นอย่างไร แต่จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความยืดหยุ่นของแต่ละองค์กรที่มีต่อธุรกิจประเภทนั่นเอง วัฒนธรรมของประเทศมีผลอย่างมากต่อการที่บริษัทจะเลือกใช้กลยุทธ์วิธีใด ๆ และโครงสร้างองค์กรแบบใด เนื่องจากประเทศมักจะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีป้อนเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่สอดคล้องกับระบบจัดการของบริษัทที่สะท้อนลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของประเทศนั้น อย่างไรก็ตาม โครงสร้างของแต่ละบริษัทจะแสดงให้เห็นถึงแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันอำนาจหน้าที่ กระแส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

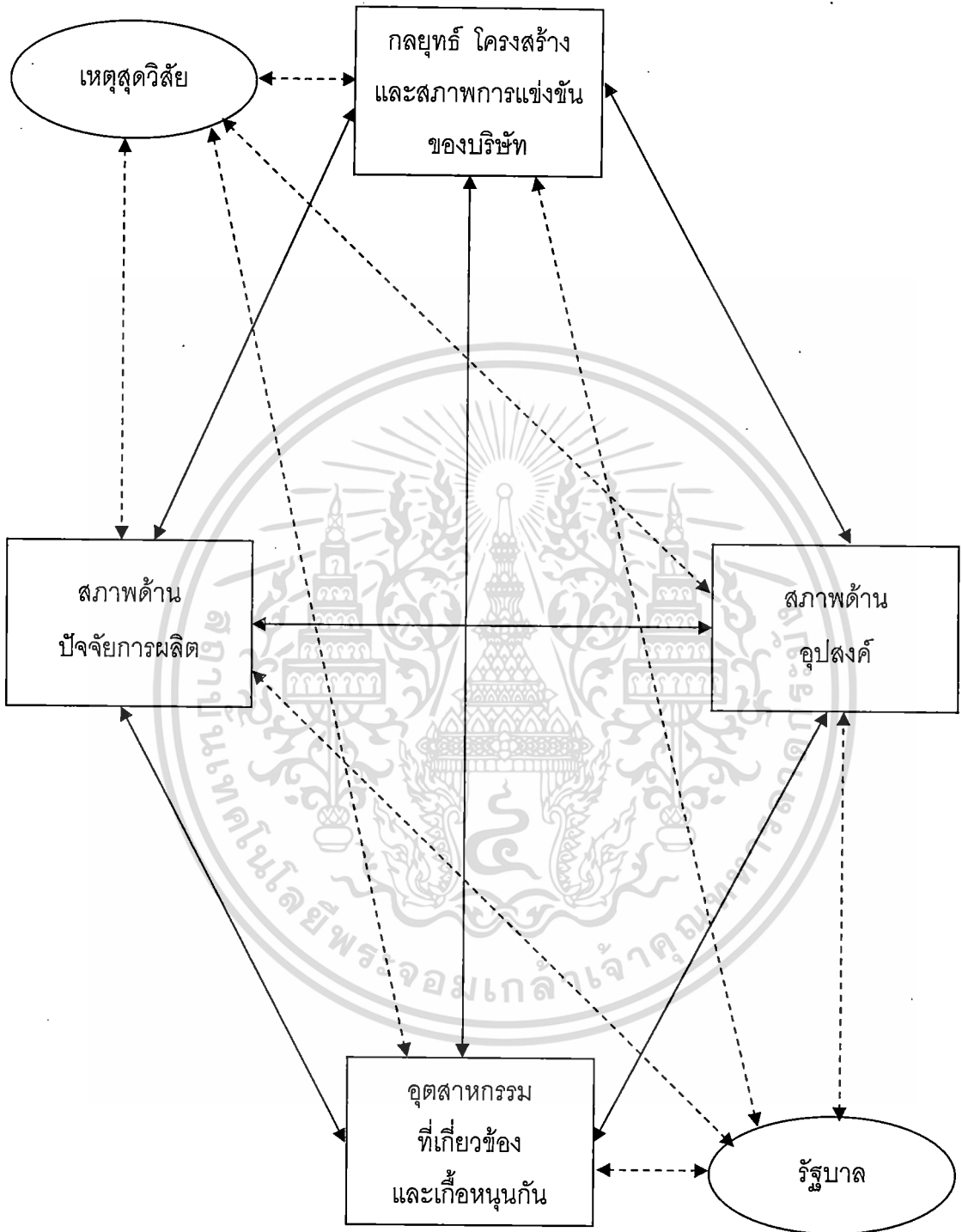
ของกิจกรรมภายในบริษัทที่แตกต่างกัน บริษัทจะมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเหนือบริษัทอื่น ถ้ากลยุทธ์ที่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการนำมาใช้ในการทำธุรกิจสามารถดำเนินไปตามส่วนต่าง ๆ ของโครงสร้างของบริษัทได้อย่างราบรื่นและเป็นไปโดยมีจุดขัดแย้งน้อยที่สุด

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นปัจจัยกำหนดความได้เปรียบที่มีน้ำหนักมากที่สุดต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรม ซึ่งการแข่งขันในประเทศมิได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น แท้จริงแล้วการแข่งขันในด้านอื่นเช่น การเป็นเจ้าของเทคโนโลยีขั้นสูงจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า เป็นต้น และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละมาก ๆ โดยกระบวนการแข่งขันดังกล่าวจะทวีคูณประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมาก ถ้าหากผู้แข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในบริเวณหรือเมืองเดียวกันและการเปิดตลาดในประเทศโดยไม่กีดกันการนำเข้าอย่างสมบูรณ์ อาจทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็ก ๆ และจำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ จุดสำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย

นอกจากปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งสี่ดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศอีกสองปัจจัย ปัจจัยทั้งสองจะช่วยให้แบบจำลองปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ (Porter Diamond) ของ Michael E. Porter มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 2.2

เหตุสุดวิสัย (Role of Chance) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่ นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม อยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐบาลในประเทศนั้น แต่อาจจะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลประเทศอื่น เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีครั้งสำคัญ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ การเปลี่ยนแปลงราคาของปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญ เช่น กรณีวิกฤตการณ์น้ำมัน การเปลี่ยนแปลงทางตลาดการเงินของโลก หรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญ การเพิ่มสูงขึ้นมากอย่างกะทันหันของอุปสงค์โลกหรืออุปสงค์ในภูมิภาคหนึ่งของโลก การตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลประเทศอื่น ภัยธรรมชาติ หรือสงคราม เป็นต้น เหตุสุดวิสัยมีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เพราะเหตุสุดวิสัยอาจก่อให้เกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ที่สมบูรณ์ (The Complete System of Porter Diamond)

ที่มา: (Michael E. Porter, 1990: 127) งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเหตุผลวิสัยอาจลบล้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิม แล้วจึงเกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิมได้ ซึ่งส่งผลให้โครงสร้างอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงไป ประเทศที่จะประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้แก่ ประเทศที่มีปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น

สิ่งประดิษฐ์และนักประกอบการ คือ อีกหนึ่งกุญแจสำคัญสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ บางคนคิดว่าสิ่งประดิษฐ์และนักประกอบการเกิดขึ้นแบบสุ่ม คือเกิดขึ้นในประเทศใดก็ได้ แต่จากสถิติปรากฏว่าสิ่งประดิษฐ์และนักประกอบการไม่ได้เกิดขึ้นแบบสุ่มทุกครั้งไป มีบางครั้งที่ปัจจัยกำหนดทั้งสี่มีบทบาทที่สำคัญมากต่อการกำหนดว่าสิ่งประดิษฐ์และนักประกอบการจะเกิดขึ้นในประเทศใด (Michael E. Porter, 1990: 126)

รัฐบาล (Role of Government) มีผลต่อและได้รับผลในขณะเดียวกันจากปัจจัยกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวกและในบางกรณีเป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล ด้านการศึกษา เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค อีกทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่สำหรับสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศล้วนได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ส่วนกลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและสภาพการแข่งขันในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านป้องกันการผูกขาด เป็นต้น รัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างและรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ แต่รัฐบาลไม่มีความสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศได้เองโดยตรง การสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเป็นบทบาทโดยตรงของภาคธุรกิจเอกชน

แบบจำลองปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ก็มีข้อจำกัดอยู่หลายประการที่ทฤษฎีแสดงให้เห็นว่ามีความขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริงบางอย่าง เช่น บางธุรกิจไม่มีปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน แต่ก็ยังมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศอยู่มาก ปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันอาจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อกาลเวลาผ่านไป อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวเนื่องกันก็ไม่ได้จำกัดแหวงอยู่เพียงภายในประเทศเท่านั้น เช่น แหล่งวัตถุดิบราคาถูกอาจอยู่ในประเทศเพื่อนบ้านหลายแห่ง และการเอกลานี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

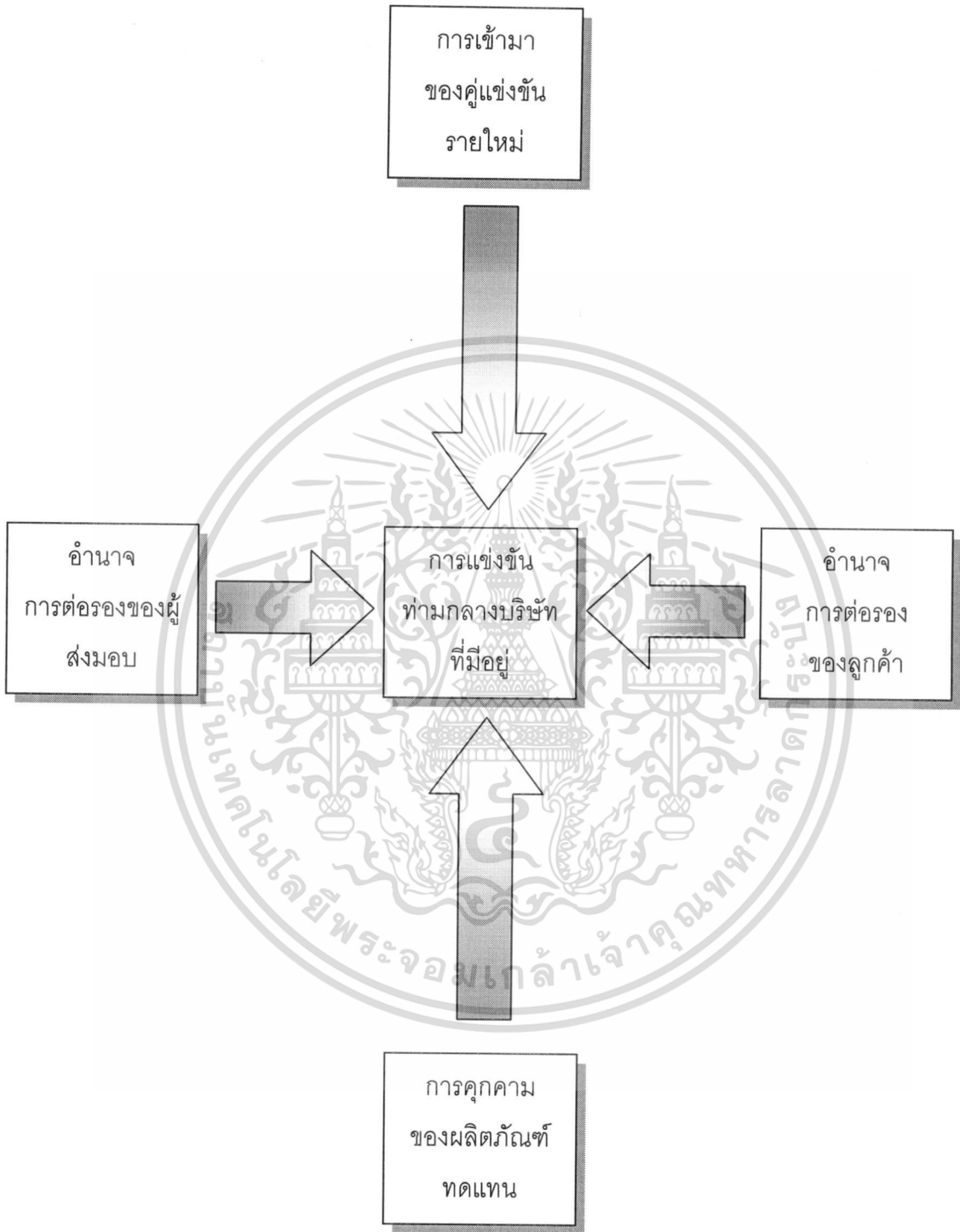
แข่งขันก็ไม่ได้จำกัดแวดวงอยู่เพียงภายในประเทศเท่านั้น บริษัทจะต้องสามารถเผชิญสถานการณ์การแข่งขันในระดับนานาชาติได้ด้วย

แบบจำลองแรงผลักดันทางการแข่งขันห้าประการ

แรงผลักดันทางการแข่งขันห้าประการ(ภาพที่ 2.3) มีรายละเอียดพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ โดยทั่วไปผู้เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมจะเพิ่มกำลังการผลิตใหม่แก่อุตสาหกรรม ดังนั้นความต้องการส่วนแบ่งตลาดและทรัพยากรของผู้เข้ามาใหม่จะคุกคามต่อบริษัทที่มีอยู่เดิม และการคุกคามของผู้เข้ามาใหม่จะขึ้นอยู่กับสิ่งกีดขวางการเข้ามาที่ปรากฏอยู่และการตอบโต้ที่คาดหมายไว้จากคู่แข่งที่มีอยู่เดิม ตัวอย่างสิ่งกีดขวางของการเข้ามาบางอย่างได้แก่ ความประหยัดจากขนาด จะเป็นข้อได้เปรียบทางต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับขนาดที่ใหญ่ที่จะขัดขวางผู้เข้ามาใหม่ด้วยการบังคับให้ลงทุนด้วยต้นทุนที่สูงและเสี่ยงภัยกับกลยุทธ์ตอบโต้จากบริษัทที่มีอยู่เดิม หรือเข้าไปสู่อุตสาหกรรมด้วยขนาดที่เล็ก และยอมรับข้อเสียเปรียบทางต้นทุน ผู้เข้ามาใหม่จะมีความต้องการเงินทุนที่สูง เกิดความยากลำบากในการค้นหาช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมอาจจะถูกใช้ไปแล้วโดยบริษัทที่มีอยู่เดิม ผู้เข้ามาใหม่จะต้องชักจูงช่องทางการจัดจำหน่ายเหล่านั้นให้ยอมรับผลิตภัณฑ์ของตนด้วยค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายที่สูง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จะสร้างอุปสรรคของการเข้ามาใหม่ด้วยการบังคับให้ผู้เข้ามาใหม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก เพื่อที่จะเอาชนะความจงรักภักดีของลูกค้า และทำลายความผูกพันต่อตราสินค้าเดิม ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ผลิตที่มีอยู่เดิม ผู้เข้ามาใหม่จะมีภาระเพิ่มในแง่ของต้นทุนการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นต้นทุนครั้งเดียวที่ผู้ซื้อต้องเผชิญ เมื่อผู้ซื้อเปลี่ยนแปลงจากผลิตภัณฑ์ของผู้ส่งมอบรายหนึ่งไปยังผลิตภัณฑ์ของผู้ส่งมอบอีกรายหนึ่ง ถ้าต้นทุนการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้สูงอยู่แล้ว ผู้เข้ามาใหม่จะต้องเสนอการปรับปรุงที่สำคัญของต้นทุนหรือผลการดำเนินงานของลูกค้า เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงจากผู้ส่งมอบปัจจุบันของพวกเขาไปหาผู้ส่งมอบรายใหม่ ในบางครั้งบริษัทที่มีอยู่เดิมในอุตสาหกรรมเป็นบริษัทที่มั่นคงแล้ว อาจจะมีข้อได้เปรียบทางต้นทุนบางประการที่ไม่อาจจะลอกเลียนแบบได้ง่ายโดยผู้เข้ามาใหม่ จัดได้ว่าเป็นข้อเสียเปรียบทางต้นทุน เช่น ความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ถูกคุ้มครองจากสิทธิบัตร การมีแหล่งวัตถุดิบ การมีทำเลที่ตั้งที่ดี หรือเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น

2. การแข่งขันระหว่างบริษัทที่มีอยู่เดิม บริษัทที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมเดียวกันจะขึ้นอยู่ระหว่างกัน การริเริ่มการแข่งขันจากบริษัทหนึ่งจะมีผลกระทบต่อคู่แข่งรายอื่น และอาจจะทำให้เกิดการตอบโต้ได้ความรุนแรงของการแข่งขัน จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเช่นจำนวน
เอกส ทำให้เกิดการตอบโต้ได้ความรุนแรงของการแข่งขัน จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเช่นจำนวน
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 พลังการแข่งขันห้าประการ (Five Forces Driving Competition)

ที่มา: (Michael E. Porter, 1985: 37)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของคู่แข่งชั้น ขนาดและอำนาจของคู่แข่งชั้น ถ้าคู่แข่งชั้นมีขนาดหรือมีอำนาจเท่าเทียมกัน โอกาสในการลอกเลียนแบบการใช้กลยุทธ์โดยบริษัทหนึ่งก็จะมีอยู่มาก เมื่อคู่แข่งชั้นมีขนาดเท่าเทียมกัน บริษัทจะต้องคอยระมัดระวัง เพื่อความมั่นใจว่าพวกตนสามารถต้านทานการก้าวไปของบริษัทใดบริษัทหนึ่งก็ตาม อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมที่รวดเร็วจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเร่งให้เกิดกิจกรรมทางการแข่งขันมากขึ้นในระหว่างคู่แข่งชั้น การเพิ่มกำลังการผลิตอย่างมากด้วยการสร้างโรงงานใหม่ขึ้นมา บริษัทก็ต้องดำเนินการผลิตให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในช่วงระยะเวลาไม่นานผลผลิตของบริษัทก็อาจจะมีมากเกินความต้องการของตลาด จึงต้องลดราคาลงด้วยความคาดหวังว่าจะชดเชยต้นทุนจากยอดขายที่สูงขึ้นได้ ผลกระทบถึงยอดขายของคู่แข่งที่ต้องพยายามรักษาไว้ อุปสรรคของการออกไปก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยหนุนเหนี่ยวบริษัทไม่ให้ออกไปจากอุตสาหกรรม แล้วต้องกลับมาคงสภาพของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเอาไว้ อุปสรรคเหล่านี้ อาจจะเป็นทรัพย์สินที่เฉพาะด้านหรือความจงรักภักดีของผู้บริหารต่อธุรกิจที่มีอยู่ เมื่อบริษัทพบว่า การออกไปจากอุตสาหกรรมยุ่งยากแล้ว บริษัทจะแข่งขันอยู่ต่อไปตราบเท่าที่บริษัทสามารถอยู่ต่อไปได้ หรือตราบเท่าที่บริษัทสามารถหลีกเลี่ยงการขาดทุนที่สูงได้

3. การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน ผลิตภัณฑ์ทดแทนจะเข้ามาในอุตสาหกรรมเพื่อจำกัดความเป็นไปได้ของการทำกำไร โดยการกำหนดเพดานราคาของบริษัทสามารถกำหนดได้ภายในอุตสาหกรรม

4. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ความสามารถในการต่อรองของผู้ซื้อจะกดดันราคาให้ต่ำลง คุณภาพและบริการที่ดีขึ้น ผู้ซื้อจะมีอำนาจในการต่อรองสูงก็ต่อเมื่อผู้ซื้อทำการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นสัดส่วนที่สูงจากบริษัท ผู้ซื้อมีโอกาสที่จะรวมธุรกิจไปข้างหน้า ผู้ส่งมอบมีทางเลือกมากมาย และต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงผู้ส่งมอบต่ำ

5. อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบ ผู้ส่งมอบสามารถส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมได้ โดยการขึ้นราคาหรือลดปริมาณของวัตถุดิบลง ผู้ส่งมอบจะมีอำนาจการเจรจาต่อรองสูงก็ต่อเมื่อจำนวนของผู้ส่งมอบมีอยู่น้อยรายแต่มีภาระที่ต้องส่งมอบไปยังบริษัทจำนวนมาก บริษัททำการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าผู้ส่งมอบ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบหาสิ่งที่จะมาทดแทนได้ยาก หรือผู้ส่งมอบสามารถรวมธุรกิจไปข้างหน้าได้

แบบจำลองพลังการแข่งขันห้าประการเป็นวิถีทางที่มีประโยชน์ในการวิเคราะห์ความเข้มข้นของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเพื่อที่จะบรรลุโอกาสและอุปสรรค แต่กระนั้นก็ตามแบบจำลองนี้ก็ยังมีข้อจำกัดบางประการในการพิจารณา กล่าวคือ แบบจำลองนำเสนอภาพหนึ่งของการแข่งขันที่มองข้ามบทบาทของนวัตกรรมไป และมุ่งความสำคัญของความแตกต่างของบริษัท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ละบริษัทน้อยเกินไป ในขณะที่มุ่งความสำคัญของโครงสร้างของอุตสาหกรรมและกลยุทธ์มากขึ้นไปในฐานะของปัจจัยที่กระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

ระเบียบวิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ แบ่งออกเป็นดังนี้คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารตั้งแต่ระดับผู้จัดการหรือผู้อำนวยการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของบริษัทส่งออกอาหารแช่เยือกแข็งไทย ด้วยคำถามที่กำหนดไว้ก่อนการสัมภาษณ์ โดยสุ่มเลือกมาจากรายชื่อบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ที่อยู่ในกลุ่มสินค้ากุ้งสดและแช่เย็นแช่แข็ง จำนวนที่เลือกมาสัมภาษณ์เจาะลึก รวมทั้งสิ้น 9 บริษัท จากจำนวนรวมทั้งสิ้น 95 บริษัท ได้แก่ บริษัท แองโกล-ไซแอม ซีฟู้ดส์ จำกัด บริษัท เอเซีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท คิงฟิชเชอร์ไฮลด์ิงส์ จำกัด บริษัท แพ็คฟู้ด จำกัด (มหาชน) บริษัท ส.ชัยวารีห้องเย็น จำกัด บริษัท สุรพลฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยเอกมัยห้องเย็น จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยยูเนี่ยน โพรเซ่น โปรดักส์ จำกัด(มหาชน) และบริษัท ธารสมุทรฟู้ด จำกัด โดยจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ เครื่องมือและกลยุทธ์ในการแข่งขันทางด้านราคาและมีใช้ราคาของผู้ส่งออก ความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของบริษัทในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และปัญหาต่าง ๆ ในการส่งออกสินค้ากุ้งสดและแช่เย็นแช่แข็ง ส่วนการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของบริษัทกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยนั้น ใช้ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสำรวจ (รายละเอียดในภาคผนวก ก) บริษัทที่สุ่มเลือกทั้งสิ้น 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 23 ของบริษัทในกลุ่มผู้ผลิต (Packed) และผู้ส่งออกกุ้ง (Exporter) ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 64 บริษัท

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ รายงานการศึกษา รายงานการประชุมทางวิชาการ รายงานประจำปีของบริษัทผู้ส่งออก นิตยสาร วารสาร เอกสารวิชาการ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การส่งออกและการตลาดที่หน่วยงานทางราชการและเอกชนได้รวบรวมเอาไว้ เช่น สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย กรมเศรษฐกิจการเกษตร กรมประมง กรมศุลกากร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ และกรมการส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบการวิจัย

ในการศึกษารุ่นนี้ เพื่อให้ได้ผลการศึกษารอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ และสะดวกต่อการตั้งคำถามในการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทส่งออกฯ และจากการศึกษาข้อมูล ทฤษฎีและเอกสารในอดีตเกี่ยวกับแบบจำลองปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการ ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของ Michael E. Porter และการศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ของ อุตสาหกรรมกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทย ทำให้ได้แนวความคิดในการร่างออกแบบสัมภาษณ์เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็ง ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ด้านการผลิต และการตลาด ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยแบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งแช่เย็น แช่แข็งไทย ในด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรบุคคล และการดำเนินการ

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยแบบประเมินการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของบริษัทผู้ ส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งไปยังประเทศต่าง ๆ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

จากการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับการแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศของ อุตสาหกรรมใด ๆ พบว่าสาเหตุที่ทำให้ระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่าง ประเทศแตกต่างกันในแต่ละประเทศ แบ่งได้เป็น 2 ปัจจัย (Wheelen and Hunger, 2004) ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Internal Strategic Factors) บริษัทจะสามารถแสวงหาผลประโยชน์จากโอกาสในการทำการค้าระหว่าง ประเทศและหลีกเลี่ยงจากอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะขึ้นอยู่กับความพร้อมและ ศักยภาพของบริษัทในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ พิจารณาแบบจำลองปัจจัยกำหนดความ ได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ สามารถวิเคราะห์ปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ ได้ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) คุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้นจะถูกวัด โดยจำนวน เงินที่ลูกค้าเต็มใจจะจ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ บริษัทจะมีกำไรถ้าคุณค่าที่พวกเขาได้สร้าง ขึ้นมาสูงกว่าต้นทุนของการทำหน้าที่สร้างคุณค่า บริษัทจะต้องเพิ่มคุณค่าให้มากที่สุดด้วยต้นทุนที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และที่สำคัญที่สุดบริษัทจะต้องครอบครองคุณค่านั้นได้เพื่อที่จะให้เป็นแหล่งที่มาที่สำคัญของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

กระบวนการสร้างคุณค่าสามารถอธิบายได้ด้วยการใช้แนวความคิดลูกโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter (ภาพที่ 2.4) ลูกโซ่คุณค่าจะถูกแบ่งเป็น กิจกรรมพื้นฐานและกิจกรรมสนับสนุน กิจกรรมแต่ละอย่างจะเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยที่กิจกรรมพื้นฐานจะพิจารณาถึงระดับความสามารถในการผลิต การตลาดและการบริการแก่ลูกค้า กิจกรรมสนับสนุนจะเป็นกิจกรรมของหน้าที่ที่ทำให้กิจกรรมพื้นฐานของการผลิตและการตลาดบังเกิดขึ้น ได้แก่ หน้าที่การบริหาร วัสดุจะควบคุมการขนถ่ายวัสดุผ่านลูกโซ่คุณค่าตั้งแต่การจัดซื้อไปถึงการผลิตจนถึงการกระจายไปยังหน่วยธุรกิจปลายทาง การบริหารการขนถ่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพสามารถลดต้นทุนของการสร้างคุณค่าได้ นอกจากนี้การบริหารวัสดุอย่างมีประสิทธิภาพสามารถตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบของกระบวนการผลิตได้ อันจะทำให้คุณภาพผลผลิตของบริษัทเพิ่มสูงขึ้นได้ หน้าที่การวิจัยและพัฒนาจะโยงไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ซึ่งมีส่วนช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง ผลิตภัณฑ์เป็นที่น่าดึงดูดแก่ผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นระดับความสามารถในการวิจัยและพัฒนาสามารถส่งผลกระทบต่อระดับความสามารถในการผลิตและการตลาดได้ หน้าที่ทรัพยากรบุคคลจะเกี่ยวพันกับการมีบุคคลที่เหมาะสมที่มีคุณภาพเพื่อที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ในบริษัทให้เกิดการสร้างคุณค่าอย่างมีประสิทธิภาพ ระดับความสามารถด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ ที่จะชี้ให้เห็นถึงภาพรวมของความสามารถในเชิงแข่งขัน

กิจกรรมสนับสนุนอย่างสุดท้ายคือ โครงสร้างพื้นฐานของบริษัทซึ่งมีคุณลักษณะค่อนข้างแตกต่างจากกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐานจะเป็นสิ่งแวดล้อมทั่วทั้งภายในบริษัทที่กิจกรรมสร้างคุณค่าปัจจัยอื่น ๆ ดำเนินและปฏิบัติการทางธุรกิจอยู่ ซึ่งก็จะประกอบด้วย ระดับความสามารถทางการเงิน ด้านการดำเนินการและการจัดการ รวมไปถึงความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท

วิธีการพิจารณาระดับความสามารถของกิจกรรมภายในของบริษัท โดยใช้วิธีของห่วงโซ่คุณค่าถือได้ว่าเป็นการวิเคราะห์อย่างมีระบบของกิจกรรมแต่ละอย่าง สามารถนำไปสู่ความเข้าใจในเรื่องการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทได้ดีขึ้น การที่บริษัทมีจุดแข็งในปัจจุบันภายในเชิงกลยุทธ์ก็หมายความว่า ความสามารถในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน จุดแข็งจะเป็นบางสิ่งบางอย่างที่ธุรกิจทำหรือมีศักยภาพที่จะทำได้ดีเมื่อเทียบกับความสามารถของคู่แข่ง และปัจจัยเหล่านี้จะเป็นจุดอ่อนทันที ถ้ามีบางสิ่งบางอย่างที่บริษัททำได้ไม่ดี หรือไม่มีความสามารถจะทำทั้งที่คู่แข่งของบริษัทมีความสามารถที่จะทำได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิจกรรม
สนับสนุน

โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (การบริหารทั่วไป การบัญชี การบริหารเชิงกลยุทธ์)				
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (การสรรหา การฝึกอบรม การพัฒนา)				
การพัฒนาเทคโนโลยี (การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการ)				
การพัฒนาเทคโนโลยี (การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการ)				
การขนส่งขาเข้า (การลำเลียง วัตถุดิบ และคลังสินค้า)	การปฏิบัติการ (การติดตั้ง เครื่องจักร การประกอบ การทดสอบ)	การขนส่งออก (การคลังสินค้าและ การจำแนกแจกจ่าย ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป)	การตลาดและการขาย (การโฆษณา การ ส่งเสริมการขาย การ กำหนดราคาช่องทาง การจัดจำหน่าย)	การบริการ (การติดตั้ง การซ่อมแซม อะไหล่)

กำไร
ขั้นต้น

กิจกรรมพื้นฐาน

ภาพที่ 2.4 แบบจำลองโซ่คุณค่า (The Value Chain)

ที่มา: (Michael E. Porter, 1985: 37)

การประเมินความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้เป็นหน้าที่โดยตรงของผู้บริหารบริษัท ในการที่จะพิจารณาว่า ปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์นั้น ๆ เป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนของบริษัท เพราะผู้บริหารระดับสูงจะมีอิทธิพลอย่างสูงในการกำหนดความเป็นไปของสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ของบริษัท ซึ่งจะกระทำโดยง่ายที่สุดก็คือ การเปรียบเทียบปัจจัยเหล่านี้กับตัวชี้วัด เช่น ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท คู่แข่งขันรายสำคัญของบริษัท ภาพรวมของอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ เป็นต้น ถ้าปัจจัยภายในเหล่านี้ของบริษัทมีการพัฒนาแตกต่างไปอย่างมากจากช่วงที่ผ่านมา ไม่ปรากฏพบในบริษัทคู่แข่งรายสำคัญของบริษัท และส่งผลกำไรที่เพิ่มขึ้นมากให้กับบริษัท ก็ถือได้ว่า ปัจจัยนั้นทำให้บริษัทมีความสามารถแข่งขันระหว่างประเทศในระดับสูง

2. ความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Strategic Factors) บริษัทไม่ได้ดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้ความว่างเปล่า แต่คงอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมด้วยผลิตภัณฑ์และบริการบางอย่าง สามารถดำรงสภาพอยู่ได้อย่างอิสระ ต่อเนื่องไปตราบเท่าที่บริษัทยอมรับบทบาทของตนภายในสังคมเท่านั้น ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงปัจจัยที่แวดล้อมตัวตนอยู่โดยรอบ พิจารณาแบบจำลองปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศที่สมบูรณ์ จะสามารถแยกปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ตามลักษณะของการส่งผลกระทบต่อบริษัทได้เป็น 2 กลุ่มคือ

2.1 กลุ่มปัจจัยสภาพแวดล้อมการดำเนินการ (Operating Environment) คือ ปัจจัยที่เฉพาะเจาะจงที่กระทบโดยตรงต่อบริษัท ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ รัฐบาล ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ คู่แข่งขัน ลูกค้า เจ้าหนี้ สภาพแรงงาน สมาคมการค้า ผู้ถือหุ้นและกลุ่มผลประโยชน์ เป็นต้น บริษัทจำเป็นต้องพิจารณา ถึงผลกระทบที่เฉพาะเจาะจงจากสภาพแวดล้อมการดำเนินงานเหล่านี้เพื่อให้ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคที่บริษัทต้องเผชิญ สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของบริษัทมักจะถูกเรียกกันว่า "อุตสาหกรรมของบริษัท" ดังนั้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานอาจจะเรียกว่า การวิเคราะห์อุตสาหกรรมได้ด้วย อุตสาหกรรมในที่นี้คือ กลุ่มของบริษัทที่ผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์กึ่ง และบริษัทที่ส่งออกกึ่ง โดยเรียกว่าอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้ง

Michael E. Porter (1990) ผู้เชี่ยวชาญทางกลยุทธ์การแข่งขันได้ยืนยันว่าบริษัทจะให้ความสำคัญมากที่สุดกับความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ระดับความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมจะถูกกำหนดโดยพลังการแข่งขันห้าประการ (ภาพที่ 4) โดยที่ความเข้มแข็งร่วมของพลังงานเหล่านี้จะกำหนดความเป็นไปได้ของความสามารถในการทำกำไรกำไรจะถูกวัดโดยผลตอบแทนระยะยาวจากเงินลงทุน แต่จากสภาพเศรษฐกิจในการแข่งขันระหว่างประเทศในปัจจุบัน พลังการแข่งขันประการที่หกอันได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการคงอยู่ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของบริษัทและกลุ่มผลประโยชน์อื่น ๆ อาจจะถูกเพิ่มเข้ามาเพื่อสะท้อนให้เห็นถึง พลังของสหภาพแรงงาน รัฐบาล และกลุ่มอื่น ๆ ภายในสภาพแวดล้อมการดำเนินงานที่มีต่อบริษัทด้วย

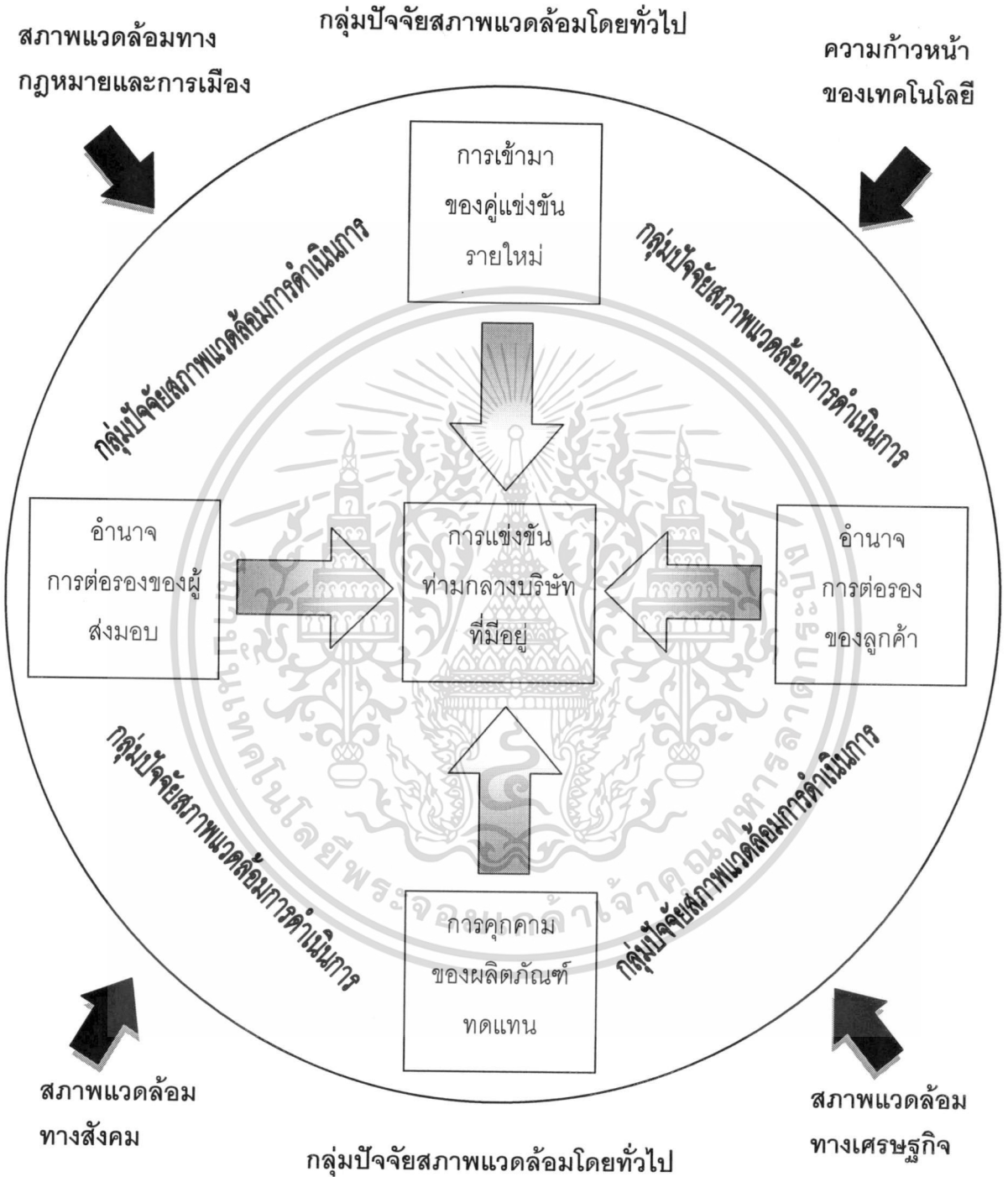
2.2 กลุ่มปัจจัยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (General Environment) คือ ปัจจัยกำเนิดเหตุสุดวิสัยในเรื่องต่าง ๆ ที่บริษัทไม่อาจคาดการณ์ได้ ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทโดยตรง แต่มักจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระยะยาวของบริษัท ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจของแต่ละประเทศคู่ค้า เศรษฐกิจโลก การเมือง กฎระเบียบข้อบังคับจากองค์กรการค้าต่าง ๆ สังคมวัฒนธรรม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ที่ทวีความซับซ้อนมากขึ้น เป็นปัจจัยระดับโลกมากขึ้น ทำให้การแปลความหมายของปัจจัยดังกล่าวมีความยุ่งยากมากขึ้น เพราะบริษัทไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านี้ได้โดยตรง การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปสามารถส่งผลกระทบต่อแบบจำลองพลังการแข่งขันห้าประการได้ ดังเช่น สถานการณ์ของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจจะกำหนดสุขภาพและความเป็นอยู่โดยส่วนรวมทางเศรษฐกิจ จะกระทบต่อระดับความสามารถของบริษัทที่จะมีรายได้เพียงพอ ปัจจัยสำคัญที่สุดสี่ประการ คือ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อ จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบริษัทมากที่สุด การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจะนำไปสู่การเพิ่มสูงขึ้นของค่าใช้จ่ายของลูกค้ำ ซึ่งจะสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม เปิดโอกาสให้แก่บริษัทที่จะขยายการดำเนินงานและทำกำไรที่สูงขึ้น แต่การตกต่ำทางเศรษฐกิจจะนำไปสู่การลดลงของค่าใช้จ่ายของลูกค้ำ ก็จะมีผลในเชิงสร้างแรงกดดันทางการแข่งขันเช่นกัน ทำให้เกิดสงครามราคาภายในอุตสาหกรรมที่อึดตัวแล้ว อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้นจะเป็นอุปสรรคและอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงจะเป็นโอกาสต่อบริษัทที่อยู่ภายในอุตสาหกรรม ความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลกระทบต่อระดับความสามารถในเชิงแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์ภายในตลาดโลก สภาพเงินเฟ้อสามารถทำลายเสถียรภาพทางเศรษฐกิจได้ ทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจช้าลง ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นและอัตราแลกเปลี่ยนผันผวนได้ ถ้าอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่องแล้ว การวางแผนการลงทุนจะกลายเป็นความเสี่ยงสูง คุณลักษณะที่สำคัญของอัตราเงินเฟ้อก็คือการทำให้การพยากรณ์ใด ๆ ในอนาคตคาดเคลื่อนได้มาก ความไม่แน่นอนนี้จะทำให้บริษัทมีแรงจูงใจน้อยที่จะลงทุน

สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมจะมีอิทธิพลอย่างเข้มแข็งที่บริษัทจะกำหนดกลยุทธ์ของตนที่จะทำกำไรให้ได้อยู่ตลอดเวลา แม้ว่าอุตสาหกรรมทุกประเภทจะมีการแข่งขัน แต่ลักษณะของการแข่งขันนี้จะแตกต่างกันระหว่างอุตสาหกรรม บางอุตสาหกรรมแข่งขันกันดำเนินนโยบายตัดราคากันเช่น อุตสาหกรรมการบิน บางอุตสาหกรรมก็แข่งขันกันโดยคุณลักษณะและรุ่นใหม่ ๆ ของผลิตภัณฑ์เช่นอุตสาหกรรมเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ดังนั้นอุตสาหกรรมแต่ละ

ประเภทจะมีโครงสร้างของตนเองในการกำหนดระดับความสามารถในการทำกำไร โครงสร้างของอุตสาหกรรมจึงหมายถึงความสัมพันธ์ที่ขึ้นอยู่ระหว่างกันท่ามกลางพลังที่แตกต่างกันที่ผลักดันพฤติกรรมของบริษัทที่แข่งขันกันอยู่ภายในอุตสาหกรรม ดังนั้นบริษัทจะแข่งขันระหว่างกันภายในอุตสาหกรรมอย่างไรขึ้นอยู่กับการศึกษาเกี่ยวพันระหว่างกันของพลังแข่งขันห้าประการดังได้กล่าวไปแล้ว

ผู้บริหารจะสามารถทำการวิเคราะห์ระดับความสามารถในการแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์โดยพิจารณาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรมของบริษัทที่แข่งขันกันอยู่ต่อผลการดำเนินงานของบริษัท แบบจำลองปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (ภาพที่ 2.5) จะช่วยให้ผู้บริหารทำการรอบความคิดที่จะระบุโอกาสและอุปสรรค พร้อมทั้งตรวจสอบสัญญาณที่มีทั้งรุนแรงและไม่รุนแรงของปัจจัยต่าง ๆ โดยโอกาสจะเกิดขึ้นเมื่อบริษัทสามารถแสวงหาผลประโยชน์จากสภาพของปัจจัยดังกล่าว และอุปสรรคจะเกิดขึ้นเมื่อสภาพของปัจจัยดังกล่าวส่งสัญญาณอันตรายต่อการทำกำไรของบริษัท บริษัทจะบรรลุความสำเร็จจะต้องสร้างความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์ที่ตนใช้อยู่กับสถานการณ์ความเป็นไปของปัจจัยแวดล้อมให้ได้ลงตัว และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากกรอบความคิดในการศึกษาข้างต้นจะช่วยให้มองเห็นภาพแนวทางการวิเคราะห์ถึงระดับความสามารถในการแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกึ่งไทยในตลาดโลกได้ชัดเจนขึ้น โดยแบ่งการศึกษาออกเป็นสองส่วนตามระดับการวิเคราะห์ คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการศึกษาถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมกึ่งไทยโดยพิจารณาถึงโครงสร้างตลาด พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมและบริษัทผู้ประกอบการส่งออกเป็นสำคัญ ถือเป็นกรณีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ซึ่งจะกล่าวถึงในบทที่ 3 และส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ถึงระดับความสามารถเชิงการแข่งขันของบริษัทผู้ประกอบการส่งออกกึ่งไทย โดยใช้หลักทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติ และเครื่องมือวัดระดับความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งถือว่าเป็นกรณีวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยจะกล่าวในบทที่ 4



ภาพที่ 2.5 ปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Strategic Factors)

ที่มา: (Michael E. Porter, 1985: 37)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไปของการผลิต การตลาดเพื่อการส่งออก สถานภาพทางการเงิน ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการดำเนินการการจัดการของบริษัทผู้ส่งออกกึ่งไทย เพื่อทราบถึงภาพรวมของโครงสร้างตลาด พฤติกรรม และผลดำเนินงานของอุตสาหกรรมการเลี้ยงกึ่งไทย รวมถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของสภาวะการแข่งขันภายในและภายนอกประเทศ โดยจะใช้แบบจำลองปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศทั้ง 6 ปัจจัยเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1.1 ศึกษารูปแบบและสถานการณ์การใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อการส่งออกกึ่งไทย โดยพิจารณาจากความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต ชนิดของปัจจัยการผลิต ราคา และคุณภาพของปัจจัยการผลิต

1.2 ศึกษาระดับความต้องการภายในประเทศ การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลให้การขยายตัวของการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ความต้องการภายในประเทศ สามารถคำนวณได้จากปริมาณการผลิตรวมของของอุตสาหกรรม รวมถึงการนำเข้าของอุตสาหกรรมและหักออกด้วยการส่งออก

1.3 การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในประเทศโดยการศึกษอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง จะเน้นอุตสาหกรรมที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตของกึ่ง

1.4 การศึกษาถึงกลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แล้วพิจารณาความได้เปรียบด้านโครงสร้างการบริหารงาน

นอกจากทำการศึกษาปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้นแล้ว ก็จะทำให้การศึกษาเหตุผลวิสัยและการสนับสนุนจากรัฐบาลซึ่งเป็นปัจจัยที่ 5 และ 6 ตามลำดับที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของการส่งออกกึ่งไทยซึ่งทั้งหมดจะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และอาศัยค่าทางสถิติในรูปของอัตราส่วน หรือร้อยละประกอบตารางในการอธิบาย โดยการใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเจ้าของ หรือผู้จัดการที่เกี่ยวข้องของบริษัทส่งออก

2. วิเคราะห์ระดับความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกึ่งไทย โดยใช้เครื่องมือที่มีชื่อว่า ผลรวมปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Internal Factor Analysis Summary, IFAS) และ ผลรวมปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Factor Analysis Summary, EFAS) ในการวิเคราะห์ระดับความสามารถ ในแต่ละด้านของกลุ่มปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของแต่ละหน่วยธุรกิจ

และเป็นวิธีทางอ้อมที่จะดูการแข่งขันของธุรกิจในตลาดโลกในระยะยาว ถ้าบริษัทไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใดที่ไม่มีความสามารถในการแข่งขันอาจต้องถอนตัวออกจากอุตสาหกรรมไปเพราะมีความด้อยในความสามารถเชิงการแข่งขันในทุกด้าน ส่วนบริษัทใดที่อยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ บริษัทก็มีโอกาสที่จะขยายตลาดและรักษาส่วนแบ่งตลาดในประเทศต่าง ๆ ของตนเองไว้ได้อย่างมั่นคง ซึ่งกระบวนการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทั้งสองดังกล่าว จะใช้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ส่งออกทั้งไปประเทศอเมริกาหรือญี่ปุ่น รวมจำนวน 15 บริษัท จากนั้นทำการคำนวณค่าต่าง ๆ ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 หาคะแนนของระดับความสำคัญ (Important Level, IL)

กำหนดค่าระดับความสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของแต่ละตัวอย่างโดยระดับความสำคัญเป็น '5' หมายความว่า ปัจจัย i มีความสำคัญมากที่สุดต่อบริษัท

และ $IL_i = 1.0$

ระดับความสำคัญเป็น '4' หมายความว่า ปัจจัย i มีความสำคัญมากต่อบริษัท และ

$IL_i = 0.8$

ระดับความสำคัญเป็น '3' หมายความว่า ปัจจัย i มีความสำคัญปานกลางต่อบริษัท

และ $IL_i = 0.6$

ระดับความสำคัญเป็น '2' หมายความว่า ปัจจัย i มีความสำคัญน้อยต่อบริษัท และ

$IL_i = 0.4$

ระดับความสำคัญเป็น '1' หมายความว่า ปัจจัย i มีความสำคัญน้อยที่สุดต่อบริษัท

และ $IL_i = 0.2$

2.2 หาค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย (Mean of Important Level, MIL) โดยคำนวณหาจากสูตร

$$MIL_i = \frac{\sum_{i=1}^n IL_i}{n} \dots\dots\dots(1)$$

โดยที่ MIL_i = ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัย

IL_i = ระดับคะแนนจากขั้นตอน 2.1

n = จำนวนตัวอย่าง ซึ่งเท่ากับ 15 ราย สำหรับการศึกษานี้

2.3 หาค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย (Average Weighted, AW) โดยการนำค่าที่ได้จากสมการที่ 1 มาคำนวณจากสูตร

$$AW_i = \frac{MIL_i}{\sum_{i=1}^f MIL_i} \dots\dots\dots(2)$$

โดยที่ AW_i = ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยซึ่งจะมีผลรวมเท่ากับ 1 เสมอในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์
 MIL_i = ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์
 f = จำนวนปัจจัยกำหนดระดับความสามารถ ซึ่งจะเท่ากับ 40 ข้อสำหรับปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ และจะเท่ากับ 19 ข้อ สำหรับปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์

ในการกำหนดให้ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยของปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์มีผลรวมเป็น 1 เสมอนั้นมีเหตุผลสำคัญคือ ค่านิยมส่วนบุคคลของผู้บริหารระดับสูงมักจะมึดคติ ทั้งในเรื่องของการรับรู้สิ่งที่ถูกตรวจสอบภายในสภาพแวดล้อมและการแปลความหมายสิ่งที่พวกเขาได้รับรู้ ดังนั้นการดำเนินนโยบายเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอย่างเดียวกันจึงแตกต่างกันไปในแต่ละบริษัท ส่งผลให้กลยุทธ์ที่บริษัทเลือกมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมีความแตกต่างกัน การให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทั้งสองดังกล่าวจึงมีความแตกต่างกันในแต่ละบริษัท ดังนั้นในการที่จะวัดระดับความสามารถของแต่ละบริษัทได้ จึงต้องใช้ค่าถ่วงน้ำหนักในการปรับเฉลี่ยให้ได้เกณฑ์ในการวัดปัจจัยที่มีขนาดเท่ากันจากระดับความสำคัญที่ผู้บริหารแต่ละบริษัทให้คะแนนไว้

2.4 หาค่าระดับความสามารถถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Weighted Capability Level, WCL) โดยการนำค่าที่ได้จากสมการที่ 2 มาคำนวณหาจากสูตร

$$WCL_i = AW_i \times CL_i \dots\dots\dots(3)$$

โดยที่ WCL_i = ระดับความสามารถในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์หลังจากถ่วงน้ำหนักแล้ว
 AW_i = ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์
 CL_i = ระดับความสามารถ (Capability Level) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของแต่ละตัวอย่างโดย

- ระดับความสามารถที่ '5' หมายความว่ามีความสามารถเด่นมากในปัจจัย i และ $CL_i = 5$
- ระดับความสามารถที่ '4' หมายความว่ามีความสามารถเด่นในปัจจัย i และ $CL_i = 4$
- ระดับความสามารถที่ '3' หมายความว่ามีความสามารถปานกลางในปัจจัย i และ $CL_i = 3$
- ระดับความสามารถที่ '2' หมายความว่ามีความสามารถด้อยในปัจจัย i และ $CL_i = 2$
- ระดับความสามารถที่ '1' หมายความว่ามีความสามารถด้อยมากในปัจจัย i และ $CL_i = 1$

2.5 หาค่าระดับความสามารถในการแข่งขันคิดจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Internal Strategic Factor, ISF) โดยนำค่าที่ได้จากสมการที่ 3 มาคำนวณหาจากสูตร

$$ISF = \frac{\sum_{i=1}^f WCL_i}{5} \times 100 \dots\dots\dots(4)$$

โดยที่ ISF = ค่าร้อยละระดับความสามารถเชิงแข่งขันคิดจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์

WCL_i = ระดับความสามารถถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์

f = จำนวนปัจจัยกำหนดระดับความสามารถ ซึ่งในกรณีนี้จะเท่ากับ 40 ข้อ

2.6 หาค่าระดับโอกาสถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (Weighted Opportunity Level, WOL) โดยทั้งนี้ให้ทำการหาค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ จากค่าระดับความสำคัญเช่นเดียวกับขั้นตอนที่ 2.1 - 2.3 จากนั้นให้นำค่าดังกล่าวมาคำนวณหา ค่าระดับโอกาสถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์จากสูตร

$$WOL_j = AW_j \times OL_j \dots\dots\dots(5)$$

โดยที่ WOL_j = ระดับโอกาสในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์หลังจากถ่วงน้ำหนักแล้ว

AW_j = ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์

OL_j = ระดับโอกาส (Opportunity Level) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของแต่ละตัวอย่างโดย

ระดับโอกาสที่ '5' หมายความว่ามีความมีโอกาสมากที่สุดในปัจจัย j และ $OL_j = 5$

ระดับโอกาสที่ '4' หมายความว่ามีความมีโอกาสมากในปัจจัย j และ $OL_j = 4$

ระดับโอกาสที่ '3' หมายความว่ามีความสามารถปานกลางในปัจจัย j และ $OL_j = 3$

ระดับโอกาสที่ '2' หมายความว่ามีความสามารถด้อยในปัจจัย j และ $OL_j = 2$

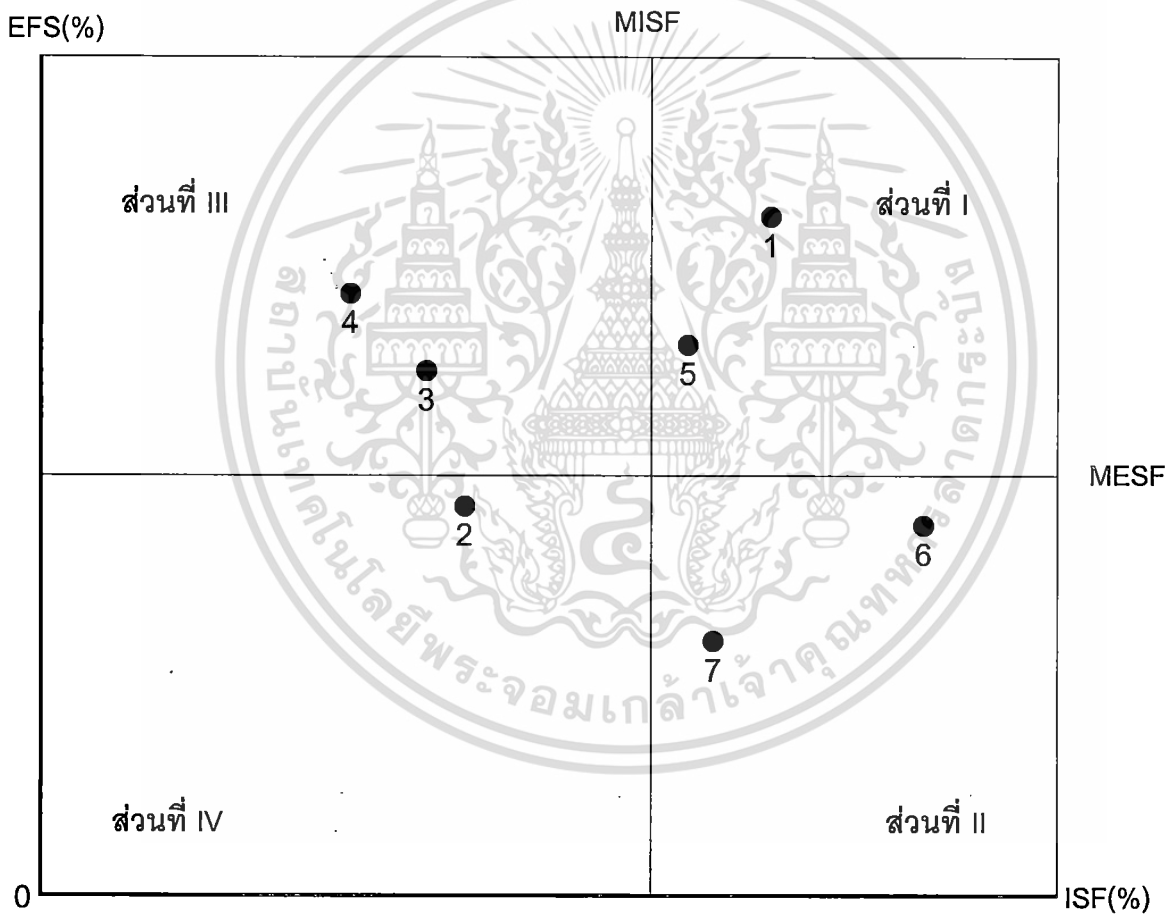
ระดับโอกาสที่ '1' หมายความว่ามีความสามารถด้อยมากในปัจจัย j และ $OL_j = 1$

2.7 หาค่าระดับความสามารถในการแข่งขันคิดจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Strategic Factor, ESF) โดยนำค่าที่ได้จากสมการที่ 5 มาคำนวณหาจากสูตร

$$ESF_j = \frac{\sum_{j=1}^f WOL_j}{5} \times 100 \dots\dots\dots(6)$$

โดยที่ ESF_j = ค่าร้อยละระดับโอกาสเชิงแข่งขันคิดจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์
 WOL_j = ระดับโอกาสถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์
 f = จำนวนปัจจัยกำหนดระดับโอกาสซึ่งในกรณีนี้จะเท่ากับ 19 ข้อ

2.8 ทหารดับความสามารถเชิงการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ ของผู้ส่งออก กุ้งของไทยในแต่ละบริษัท โดยนำค่า ISF และ ESF มากำหนดจุดบนแผนภาพ (ภาพที่ 2.6) จาก แผนภาพนี้ พื้นที่ระนาบจะถูกแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ I, II, III และส่วนที่ IV ซึ่งส่วนต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ ถูกแบ่งด้วยค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์



หมายเหตุ: MISF = ค่าเฉลี่ยระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์
 MES = ค่าเฉลี่ยระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์

ภาพที่ 2.6 ระดับความสามารถเชิงแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศของแต่ละบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(MISF) และค่าเฉลี่ยระดับโอกาสในการแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (MESF) โดยแต่ละส่วนของพื้นระนาบประกอบด้วยค่าพิคัดของ ISF และ ESF ของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งไทยแต่ละบริษัท อาทิเช่น ในส่วนที่ I ประกอบด้วยผู้ประกอบการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งไทยบริษัทหมายเลข 1 และ 5 เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งไทยที่ตกอยู่ในส่วนที่ I นี้ จะมีความสามารถเชิงการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูง เพราะมีทั้งความพร้อมภายในบริษัท และโอกาสในการทำตลาดโลก กลุ่มบริษัทในส่วนที่ II จะมีความสามารถเชิงการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศน้อยกว่ากลุ่มในส่วนที่ I และบริษัทในกลุ่มที่ III จะมีความสามารถเชิงการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศรองจากกลุ่มในส่วนที่ II ส่วนบริษัทในกลุ่มที่ IV จะมีความสามารถเชิงการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศน้อยที่สุด

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ ที่มีต่อมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนในรอบปีของผู้ส่งออกกุ้ง โดยใช้แบบจำลองดังต่อไปนี้

$$TO_t = f(CA, Size, RC, Emp)$$

โดยที่ TO_t = มูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออกกุ้ง

CA = ความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ส่งออก

$Size$ = ขนาดของธุรกิจผู้ส่งออก

RC = เงินทุนจดทะเบียนบริษัท

Emp = จำนวนพนักงานของบริษัท

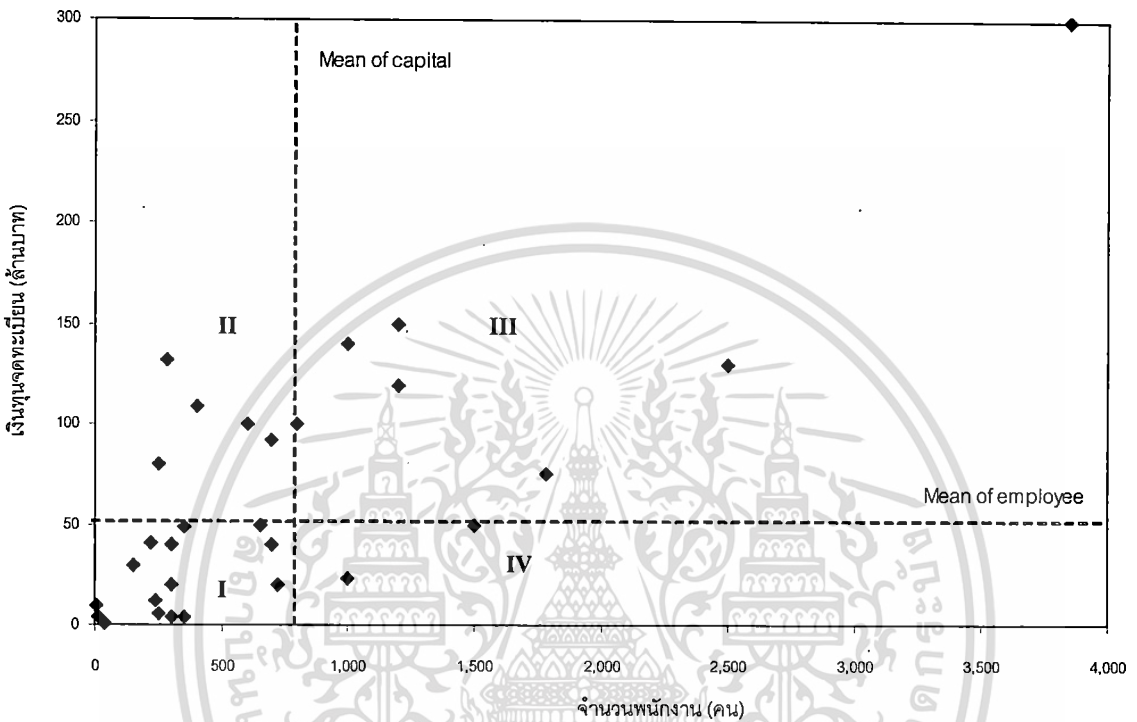
สำหรับหน่วยและการวัดค่าตัวแปรตาม TO_t และตัวแปรอิสระ CA , $Size$, RC และ Emp มีวิธีคำนวณดังต่อไปนี้

3.1 มูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออกกุ้ง (TO_t) เป็นข้อมูลมูลค่าซื้อขายในรอบปี พ.ศ.2545 มีหน่วยเป็นล้านบาท

3.2 ความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ส่งออก (CA) เป็นตัวแปรหุ่น (dummy variable) โดยกำหนดค่า $CA = 1$ หมายถึง ผู้ส่งออกมีความสามารถเชิงการแข่งขัน ซึ่งวัดค่าจากการคำนวณในภาพที่ 2.6 โดยกำหนดให้บริษัทที่ตกอยู่ในกลุ่มที่ I, II และ III และ $CA = 0$ หมายถึง บริษัทที่ไม่มีความสามารถในเชิงการแข่งขัน ได้แก่ บริษัทที่ตกอยู่ในกลุ่ม IV เท่านั้น

3.3 ขนาดของธุรกิจผู้ส่งออก ($Size$) เป็นตัวแปรหุ่น 2 ชุด คือ SL และ SM เนื่องจากขนาดธุรกิจผู้ส่งออกแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ สำหรับตัวแปรที่ใช้แบ่งขนาดธุรกิจเป็นตัวแปรเงินทุนจดทะเบียนของบริษัท และจำนวนพนักงานในบริษัท โดยนำค่าตัวแปรทั้งสองของแต่ละบริษัทมากำหนดจุดร่วมในแผนภาพการกระจาย (ภาพที่ 2.7)

ทำให้สามารถแบ่งแผนภาพเป็น 4 ส่วนย่อย ด้วยค่าเฉลี่ยของเงินทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงาน กำหนดให้บริษัทที่ตกอยู่ในส่วนที่ I ของแผนภาพเป็นบริษัทขนาดเล็ก บริษัทที่ตกอยู่ในส่วนที่ II และ IV เป็นบริษัทขนาดกลาง และบริษัทขนาดใหญ่คือ บริษัทในส่วนที่ III



ภาพที่ 2.7 แผนภาพการแบ่งขนาดของแต่ละบริษัทผู้ประกอบการส่งออกกุ้งไทย

สำหรับค่าตัวแปรหุ่น SS เป็นตัวแปรหุ่นแทนบริษัทขนาดเล็ก โดยกำหนดให้ $SS = 1$ หมายถึง เป็นบริษัทขนาดเล็ก และ $SS = 0$ เป็นบริษัทขนาดอื่นๆ ส่วน SM เป็นตัวแปรหุ่นแทนบริษัทขนาดกลาง โดยกำหนดให้ $SM = 1$ หมายถึง เป็นบริษัทขนาดกลาง และ $SM = 0$ เป็นบริษัทขนาดอื่นๆ

3.4 เงินทุนจดทะเบียนบริษัท(RC) หมายถึงเงินทุนที่จดทะเบียนในการดำเนินกิจการของบริษัท มีหน่วยเป็นล้านบาท

3.5 จำนวนพนักงานของบริษัท (Emp) มีหน่วยเป็นจำนวนคนที่บริษัทจ้างงานสำหรับการดำเนินกิจการ

ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (parameter) ต่าง ๆ ของแบบจำลองดังกล่าว จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (multiple regression analysis) ด้วยวิธี Ordinary Least Square (OLS)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

การศึกษาในบทนี้ได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนที่สำคัญ กล่าวคือ ส่วนแรกเป็นลักษณะและวิธีการตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ส่วนที่สองกล่าวถึงตลาดต่างประเทศกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย และการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปตลาดคู่ค้าที่สำคัญ ส่วนที่สาม เป็นการศึกษา ลักษณะทั่วไปของบริษัทส่งออกกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ส่วนที่ 4 กล่าวถึงสภาวะการแข่งขัน และส่วนสุดท้ายกล่าวถึงความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งไทย

ลักษณะตลาดและวิธีการตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ลักษณะทั่วไปของตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย สามารถแบ่งแยกตลาดได้อย่างชัดเจน โดยตลาดกุ้งสดจะเป็นตลาดภายในประเทศ และตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจะเป็นตลาดในต่างประเทศ ส่วนวิธีการตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง สามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนเช่นกัน คือ วิธีการตลาดกุ้งทะเลจากธรรมชาติ และวิธีการตลาดกุ้งทะเลจากการเพาะเลี้ยง

ลักษณะของตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ลักษณะของตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย เป็นตลาดที่สามารถแบ่งแยกออกได้อย่างชัดเจน เป็นสองตลาด คือ ตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ การที่กุ้งสดจะเป็นสินค้าที่ใช้สนองความต้องการบริโภคของตลาดภายในประเทศนั้น เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการประกอบอาชีพประมงเป็นจำนวนมาก ในแต่ละปีสามารถจับกุ้งจากแหล่งน้ำธรรมชาติได้ในปริมาณมาก ดังนั้นอุปทานของกุ้งสดจึงมีมากเพียงพอที่จะสนองความต้องการบริโภคภายในประเทศ และยังสามารถที่จะนำมาแปรรูปเป็นกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง การทำเค็มตากแห้ง หรือรมควัน หรือการบรรจุกระป๋องเพื่อการส่งออกต่อไป

ส่วนตลาดต่างประเทศของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งนั้น ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 95.00 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดจะส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ โดยตลาดของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา สิงคโปร์ และจีน เป็นต้น โดยการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น สามารถทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศปีหนึ่งๆ นับเป็นเงินหลายร้อยล้านบาท ในปี พ.ศ.2544 การส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย มีมูลค่าสูงถึง 57,745 ล้านบาท โดยส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่ามากที่สุดเท่ากับ 27,241 ล้านบาท รองลงมาคือ ญี่ปุ่น เอเชียตะวันออก และกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 11,673 ล้านบาท 6,435 ล้านบาท และ 2,742 ล้านบาท ตามลำดับ

วิธีการตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

กุ้งทะเลที่ชาวประมงจับได้ส่วนใหญ่จะถูกนำขึ้นยังท่าขึ้นปลาหรือแพปลาในจังหวัดต่างๆ โดยจะมีพ่อค้าเข้ามาประมูลราคา เมื่อประมูลได้แล้วส่วนหนึ่งจะนำไปจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค และอีกส่วนหนึ่งจะจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงงานผลิตกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพื่อการส่งออก ซึ่งในบางครั้งโรงงานแปรรูปอาจจะประมูลซื้อจากตลาดกลางโดยตรงด้วย ส่วนชาวประมงรายย่อยที่มีปริมาณจำหน่ายไม่มาก มักจะนำกุ้งทะเลที่จับได้ไปจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นด้วยตนเอง

ส่วนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งทะเลจะกระจัดกระจายอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ จึงไม่มีศูนย์กลางสำหรับการค้าโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้กับลูกค้าประจำหรือนายทุน เพราะเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือในด้าน เงินทุนและเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ โดยพ่อค้าขายส่งจะนำพาหนะไปรับซื้อถึงนากุ้งแล้วไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าปลีกในท้องถิ่นและโรงงานแปรรูป สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งรายใหญ่บางรายจะนำกุ้งไปประมูลจำหน่ายที่สะพานปลาสมุทรสาคร สะพานปลากรุงเทพฯ หรือตลาดกลางมหาชัย รวมทั้งตลาดกลางกุ้งปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะได้ราคาดีกว่า แต่โดยทั่วไปแล้วจะพบว่าเกษตรกรมักนิยมจำหน่ายกุ้งโดยผ่านตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลางมากกว่าที่จะจำหน่ายด้วยตัวเอง

ในปัจจุบันนี้ ได้มีการพัฒนารูปแบบการซื้อขายกุ้งโดยใช้ระบบประมูลซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระบบการซื้อขายวัตถุดิบระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับโรงงานผู้แปรรูป เมื่อสิงหาคม พ.ศ.2544ภายใต้เว็บไซต์ชื่อ FoodMarketExchange.com ซึ่งการให้บริการระบบประมูลซื้อขายกุ้งผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการจัดซื้อ โดยจะช่วยให้เกิดความสะดวก มีความโปร่งใสในทุกขั้นตอนของการจัดซื้อได้ อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนในการดำเนินการแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และที่สำคัญที่สุดคือ โรงงานจะได้กุ้งที่มีความสดและคุณภาพดี ส่งผลให้โรงงานผู้ผลิตแปรรูปของไทยมีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพสินค้า และประสิทธิภาพในการดำเนินงานและต้นทุนที่เหมาะสม

ไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดต่างประเทศและการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นสำหรับการส่งออกเป็นหลัก โดยตลาดส่งออก กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งที่สำคัญของประเทศไทยมีอยู่หลายประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สิงคโปร์ แคนาดา จีน และไต้หวัน เป็นต้น สำหรับตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดในส่วนต่อไป

ตลาดต่างประเทศกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ตลาดต่างประเทศกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ตลาดที่สำคัญ (ฐะปะนีย์, 2539) ดังต่อไปนี้คือ

1. ตลาดประจำ ได้แก่ ประเทศผู้นำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยที่มีมูลค่าสูงในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น มูลค่าการนำเข้าคิดเป็นประมาณร้อยละ 25.0 ถึงร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งทั้งหมดของประเทศไทยในแต่ละปี จากตารางที่ 3.1 จะเห็นว่า ประเทศไทยส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นคิดเป็นมูลค่าที่สูงมาก โดยสหรัฐอเมริกามีสัดส่วนของการส่งออกที่แนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2542 และปี 2543 ประเทศไทยสามารถส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่าสูงถึง 19,653.0 ล้านบาท และ 29,098.4 ล้านบาท ตามลำดับ และส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นคิด เป็นมูลค่า 10,983.9 ล้านบาท และ 13,101.1 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2542 และ 2543 ตามลำดับ สำหรับตลาดประจำที่สำคัญอื่นๆ จะมีมูลค่าการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจากประเทศไทยในลักษณะที่ไม่แน่นอนในแต่ละปี ได้แก่ จีน สิงคโปร์ ไต้หวัน ฮองกง สหราชอาณาจักร และเยอรมนี

2. ตลาดใหม่ ได้แก่ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และไต้หวัน ซึ่งเป็นประเทศที่แต่เดิมนำเข้า กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยน้อยมาก แต่ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมาได้มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้น หากไทยสามารถรักษาชื่อเสียงทางด้านคุณภาพและการส่งมอบสินค้าอย่างสม่ำเสมอ คาดว่าประเทศดังกล่าวจะเป็นลูกค้าประจำรายใหญ่ของไทยในอนาคต สำหรับตลาดใหม่ที่มีมูลค่าการนำเข้ายังไม่สูงมาก ได้แก่ มาเลเซีย ศรีลังกา และเบลเยียม เป็นต้น

3. ตลาดอื่นๆ ได้แก่ ประเทศที่มีการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยอยู่บ้าง แต่มีมูลค่าน้อยมากในแต่ละปี ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ โดยในปี พ.ศ.2543 ประเทศ

ตารางที่ 3.1 ตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง 15 ประเทศแรกของไทย ปี พ.ศ. 2540-2543

มูลค่า: ล้านบาท

ประเทศ	2540	2541	2542	2543
สหรัฐอเมริกา	14,516.2	20,559.5	19,653.0	29,098.4
ญี่ปุ่น	12,277.1	12,723.7	10,983.9	13,101.1
สิงคโปร์	3,452.9	4,793.0	3,473.0	4,308.2
แคนาดา	1,453.8	2,087.2	1,798.2	1,999.4
จีน	4,071.9	4,816.6	3,378.3	1,904.0
ไต้หวัน	2,309.3	2,058.5	1,763.9	1,852.1
ออสเตรเลีย	1,726.3	2,479.1	2,194.2	1,701.4
ฮ่องกง	1,632.4	1,147.5	966.1	1,674.5
เกาหลีใต้	1,201.7	417.7	787.3	1,129.4
สหราชอาณาจักร	824.0	1,252.5	597.5	604.9
ฝรั่งเศส	1,197.2	1,477.3	775.0	556.3
เนเธอร์แลนด์	412.0	714.4	439.5	455.7
เยอรมนี	596.4	1,148.3	448.8	355.6
เกาหลีเหนือ	0.0	0.0	2.2	309.6
สวีเดน	280.9	683.8	204.6	239.2
ประเทศอื่นๆ	1,231.8	1,984.2	882.8	980.7
มูลค่ารวม	47,183.8	58,343.3	48,348.2	60,270.3

ที่มา: ศูนย์สำรวจสนเทศเศรษฐกิจการค้า โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนเธอร์แลนด์ และสวีเดนนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจากประเทศไทยคิดเป็นมูลค่า 455.7 และ 239.2 ล้านบาท ตามลำดับ

ประเทศที่เป็นตลาดประจำของประเทศไทยคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป อีกทั้งยังเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลกด้วย เนื่องจากมีปริมาณการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยผลผลิตของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยส่วนใหญ่จะผลิตจากกุ้งกุลาดำ ซึ่งเป็นกุ้งที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป นอกจากนี้ ผลผลิตกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งจำนวนน้อยเท่านั้นที่จำหน่ายภายในประเทศ โดยเป็นการจำหน่ายตรงให้แก่ลูกค้าประเภทโรงแรม ภัตตาคาร หรือร้านอาหารใหญ่ๆ ทั้งนี้เนื่องจากกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่อหน่วยสูง ดังนั้น ผู้บริโภคที่บริโภคจึงเป็นผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ผู้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่ไม่มีความจำเป็นที่จะบริโภคในรูปของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ทั้งนี้เนื่องจากสามารถบริโภคในรูปของกุ้งสดที่มีมูลค่าต่อหน่วยที่ต่ำกว่าและหาซื้อได้สะดวกกว่า

การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปตลาดคู่ค้าที่สำคัญ

ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งที่สำคัญของไทย มีอยู่หลายประเทศด้วยกันตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยเฉพาะประเทศผู้นำเข้าที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ. 2544 มูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.76 และ 21.32 ของมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งทั้งหมดของไทย ตามลำดับ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2545) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สหรัฐอเมริกา

สำหรับในปี พ.ศ. 2544 สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกกุ้งสดแช่แข็งอันดับที่หนึ่งของไทย โดยมีมูลค่าการส่งออก 27,241.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 49.76 ซึ่งเมื่อพิจารณาสัดส่วนมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2539-2544 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2539 มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 27.86 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.77 35.24 40.65 48.64 และ 49.76 ตามลำดับ สำหรับในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกเท่ากับ 12,092.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 14,516.2 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2540 และ 20,559.5 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2541 ทั้งนี้ เนื่องจากปัญหาการกีดกันทางการค้าโดยใช้มาตรการ TEDs (Turtle Excluder Devices) ของสหรัฐอเมริกาได้เริ่มคลี่คลายลง โดยสหรัฐอเมริกาได้ถอนชื่อไทยออกจากรายชื่อประเทศที่ไม่ได้รับการรับรองว่ามีกฎหมายคุ้มครองเต่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทะเลเทียบท่าสหรัฐอเมริกา ซึ่งสหรัฐอเมริกาได้นำมาตรการดังกล่าวมาใช้กีดกันการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย เมื่อปี พ.ศ. 2539 และเปลี่ยนนโยบายการนำเข้าเป็นการนำเข้าสินค้าอย่างระมัดระวัง (ด้านราคา) และไม่สำรองสินค้า ในปี พ.ศ. 2542 มูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาลดลง เท่ากับ 19,653 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2543 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 27,241.1 ล้านบาท ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เม็กซิโก อินโดนีเซีย และอินเดีย

สหรัฐอเมริกาคือประเทศที่เข้มงวดในเรื่องของเอกสาร ระเบียบวิธีการและคุณภาพของสินค้ามาก ทั้งนี้ เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค หากมีการผิดพลาดหรือมีการกระทำที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าที่ส่งจำหน่ายยังสหรัฐอเมริกา สินค้าเหล่านั้นจะต้องถูกส่งกลับ (Reject) หรือถูกทำลาย (Destroy) ดังนั้น ประเทศคู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎความปลอดภัยของผู้บริโภคต่ออาหารทะเล (Consumer Seafood Safety Act) ของสหรัฐอเมริกาอย่างเคร่งครัด โดยให้กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาสหรัฐอเมริกา (USFDA) ตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่นำไปจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา และตรวจสอบโรงงานในประเทศผู้ส่งออก โดยรัฐบาลกำหนดอาหารทะเลจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพในห้องปฏิบัติการ และตรวจโดยประสาทสัมผัส

2. ญี่ปุ่น

การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปยังญี่ปุ่นนั้นค่อนข้างมีความผันผวน ในแต่ละปีมูลค่าการส่งออกมีการขยายตัวที่ไม่สม่ำเสมอ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2539 มูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเท่ากับ 12,514 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.83 ของมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งทั้งหมดของไทย ในปี พ.ศ. 2540 มูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 12,227.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.02 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2541 โดยมีมูลค่าเท่ากับ 12,723.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.81 ในปี พ.ศ. 2542 มีมูลค่าการส่งออกลดลง 10,983.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.72 ในปี พ.ศ. 2543 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 12,673.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.18 และในปี พ.ศ. 2544 มีมูลค่าการส่งออกลดลงคิดเป็น 11,673.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.32 ทั้งนี้ เนื่องมาจากญี่ปุ่นมีการใช้มาตรการด้านสุขอนามัยควบคุมการนำเข้าอย่างเข้มงวด ประกอบกับไทยมีความเสียเปรียบในการแข่งขันทางด้านราคา โดยประเทศคู่แข่งขั้นที่สำคัญของไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ อินโดนีเซีย อินเดีย และเวียดนาม ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นมีขนาดตกต่ำลง อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตของไทยก็

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้มีการพัฒนาการส่งออกในรูปของผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น ชูชิ เอบิ (กุ้งต้มแบบญี่ปุ่น) และบังโกะ (กุ้งชุบแป้งทอด) เพื่อเป็นการขยายตลาดในญี่ปุ่นให้เพิ่มขึ้น

การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปยังประเทศญี่ปุ่น ถูกกำหนดให้ต้องมีใบรับรองสุขภาพอนามัย (Healthy Certificate) ที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐบาลไทย และจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยของอาหาร (Food Sanitation Law) ซึ่งอยู่ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการของญี่ปุ่น ซึ่งครอบคลุมถึงการจำหน่ายอาหารที่ไม่ถูกสุขอนามัย รวมทั้งการกำหนดมาตรฐานสินค้าอาหารและการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอาหาร เช่น การขออนุญาตนำเข้า เป็นต้น นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังได้กำหนดหลักเกณฑ์การแสดงฉลากสำหรับสินค้าอาหารนำเข้าเหมือนกับสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ อาทิเช่น กฎหมายว่าด้วยสุขอนามัยอาหาร และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (Standards for Agricultural Product) เป็นต้น

ลักษณะทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ผู้ประกอบการ หรือบริษัทส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในประเทศไทย นับว่ามีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการประมงของประเทศส่วนหนึ่ง ฉะนั้นในส่วนนี้จะกล่าวถึงลักษณะทั่วไปของการประกอบการส่งออกกุ้งไทย ลักษณะที่สำคัญของผู้ส่งออกกุ้งไทย และการแบ่งขนาดของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งไทย

ลักษณะทั่วไปของการประกอบการส่งออกกุ้ง

ในการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย ผู้ประกอบการผลิตกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งที่เป็นรายใหญ่จะเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออก ส่วนผู้ประกอบการผลิตกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งที่เป็นรายเล็กหรือรายใหม่ที่มีข้อจำกัดในเรื่องปริมาณ ประสิทธิภาพ ความชำนาญ และช่องทางการจัดจำหน่าย ก็จะส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งผ่านทางนายหน้าหรือผ่านผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีการส่งออกอยู่แล้ว โดยจะต้องเสียค่านายหน้าในการส่งออก การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการซื้อขายล่วงหน้าที่มีการเจรจาเงื่อนไขการซื้อขายเกี่ยวกับชนิด มาตรฐานคุณภาพ ปริมาณ ราคา การบรรจุหีบห่อ การส่งมอบ การชำระค่าสินค้า และเงื่อนไขพิเศษอื่นๆ การเจรจาดังกล่าวผู้ส่งออกอาจไม่มีสินค้าหรือวัตถุดิบสำหรับการผลิต เมื่อมีการตกลงกันแล้วจึงจัดหาวัตถุดิบเข้ามาผลิตหรือส่งมอบให้ลูกค้าในภายหลัง หรือผู้ส่งออกบางรายอาจมีสต็อกสินค้าอยู่บ้างก่อนการเจรจาซื้อขาย ดังนั้นการเจรจาทกลงราคาที่ซื้อขายของผู้ประกอบการกุ้งสดแช่เย็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูเห็นหน้าไปเว็บไซต์นี้เป็นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แข่งขันขึ้นอยู่กับความสามารถและความแม่นยำในการคาดการณ์แนวโน้มของปริมาณ และราคา กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในอนาคต และสภาวะต่างๆ ทั้งภายในประเทศและของคู่แข่งชั้นหลังจากที่มีการเจรจาเงื่อนไขการซื้อขายแล้ว ก็จะเป็นขั้นตอนของการชำระค่าสินค้า วิธีที่นิยมมากที่สุด คือ การชำระค่าสินค้าโดยการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต(Letter of Credit: L/C) ผู้ส่งออกสามารถนำ L/C ใช้เป็นหลักฐานในการขอกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ ที่เรียกว่า การขอ Packing Credit หรือ การค้ำประกันหนี้ (Insurance) เพื่อการส่งออกในกรณีที่ย้ายแบบ Documents against Acceptance (D/A) จากธนาคารเพื่อการส่งออก หรือ EXIM BANK นอกจากนี้ผู้ส่งออกสามารถ ค้ำประกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยทำ Forward กับธนาคารพาณิชย์ เพื่อประกันการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงไป

เมื่อผู้ส่งออกได้รับการขึ้นทะเบียน เป็นผู้ประกอบการผลิต เพื่อการส่งออกอาหารทะเล จากกรมประมงแล้ว การเตรียมกุ้งแช่เย็นแช่แข็งเพื่อการส่งออก จะต้องยื่นขอใบรับรองคุณภาพที่ กองวิเคราะหอาหารส่งออกกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข หรือกองควบคุม ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปสัตว์น้ำ กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข จะทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยผู้ส่งออกส่งตัวอย่างกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพื่อตรวจทางด้านกายภาพ เช่น มีอวัยวะครบถ้วน มี ลักษณะสมบูรณ์ตามมาตรฐานกำหนดหรือไม่ เป็นต้น ตรวจสอบปฏิชีวนะตกค้าง ตรวจทางจุลชีววิทยา ตรวจสารเคมี สารปนเปื้อน ตรวจน้ำหนัก ขนาด ฉลาก สำหรับการส่งออก ส่วนกรมประมงจะทำหน้าที่ในการตรวจสอบและออกใบรับรองสุขอนามัย โดยเจ้าหน้าที่สุ่มตัวอย่างจากโรงงานเพื่อ ตรวจวิเคราะห์เช่นเดียวกับกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

การปฏิบัติงานของกรมประมงนั้น ได้มีการจัดแบ่งมาตรฐานของโรงงานผู้ประกอบการ ออกเป็นระดับ A B และ C โดยอาศัยการพิจารณาจากความสะอาดของโรงงาน สุขลักษณะ ภายในโรงงาน และความสะอาดของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นเกณฑ์ ในการแบ่งมาตรฐานของโรงงานออกเป็นแต่ละระดับ โดยโรงงานที่กรมประมงอนุญาตให้ส่งออก ผลิตภัณฑ์ได้ จะต้องเป็นโรงงานที่ได้รับการจัดมาตรฐานด้านสุขอนามัยของโรงงานในระดับ A และ B เท่านั้น โดยกรมประมงจะจัดส่งบัญชีรายชื่อของผู้ผลิตสำหรับโรงงานที่ได้รับการจัด มาตรฐานทางด้านสุขลักษณะอยู่ในระดับ A และ B ดังกล่าว ให้แก่กรมศุลกากรในการพิจารณา ตรวจปล่อยสินค้า ส่วนโรงงานผู้ผลิตที่ได้รับการประเมินและตรวจสุขลักษณะโรงงานจากกรม ประมงในระดับ C จะต้องปรับปรุงสุขลักษณะขึ้นมาอยู่ในระดับที่ได้รับการประเมินในระดับ B เป็น อย่างต่ำ เป็นจำนวน 2 ครั้งติดต่อกัน จึงจะได้รับการพิจารณาจากกรมประมงปรับระดับมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของโรงงานขึ้นมาอยู่ในระดับ B จึงจะได้รับอนุญาตให้ส่งออกผลผลิตทันทีได้ โดยหน่วยงานทั้งสองดังกล่าวจะใช้ระยะเวลาในการวิเคราะห์ แล้วจึงแจ้งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวให้ผู้ผลิตทราบ หลังจากนั้นจะสามารถออกไปรับรองการวิเคราะห์ผลได้ภายใน 3 วัน หลังจากที่ได้รับคำร้องขอจากผู้ผลิต

ในปัจจุบันผู้ประกอบการและผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งได้รวมตัวกัน โดยเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารแช่เยือกแข็งไทย ซึ่งสมาคมฯได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่ผู้ส่งออกของไทย มีการประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่งออกโดยผ่านทางสมาคมฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของสภาวะการตลาด และแนวโน้มของราคา ผู้ประกอบการแต่ละรายกำหนดสำหรับการส่งออก ซึ่งมีความมุ่งหวังที่จะสร้างควมมีเสถียรภาพในการกำหนดราคาส่งออกของผู้ส่งออกแต่ละราย แต่จากจำนวนผู้ประกอบการที่มีอยู่มากมาย และแต่ละรายมีความแตกต่างกันในเรื่องของขนาดและต้นทุนในการดำเนินการ การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านราคาโดยผ่านทางสมาคมฯ จึงทำได้เพียงการพบปะพูดคุยระหว่างผู้ส่งออกเท่านั้น ทั้งนี้เพราะไม่มีผู้ส่งออกรายใดยอมแลกเปลี่ยนข่าวสารที่แท้จริงของตน กับผู้ส่งออกรายอื่นในการปฏิบัติจริงของการส่งออกก็จะมีราคาต่างกันระหว่างผู้ส่งออกที่ต่างมีความมุ่งหวังที่จะให้ตนเองสามารถส่งออกได้เท่านั้น ซึ่งผู้ส่งออกรายที่มีสินค้าหรือวัตถุดิบแล้วยอมได้เปรียบกว่ารายที่ยังไม่มีสินค้าหรือวัตถุดิบ เพราะสามารถทราบถึงต้นทุนที่แท้จริงของตนในขณะนั้น และสามารถกำหนดราคาขั้นต่ำสุดที่ตนเองสามารถส่งออกได้

ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการผู้ส่งออกกุ้งไทย

บริษัทผู้ผลิต และผู้ส่งออกกุ้งสด และกุ้งแช่เย็นแช่แข็ง ที่เป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนทั้งสิ้น 95 บริษัท บริษัทที่มีอายุกิจการมากที่สุดถึง 44 ปี คือ บริษัทสหพลห้องเย็น จำกัด ซึ่งจดทะเบียนกิจการเมื่อ พ.ศ. 2503 สำหรับผู้ส่งออกกุ้งที่เพิ่งจดทะเบียนกิจการเมื่อปี พ.ศ.2545 คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮ้ง ซีฟู๊ด โดยเฉลี่ยอายุกิจการของบริษัทส่งออกกุ้งไทยประมาณ 14.8 ปี (ตารางที่ 3.2) สำหรับเงินทุนจดทะเบียนของผู้ส่งออกเฉลี่ยประมาณ 92.17 ล้านบาท โดยบริษัทส่งออกที่มีทุนจดทะเบียนสูงสุดเท่ากับ 869 ล้านบาท คือ บริษัท ไทยยูเนียน โพรเซ้น จำกัด (มหาชน) และมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนต่อปีของผู้ส่งออกในปี พ.ศ. 2544 เฉลี่ยประมาณ 1,566.92 ล้านบาท สำหรับจำนวนพนักงานที่ผู้ส่งออกจ้างงานเฉลี่ยประมาณ 810 คนที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 ลักษณะทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไทย

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน
อายุของกิจการ (ปี)	44	1	14.80	8.49
เงินทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	869	1	92.17	124.25
ผลตอบแทนต่อปี(ล้านบาทปี 2544)	22,086	5	1,566.92	3,016.55
จำนวนพนักงาน (คน)	6,306	3	810.33	1,055.22

ที่มา: สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2546.

เมื่อพิจารณาประเภทธุรกิจของผู้ส่งออกกุ้งไทยจำนวน 95 ราย (ตารางที่ 3.3) พบว่า ร้อยละ 67.4 เป็นธุรกิจประเภทผู้ผลิตและผู้ส่งออก รองลงมาเป็นธุรกิจประเภทผู้ส่งออกอย่างเดียว ถึงร้อยละ 24.2 สำหรับประเทศหลักที่ส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของผู้ส่งออกไทยไปยังประเทศอเมริกา และญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 56.4 เมื่อเปรียบเทียบการส่งออกเฉพาะรายประเทศระหว่างสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 3.3 จำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจ และประเทศหลักที่ส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งของผู้ส่งออกกุ้งของไทย

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต	2	2.1
ผู้ส่งออก	23	24.2
ผู้ผลิตและผู้ส่งออก	64	67.4
อื่นๆ	6	6.3
รวม	95	100.0
ประเทศหลักที่ส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้ง	จำนวน	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	25	26.6
ญี่ปุ่น	8	8.5
สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น	53	56.4
อื่นๆ	8	8.5
รวม	95	100.0

ที่มา: สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2546. เอกสารนี้เป็นเอกสารทางวิชาการหรือเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และญี่ปุ่นแล้ว พบว่าตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดผลิตภัณฑ์หลักที่ผู้ส่งออกส่งผลิตภัณฑ์ไปขายมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมาร้อยละ 8.5 เป็นตลาดประเทศญี่ปุ่น

ขนาดธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง

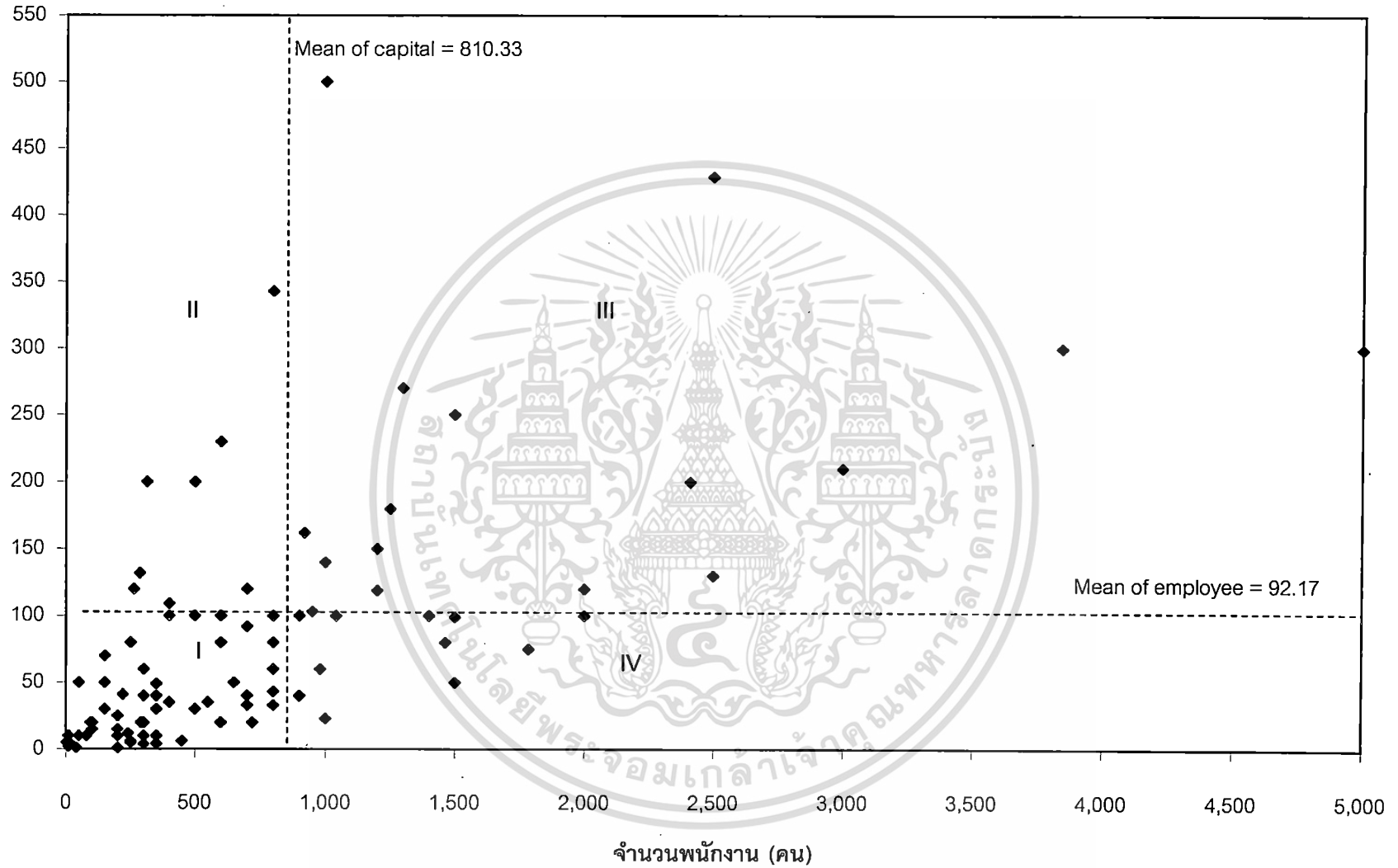
ผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดและกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทยที่เป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ปี พ.ศ. 2546 จำนวน 95 บริษัท เมื่อพิจารณาขนาดของธุรกิจจากเงินทุนที่จดทะเบียนและจำนวนพนักงานพบว่ามีขนาดแตกต่างกันมาก จากตารางที่ 3.2 พบว่าค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของเงินทุนจดทะเบียนของแต่ละบริษัท มีค่าอยู่ระหว่าง 1 ล้านบาทถึง 869 ล้านบาท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 92.17 ล้านบาท และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่สูงเท่ากับ 124.55 ล้านบาท ในขณะที่ค่าต่ำสุดของจำนวนพนักงานของแต่ละบริษัทมีค่าอยู่ระหว่าง 3 คนถึง 6,306 คน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 810 คน และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่สูงเท่ากับ 1,055.22 คน

ในการจัดแบ่งขนาดธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดและกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของไทย ในการศึกษาที่ใช้ตัวแปรเงินทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานของบริษัทมาเป็นเกณฑ์สำคัญร่วมกัน ในการจัดแบ่งขนาดออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยอาศัยค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้งสองมาแบ่งส่วนแผนภาพการกระจายเป็น 4 ส่วน (ภาพที่ 3.1) โดยกำหนดให้บริษัทที่ตกอยู่ในส่วนที่ I ของแผนภาพเป็นบริษัทขนาดเล็ก บริษัทที่ตกอยู่ในส่วนที่ II และ IV เป็นบริษัทขนาดกลาง และบริษัทในส่วนที่ III เป็นบริษัทขนาดใหญ่ ผลจากการคำนวณในตารางที่ 3.4 พบว่าค่าเฉลี่ยของเงินทุนจดทะเบียน และจำนวนพนักงานของบริษัทมีค่าเท่ากับ 92.17 ล้านบาท และ 810.33 คน ตามลำดับ จึงแบ่งขนาดธุรกิจของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งไทย จำนวน 95 บริษัท เป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เป็นจำนวน 55, 18 และ 22 บริษัท โดยพบว่าร้อยละ 57.9 ของบริษัททั้งหมดมีขนาดธุรกิจเล็ก ส่วนขนาดใหญ่รองลงมาร้อยละ 23.2

ตารางที่ 3.4 จำนวนและร้อยละของขนาดธุรกิจผู้ส่งออกกุ้งไทย

ขนาดธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเล็ก	55	57.9
ขนาดกลาง	18	18.9
ขนาดใหญ่	22	23.2
รวม	95	100.0

เงินทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)



ภาพที่ 3.1 ขนาดผู้ประกอบการส่งออกสูงสุดและคู่แข่งในไทย

สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

เนื่องจากภาวะตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย ขึ้นอยู่กับการผลิตของประเทศคู่แข่ง ดังนั้นผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยจึงต้องมีการติดตามข้อมูลของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปัจจุบันมีประเทศคู่แข่งหลายประเทศ ประกาศว่าจะก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งอันดับหนึ่งของโลก ดังเช่น ประเทศจีน เดิมนั้นการผลิตกุ้งของประเทศจีนประสบปัญหาโรคระบาดตัวแดงดวงขาว ผลผลิตได้รับความเสียหาย ทำให้ผลผลิตกุ้งที่เริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้นในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาลดลง และยังคงพึ่งพิงการนำเข้ากุ้งและผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจีนประกาศอย่างเป็นทางการที่จะหันมาส่งเสริมธุรกิจการเพาะเลี้ยงกุ้ง จึงคาดว่าผลผลิตกุ้งของจีนจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ในขณะที่ประเทศอินเดียมีนักลงทุนหลายกลุ่มเข้าไปลงทุนเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศอินเดีย แต่ในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศอินเดียยังคงควบคุมการเลี้ยงอย่างเข้มงวด เนื่องจากเกรงจะเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ประเทศเวียดนามมีนักลงทุนหลายประเทศสนใจเข้าเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนาม แต่การเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนามยังประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องมรสุมแถบชายฝั่งยาวนานถึงครึ่งปี ส่งผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจการเลี้ยงกุ้ง

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันธุรกิจการเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนามเป็นธุรกิจที่น่าสนใจอย่างมาก เนื่องจากรัฐบาลของประเทศเวียดนามมีการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งในพื้นที่น้ำจืดหลายจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศ และการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา โดยการชักชวนนักลงทุนชาวต่างชาติเข้าไปเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาจากเดิม ที่การเลี้ยงกุ้งส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงแบบธรรมชาติ จึงคาดว่าผลผลิตกุ้งในประเทศเวียดนามจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจการเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนามเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยสนับสนุน 2 ประการ คือ ประการแรกคือ การส่งเสริมจากรัฐบาลที่กำหนดโซนเลี้ยงกุ้งไม่ต่ำกว่า 630,000 เฮกเตอร์ (3.49 ล้านไร่) และมีการแก้ไขกฎหมายให้เอื้อต่อการลงทุนมากขึ้น เป็นผลให้มีประเทศได้หวัน สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ซึ่งมีความพร้อมในเรื่องเงินทุนเข้าไปลงทุนในกิจการเลี้ยงกุ้งกันอย่างมากมายในประเทศเวียดนาม ประการที่สอง คือ ต้นทุนการเลี้ยงกุ้งของประเทศเวียดนามต่ำกว่าประเทศไทย โดยการเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนามมีปัจจัยเกื้อหนุน คือ ค่าแรงงานของประเทศเวียดนามต่ำกว่าประเทศไทย ประเทศเวียดนามมีแหล่งน้ำจืดมากกว่า ซึ่งสามารถใช้เป็นที่เพาะเลี้ยงกุ้งได้ ราคาน้ำมันดีเซลที่ผู้เลี้ยงกุ้งต้องใช้สำหรับเครื่องตีน้ำเพื่อเพิ่มออกซิเจนให้บ่อเลี้ยงก็มีราคาถูกกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศเวียดนามยังมีห้องเย็นมากกว่า 200 แห่งแต่ที่ได้รับความนิยมจากประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และยุโรปมีประมาณ 30 แห่ง ซึ่งนับว่าเพียงพอที่จะรองรับผลผลิตกุ้งกุลาดำโดยเฉพาะกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเพื่อการส่งออก

นอกจากนี้ผู้เลี้ยงกุ้งในพื้นที่น้ำจืดของประเทศไทยรวมกลุ่มกัน เข้าไปลงทุนทำธุรกิจเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีผู้เลี้ยงกุ้งจากประเทศไทยเข้าไปบุกเบิกธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จ อีกทั้งนโยบายการห้ามเลี้ยงกุ้งในพื้นที่น้ำจืดของรัฐบาลไทยตามมาตรา 9 ของพระราชบัญญัติสิ่งแวดล้ม รวมทั้งการที่ตลาดสหภาพยุโรปยกเลิกการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป และในเดือนกรกฎาคม 2543 ประเทศเวียดนามและประเทศสหรัฐอเมริกาได้เซ็นสัญญาเรื่องลดภาษีนำเข้าจากร้อยละ 30 เหลือร้อยละ 10 คาดว่าจะมีผลทำให้กุ้งจากประเทศเวียดนาม โดยเฉพาะกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดสหรัฐอเมริกามีราคาถูกลง กุ้งของประเทศไทยจะถูกแย่งตลาด ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นตัวผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจเลี้ยงกุ้งในประเทศไทยหันไปลงทุนเลี้ยงกุ้งในประเทศเวียดนามเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นประเทศเวียดนามน่าจะเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวในการส่งออกกุ้งในตลาดสำคัญๆ โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาในระยะอีกประมาณ 3 ปีข้างหน้า ส่วนคู่แข่งที่สำคัญอีกประเทศหนึ่ง คือ ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาประมาณ 10 ปี ในการก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิต และผู้ส่งออกกุ้งอันดับหนึ่งของโลก โดยประเทศออสเตรเลียจัดว่ามีสภาพแวดล้อมที่ดีที่สุดในการเลี้ยงกุ้ง แต่ก็มีข้อจำกัดด้านอากาศที่หนาวเย็นเป็นบางช่วง ทำให้สามารถเลี้ยงกุ้งได้เพียง 1 ครั้งต่อปี อย่างไรก็ตามกุ้งจากประเทศออสเตรเลียเป็นกุ้งที่มีคุณภาพเมื่อส่งไปจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นแล้วมีราคาสูงกว่าไทยประมาณร้อยละ 20-30 ขณะเดียวกัน มีการนำเข้ากุ้งกุลาดำจากประเทศไทยไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในประเทศ ที่เป็นชาวเอเชียด้วยกัน ดังนั้นประเทศออสเตรเลียจึงเป็นทั้งคู่แข่งและคู่แข่งสำหรับสินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในปัจจุบัน

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้ได้แนวคิดทางทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางการค้าของ Michael E. Porter (1986) โดยแนวคิดดังกล่าวนี้ มีปัจจัยกำหนดบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ ด้วยกัน 6 ปัจจัย ซึ่งก่อให้เกิดเป็นระบบที่สมบูรณ์ โดยการศึกษาครั้งนี้ ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง จำนวน 9 ราย และข้อมูลทุติยภูมิประกอบการวิเคราะห์แต่ละปัจจัย ดังกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ

ปัจจัยการผลิตกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตทั่วไป และปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง ซึ่งปัจจัยการผลิตอย่างเดียวกัน อาจแบ่งได้เป็นทั้งปัจจัยการผลิตทั่วไปหรือปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุดิบกึ่ง

เมื่อพิจารณาต้นทุนและค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง ประกอบด้วยกึ่งสด ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากคิดเป็นร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิตรวม (ตารางที่ 3.5) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ปริมาณผลผลิตกึ่งรวมของ

ตารางที่ 3.5 ร้อยละของต้นทุนและค่าใช้จ่ายของอุตสาหกรรมกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ต้นทุนในการผลิต	ร้อยละ
กึ่งสด	70
ค่าจ้างแรงงาน	25
ค่าไฟฟ้าและน้ำมัน	3
ค่าดอกเบี๋ยจ่าย	1
อื่น ๆ เช่น วัสดุหีบห่อ	1
รวม	100

ที่มา: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2545

ไทยมีแนวโน้มลดลง และผลผลิตกึ่งส่วนใหญ่มาจากการเพาะเลี้ยง โดยการเพาะเลี้ยงกึ่งมีความผันผวนค่อนข้างสูงเนื่องจากมักจะประสบกับปัญหาโรคระบาดกึ่ง ปัญหามลภาวะทางน้ำตลอดจนปัญหาสารพิษตกค้างในกึ่งอยู่เป็นประจำแต่อย่างไรก็ตาม การเพาะเลี้ยงกึ่งของไทยได้เริ่มมีการพัฒนาจากการเลี้ยงแบบธรรมชาติ มาเป็นการเลี้ยงแบบกึ่งพัฒนามากขึ้น และเป็นการเลี้ยงกึ่งแบบพัฒนา ซึ่งในช่วงปีการผลิตหนึ่งๆ สามารถผลิตกึ่งได้ถึง 2 รอบ และมีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ส่งผลให้ผลผลิตกึ่งที่ได้เพิ่มมากขึ้น ฉะนั้น วัตถุดิบกึ่งนับเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญของอุตสาหกรรมกึ่งสดแช่แข็ง ปัจจุบันนี้การเพาะเลี้ยงกึ่งเป็นแบบพัฒนามีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนต่อไร่ที่เพิ่มสูงขึ้น โดยจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตกึ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายใหญ่ของโลก ดังนั้น วัตถุประสงค์จึงเป็นสภาพปัจจัยการผลิตในประเทศที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันในอุตสาหกรรมกึ่งสดแซ่แข็ง

2. เงินทุนหมุนเวียน

ธุรกิจแซ่แข็งต้องการเงินทุนหมุนเวียน เพื่อใช้จ่ายในการผลิตและการดำเนินงานต่างๆ เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็นต้น ความต้องการเงินทุนหมุนเวียนเกิดขึ้นเมื่อมีการผลิต แม้ว่าคำสั่งซื้อตามเล็ดเตอร์ออฟเครดิต (L/C) จะเข้ามาตลอดเวลาก็ตามแต่ช่วงเหลือมของเวลาทำให้กิจการต้องการเงินทุนหมุนเวียน ดังนั้น เงินทุนหมุนเวียนจึงนับเป็นปัจจัยการผลิตทั่วไปซึ่งประเทศไทยมีความเสียเปรียบในการแข่งขัน แม้ว่าทางรัฐบาลจะให้เงินสนับสนุนเพื่อใช้เงินเป็นเงินทุนหมุนเวียน โดยผ่านทางธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ร่วมกับธนาคารพาณิชย์ในรูปแบบแพ็คเกจเครดิต ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าในปัจจุบันปัญหาด้านสินเชื่อเพื่อการส่งออก หรือแพ็คเกจเครดิตดังกล่าว มิใช่เพียงพอสอดคล้องความต้องการของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ยังเพิ่มความเข้มงวดมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากฟาร์มผู้เพาะเลี้ยงกุ้งตลอดจนโรงงานได้ละเลยปัญหาสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดปัญหาสะสมอย่างต่อเนื่อง เช่น ปัญหาแหล่งเสื่อมโทรม ปัญหาการบุกรุกทำลายพื้นที่ป่าชายเลน สำหรับเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชีอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับวงเงินแพ็คเกจเครดิตทำให้การประกอบการมีต้นทุนทางการเงินสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลถึงต้นทุนสินค้า ดังนั้นปัจจัยเงินทุนหมุนเวียนในอุตสาหกรรมกึ่งสดแซ่แข็งจึงเป็นสภาพปัจจัยการผลิตในประเทศที่ไม่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันของอุตสาหกรรม

แต่อย่างไรก็ตามในอนาคตจากการที่องค์การค้าโลกออกมาตรการการค้าเสรีโดยห้ามรัฐบาลของประเทศสมาชิกทั้ง 134 ประเทศเข้ามาสนับสนุนภาคการเกษตรทำให้รัฐบาลจะต้องยกเลิกการให้เงินอุดหนุน ดังนั้นในอนาคตถ้ามาตรการดังกล่าวเริ่มมีผลบังคับใช้ก็จะส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินซึ่งได้แก่ดอกเบี้ยเงินกู้ของผู้ประกอบการสูงขึ้น เนื่องจากต้องใช้วงเงินแพ็คเกจเครดิตผ่านทางธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด โดยไม่ผ่านทางธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยทำให้ต้นทุนในรูปแบบของดอกเบี้ยสูงขึ้น

สภาวะอุปสงค์ในประเทศ

ปริมาณการบริโภคกุ้งภายในประเทศขึ้นกับปริมาณการผลิตในประเทศ และการส่งออกตลอดถึงราคาซื้อขายกุ้งด้วยการบริโภคในประเทศจะบริโภคเป็นกึ่งสดโดยแนวโน้มปริมาณเอกซาร์นี้เป็นเอกซาร์ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกซาร์ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กุ้งที่บริโภคในประเทศจะลดลงทุกปี ในขณะที่ทำการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการเพิ่มผลผลิตกุ้ง จึงเป็นการสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ในอดีตการบริโภคในประเทศ ประมาณร้อยละ 50 ของผลผลิตกุ้งทั้งหมด แต่ในระยะหลัง ๆ การบริโภคกุ้งในประเทศลดลงทั้งนี้ เนื่องจากผลของการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง ตลอดจนกุ้งกระป๋องเพิ่มมากขึ้นทำให้ปริมาณกุ้งที่นำมาจำหน่ายสดเพื่อบริโภคในประเทศลดลง จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าปัจจุบันร้อยละ 95 ของผลผลิตกุ้งทั้งหมดเป็นการส่งออก ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5 เป็นการบริโภคภายในประเทศในลักษณะกุ้งสด จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของไทยมีอุปสงค์ภายในประเทศ น้อยมากจนอาจกล่าวได้ว่าไม่มีอุปสงค์ในประเทศ ดังนั้น สภาวะอุปสงค์ของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งในประเทศจึงไม่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนในประเทศ

สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งนี้ก็คือวัตถุดิบกุ้ง ซึ่งอุตสาหกรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง คือ อุตสาหกรรมปลาป่น, ถั่วเหลือง และกากถั่วเหลือง, ข้าวโพด ซึ่งนำมาใช้เป็นอาหารในการเพาะเลี้ยงกุ้งที่ในสภาวะปัจจุบันผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอ จึงต้องการนำเข้ามาจากต่างประเทศส่งผลต่อต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมหอยเย็น ซึ่งนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันอุตสาหกรรมปลาป่น นับว่าเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศที่สำคัญเนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่ใช้เป็นอาหารกุ้ง แต่ปัจจุบันปลาทะเลที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตปลาป่นค่อนข้างขาดแคลน ทำให้ต้องนำเข้าปลาป่นจากต่างประเทศซึ่งราคามีแนวโน้มที่สูงขึ้น แม้ว่าภาครัฐบาลจะให้การนำเข้าเป็นไปโดยเสรีมากขึ้นก็ตาม ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรม ปลาป่นเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศ ที่ไม่ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ส่วนกากถั่วเหลือง และข้าวโพด นับเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศเนื่องจากใช้เป็นวัตถุดิบอาหารกุ้ง แม้ว่าผลผลิตในประเทศมีไม่เพียงพอซึ่งมีการนำเข้าต่างประเทศ แต่เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายการนำเข้าเสรีเมล็ดถั่วเหลืองและวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งจะให้มีปริมาณถั่วเหลือง และกากถั่วเหลืองและข้าวโพดมากพอกับความต้องการใช้ ทำให้ระดับราคาในประเทศมีแนวโน้มลดลงส่งผลต่อต้นทุนการเพาะเลี้ยงกุ้งที่ใช้ถั่ว

เหลือง และข้าวโพดเป็นอาหารกุ้งทำให้มีต้นทุนลดลง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ถั่วเหลือง กากถั่วเหลืองและข้าวโพด เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศไทยไม่เสียเปรียบในเชิงแข่งขัน

ในด้านอุตสาหกรรมห้องเย็นนับเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในประเทศ เนื่องจากปริมาณความต้องการใช้ห้องเย็นจะขึ้นอยู่กับปริมาณนำเข้า และส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง โดยเฉพาะกุ้งสดแช่แข็ง การที่สภาวะการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งมีแนวโน้มลดลงทำให้อัตราการใช้กำลังการผลิตของห้องเย็นลดลง ในขณะที่ต้นทุนอยู่ในเกณฑ์สูงโดยเฉพาะค่าพลังงาน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมห้องเย็นเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในประเทศที่มีจำนวนมากพอที่จะรองรับอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง จึงเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ยุทธการและโครงสร้างของบริษัท และสภาพการแข่งขันในประเทศ

โครงสร้างของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของไทย มีทั้งที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งแบ่งได้จากเงินทุนจดทะเบียนและจำนวนคนงาน เนื่องจากจากสถานการณ์ส่งออกกุ้งที่ซบเซาตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ.2538 มาจนถึงปี พ.ศ.2539 ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีผลการดำเนินงานที่ขาดทุนโดยหากพิจารณาถึงผลประกอบการปี พ.ศ. 2538 เทียบกับปี พ.ศ. 2539 พบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีรายชื่อในตลาดหลัก- ทรัพย์ มีผลการดำเนินงานที่ตกต่ำจากช่วงเดียวกันของปี พ.ศ.2538 เนื่องจากภาวะการแข่งขันของการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งมีสูงมาก และสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาส่งผลให้ปี พ.ศ. 2539 บริษัทมีต้นทุนขายที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากช่วงต้นปี พ.ศ.2539 อุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงกุ้งต้องประสบกับปัญหาโรคระบาดในช่วงไตรมาสสองของปี ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ทำให้บริษัทผู้ประกอบการต้องประสบปัญหากำไรลดต่ำลง เป็นผลต่อเนื่องจาก คุณภาพของดินและน้ำ มลภาวะสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการใช้สารเคมียาปฏิชีวนะไม่ถูกวิธี ทำให้กุ้งตายเป็นจำนวนมากในช่วงไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2539 ส่งผลให้ต้นทุนขายสูงขึ้นเพราะต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นด้วย และภาวะตลาดส่งออกที่ซบเซาเนื่องจากปัญหาสินค้าราคาแพงและไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซียและอินเดียได้ทำให้ผู้ประกอบการต้องประสบปัญหากำไรลดต่ำลง บางรายก็ประสบปัญหาขาดทุนต้องปิดกิจการ นอกจากนี้ปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องประสบก็คือ ปัญหาการกีดกันทางการค้าและปัญหาวัตถุดิบผลิตอาหารกุ้งมีราคาสูงขึ้น ค่าแรงงานเพิ่มขึ้น และมูลค่าการลงทุนอื่น ๆ สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2539 ได้เกิดกรณีพิพาทเกี่ยวกับการทำประมงนอกน่านน้ำอาณาเขตระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยปัญหาข้อพิพาทน่านน้ำที่เกิดขึ้นอาจจะส่งผลต่อการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศได้ผู้ประกอบการธุรกิจประมงหลายรายจึงได้เริ่มปรับตัวด้วยการกระจายความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับธุรกิจ เช่น การขยายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์กว่า การลดกำลังการผลิตลงหรือการขยายการลงทุนไปยังธุรกิจประเภทอื่น เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากไม่แน่ใจว่าการแก้ปัญหาจะต้องใช้เวลานานเพียงใด เพราะเป็นปัญหาระหว่างประเทศ และเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งแนวโน้มการปรับตัวเช่นนี้ได้เกิดขึ้นมาประมาณ 3 - 4 ปีก่อนหน้าปัญหาค้างนี้ เนื่องจากเห็นได้ชัดเจนว่าความได้เปรียบด้านวัตถุดิบและแรงงานของไทยลดลงเป็นลำดับ โดยจากปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการได้มีการปรับทิศทางธุรกิจ

แต่อย่างไรก็ตามปัญหาข้อพิพาทนี้ เป็นเพียงผลกระทบทางอ้อมต่ออุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบกุ้งส่วนใหญ่ได้จากการเพาะเลี้ยงในประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยในช่วงปี 2539 ได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการเพาะเลี้ยงกุ้งซึ่งในช่วงเริ่มต้นผลผลิตกุ้งที่ได้จะต่ำกว่าปกติโดยโรงงานบางแห่งต้องลดลงกำลังการผลิต การขาดแคลนวัตถุดิบส่งผลให้โรงงานแย่งกันซื้อถึงบ่อเลี้ยงกุ้งส่งผลให้ราคากุ้งปรับตัวสูงขึ้นในระดับใกล้เคียงกับราคาส่งออก ทำให้โรงงานจำนวนมากตัดสินใจลดกำลังการผลิตในช่วงปี 2540 ขณะเดียวกันสถานการณ์เศรษฐกิจที่ตกต่ำ ภาวะค่าเงินเยนอ่อนตัวประกอบกับราคากุ้งของไทยที่สูงกว่าอินโดนีเซียและอินเดีย ดังนั้นประเทศญี่ปุ่นจึงนำเข้าจากประเทศที่ราคาขายต่ำกว่า

จากสถานการณ์เช่นนี้ทำให้โรงงานผู้ประกอบการ เกิดจุดเปลี่ยนในธุรกิจจากที่เคยมีตลาดเป็นหัวใจสำคัญมาเป็นให้ความสำคัญกับวัตถุดิบเป็นหลัก ทั้งนี้เนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบกุ้งมาป้อนโรงงานทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิต วางแผนการตลาดในระยะยาวได้ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ อย่างที่เคยทำมาในอดีตได้ ดังนั้น ยุทธการและโครงสร้างของบริษัท และสภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของไทย นับว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการมีการแข่งขันในประเทศสูงจึงทำให้ต้องพัฒนาประสิทธิภาพของตนเอง แม้การที่ต้องประสบกับสถานการณ์ปัญหาต่าง ๆ ข้างต้นแต่ผู้ประกอบการก็ยังคงมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของบริษัท เช่น การผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มการร่วมทุนกับผู้ประกอบการต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้ในปัจจุบันวัตถุดิบจะเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อธุรกิจ แต่ได้มีการแก้ไขปัญหาคารขาดแคลนวัตถุดิบอย่างจริงจังในระยะยาว

เหตุสุตวิสัย

เหตุสุตวิสัย ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง คือ สภาวะฝนตกหนักและสภาวะน้ำท่วม เนื่องจากพื้นที่แหล่งวัตถุดิบกุ้งส่วนมากอยู่ในภาคใต้ ในช่วงที่ฝนตกหนักมาก แต่อย่างไรก็ตามปัญหาเหล่านี้ขึ้นอยู่กับว่าจะนานเท่าใด และปีใดฝนจะตกหนักจนทำให้เกิดสภาวะน้ำท่วมซึ่งเหตุสุตวิสัย นับว่าเป็นสาเหตุที่สร้างความเสียหายเปรียบในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยังพบว่า เหตุสุตวิสัยที่เกิดขึ้น ได้แก่ โรคระบาดกุ้งซึ่งนำความเสียหายมาสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงอันจะมีผลต่อผลผลิตกุ้งที่นำมาเป็นวัตถุดิบ นอกจากนี้ปรากฏการณ์เอลนีโยยังถือว่าเป็นเหตุสุตวิสัยอีกปัจจัยหนึ่งด้วย เนื่องจากกุ้งเป็นสัตว์ที่ค่อนข้างอ่อนไหวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ปรากฏการณ์เอลนีโยเป็นปรากฏการณ์ที่ฝนตกผิดฤดู และมีฤดูหนาวที่ยาวนานซึ่งจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสน้ำอุ่นและกระแสน้ำเย็น ทำให้กุ้งที่จับได้มีขนาดไม่โต แต่เนื่องจากผลผลิตกุ้งของไทยประมาณร้อยละ 70 มาจากการเพาะเลี้ยง ปรากฏการณ์เอลนีโยจึงไม่มีผลกระทบมากนัก ฉะนั้น เหตุสุตวิสัยจึงมีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบแข่งขันของประเทศ เพราะเหตุสุตวิสัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันของอุตสาหกรรม ประเทศจะประสบความสำเร็จจากประโยชน์ของเหตุสุตวิสัย ได้แก่ ประเทศที่มีปัจจัยที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันสอดคล้องกับเหตุสุตวิสัยนั้น แต่จากการศึกษาพบว่า เหตุสุตวิสัยที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งไทย ได้แก่ ภัยธรรมชาติ โรคระบาดกุ้งและปรากฏการณ์เอลนีโย ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นเหตุสุตวิสัย ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันในทางที่ไม่ช่วยส่งเสริมปัจจัยดังกล่าว

รัฐบาล

ในระบบเศรษฐกิจเปิดที่มีการค้าระหว่างประเทศเป็นสิ่งเชื่อมโยงถึงกันทั่วโลก โดยในปัจจุบันระบบการค้าระหว่างประเทศได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น สินค้ามีความซับซ้อนมากขึ้นมีความต้องการผลิตภัณฑ์มากขึ้น จำนวนผู้ผลิตมีเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรง ดังนั้น เพียงแต่นโยบายบริษัทอย่างเดียวคงไม่สามารถที่จะแข่งขันผู้ผลิตรายอื่น ๆ ในต่างประเทศได้ การเข้ามามีบทบาทของภาครัฐบาลในการสนับสนุนนโยบายทางการค้าของประเทศในแต่ละอุตสาหกรรมจึงมีอิทธิพลอย่างมาก ที่จะผลักดันให้ผู้ประกอบการเอสามารถแข่งขันได้ซึ่งนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งมีดังนี้ 1. ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. นโยบายด้านการผลิต

นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 ได้กำหนดให้มีแผนการพัฒนาเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ แผนงานประมงน้ำจืดในความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และจัดตั้งโครงการสี่ประสาน ได้แก่ ภาครัฐบาล ภาคเอกชน เกษตรกร ตลอดจนสถาบันการเงินเข้ามาร่วมลงทุนโดยดำเนินการเพาะเลี้ยงกุ้งแบบครบวงจร ตั้งแต่การเพาะพันธุ์ลูกกุ้ง การเพาะเลี้ยงกุ้ง การแปรรูปจนถึงการส่งออกซึ่งภาคเอกชนที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าว เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์ จำกัด บริษัท แหลมทอง จำกัด เป็นต้น นอกจากนี้ยังจัดให้มีการจดทะเบียน ฟาร์ม กุ้งโดยมีกรมประมงเป็นผู้ดำเนินการ จึงนับได้ว่านโยบายดังกล่าวของรัฐบาลเป็นการเสริมสร้าง และรักษาภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศซึ่งจะทำให้รักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของประเทศ

แต่จากการที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้ระงับการเพาะเลี้ยงกุ้งในพื้นที่น้ำจืด ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 20 ของพื้นที่เพาะเลี้ยงทั้งหมด ซึ่งจะส่งผลทำให้ผลผลิตกุ้งลดลงจึงนับได้ว่านโยบายดังกล่าวของรัฐบาลของรัฐบาลเป็นอุปสรรคต่อสภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งแช่แข็งของประเทศ

2. นโยบายด้านการตลาดและการส่งออก

รัฐบาลมีนโยบายขยายตลาดและปกป้องตลาดการค้าต่างประเทศ โดยมีมอบหมายให้กรมเศรษฐกิจ กระทรวงต่างประเทศเป็นผู้ดำเนินการ สำหรับนโยบายส่งเสริมการส่งออก เช่น การยกเว้นอากรขาออก ภาษีการค้าและภาษีนำรูปเทศบาล ซึ่งจากเดิมคิดอัตราร้อยละ 1.65 โดยผู้ส่งออกต้องแจ้งความจำนงต่อกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์และอยู่ในบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกเพื่อแจ้งให้กรมศุลกากรทราบต่อไป จึงนับได้ว่านโยบายดังกล่าวของรัฐบาล เป็นการเสริมสร้าง และรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศในด้านยุทธการ และโครงสร้างของบริษัทและสภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง

3. นโยบายด้านการค้า

มาตรการทางการค้าในเรื่องการกำหนดเรื่องหนังสือรับรอง ที่ต้องแสดงต่อพนักงานศุลกากรในการส่งออกสินค้าไปนอกราชอาณาจักรโดยกระทรวงพาณิชย์ สำหรับการวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพสินค้าโดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์และรับรองสุขภาพลักษณะของโรงงาน มีกรมประมงเป็นผู้รับผิดชอบซึ่งนโยบายดังกล่าวของรัฐบาล เป็นการเสริมสร้างและรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศในด้านยุทธการ และโครงสร้างของบริษัทและสภาพการแข่งขันในประเทศของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. นโยบายด้านภาษี

กำหนดให้นำเข้ากุ้งเสียบากรเข้ากรณีนำเข้ามาเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อส่งออก จะได้รับคืนเมื่อส่งออก อีกทั้งไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรจากกุ้งที่จับโดยเรือประมงไทยและที่จับโดยเรือประมงภายใต้สัญญาความร่วมมือทางการประมงระหว่างประเทศที่นำเข้าเพื่อการผลิต ส่วนกรณีส่งออกไม่ต้องเสียภาษีแต่อย่างใด

นอกจากนี้ยังได้มีการกำหนดมาตรการนำเข้า ปลาป่น ถั่วเหลือง ข้าวโพดโดยเสรีมากขึ้น อีกทั้งยังมีการประกาศใช้นโยบายนำเข้าเสรีวัตถุดิบอาหารสัตว์ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนในการเพาะเลี้ยงกุ้ง นโยบายดังกล่าวของรัฐบาลเป็นการเสริมสร้างและรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศไทยในด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนในประเทศของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง ดังนั้นภาครัฐบาลมีผลต่อปัจจัยกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งทั้ง 4 ปัจจัยได้แก่ สภาวะปัจจัยการผลิตในประเทศ สภาวะอุปสงค์ในประเทศ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง และสนับสนุนในประเทศยุทธการและโครงสร้างของบริษัท และสภาพการแข่งขันในประเทศ โดยนโยบายของรัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้าง และรักษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาในบทนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนที่สำคัญ กล่าวคือ ส่วนแรก เป็นการศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง และส่วนที่สองกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย และส่วนสุดท้ายของการศึกษาในบทนี้ เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรความได้เปรียบแข่งขัน และตัวแปรคุณลักษณะของบริษัท ที่มีต่อยอดขายต่อปีของอุตสาหกรรมกุ้ง

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง

จากการสำรวจตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไทย จำนวน 15 ราย พบว่าอายุเฉลี่ยของกิจการเท่ากับ 14 ปี มีเงินทุนจดทะเบียนเฉลี่ยเท่ากับ 148.8 ล้านบาท เมื่อพิจารณา มูลค่าซื้อขายหมุนเวียนต่อปีของกิจการ (ปี พ.ศ. 2544) เฉลี่ยเท่ากับ 1,930.83 ล้านบาท และผู้ประกอบการจ้างพนักงานในการดำเนินธุรกิจเฉลี่ยเท่ากับ 1,366 คน ในด้านการดำเนินธุรกิจพบว่าตัวอย่างผู้ประกอบการร้อยละ 73.3 เป็นผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปจำหน่ายทั้งในประเทศอเมริกาและญี่ปุ่น มีเพียง ร้อยละ 13.3 ที่ส่งออกไปจำหน่ายเฉพาะในสหรัฐอเมริกาหรือญี่ปุ่น เพียงประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยพบว่าร้อยละ 80 ของตัวอย่างทั้งหมดประกอบกิจการทั้งเป็นผู้ผลิตและส่งออกสำหรับขนาดของธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้ง

ในการศึกษาความได้เปรียบแข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ได้ทำการวิเคราะห์ถึงระดับความสามารถแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยใช้เครื่องมือที่มีชื่อว่า ผลรวมปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Internal Factor Analysis Summary, IFAS) และผลรวมปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Factor Analysis Summary, EFAS) ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์ความสามารถแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ความสามารถแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ และส่วนสุดท้ายเป็นความสามารถแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศของแต่ละผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์

ผู้ประกอบการธุรกิจกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง จะแข่งขันกับคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกันทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศได้นั้น ความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายในไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านการดำเนินการและการจัดการ ต้องมีความพร้อมและสามารถแข่งขันได้ จากการศึกษาสามารถวิเคราะห์ให้เห็นถึงความสามารถเชิงแข่งขัน จากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งได้ดังนี้

1. ระดับความสำคัญ (Important level) ของแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์

ด้านการผลิต ปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ได้แก่ ปัจจัยในเรื่องของวัตถุดิบ แรงงานที่ใช้ในการผลิต เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต และต้นทุนการผลิต จากการศึกษาพบว่า บริษัทจะให้ความสำคัญกับปัจจัยวัตถุดิบ แรงงานที่ใช้ในการผลิต และต้นทุนการผลิต แตกต่างกันไปตามแต่ขนาดของการผลิต และความได้เปรียบในแต่ละปัจจัยของแต่ละบริษัทแต่ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มาก”

ด้านการตลาด การศึกษาใช้ปัจจัยเรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคาของ ผลิตภัณฑ์ การบริหารการขนส่งสินค้า การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ บรรลุภัณฑ์ การวางแผนทางการตลาด การวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ส่วนใหญ่บริษัทส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งจะให้ความสำคัญด้านการตลาด ในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มาก” จะขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัทว่ามีนโยบายด้านการตลาดเป็นไปในด้านใดและเน้นในตลาดใด เพราะว่านโยบายด้านการตลาดมีผลมากต่อส่วนแบ่งตลาด

ด้านการเงิน ใช้ปัจจัยในเรื่องของแหล่งที่มาของเงินทุน ความสามารถในการทำกำไร อัตราการเติบโตของรายได้ การจัดการสภาพคล่อง และการบริหารความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ผลการศึกษาพบว่า มีกลุ่มบริษัท ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง ที่ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ด้านการเงินในทุกปัจจัยอยู่ในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” นั้นหมายความว่า กลุ่มบริษัทนั้นจะต้องดำเนินนโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวัง และมีกลุ่มบริษัทกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งที่ได้ให้ระดับความสำคัญในปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ด้านการเงินในระดับ “ปานกลาง” ซึ่งให้เห็นโดยนัยว่า กลุ่มบริษัทนั้นมีความง่ายในการได้มาของแหล่งเงินทุน และมักจะดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะความเสี่ยง แต่บริษัทผู้ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการเงินในระดับมาก แสดงว่าส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะความเสี่ยงที่น้อยและรอบคอบ บริษัทผู้ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งทั้งหมดให้

ความสำคัญแก่ปัจจัยอัตราการเติบโตของรายได้ และปัจจัยความสามารถในการทำกำไรไว้ในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” เกือบทุกบริษัท ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัทผู้ส่งออกทุกบริษัทยังคงมีความต้องการผลกำไรจากการดำเนินกิจการสูงสุดอยู่

ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ในการศึกษาเนื้อหาเรื่องของการสรรหาและแต่งตั้งระบบเงินเดือนและสวัสดิการ การสร้างแรงจูงใจ การฝึกอบรมพนักงาน ประสิทธิภาพของพนักงาน ความรู้ความสามารถของพนักงาน การประเมินผลงาน มาเป็นปัจจัยใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มากที่สุด” แสดงให้เห็นว่าทุกบริษัทให้ความสนใจและเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลของแต่ละบริษัท รวมถึงมีความเข้าใจ ในเรื่องการสร้างแรงจูงใจ และมีการศึกษาอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการดำเนินการและการจัดการ การศึกษาได้ใช้ปัจจัยในเรื่องของการแบ่งงานและการมอบหมายงาน การติดต่อสื่อสารและการประสานงาน การวางกลยุทธ์ การติดตามประเมินผล โครงสร้างขององค์กร วิสัยทัศน์และนโยบายของผู้บริหาร ความรู้ความสามารถของทีมบริหาร ประสิทธิภาพของทีมบริหาร ประสิทธิภาพของทีมปฏิบัติการ และการทำงานเป็นทีม เป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกสูงสุดแต่เย็นแต่แข็ง ผลการศึกษาพบว่า บริษัทสูงสุดแต่เย็นแต่แข็งได้ให้ระดับความสำคัญในระดับ “ปานกลาง” กับ “มาก” แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของบริษัท ถ้าบริษัทใหญ่จะมีความได้เปรียบทั้งในด้านการประหยัดต่อขนาด และมีวิทยาการอันทันสมัย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี เครื่องจักรกลในการประกอบการ

เมื่อนำค่าระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ของแต่ละบริษัทที่ส่งออกสูงสุดแต่เย็นแต่แข็งไปต่างประเทศมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย (ตารางที่ 4.1) เพื่อที่จะได้ทราบถึงระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยเฉลี่ยที่ผู้บริหารทั้ง 15 บริษัทได้ให้ค่าไว้ จากนั้นจะนำผลจากการคำนวณค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย (Mean of Important Level) ของแต่ละปัจจัยทั้งหมด 35 ปัจจัยมารวมกัน ซึ่งเท่ากับ 24.933 แล้วหาค่าถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Average Weighted) ซึ่งค่าถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยที่ได้ จะชี้ให้เห็นถึงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยภายในกลุ่มของปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ ซึ่งอันดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยนั้น จะมีลักษณะไปในทิศทางเดียวกับค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย กล่าวคือ ปัจจัยใดที่ได้โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริหารให้ระดับความสำคัญมากก็จะทำให้ปัจจัยนั้นมีความสำคัญเหนือกว่าปัจจัยอื่นที่ได้โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริหารให้ระดับความสำคัญน้อยกว่าพบว่าปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นภายในกลุ่มคือ ปัจจัยด้านวัตถุดิบและปัจจัยด้านแรงงานซึ่งมีค่าถ่วง

น้ำหนักเท่ากับ 0.0337 ซึ่งเกิดจากการนำค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย (0.840) คูณด้วยค่าระดับการคำนวณน้ำหนักนี้เองทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญเฉลี่ยโดยรวม (24.933) และปัจจัยในเรื่องของการประเมินผลงานจะมีความสำคัญน้อยที่สุดในกลุ่มของปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ เพราะมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.0230 ซึ่งเกิดจากการนำค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย (0.573) หารด้วยค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยโดยรวม (24.933)

2. ความสามารถ (Capability Level) ของแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์

ผู้บริหารธุรกิจในแต่ละบริษัท จะให้ระดับความสามารถในแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์มีจำนวน ทั้งหมด 35 ปัจจัย (ตารางที่ 4.1) ซึ่งก็เปรียบเสมือนนิกิจการประเมินความสามารถในเชิงแข่งขันของบริษัทในธุรกิจระหว่างประเทศจากปัจจัยภายในว่า ในขณะที่บริษัทของตนเองมีความสามารถอยู่ในระดับใด เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น ๆ ในธุรกิจเดียวกัน ผลการศึกษา พบว่าบริษัทมี 18 ปัจจัย ที่ถือว่ามีความสามารถเด่นมาก ส่วนความสามารถในระดับปานกลางมี 16 ปัจจัยและมีเพียง 1 ปัจจัยที่มีความสามารถระดับด้อย คือ ต้นทุนการผลิต

3. ระดับความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อนำค่าระดับความสามารถในแต่ละปัจจัยที่ผู้บริหารได้ประเมินเอาไว้มาทำการหาผลคูณกับค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย จะได้ค่าระดับความสามารถถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเมื่อนำค่าที่ได้ 35 ค่า จากปัจจัยทั้งหมด 35 ปัจจัยมารวมกันแล้วเทียบส่วนร้อยละออกมา จะได้ค่าความสามารถของบริษัทผู้ส่งออกสูงสุดแช่เย็นแช่แข็งที่พิจารณาจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (Internal Strategic Factor: ISF) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ร้อยละ 70.52 (ดูตารางผนวกที่ 1 ในภาคผนวก ข)

ความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์

เมื่อพิจารณาจากปริมาณส่งออกสูงสุดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปประเทศคู่ค้า พบว่าตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นเป็นตลาดที่นำเข้าสูงสุดแช่เย็นแช่แข็งเป็นมูลค่าสูง และไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในดังกล่าวเป็นอันดับต้นๆ ด้วยสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในการทำการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าดังกล่าว เป็นปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ที่บริษัทส่งออกสูงสุดแช่เย็นแช่แข็งจะต้องเผชิญ ซึ่งในบางครั้งสถานการณ์ก็เอื้อให้การค้าเป็นไปได้ด้วยดี แต่ในบางครั้งสถานการณ์ก็ทำให้การค้าหยุดชะงัก ผู้บริหารธุรกิจได้ใช้ประสบการณ์ในการทำการค้ากับประเทศดังกล่าวในการให้ระดับความสำคัญ และระดับโอกาสในแต่ละปัจจัยที่ก่อให้เกิดสถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งผลการสำรวจจะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

ตารางที่ 4.1 ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจส่งออกกุ้งของไทย

ปัจจัย ที่	ปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์	ผลรวม ระดับ คะแนน	ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน ของระดับความสำคัญ	ค่าถ่วงน้ำหนักของระดับ คะแนนของระดับ ความสำคัญ	อันดับ ที่	ระดับ ความสามารถ
1	วัตถุดิบ	12.60	0.840	0.0337	1	ดีมาก
2	แรงงานที่ใช้ในการผลิต	12.60	0.840	0.0337	1	ดีมาก
3	เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	11.40	0.760	0.0305	6	ดีมาก
4	ต้นทุนการผลิต	10.40	0.693	0.0278	9	ดี
5	คุณภาพผลิตภัณฑ์	10.80	0.720	0.0289	8	ดีมาก
6	ราคาของผลิตภัณฑ์	10.60	0.707	0.0283	9	ดีมาก
7	การบริหารการขนส่งสินค้า	10.60	0.707	0.0283	8	ดีมาก
8	การส่งเสริมการขาย	11.20	0.747	0.0299	5	ปานกลาง
9	การประชาสัมพันธ์	9.40	0.627	0.0251	14	ปานกลาง
10	บรรจุภัณฑ์	8.40	0.560	0.0225	15	ปานกลาง
11	การวางแผนแบ่งทางการตลาด	11.00	0.733	0.0294	7	ปานกลาง
12	การวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย	11.40	0.760	0.0305	6	ดีมาก
13	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	10.80	0.720	0.0289	7	ปานกลาง
14	แหล่งที่มาของเงินทุน	11.40	0.760	0.0305	6	ปานกลาง
15	ความสามารถในการทำกำไร	11.40	0.760	0.0305	4	ดีมาก
16	อัตราการเติบโตของรายได้	12.40	0.827	0.0332	2	ดีมาก
17	การจัดการสภาพคล่อง	10.60	0.707	0.0283	9	ดีมาก
18	การบริหารความเสี่ยง	12.00	0.800	0.0321	4	ปานกลาง
19	การสรรหาและแต่งตั้ง	9.80	0.653	0.0262	13	ปานกลาง
20	ระบบเงินเดือนและสวัสดิการ	12.00	0.800	0.0321	3	ดีมาก
21	การสร้างแรงจูงใจ	10.20	0.680	0.0273	10	ดีมาก
22	การฝึกอบรมพนักงาน	10.80	0.720	0.0289	7	ดีมาก
23	ประสิทธิภาพของพนักงาน	11.00	0.733	0.0294	8	ปานกลาง
24	ความรู้ความสามารถของพนักงาน	10.40	0.693	0.0278	10	ปานกลาง
25	การประเมินผลงาน	8.60	0.573	0.0230	16	ปานกลาง
26	การแบ่งงานและมอบหมายงาน	10.20	0.680	0.0273	11	ปานกลาง
27	การติดต่อสื่อสารและการประสานงาน	10.00	0.667	0.0267	11	ปานกลาง
28	การวางกลยุทธ์	10.60	0.707	0.0283	9	ปานกลาง
29	การติดตามประเมินผล	8.80	0.587	0.0235	15	ปานกลาง
30	โครงสร้างขององค์กร	10.00	0.667	0.0267	12	ดีมาก
31	วิสัยทัศน์และนโยบายของผู้บริหาร	10.20	0.680	0.0273	11	ดีมาก
32	ความรู้ความสามารถของทีมบริหาร	9.60	0.640	0.0257	12	ดีมาก
33	ประสบการณ์ของทีมบริหาร	10.60	0.707	0.0283	9	ดีมาก
34	ประสบการณ์ของทีมปฏิบัติการ	10.80	0.720	0.0289	8	ปานกลาง
35	การทำงานเป็นทีม	11.40	0.760	0.0305	6	ดีมาก
	รวม	374.00	24.933	1.0000		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา: จากการศึกษาของ
 ไม่ว่าการณ์ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ระดับความสำคัญ (Important Level) ของแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์

ด้านสภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไป การศึกษาได้ใช้ปัจจัยเรื่องของอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอเมริกาและญี่ปุ่น อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศตามข้อตกลงทางการค้าที่ได้กระทำระหว่างประเทศคู่ค้ากับบริษัทในไทยและรายได้ต่อหัวของประชากรชาวอเมริกัน และญี่ปุ่นเป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ซึ่งผลพบว่า ทุกบริษัทส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยดังกล่าวในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” ที่เป็นเช่นนี้เพราะกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งจัดเป็นสินค้าที่มีราคาสูง ทำให้ปัจจัยในด้านเศรษฐกิจโดยทั่วไปจะมีผลอย่างยิ่งกับปริมาณการส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย

ด้านกฎหมายและการเมือง ในการศึกษาปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ได้แก่ เรื่องของการสนับสนุนจากรัฐบาลไทย แนวนโยบายของรัฐบาลอเมริกา และญี่ปุ่นต่อธุรกิจกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็ง เสถียรภาพของรัฐบาลประเทศคู่ค้า และผลกระทบจากองค์การการค้าระหว่างประเทศ บริษัทส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยดังกล่าวในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มาก”

ด้านสังคม ได้ใช้ปัจจัยเรื่องของอัตราการเจริญเติบโตของประชากรชาวอเมริกันและญี่ปุ่น การศึกษาของประชากร อัตราค่าแรงในประเทศไทย อัตราการว่างงานในประเทศคู่ค้าเป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก ทั้งนี้บริษัทส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยดังกล่าวในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มาก”

ด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นำเอาปัจจัยเรื่องของการติดต่อสื่อสารระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้า ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การจัดหาและถ่ายทอดเทคโนโลยี มาเป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก บริษัทส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยดังกล่าวในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มาก”

ด้านสภาพการแข่งขัน ในการศึกษาได้นำปัจจัยเรื่องของการเจริญเติบโตของธุรกิจส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งในตลาดประเทศคู่ค้า ความรุนแรงในการแข่งขัน จำนวนคู่แข่ง ขนาดคู่แข่ง พลังของคู่แข่ง ความยากง่ายในการเข้ามาในธุรกิจ อำนาจการต่อรองของลูกค้า และอำนาจการต่อรองของผู้ส่งออก นับว่าเป็นปัจจัยที่ใช้วัดความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก บริษัทส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยดังกล่าวในระดับ “ปานกลาง” ถึง “มาก”

เมื่อนำระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ของแต่ละบริษัทแล้ว จึงนำมารวมกัน เพื่อหาค่าเฉลี่ย ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยเฉลี่ยที่ผู้บริหารทั้ง

ตารางที่ 4.2 ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจส่งออกกุ้งของไทย

ปัจจัย ที่	ปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์	ผลรวม ระดับคะแนน	ค่าเฉลี่ยของระดับ คะแนน ของระดับ ความสำคัญ	ค่าถ่วงน้ำหนักของ ระดับคะแนนของ ระดับความสำคัญ	อันดับ ที่	ระดับ โอกาส
1	อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ	12.00	0.800	0.0649	2	มาก
2	อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	12.40	0.827	0.0670	1	ปานกลาง
3	รายได้ต่อหัวของประชากรประเทศคู่ค้า	12.00	0.800	0.0649	2	ปานกลาง
4	การสนับสนุนจากรัฐบาลไทย	10.40	0.693	0.0562	9	ปานกลาง
5	แนวนโยบายของรัฐต่ออุตสาหกรรม	10.60	0.707	0.0573	8	ปานกลาง
6	เสถียรภาพของรัฐบาลประเทศคู่ค้า	11.80	0.787	0.0638	3	ปานกลาง
7	ผลกระทบจากองค์การการค้าระหว่างประเทศ	11.00	0.733	0.0595	5	ปานกลาง
8	อัตราการเจริญเติบโตของประชากร	10.20	0.680	0.0551	10	ปานกลาง
9	การศึกษาของประชากรในประเทศคู่ค้า	10.20	0.680	0.0551	10	ปานกลาง
10	อัตราค่าแรงในประเทศไทย	10.80	0.720	0.0584	7	น้อย
11	อัตราการว่างงานในประเทศคู่ค้า	10.60	0.707	0.0573	8	ปานกลาง
12	การติดต่อสื่อสารระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้า	11.00	0.733	0.0595	6	มาก
13	ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	10.40	0.693	0.0562	9	มาก
14	การจัดหาและถ่ายถอดเทคโนโลยี	10.20	0.680	0.0551	10	ปานกลาง
15	การเจริญเติบโตอุตสาหกรรมในประเทศคู่ค้า	10.40	0.693	0.0562	8	มาก
16	ความรุนแรงในการแข่งขัน	10.40	0.693	0.0562	9	ปานกลาง
17	การเข้ามาในอุตสาหกรรม	10.60	0.707	0.0573	8	น้อย
18	อำนาจการต่อรองของลูกค้า	10.40	0.693	0.0562	9	ปานกลาง
19	อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบวัตถุดิบ	11.40	0.760	0.0616	4	น้อย
	รวม	206.80	12.333	1.0000		

ที่มา: จากการคำนวณ

15 บริษัทในธุรกิจนี้ได้ให้ค่าเอาไว้ (ตารางที่ 4.2) จากนั้นจะนำค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย (Mean of Important Level) ของแต่ละปัจจัยทั้งหมด 19 ปัจจัยมารวมกัน ซึ่งเท่ากับ 12.333 แล้วหาค่าถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยที่ได้ จะชี้ให้เห็นถึงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยภายในกลุ่มของปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ ซึ่งอันดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยนั้น ก็จะมีลักษณะไปในทิศทางเดียวกับค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย กล่าวคือ ปัจจัยใดที่โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริหารให้ระดับความสำคัญมากก็จะทำให้ปัจจัยนั้น มีความสำคัญเหนือกว่าปัจจัยอื่น ที่โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริหารให้ระดับความสำคัญน้อยกว่า ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ที่มีความสำคัญมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นภายในกลุ่มก็คือ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

คือมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.0670 ซึ่งเกิดจากการนำค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย (0.827) หารด้วยค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยโดยรวม (12.333) และปัจจัยในเรื่องของการศึกษาของประชากรในประเทศคู่ค้า อัตราการเจริญเติบโตของประชากรประเทศคู่ค้า และการจัดหาและถ่ายทอดทางเทคโนโลยี จะมีความสำคัญน้อยที่สุดในกลุ่มของปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ เพราะมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 0.0551 ซึ่งเกิดจากการนำค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย (0.680) หารด้วยค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยโดยรวม (12.333)

2. โอกาส (Opportunity Level) ของแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์

ผู้บริหารแต่ละบริษัทจะให้ระดับโอกาสแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (ตารางที่ 4.2) ซึ่งก็เปรียบเสมือนกับการประเมินความสามารถในเชิงแข่งขันของบริษัทในธุรกิจระหว่างประเทศจากปัจจัยภายนอกว่า ในขณะนี้ บริษัทของตนมีความสามารถอยู่ในระดับใด เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น ๆ ในธุรกิจเดียวกัน ผลการศึกษาพบว่า บริษัทมี 4 ปัจจัยที่ถือได้ว่าเป็นโอกาสในระดับมาก ได้แก่ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การติดต่อสื่อสารระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้า ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมในประเทศคู่ค้า มี 12 ปัจจัยที่มีโอกาสในระดับปานกลางและมีเพียง 3 ปัจจัยที่ถูกมองว่าเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ อัตราค่าแรงในประเทศไทย การเข้ามาในอุตสาหกรรมและอำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบวัตถุดิบ

3. ระดับความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อนำค่าระดับโอกาสในแต่ละปัจจัยที่ผู้บริหารได้ประเมินเอามาทำการหาผลคูณกับค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย จะได้ค่าระดับโอกาสถ่วงน้ำหนักในแต่ละปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเมื่อนำค่าที่ได้ 19 ค่า จากปัจจัยทั้งหมด 19 ปัจจัยมารวมกันแล้ว เทียบส่วนร้อยละออกมาจะได้ค่าความสามารถของบริษัทส่งออกสูงสุดแซ่เย็นแซ่แข็ง ที่พิจารณาจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Strategic Factor: ESF) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ร้อยละ 68.14 (ดูตารางผนวกที่ 2 ในภาคผนวก ข)

ความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกสูงสุดในตลาดประเทศคู่ค้าสำคัญ

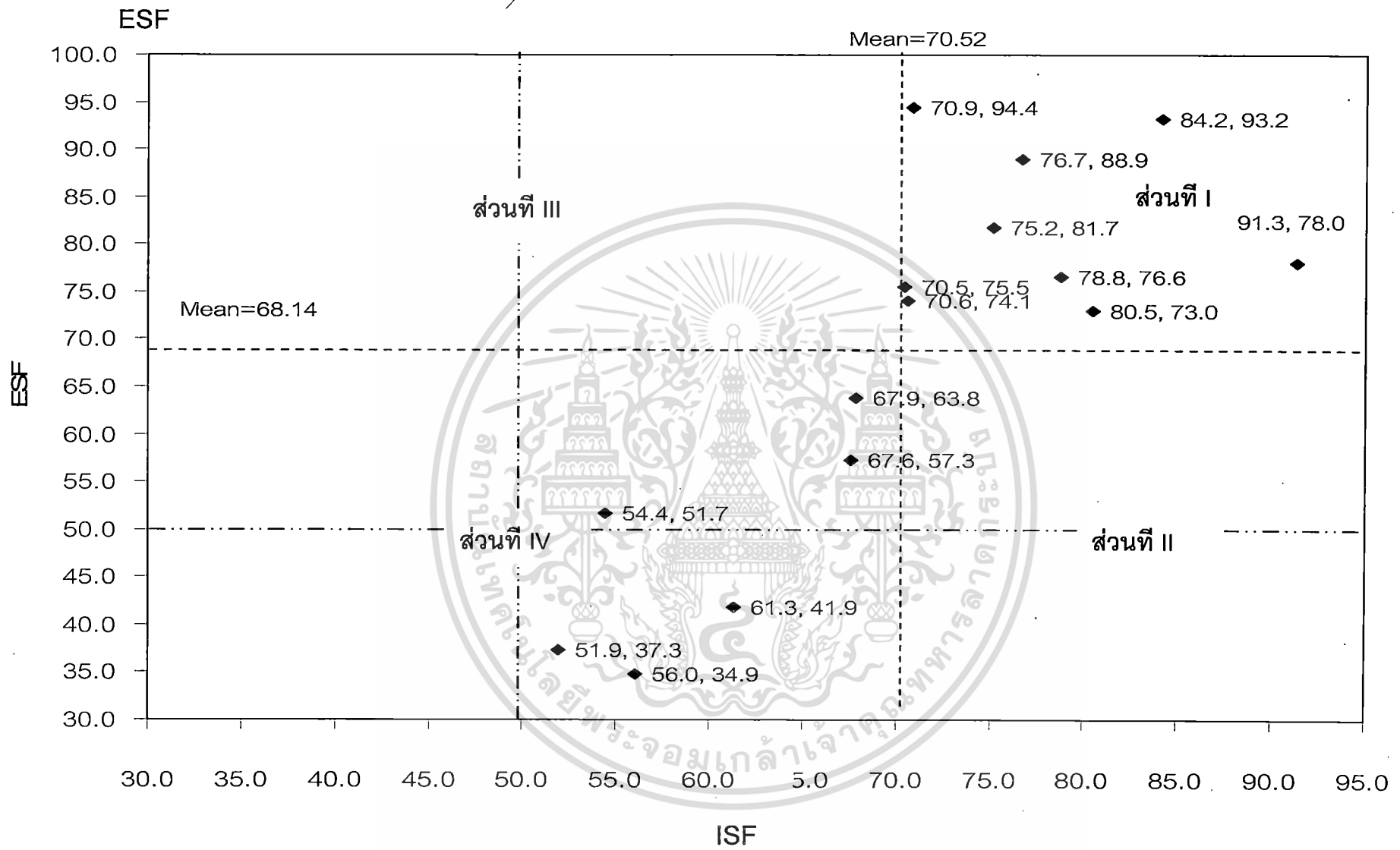
เมื่อนำค่าความสามารถของบริษัทผู้ส่งออกสูงสุดแซ่เย็นแซ่แข็งไทย ที่พิจารณาจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ มากำหนดค่าพิคัดในแนวนอน และนำค่าความสามารถของบริษัทผู้ส่งออกสูงสุดแซ่เย็นแซ่แข็งไทย ที่พิจารณาจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ มากำหนดค่าพิคัดในแนวตั้ง เป็น บริษัทผู้ส่งออกในส่วนที่ 1 ที่มีค่าเฉลี่ยของค่าความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายใน การค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชิงกลยุทธ์ และค่าความสามารถเชิงแข่งขันจากปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์สูงกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งระบบธุรกิจส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งไทย ดังนั้นบริษัทในสวนที่ I มีความสามารถเชิงแข่งขันในธุรกิจส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งมากที่สุด เนื่องจากบริษัทที่อยู่ในสวนที่ I เป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีวัตถุดิบเพียงพอ มีกำลังการผลิตมาก เป็น กลุ่มบริษัทที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดี อาทิเช่น มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เครื่องมือเครื่องจักรที่ดี มีความได้เปรียบในเรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี และทันสมัย และมีสถานภาพทางการเงินที่ดีและเข้มแข็ง มีเงินทุนหมุนเวียน มีลักษณะการบริหารงานบุคคล และการบริหารการจัดการที่ส่งผลให้บริษัทมีความสามารถเชิงแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศมากกว่าบริษัทที่อยู่ในสวนอื่น ๆ กลุ่มบริษัทในสวนที่ II จะมีความสามารถเชิงแข่งขันระหว่างประเทศน้อยกว่ากลุ่มที่อยู่ในสวนที่ I และกลุ่มบริษัทในสวนที่ III จะมีความสามารถเชิงแข่งขันระหว่างประเทศรองจากกลุ่มในสวนที่ I เพราะยังขาดความพร้อมและมีข้อบกพร่องภายในบริษัทอยู่บางประการที่เป็นอุปสรรคขัดขวางไม่ให้ความสามารถเชิงการแข่งขันระหว่างประเทศ ในระดับสูงมาก ส่วนบริษัทที่อยู่ในกลุ่ม IV จะมีความสามารถเชิงแข่งขันระหว่างประเทศน้อยที่สุด กล่าวคือไม่มีทั้งความพร้อม และไม่มีโอกาสในการทำตลาดระหว่างประเทศมากนัก เมื่อเทียบความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญนั้น ๆ โดยแยกการศึกษาของแต่ละประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้ดังนี้

ผลการศึกษา พบว่า ความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปต่างประเทศ เมื่อนำค่าความสามารถของบริษัทผู้ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยที่พิจารณาจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ และปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์มากำหนดค่าพิกัด (ภาพที่ 4.1) พบว่ามีกลุ่มบริษัท 9 บริษัทที่อยู่ในสวนที่ I แสดงว่ามีความสามารถเชิงแข่งขันในการส่งออกไปต่างประเทศสูง เนื่องจากมีความพร้อมในทุกด้าน เป็นบริษัทที่มีกำลังการผลิตสูงมาก มีแรงงานมีคุณภาพ นอกจากนั้นมีการแปรรูปสินค้ากึ่งที่หลากหลาย มีคุณภาพดี เทคโนโลยี และเครื่องจักรทันสมัย เงินทุนมั่นคงและใช้โอกาสจากปัจจัยภายนอกและสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เป็นประโยชน์ต่อบริษัท

มีกลุ่มบริษัท 4 บริษัทที่อยู่ในสวนที่ IV แสดงว่ามีความสามารถเชิงแข่งขันในการส่งออกไปต่างประเทศน้อยกว่ากลุ่มที่ I เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตสูงเป็นผลมาจากค่าจ้างแรงงานที่สูง ขาดสภาพคล่อง ไม่มีการมอบหมายแบ่งงานกันทำที่ชัดเจน ขาดการประเมินผลงานและโดยเฉพาะจากปัจจัยภายนอก เนื่องจากไม่สามารถสร้างโอกาสจากอัตราการเจริญเติบโตทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.1 ความสามารถเชิงแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปต่างประเทศ

เศรษฐกิจ ไม่สามารถสร้างโอกาสจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และรายได้ของประชากรชาวอเมริกันและญี่ปุ่น

โดยภาพรวมทั้ง 15 บริษัทจัดว่าเป็นบริษัทที่มีความสามารถแข่งขันในระดับสูง และสามารถที่จะแข่งขันประเทศคู่แข่งได้ดี ส่วนบริษัทที่มีความสามารถแข่งขันในระดับด้อย อาจปรับปรุงข้อบกพร่องทั้งจากปัจจัยภายในและโดยเฉพาะจากปัจจัยภายนอกเช่น ประหยัดค่าใช้จ่ายในทุกๆด้านลงเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารงาน โดยเฉพาะด้านการมอบหมายแบ่งงานกันและด้านการประเมินผลงาน และพยายามเร่งปรับตัว ปรับกลยุทธ์ทางการค้าให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ทันท่วงทีก็จะทำให้มีความสามารถแข่งขันสูงขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถแข่งขันและปัจจัยอื่น ๆ

ค่าสถิติเบื้องต้นของสมการ

ค่าเฉลี่ย ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.3 ในส่วนของตัวแปรตาม คือ มูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออกทั้ง (TO_t) และ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความสามารถแข่งขันของผู้ส่งออก (CA) เงินทุนจดทะเบียนบริษัท (RC) จำนวนพนักงานของบริษัท(Emp) และขนาดของธุรกิจผู้ส่งออกโดยกำหนดให้เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ซึ่งกำหนดให้ตัวแปรหุ่นแทนขนาดเล็ก (SS) และตัวแปรหุ่นแทนขนาดกลาง (SM) และ พบว่าตัวแปรตาม คือ มูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออกทั้งมีความแปรปรวนค่อนข้างสูง ซึ่งมีศักยภาพในการอธิบายสมการได้ดี

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระ ค่าความแปรปรวนค่อนข้างสูงเช่นกัน โดยตัวแปรความสามารถแข่งขันมีค่าเฉลี่ย.61 ในขณะที่ตัวแปรเงินทุนจดทะเบียนบริษัทมีค่าเฉลี่ย 129.87 ล้านบาท และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงมาก ซึ่งเท่ากับ 215.27 ล้านบาท ส่วนตัวแปรจำนวนพนักงานของบริษัทมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1,306.07 คน แต่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1,548.47 คน ซึ่งเป็นค่าที่ค่อนข้างสูง สำหรับตัวแปรขนาดธุรกิจผู้ส่งออก ได้แก่ ตัวแปรหุ่นแทนขนาดเล็ก และตัวแปรหุ่นแทนขนาดกลางซึ่งพบว่ามีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง

ในด้านสหสัมพันธ์อย่างง่าย ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ มีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.931 กล่าวคือความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนจดทะเบียนบริษัท และจำนวนพนักงานของบริษัท มีค่า

ความสัมพันธ์อย่างง่ายของตัวแปรดังกล่าวยกกำลังสองมีค่าสูงถึง 0.867 ซึ่งเกินค่าเกณฑ์การคำนวณสัมประสิทธิ์ Adjusted R² เท่ากับ .853 นั่นคือปัญหาสหสัมพันธ์ร่วมเชิงเส้น (Multicollinearity) ไม่

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย

ตัวแปร	TO _t	CA	RC	Emp	SS	SM	ค่าเฉลี่ย	S.D.
มูลค่าซื้อขายในรอบปี (TO _t)	1.000	.525	.889	.914	-.349	-.164	1782.33	2041.59
ความสามารถแข่งขัน (CA)		1.000	.418	.438	-.722	.289	.60	.51
เงินทุนจดทะเบียนบริษัท (RC)			1.000	.931	-.391	.171	129.87	215.27
จำนวนพนักงานของบริษัท (Emp)				1.000	-.447	-.129	1306.07	1548.47
ตัวแปรหุ่นแทนขนาดเล็ก (SS)					1.000	-.577	.40	.51
ตัวแปรหุ่นแทนขนาดกลาง (SM)						1.000	.33	.49

ค่าเท่ากับ .853) ดังนั้นปัญหาสหสัมพันธ์ร่วมเชิงเส้น (Multicollinearity) จึงเกิดขึ้นอย่างรุนแรง ทำให้ต้องเลือกระหว่างตัวแปรเงินทุนจดทะเบียนบริษัท หรือจำนวนพนักงานของบริษัทเพียงตัวแปรเดียว จากการเปรียบเทียบค่า Adjusted R² ของสมการถดถอยอย่างง่าย พบว่าสมการถดถอยระหว่างตัวแปรจำนวนพนักงานของบริษัทและมูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออก กู้ มีค่า Adjusted R² เท่ากับ .823 ซึ่งสูงกว่า Adjusted R² ของสมการถดถอยตัวแปรเงินทุนจดทะเบียนบริษัท (มีค่าเท่ากับ 0.774)

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรจำนวนพนักงานของบริษัท มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด เท่ากับ .914 ในขณะที่สหสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าซื้อขายในรอบปีและเงินทุนจดทะเบียนบริษัทมีค่ารองลงมา และมีเครื่องหมายเป็นบวก ในขณะที่เดียวกันตัวแปรตัวแปรหุ่นแทนขนาดเล็ก และตัวแปรหุ่นแทนขนาดกลาง มีความสัมพันธ์กับมูลค่าซื้อขายในรอบปีในเชิงลบ

ผลการวิเคราะห์สมการ

ผลการถดถอยพหุของสมการปัจจัยกำหนดมูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออก กู้ และ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความสามารถแข่งขันของผู้ส่งออก จำนวนพนักงานของบริษัท ตัวแปรหุ่นแทนธุรกิจที่มีขนาดเล็ก และตัวแปรหุ่นแทนธุรกิจที่มีขนาดกลาง (ตารางที่ 4.4) พบว่าสมการดังกล่าวมีค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R² ค่อนข้างสูง (ค่าเท่ากับ 0.859) และมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาตัวแปรความสามารถแข่งขันของผู้ส่งออก และจำนวนพนักงานของบริษัท พบว่าเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อมูลค่าซื้อขายในรอบปีของผู้ส่งออก ที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ และทั้งสองตัวแปรมีเครื่องหมายเป็นบวกทั้งคู่ กล่าวคือ ตัวแปรความ

สามารถชิงแข่งขันของผู้ส่งออก เพิ่มขึ้น ทำให้มูลค่าซื้อขายในรอบปี เพิ่มขึ้นด้วย ในขณะที่ธุรกิจมีจำนวนพนักงาน เพิ่มขึ้น ทำให้มูลค่าซื้อขายในรอบปี เพิ่มขึ้น เช่นกัน

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของสมการมูลค่าซื้อขายในรอบปีที่ t ของผู้ส่งออก กุ้ง (N=15)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ ⁺ ถดถอยมาตรฐาน	ค่าความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน	ค่า t
ความสามารถชิงแข่งขัน (CA)	1464.657	600.888	2.437 *
จำนวนพนักงานของบริษัท (Emp)	1.218	.175	6.969 **
ตัวแปรหุ่นแทนธุรกิจที่มีขนาดเล็ก (SS)	1455.609	797.595	1.825
ตัวแปรหุ่นแทนธุรกิจที่มีขนาดกลาง (SM)	248.446	613.048	.405
ค่าคงที่	-1352.580	844.004	-1.603
Std. Error of the Estimate	765.517		
F-value	22.394 **		
ค่า Adjusted R ²	.859		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

สำหรับค่าตัวแปรหุ่นแทนขนาดธุรกิจที่มีขนาดเล็ก และตัวแปรหุ่นแทนขนาดธุรกิจที่มีขนาดกลาง พบว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อมูลค่าซื้อขายในรอบปีของผู้ส่งออก เมื่อพิจารณาเครื่องหมายของตัวแปรอิสระทั้งสองตัว พบว่ามีเครื่องหมายเป็นบวก นั้นหมายความว่าขนาดธุรกิจที่เล็ก มีผลต่อมูลค่าซื้อขายในรอบปีสูงกว่าธุรกิจขนาดอื่น (ขนาดกลาง และขนาดใหญ่) อาจเนื่องมาจากธุรกิจส่งออกขนาดเล็ก มุ่งเน้นตลาดส่งออกไปตลาดที่แน่นอนไม่ส่งออกกระจายไปในหลายตลาด อาทิเช่น ส่งออกเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา และหรือตลาดญี่ปุ่น นอกจากนี้ บางบริษัทมีหุ้นส่วนเป็นชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น ทำให้ได้เปรียบบริษัทอื่น ๆ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยนับว่าเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ แต่การขยายตัวของ การส่งออกมีแนวโน้มที่ลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดคู่ค้าที่สำคัญคือ ตลาดสหรัฐอเมริกาและ ญี่ปุ่น ฉะนั้นการศึกษาสภาพทั่วไปของการส่งออก และผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย นับว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงกุ้งดังกล่าว นอกจากนี้การศึกษาปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งไทย และของ ผู้ประกอบการ ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย รวมทั้งการวิเคราะห์ระดับความสามารถเชิง แข่งขันและปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่มีต่อมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนในรอบปีของผู้ส่งออกกุ้งไทย นับว่า เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาผู้ประกอบการส่งออก เพื่อเพิ่มศักยภาพการส่งออกกุ้งสดแช่ เย็นแช่แข็งของไทยต่อไปในอนาคต

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ จากรายงานประจำปีของสมาคมอาหารแช่เยือก แข็งไทยในช่วงปี พ.ศ.2544-46 และจากเอกสารวิชาการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อมูลปฐมภูมิได้ รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการ ที่เป็นสมาชิกสมาคมอาหารแช่เยือก แข็งไทย จำนวน 9 ราย และทำการสุ่มตัวอย่างบริษัทที่ส่งออกกุ้งจำนวน 15 ราย เพื่อสำรวจ ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจส่งออก ด้วยแบบประเมินที่ออกแบบไว้

ข้อมูลที่ได้รวบรวมดังกล่าว ได้นำมาศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไปของการผลิต การตลาดเพื่อส่งออก สถานภาพทางด้านการเงิน ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านการจัดการของ บริษัทผู้ส่งออกกุ้ง นอกจากนี้ยังนำข้อมูลจากแบบประเมินผู้ส่งออกกุ้งมาศึกษาและวิเคราะห์ระดับ ความสามารถเชิงแข่งขัน ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ตลอดจนการนำเอาระดับ ความสามารถ เชิงแข่งขันของทั้งสองปัจจัยมากำหนดตำแหน่ง เพื่อหาระดับความสามารถเชิง แข่งขันในทางธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งทั้ง 15 ราย ที่ถูกสุ่มเป็นตัวอย่าง เพื่อทราบระดับ ความสามารถเชิงแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกแต่ละราย ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการ และปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ขนาดของธุรกิจผู้ส่งออก เงินทุน จดทะเบียนบริษัท และจำนวนลูกจ้างของบริษัท ที่มีอิทธิพล ต่อมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนในรอบปีของ ผู้ส่งออกกุ้ง โดยใช้แบบจำลองถดถอยพหุ ด้วยวิธี OLS เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาพบว่าตลาดกุ้งสดและกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยสามารถแบ่งแยกตลาดได้อย่างชัดเจน เป็นตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 95 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของไทย ส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น แคนาดา สิงคโปร์และจีน เป็นต้น ในด้านของผู้ประกอบการส่งออกกุ้ง แช่เย็นแช่แข็งของไทย พบว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการส่งออกกุ้งได้รวมตัวกัน โดยเข้าเป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตอาหารแช่เยือกแข็งไทย ซึ่งในปี พ.ศ.2546 บริษัทผู้ผลิตและผู้ส่งออกกุ้งสดและกุ้งสด แช่เย็นแช่แข็ง มีจำนวนทั้งสิ้น 96 บริษัท มีอายุกิจการของบริษัทเฉลี่ย 14.8 ปี มีเงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้นกิจการเฉลี่ยประมาณ 92.17 ล้านบาท และมีการจ้างพนักงานเข้าทำงานเฉลี่ยประมาณ 810 คน ส่วนประเภทธุรกิจที่ดำเนินการมีประมาณร้อยละ 67.4 ของผู้ประกอบการทั้งหมด ดำเนินธุรกิจทั้งเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออก ในด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้ง พบว่าร้อยละ 56.4 ของผู้ประกอบการทั้งหมด ส่งผลิตภัณฑ์ออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเป็นหลัก สำหรับขนาดธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งไทย พบว่าบริษัทผู้ส่งออกกุ้งไทยจำนวน 95 บริษัท แบ่งเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ เป็นจำนวน 55, 18, และ 22 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 57.9 ร้อยละ 18.9 และ ร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

ผลการศึกษาความสามารถแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งไทย โดยใช้แนวคิดทางทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติเป็นหลัก ในการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดความสามารถแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออก และใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าและพลังการแข่งขันห้าประการของ Michael E. Porter เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินความสามารถแข่งขันของผู้ส่งออกกุ้งไทย จำนวน 15 ราย พบว่าผู้ประกอบการส่งออกดังกล่าว มีอายุกิจการเฉลี่ยประมาณ 14 ปี มีเงินทุนจดทะเบียนของกิจการเฉลี่ยเท่ากับ 148.8 ล้านบาท และผู้ประกอบการจ้างพนักงานในการดำเนินธุรกิจเฉลี่ยเท่ากับ 1,566 คน โดยมีมูลค่าซื้อขายหมุนเวียนต่อปีของกิจการ (ปี พ.ศ.2544) เฉลี่ยเท่ากับ 1,930.83 ล้านบาท ส่วนการดำเนินธุรกิจพบว่าร้อยละ 73.3 ของผู้ประกอบการที่สุ่มเป็นตัวอย่างเป็นผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไปจำหน่ายทั้งในตลาดอเมริกาและญี่ปุ่น นอกจากนี้พบว่าร้อยละ 80 ของตัวอย่างทั้งหมด ประกอบกิจการทั้งเป็นผู้ผลิตและส่งออก สำหรับขนาดของธุรกิจ พบว่าเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 26.7 ขนาดกลางร้อยละ 33.3 และขนาดเล็กร้อยละ 40

สำหรับการวิเคราะห์ระดับความสามารถแข่งขันระหว่างประเทศ โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการ 15 ราย มีประมาณ 9 บริษัทที่มีค่าเฉลี่ยของธุรกิจอยู่เหนือเกณฑ์มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ยปัจจัยเชิงกลยุทธ์ทั้ง 2 ตัว) และที่เหลืออยู่ต่ำกว่าในเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนใหญ่ 15 บริษัท

จะให้ความสำคัญกับตลาดคู่ค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ในระดับใกล้เคียงกันไม่ได้ ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เน้นเฉพาะเจาะจงไปในตลาดใดตลาดหนึ่ง เนื่องจากมีความพร้อมในทุกด้าน และบางบริษัทมีหุ้นส่วนเป็นชาวญี่ปุ่น ทำให้มีความได้เปรียบบริษัทอื่น ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีกำลังการผลิตสูงมาก นอกจากนั้นมีการแปรรูปสินค้ากึ่งที่หลากหลาย มีคุณภาพดี เทคโนโลยีและเครื่องจักรทันสมัย มีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลและการตอบสนองทางการตลาด ทำให้รวดเร็ว มีการส่งเสริมการขายที่ต่อเนื่อง เงินทุนมั่นคงสภาพคล่องดี แรงงานมีการฝึกอบรมทำให้มีฝีมือ มีนโยบายทางการตลาดที่ดี เช่นงานแสดงสินค้าประเภทอาหารโดยให้ชิมสินค้าฟรี เพื่อแนะนำตัวสินค้า มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีลักษณะการบริหารงานบุคคล และการบริหารการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง และใช้โอกาสจากปัจจัยภายนอกและสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เป็นประโยชน์ต่อบริษัท การที่จะเข้าสู่ธุรกิจการส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งได้ ผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องมีความพร้อม และโอกาสในการทำการค้าระหว่างประเทศที่อยู่เหนือเกณฑ์มาตรฐาน และจะต้องมีจุดเด่นในระดับที่มากกว่าค่าเฉลี่ยความสามารถของธุรกิจ อีกทั้งยังต้องลงทุนสูงมากจึงยากที่จะมีผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจกับผู้ประกอบการรายเก่า

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ส่งออก เงินทุนจดทะเบียนบริษัท จำนวนพนักงานของบริษัท ตัวแปรหุ่นแทนขนาดเล็กและตัวแปรหุ่นแทนขนาดกลาง และตัวแปรตามคือ มูลค่าซื้อขายในรอบปีของผู้ส่งออกกึ่ง พบว่ามีปัญหาสหสัมพันธ์ร่วมเชิงเส้นรุนแรงระหว่างตัวแปรอิสระ เงินทุนจดทะเบียนบริษัทและจำนวนพนักงานของบริษัท จากการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายของตัวแปรอิสระดังกล่าวกับตัวแปรตาม จึงเลือกตัวแปรอิสระจำนวนพนักงานของบริษัทไว้ในสมการวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์สมการพบว่าตัวแปรความสามารถเชิงแข่งขันของผู้ส่งออก และจำนวนพนักงานของบริษัทเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อมูลค่าซื้อขายในรอบปีของผู้ส่งออกกึ่งที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ และทั้งสองตัวแปรมีเครื่องหมายเป็นบวกทั้งคู่ ในส่วนของตัวแปรหุ่นแทนขนาดธุรกิจที่มีขนาดเล็ก และตัวแปรหุ่นแทนขนาดธุรกิจขนาดกลาง พบว่าตัวแปรดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าบริษัทที่มีขนาดธุรกิจเล็กมีมูลค่าซื้อขายในรอบปีสูงกว่าบริษัทที่มีขนาดธุรกิจเล็ก มีมูลค่าซื้อขายในรอบปีที่สูงกว่าบริษัทที่มีขนาดธุรกิจกลางและใหญ่ อาจเนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กมุ่งเน้นตลาดส่งออกที่แน่นอนและชัดเจน บางบริษัทมีหุ้นส่วนเป็นชาวญี่ปุ่น ทำให้ได้เปรียบในการส่งออกสินค้าไปขายในตลาดญี่ปุ่น และมีความได้เปรียบในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของการส่งออก และผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปตลาดต่างประเทศที่สำคัญ โดยเน้นด้านความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจส่งออก ทำให้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากผู้ประกอบการมีระดับความสามารถในด้านต้นทุน การผลิตที่ต่ำลงเป็นอย่างมาก จึงควรเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต โดยจุดเน้นของการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอยู่ที่ทรัพยากรมนุษย์หรือพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อมูลค่าซื้อขายในรอบปีของบริษัท ผู้บริหารจะต้องทบทวนการจัดวางแผนพัฒนาและการจัดสรรกำลังคนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น สับเปลี่ยนตำแหน่งบุคลากรให้ตรงกับความรู้ความสามารถและความถนัด ควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานเพิ่มเติม เพื่อเสริมทักษะและความรู้ใหม่ๆ ทั้งในด้านการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการ ในส่วนของเครื่องมือเครื่องจักรก็ควรตรวจสอบบำรุงซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพดี และพร้อมที่จะดำเนินการผลิตได้อย่างเต็มที่เต็มเวลา โดยเน้นการดำเนินการในกระบวนการผลิต ที่ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิต

2. ผลการศึกษาปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์จะเห็นได้ว่า ระดับโอกาสทางด้านอัตราค่าจ้างแรงงานในประเทศไทยมีน้อย นั้นหมายถึงต้นทุนที่จะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระยะยาวผู้ประกอบการ จึงควรหันมาเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยพยายามคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์แช่เย็นแช่แข็งให้มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น เช่น กุ้งชุบแป้งทอด ต้มยำ กุ้งต้ม กุ้งคอกเทล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศคู่ค้าให้มากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็ง ควรเพิ่มการบริการให้แก่คู่ค้าในด้านต่างๆ เช่น การอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อ การรับคืนสินค้า หรือการรับประกันคุณภาพสินค้า

3. ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ควรจะเร่งสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพันธมิตรประเทศคู่ค้า การรวมตัวทางธุรกิจตามแนวทางนี้จะสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรธุรกิจขนาดเล็ก และสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น เพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงานและสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตลงได้ โดยอาศัยความได้เปรียบเฉพาะตัวของแต่ละบริษัทเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยทราบกฎระเบียบวิธีปฏิบัติในการทำการค้าในแต่ละตลาด รวมไปถึงข้อมูลทางการตลาดที่จำเป็น

4. ในขณะนี้ตลาดหลักของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยมีสองตลาดที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ฉะนั้นจะต้องพยายามรักษาตลาดเดิม รวมทั้งหาตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น อันจะเป็นการสร้างความมั่นคงต่อฐานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งภาครัฐบาลไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ควรส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดหา และเป็นช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้า โดยรัฐบาลต้องเร่งปรับปรุงกฎหมายที่มีความจำเป็นต่อการสร้างหลักประกันและความเชื่อมั่น สนับสนุนการจัดตั้งองค์กรกลางที่ได้รับความเชื่อถือ ให้ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานรับรองบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร่วมมือกับประเทศและกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่างๆ ในการผลักดันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ เตรียมบุคลากรด้านคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพให้เพียงพอ และส่งเสริมผู้ประกอบการให้เข้ามามีบทบาทในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2544 สถิติมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย และ ตลาดส่งออกที่สำคัญของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ปี 2543.
- ข่าว Exclusive. 2545. "สภาวการณ์ตลาดกุ้งไทยและการกีดกันทางการค้า: มาตรการกึ่งคุณภาพ อบาบาพิช." นิตยสารคัมภีร์เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ, ฉบับที่ 16 ปีที่ 2 ตุลาคม 2545.
- จินตนา เอี่ยมลอบ. 2541. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางการค้าต่อการ ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลทิพย์ คิตรง์สรค์. 2545. การศึกษาการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งของประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีนจากประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหา- วิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐะปะนี มะลิซ้อน. 2539. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็งของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย- เกษตรศาสตร์.
- ฉันทิน รุ่งเรืองฤทธิ์. 2545. การวิเคราะห์ความสามารถส่งออกและความได้เปรียบเชิง แข่งขันทางธุรกิจส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิ- พนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปรีชา โปธาธนาพงษ์. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของ ประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหา- วิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิชาญ น่วมขยัน. 2539. การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยภายใต้ข้อตกลงของแกตต์ : กรณีศึกษาตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญา โท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พนิตตา พงศ์ประยูร. 2542. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปประเทศญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อโนมา พิทักษ์ติกุล. 2540. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขายตลาดส่งออกของสินค้าประมงไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – พ.ศ. 2538. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Porter, Michael E. 1990. The Competitive Advantage of Nations: With a new Introduction. New York: Free Press.

_____. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press.

Thai Frozen Foods Association. 2003. TFFA Directory. Bangkok: TFFA.

Wheelen, T.L. and Hunger, J.D. 2004. Strategic Management: ninth edition. New Jersey: Prentice-Hall International.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก แบบประเมินความสามารถเชิงแข่งขันทางธุรกิจการส่งออก

แบบประเมิน เรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถของบริษัทผู้ส่งออกกุ้งของไทย
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทผู้ส่งออก

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ผู้ถือหุ้นประกอบด้วย 1.คนไทย%

2.ชาวต่างชาติ%

1.2 กิจการจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.:.....

1.3 ทุนจดทะเบียน.....ล้านบาท

จำนวนพนักงานคน

1.3 บทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามนี้

	1.เจ้าของบริษัทหรือ MD
	2.ผู้จัดการฝ่ายต่างประเทศ
	3.ผู้รับผิดชอบด้านการส่งออก
	4.อื่นๆ (ระบุ).....

1.4 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในบริษัทนี้ปีเดือน

2.ด้านการผลิต

2.1 ปริมาณการผลิตสูงสุดเฉลี่ยต่อปีของบริษัท.....ตันต่อปี

2.2 แหล่งที่มาของกุ้ง

	1.ฟาร์มของบริษัท
	2.รับซื้อจากตลาดกลางหรือแพปลา
	3.รับซื้อจากเกษตรกร
	4.อื่นๆ(ระบุ).....

2.3 คลังสินค้าของบริษัท

	1.คลังวัตถุดิบและคลังสินค้าสำเร็จรูปอยู่ที่เดียวกับโรงงานผลิต
	2.คลังวัตถุดิบและคลังสินค้าสำเร็จรูปอยู่ต่างที่กับโรงงานผลิต
	3.ไม่มีคลังวัตถุดิบและคลังสินค้าสำเร็จรูป
	4.มีเฉพาะคลังวัตถุดิบ
	5.มีเฉพาะคลังสินค้าสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ด้านการตลาด

3.1 วิธีการในการส่งออกของบริษัท

	1.ส่งออกเองไปยังลูกค้าในต่างประเทศ
	2.ส่งออกเองไปยังสาขาของบริษัทในต่างประเทศ
	3.ส่งออกไปยังตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ
	4.อื่นๆ(ระบุ).....

3.2 การส่งเสริมการตลาดของบริษัท

	1.ทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ
	2.ร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดโดยภาครัฐบาล
	3.ติดต่อกับลูกค้าโดยตนเองหรือพนักงานบริษัท
	4.ไม่มีการส่งเสริมการตลาดใดๆ
	5.อื่นๆ(ระบุ).....

3.3 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้เป็นกลยุทธ์นำในการส่งออก

	1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
	2.กลยุทธ์ด้านราคา
	3.กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย
	4.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
	5.อื่นๆ(ระบุ).....

3.4 ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสู่ประเทศคู่ค้า

	1.มาตรการกีดกันทางการค้าที่อยู่ในรูปภาษี
	2.มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี
	3.ขั้นตอนการนำเข้าและส่งออกมีความยุ่งยาก ล่าช้าและไม่ชัดเจน
	4.การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา
	5.ปัญหาด้านคุณภาพสินค้า
	6.ปัญหาด้านการกระจายของตลาดส่งออก
	7.ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก
	8.อื่นๆ (ระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 การหาค่าระดับความสามารถเชิงแข่งขันคิดจากปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์ (ISF)

ปัจจัย ที่	ปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์	ค่า AW	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		14		15			
			CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL	CL	WCL		
			1	วัตถุดิบ	0.03	5	0.17	5	0.17	4	0.13	4	0.13	4	0.13	4	0.13	5	0.17	4	0.13	4	0.13	4	0.13	4	0.13	3	0.10	3	0.10	4	0.13	3
2	แรงงานที่ใช้ในการผลิต	0.03	5	0.17	5	0.17	4	0.13	4	0.13	4	0.13	4	0.13	5	0.17	4	0.13	4	0.13	4	0.13	4	0.13	4	0.13	3	0.10	3	0.10	3	0.10	3	0.10
3	เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0.03	3	0.09	4	0.12	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.12	5	0.15	5	0.15	3	0.09	4	0.12	4	0.12	2	0.06	5	0.15	3	0.09	3	0.09		
4	ต้นทุนการผลิต	0.03	4	0.11	3	0.08	4	0.11	3	0.08	3	0.08	1	0.03	4	0.11	3	0.08	3	0.08	2	0.06	3	0.08	2	0.06	2	0.06	1	0.03	1	0.03		
5	คุณภาพผลิตภัณฑ์	0.03	3	0.09	5	0.14	4	0.12	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12	5	0.14	4	0.12	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	3	0.09	5	0.14		
6	ราคาของผลิตภัณฑ์	0.03	3	0.09	5	0.14	4	0.11	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.11	5	0.14	5	0.14	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.11	2	0.06	4	0.11		
7	การบริหารการขนส่งสินค้า	0.03	3	0.09	4	0.11	3	0.09	4	0.11	4	0.11	4	0.11	4	0.11	5	0.14	4	0.11	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.11	2	0.06	3	0.09		
8	การส่งเสริมการขาย	0.03	3	0.09	4	0.12	3	0.09	3	0.09	4	0.12	4	0.12	3	0.09	5	0.15	4	0.12	3	0.09	3	0.09	2	0.06	5	0.15	2	0.06	3	0.09		
9	การประชาสัมพันธ์	0.03	3	0.08	4	0.10	3	0.08	3	0.08	3	0.08	3	0.08	3	0.08	4	0.10	4	0.10	3	0.08	4	0.10	2	0.05	5	0.13	3	0.08	4	0.10		
10	บรรจุภัณฑ์	0.02	3	0.07	5	0.11	4	0.09	3	0.07	3	0.07	2	0.04	3	0.07	4	0.09	4	0.09	3	0.07	4	0.09	2	0.04	4	0.09	3	0.07	3	0.07		
11	การวางส่วนแบ่งทางการตลาด	0.03	4	0.12	5	0.15	4	0.12	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12	3	0.09	3	0.09	3	0.09	2	0.06	3	0.09	3	0.09	4	0.12		
12	การวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย	0.03	4	0.12	5	0.15	4	0.12	3	0.09	3	0.09	4	0.12	4	0.12	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	3	0.09	3	0.09		
13	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	0.03	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	2	0.06	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	2	0.06	4	0.12	4	0.12	3	0.09		
14	แหล่งที่มาของเงินทุน	0.03	3	0.09	5	0.15	4	0.12	4	0.12	3	0.09	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	2	0.06	4	0.12	2	0.06	5	0.15	1	0.03	4	0.12		
15	ความสามารถในการทำกำไร	0.03	4	0.12	5	0.15	3	0.09	4	0.12	4	0.12	5	0.15	4	0.12	4	0.12	4	0.12	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.12		
16	ขีดความสามารถโดยของรายได้	0.03	3	0.10	5	0.17	3	0.10	4	0.13	4	0.13	5	0.17	3	0.10	4	0.13	3	0.10	3	0.10	3	0.10	3	0.10	3	0.10	4	0.13	5	0.17		
17	การจัดการสภาพคล่อง	0.03	3	0.09	5	0.14	4	0.11	4	0.11	4	0.11	5	0.14	4	0.11	5	0.14	4	0.11	3	0.09	3	0.09	4	0.11	3	0.09	4	0.11	5	0.14		
18	การบริหารความเสี่ยง	0.03	3	0.10	5	0.16	4	0.13	3	0.10	3	0.10	5	0.16	4	0.13	4	0.13	5	0.16	2	0.06	3	0.10	1	0.03	5	0.16	3	0.10	3	0.10		
19	การสรรหาและแต่งตั้ง	0.03	3	0.08	5	0.13	3	0.08	3	0.08	3	0.08	3	0.08	3	0.08	4	0.10	4	0.10	3	0.08	3	0.08	4	0.10	4	0.10	3	0.08	3	0.08		
20	ระบบเงินเดือนและสวัสดิการ	0.03	3	0.10	5	0.16	3	0.10	4	0.13	3	0.10	5	0.16	4	0.13	5	0.16	4	0.13	3	0.10	4	0.13	4	0.13	4	0.13	4	0.13	3	0.10		
21	การสร้างแรงจูงใจ	0.03	4	0.11	5	0.14	4	0.11	4	0.11	4	0.11	5	0.14	4	0.11	4	0.11	3	0.08	3	0.08	3	0.08	3	0.08	3	0.08	4	0.11	2	0.05		
22	การฝึกอบรมพนักงาน	0.03	4	0.12	5	0.14	4	0.12	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12	4	0.12	4	0.12	3	0.09	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12	3	0.09		
23	ประสิทธิภาพของพนักงาน	0.03	3	0.09	5	0.15	3	0.09	4	0.12	1	0.03	4	0.12	4	0.12	5	0.15	4	0.12	1	0.03	3	0.09	2	0.06	3	0.09	2	0.06	3	0.09		
24	ความรู้ความสามารถของพนักงาน	0.03	3	0.08	5	0.14	4	0.11	3	0.08	2	0.06	5	0.14	4	0.11	4	0.11	4	0.11	2	0.06	4	0.11	1	0.03	3	0.08	1	0.03	4	0.11		
25	การประเมินผลงาน	0.02	3	0.07	3	0.07	3	0.07	3	0.07	1	0.02	5	0.11	3	0.07	3	0.07	4	0.09	1	0.02	4	0.09	1	0.02	4	0.09	1	0.02	2	0.05		
26	การแบ่งงานและมอบหมายงาน	0.03	3	0.08	4	0.11	3	0.08	4	0.11	1	0.03	3	0.08	5	0.14	4	0.11	4	0.11	1	0.02	3	0.08	1	0.03	4	0.11	1	0.03	3	0.08		
27	การติดต่อสื่อสารและการประสานงาน	0.03	3	0.08	4	0.11	3	0.08	3	0.08	3	0.08	4	0.11	3	0.08	5	0.13	3	0.08	2	0.05	3	0.08	3	0.08	3	0.08	4	0.11	3	0.08		
28	การวางกลยุทธ์	0.03	3	0.09	4	0.11	3	0.09	4	0.11	3	0.09	4	0.11	4	0.11	4	0.11	5	0.14	1	0.03	4	0.11	3	0.09	4	0.11	2	0.06	3	0.09		
29	การติดตามประเมินผล	0.02	3	0.07	3	0.07	3	0.07	3	0.07	1	0.02	3	0.07	3	0.07	4	0.09	3	0.07	1	0.02	3	0.07	1	0.02	4	0.09	1	0.02	3	0.07		
30	โครงสร้างขององค์กร	0.03	3	0.08	5	0.13	3	0.08	4	0.11	2	0.05	5	0.13	4	0.11	4	0.11	3	0.08	3	0.08	4	0.11	2	0.05	5	0.13	3	0.08	4	0.11		
31	วิสัยทัศน์และนโยบายของผู้บริหาร	0.03	4	0.11	5	0.14	4	0.11	4	0.11	5	0.14	5	0.14	5	0.14	5	0.14	4	0.11	2	0.05	3	0.08	4	0.11	4	0.11	3	0.08	4	0.11		
32	ความรู้ความสามารถของทีมบริหาร	0.03	4	0.10	5	0.13	4	0.10	4	0.10	4	0.10	5	0.13	5	0.13	4	0.10	4	0.10	3	0.08	4	0.10	3	0.08	4	0.10	4	0.10	5	0.13		
33	ประสบการณ์ของทีมบริหาร	0.03	3	0.09	5	0.14	3	0.09	3	0.09	3	0.09	3	0.09	5	0.14	5	0.14	3	0.09	4	0.11	4	0.11	3	0.09	4	0.11	4	0.11	3	0.09		
34	ประสบการณ์ของทีมปฏิบัติการ	0.03	3	0.09	5	0.14	3	0.09	3	0.09	3	0.09	4	0.12	4	0.12	4	0.12	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12	3	0.09	1	0.03	3	0.09		
35	การทำงานเป็นทีม	0.03	4	0.12	4	0.12	5	0.15	4	0.12	3	0.09	4	0.12	5	0.15	5	0.15	5	0.15	4	0.12	4	0.12	3	0.09	4	0.12	4	0.12	4	0.12		
ค่ารวม			3.39		4.57		3.52		3.53		3.06		3.94		4.03		4.21		3.84		2.72		3.54		2.59		3.76		2.80		3.38			
ค่าISF			67.85		91.34		70.47		70.61		61.29		78.76		80.53		84.16		76.71		54.43		70.89		51.89		75.20		56.03		67.65			
ค่าเฉลี่ยISF			70.52																															

