

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร
ในเขตสมุทรปราการ

FACTORS EFFECTING EXPORT ACCOMPLISHMENTS OF THE FOOD INDUSTRY
BUSINESS GROUPS IN SAMUT PRAKAN



T095872



นางสาวดุชนีย์ ทองประเสริฐ รหัสประจำตัว 45065602
นางสาวนริศรา ไพรวาศ รหัสประจำตัว 45065606
นางสาววิรัชญา วิจารณ์วัตร รหัสประจำตัว 45065618

เสนอ

เลขหมู่.....**95872**
เลขทะเบียน.....
วัน เดือน ปี.....**23 MAI 2009**

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร)
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อการศึกษาอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าของ
	ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ
นักศึกษา	นางสาวดุขฎิ ทองประเสริฐ รหัสประจำตัว 45065602
	นางสาวนริศรา ไพรวศ รหัสประจำตัว 45065606
	นางสาววิรัชญา วิจารณ์วัตร รหัสประจำตัว 45065618
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
พ.ศ.	2546
อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ	ดร. อัมรงค์ เมฆโหรา

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศในระดับสูง โดยมีมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 28.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 13 ต่อปี และมีมูลค่าเพิ่มในตัวอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่าเพิ่มของภาคอุตสาหกรรมรวม เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศมากกว่าร้อยละ 80 และมีต้นทุนการใช้ทรัพยากรต่ำ จึงมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และความสามารถในการแข่งขันสูง เป็นตลาดรองรับผลิตผลทางการเกษตรและเป็นแหล่งการจ้างงานมากกว่า 10 ล้านคน ในอุตสาหกรรมอาหารเกษตร และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง นอกจากนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสขยายตัวเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของโลกในระดับสูงอีกด้วย ประกอบกับแนวนโยบายของรัฐได้กำหนดให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) โดยได้วางยุทธศาสตร์ และตำแหน่งการแข่งขันของไทยในตลาดโลกไว้ในแผนแม่บทอุตสาหกรรมแห่งชาติด้วย ดังนั้น การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญของเศรษฐกิจชาติ การขยายตัวของการส่งออกสินค้าเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่จะนำไปสู่ความคาดหวังว่าจะช่วงจุดเศรษฐกิจของประเทศให้พลิกฟื้นขึ้นจากสภาวะถดถอย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าตามทฤษฎีของพอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model) ของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ 2) เพื่อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารให้เกิดความสำเร็จในการส่งออกสินค้ามากขึ้นขอบเขตของการศึกษาคือ เพื่อวิเคราะห์ผลประกอบการในการส่งออกของบริษัท ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบการ และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการประกอบการในการส่งออก แนวความคิดในการศึกษานี้พัฒนามาจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีข้างต้น การศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทั้งเจ็ดประการ คือ ปัจจัยที่หนึ่ง ปัจจัยทรัพยากรพื้นฐาน ปัจจัยที่สอง ปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง ปัจจัยที่สาม ปัจจัยด้านความต้องการในประเทศ ปัจจัยที่สี่ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ปัจจัยที่ห้า อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยที่หก กฎหมายและการเมือง และปัจจัยที่เจ็ด เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด การศึกษานี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับผู้บริหารกิจการส่งออกอาหารในประเทศไทย กลุ่มศึกษาประกอบด้วย 36 บริษัทในอุตสาหกรรมส่งออกอาหารในเขตสมุทรปราการ คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนแบบสอบถามที่ได้ส่งออกไป

การศึกษานี้ สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ โดยอาศัยผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ สรุปว่า ปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยด้านความต้องการในประเทศ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ และปัจจัยกฎหมายและการเมือง มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก แต่ปัจจัยทรัพยากรขั้นพื้นฐาน คือ วัตถุดิบและแรงงานไม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมกับความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออกปัจจุบัน รัฐบาลควรเพิ่มศักยภาพให้บริษัทส่งออกอาหารในเขตสมุทรปราการ ด้วยการสนับสนุนผ่านสถาบันการเงินและการธนาคาร ในการปล่อยเงินกู้ และด้านนโยบายทางการเงิน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกและควรปรับปรุงในเรื่องระบบขนส่งภายในประเทศ เพื่อลดต้นทุนการผลิตสินค้า การวิจัยครั้งนี้ได้เสนอความคิดสำหรับงานวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวด้วย

Independence Study Title	Factors Effecting Export Accomplishments of the Food Industry Business Groups in Samut Prakan		
Student	Ms. Dusadee	Thongprasurt	ID.45065602
	Ms. Naritsara	Praiwet	ID.45065606
	Ms. Waritta	Wiranuwat	ID.45065618
Degree	Master of Business Administration		
Program	Agribusiness and Food Industry		
Year	2003		
Independence Study Advisor	Dr Thamrong Mekhora		

ABSTRACT

The food industry is still an essential part of the country's economy. It's contribution towards the gross domestic product is as high as 28.3 percent, it has an average annual growth rate of 13 percent a year, and value added in the industry makes up 19 percent of the total amount of value added in the industrial sector. More the 80 percent of the raw materials used in the food industry is sourced from the domestic market at a low price. This gives the industry a comparative advantage and a high level of competitiveness. Moreover, the for industry provides a market for domestic agricultural products and employment for over 10 million people and this industry has potential in gaining a large portion of the world market share. Furthermore the government policy which is conducted for Thailand should be "Kitchen of the world" by setting the strategy and positioning in the master plan for Thai food industry so food export is important for national economy. The expansion of product export is very important to impulse for making Thailand economy should be better.

The objectives of this study were 1) to identify the extent to which the attributes of Diamond Model contribute to the level of export success of Thai food industry, 2) to suggest means to improve export performance of Thai food industry. The scope of the study was to analyzed companies' export performance, export performance attributes, and external environment effecting the export performance. The conceptual framework was developed from Porter's Diamond Model. The seven attributes studies were 1)

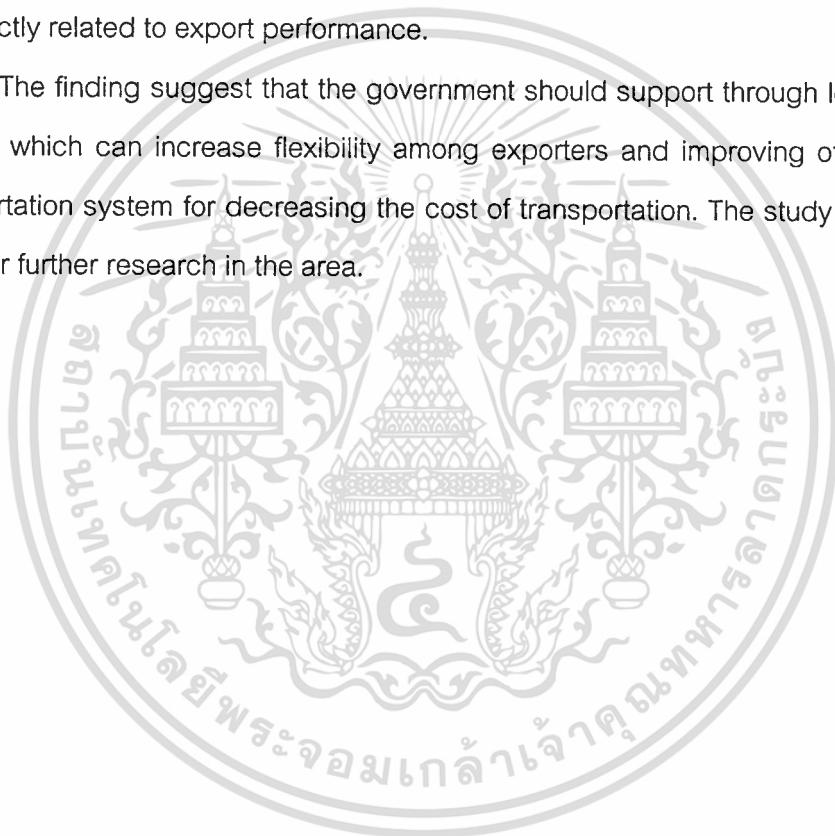
เอกสารนี้เป็นเอกสารทสวงนโสสำหรับกรใช้งานเพอกรศกษาเทอนน ไมอนุญาดเทนไปเซบระเชยขนดำนกรศก

ไมว่ากรณใดๆทงลัน อิกทงหำมมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้ำงอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกคร้งที่ม่กรนำไปใช้

basic factor 2) advance factor 3) demand conditions 4) related and supporting firm 5) firm strategy, structure and rivalry 6) role of the government 7) chance. The study empirically obtained and analyzed data through a designed questionnaire. Sampling frame was food exporting companies in Samut Prakan. There were 36 usable returned questionnaire. Response rate was 70% percent of the total population.

The study shown factors contribute to the Thai food export success were advance factor, related and supporting firm, demand conditions, firm strategy, structure and rivalry and role of the government. Basic factor which is raw material and labor was not directly related to export performance.

The finding suggest that the government should support through loan and credit policies which can increase flexibility among exporters and improving of the domestic transportation system for decreasing the cost of transportation. The study also suggests ideas for further research in the area.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ประสบการณ์ความรู้เพิ่มเติมจากตำราเรียนมากมาย ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ที่มีคุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร. ธำรงค์ เมฆโหรา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการศึกษานี้ รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จนทำให้การศึกษานี้เสร็จสมบูรณ์ และชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ในโครงการปริญญาโทสาขาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารทุกท่านที่ช่วยเหลือให้ความสะดวกด้วยดีเรื่อยมา ตลอดจนเพื่อน ๆ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังรุ่นที่ 1 ทุกท่าน ที่คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือในการศึกษานี้

ท้ายที่สุด ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวของผู้ศึกษา ที่ให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ตลอดจนกำลังใจ และคำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลงด้วยดี

ดุชนิ ทองประเสริฐ
นริศรา ไพรวาศ
วิรัชฐา วิรานวัตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง	IX
สารบัญภาพ	X
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตการศึกษา	4
1.4 วิธีการศึกษา	4
1.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	4
1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา	5
1.4.3 สมมติฐาน	6
1.4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	8
2.1.1 ทฤษฎีของพอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model)	8
2.1.2 แนวคิดการวิเคราะห์มูลค่าเชื่อมโยงของกิจการ (Value Chain Analysis)	10
2.1.3 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบการค้าด้านต้นทุนต่ำ (Cost Advantage)	12
2.1.4 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบการค้าด้านความแตกต่าง (Differentiation)	14
2.1.5 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบในการแข่งขันโดยประเมิ ณความสามารถที่โดดเด่น (Distinctive Competency)	15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.1.6 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบด้านความสามารถหลักขององค์การ (Core Competency)	16
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.3 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมและแนวทางสู่กระบวนการวิจัย	17
2.4 เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 3 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย	28
3.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารในปัจจุบัน	28
3.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทย	32
3.3 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย	33
3.4 โครงสร้างการผลิต	34
3.5 การจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร	36
3.6 ลักษณะการผลิตและการใช้เทคโนโลยี	36
3.7 การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย	38
3.8 โครงสร้างผู้ผลิต	39
3.9 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาหาร	41
3.10 การเติบโตของการส่งออกอาหารและตลาดในการส่งออก	42
3.11 อุตสาหกรรมสนับสนุน	43
3.12 สถานการณ์กฎหมายและการเมืองที่เกี่ยวข้อง	47
3.13 แนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหาร	53
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.2 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามและบริษัท	56
4.3 ผลการดำเนินการส่งออก	58
4.4 ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด	59
4.5 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผล ต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออก	62
4.6 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสภาพปัจจุบันของปัจจัย	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.7 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)	70
4.7.1 เทคนิคการวิเคราะห์	70
4.7.2 วิเคราะห์ Factor analysis	71
4.7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราเพิ่มของกำไรและยอดขาย	73
4.7.4 วิเคราะห์ความถดถอย (Multiple Regression)	74
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	77
5.1 สรุป	77
5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย	79
5.3 ข้อเสนอแนะ	79
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ	79
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล	80
5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	80
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก	84
ภาคผนวก ข	90
ภาคผนวก ค	98

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1. การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	23
3.1 แสดงการผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญ	29
3.2 ปริมาณจำหน่ายในประเทศอุตสาหกรรมอาหาร	30
3.3 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของไทย	31
3.4 แสดงมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศในเอเชีย	42
3.5 แสดงตลาดหลักในการส่งออกสินค้าอาหารของไทย	43
3.6 แสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้าทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง	45
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งและระยะเวลา ในการทำงาน	56
4.2 จำนวนของบริษัทจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการจำนวนพนักงานยอดขาย โดยรวมและสัดส่วนการส่งออก	57
4.3 จำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทการผลิตสินค้า	57
4.4 จำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามชนิดของบริษัท	58
4.5 ผลการดำเนินการส่งออกจำแนกตามค่าเฉลี่ยของอัตราการขยายตัวและอัตราผล กำไรในปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 (ร้อยละบาท)	58
4.6 จำนวนและร้อยละทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อมูลค่า การส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดภายในประเทศ	60
4.7 จำนวนและร้อยละทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อมูลค่า การส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้า	62
4.8 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินการส่งออก	63
4.9 ร้อยละทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสภาพปัจจุบันของปัจจัยสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก	70
4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตราผล กำไรของธุรกิจส่งออกกับตัวแปรสลิปตัวแปรที่สร้างขึ้นจากการหมุนแกนปัจจัย	74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงตำแหน่งและโอกาสทางการตลาดของสินค้าอาหารปี พ.ศ. 2544	2
2.1 แสดงกรอบแนวคิดของแบบจำลองของพอทเตอร์ (Porter's Diamond Framework)	8
2.2 แสดงการวิเคราะห์มูลค่าเชื่อมโยง (The Value Chain)	12
2.3 แสดงการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า (Superior Quality)	13
2.4 สรุปการสร้างข้อได้เปรียบการแข่งขันด้านการมีต้นทุนที่ต่ำกว่า (Cost Advantage)	13
2.5 สรุปการสร้างข้อได้เปรียบการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation)	14
2.6 แสดงความสัมพันธ์ของการเกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน	15
2.7 รูปแบบจำลองการศึกษาองค์ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการส่งออก อุตสาหกรรมอาหาร	19
3.1 แสดงความเชื่อมโยงของหน่วยผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร	35

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

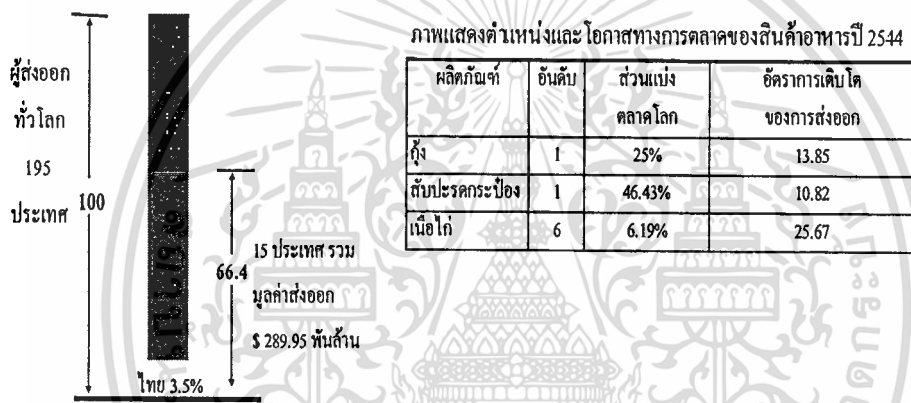
อุตสาหกรรมอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มนำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 มาใช้ในปีพ.ศ. 2504 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนน้อย ใช้วัตถุดิบภายในประเทศสูง และสามารถนำเอาทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมได้มาก ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อการลงทุน นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่น ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การผลิตกระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น อันจะนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้น

จากแผนพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 4 มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ เมื่อการผลิตขยายตัวมากขึ้น ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญมากขึ้น อุตสาหกรรมเริ่มได้ประโยชน์จากการผลิตในปริมาณมากและเกิดศักยภาพในการส่งออก นำมาซึ่งรายได้เข้าสู่ประเทศมากขึ้น

อุตสาหกรรมอาหารมีมูลค่ากว่า 1.2 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 28.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2545 จำนวนกว่า 350,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 13 ต่อปี และมีมูลค่าเพิ่มในตัวอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่าเพิ่มของภาคอุตสาหกรรมรวม โดยสินค้าอาหารที่ประเทศไทยส่งออกนั้นคิดเป็นร้อยละ 13 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด คิดเป็นสัดส่วนของการส่งออกสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์ประมงร้อยละ 42 สินค้าผักผลไม้และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 10 สินค้าเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 8 และสินค้าอาหารอื่น ๆ ร้อยละ 40 ของสินค้าอาหารส่งออกโดยรวมทั้งหมด นอกจากนี้อุตสาหกรรมยังมีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศมากกว่าร้อยละ 80 และมีต้นทุนการใช้ทรัพยากรต่ำ จึงมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบและความสามารถในการแข่งขันสูง อีกทั้งยังเป็นตลาดรองรับผลิตผลทางการเกษตรและเป็นแหล่งการจ้างงานมากกว่า 10 ล้านคน ในอุตสาหกรรมอาหารเกษตรและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศที่ส่งออกสินค้าอาหารทั่วโลกมี 195 ประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มประเทศผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ 15 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์

เยอรมัน เบลเยียม แคนาดา สหราชอาณาจักร สเปน อิตาลี บราซิล ออสเตรเลีย จีน อาเจนตินา เดนมาร์ก และไทย ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 66.4 ของจำนวนผู้ส่งออกสินค้าอาหารทั่วโลก และในร้อยละ 66.4 นี้ ประเทศไทยมีส่วนแบ่งอยู่ร้อยละ 3.5 จัดอยู่ในอันดับที่ 14 ของโลก แต่อุตสาหกรรมอาหารของไทยยังมีโอกาสที่จะขยายตัวเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของโลกได้ ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศไทยเป็นผู้นำในการส่งออกผลิตภัณฑ์หลายชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กุ้ง อยู่ในอันดับที่ 1 มีส่วนแบ่งในตลาดโลกอยู่ร้อยละ 25 อัตราการเติบโตของการส่งออกต่อปีคิดเป็นร้อยละ 13.85 สับปะรดกระป๋องอยู่ในอันดับที่ 1 มีส่วนแบ่งในตลาดโลกร้อยละ 46.43 อัตราการเติบโตของการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 10.82 เนื้อไก่อยู่ในอันดับที่ 6 มีส่วนแบ่งในตลาดโลกร้อยละ 6 และมีอัตราการเติบโตของการส่งออกต่อปีคิดเป็นร้อยละ 25.67 (ภาพที่ 1.1)



ภาพที่ 1.1 ตำแหน่งและโอกาสทางการตลาดของสินค้าอาหารปี พ.ศ.2544 (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

ด้านนโยบายรัฐบาล ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) โดยจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมสาขาอาหาร เพื่อวางยุทธศาสตร์ และตำแหน่งการแข่งขันของไทยในตลาดโลก (Global Niches) เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติร่วมกันทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ ดังนี้ ประการที่หนึ่ง ให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการส่งออกสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง สำหรับอาหาร 4 ประเภท ตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ อาหารที่ผลิตจากสินค้าประมง ธัญพืช ผักผลไม้ และเนื้อสัตว์ และประการที่สอง ให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการที่จะผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มจากน้ำตาลและมันสำปะหลังเพื่อการส่งออก (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและการต้องเปิดเสรีทางการค้า ทำให้การส่งออกสินค้าอาหารของไทยได้รับผลกระทบมาอย่างต่อเนื่อง โดยผลการวิเคราะห์ของกรมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐกิจการพาณิชย์ (2544) พบว่าการส่งออกของอาหารลดลงในอัตราร้อยละ 1 จะส่งผลทำให้ภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบมูลค่ากว่า 17,000 ล้านบาท การจ้างงานรวมทุกสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องลดลงประมาณ 99,000 คน และเกิด Welfare Loss ประมาณ 6,000 ล้านบาท ประกอบกับอุตสาหกรรมอาหารไทยกำลังเผชิญกับสภาพเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ภาวะเงินฝืด อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศใหญ่ในโลกเริ่มถดถอยลง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารให้มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustained Competitive Advantage) ให้เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมอาหารของไทย ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ โดยมีเป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจนและต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและเอกชน

การวิจัยเพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมอาหารส่งออก มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะนอกจากจะช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกแล้ว อุตสาหกรรมนี้ยังมีความเชื่อมโยงถึงห่วงโซ่คุณค่าอีกหลายสาขา ดังนั้น บริษัทต่าง ๆ จำเป็นต้องทำการพัฒนา และพร้อมที่จะเผชิญเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอดและความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ จากวิกฤตการณ์การเงินของไทยในปี พ.ศ.2540 แสดงให้เห็นความไม่เข้มแข็งของสถาบันทางเศรษฐกิจ และศักยภาพการแข่งขันที่ไม่เพียงพอ สินค้าส่งออกของไทยส่วนใหญ่มาจากทรัพยากรและแรงงานราคาถูก ไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ใช้ราคาถูกเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน (สุวิชา, 2546) แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไป ประเทศไทยจำเป็นต้องทำการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยหนึ่งในวิธีการที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและเป็นที่ยอมรับ คือ การวิเคราะห์ความสามารถเชิงการแข่งขันภายใต้แบบจำลองเพชร ของ Michael E. Porter

ในการวิเคราะห์สภาวะความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจ Porter (2000) ได้เสนอโมเดลเพชร (Diamond Model) มีปัจจัยองค์ประกอบ 7 ตัว ได้แก่ ปัจจัยที่หนึ่ง ปัจจัยทรัพยากรพื้นฐาน ปัจจัยที่สอง ปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง ปัจจัยที่สาม ปัจจัยด้านความต้องการในประเทศ ปัจจัยที่สี่ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ปัจจัยที่ห้า อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยที่หก กฎหมายและการเมือง และปัจจัยที่เจ็ด เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ซึ่งถ้าธุรกิจใดมีองค์ประกอบดังกล่าวอย่างสมบูรณ์ จะสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดีในระดับประเทศ เพราะโมเดลดังกล่าว สามารถทำการวิเคราะห์เริ่มตั้งแต่ระบบการจัดการการผลิต การบริหารองค์กร การตลาด การกระจายสินค้า การรองรับสินค้าจากธุรกิจ สภาวะอุตสาหกรรม แนวนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสภาพเหตุการณ์ภายนอกต่าง ๆ ที่อาจเกิด และไม่สามารถควบคุมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแบบจำลองดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อให้ทดสอบองค์ประกอบของความสำเร็จในการส่งออก ซึ่งผลการวิจัยจะช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารไทยเร่งสร้างและพัฒนาข้อได้เปรียบเชิงการค้าในทุก ๆ ด้าน เพื่อหาเส้นทางนำรายได้เข้าสู่ประเทศ สร้างดุลยภาพเศรษฐกิจ รวมถึงการเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับการแข่งขันที่รุนแรงในอนาคตของอุตสาหกรรมประเภทนี้ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ และเป็นส่วนเสนอแนะเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนี้และในเขตอื่นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการส่งออกของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการตามทฤษฎีของพอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model)

1.2.2 เพื่อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารให้เกิดความสำเร็จในการส่งออกสินค้ามากขึ้น

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ ซึ่งเป็นเขตที่มีอุตสาหกรรมอาหารหนาแน่นและสะดวกต่อการติดต่อเพื่อสำรวจข้อมูล โดยทำการศึกษาภายใต้กรอบทฤษฎี Porter's diamond model และใช้กำไรจากการส่งออกและอัตราการเติบโตของยอดขาย เป็นเครื่องแสดงผลความสำเร็จของการส่งออก โดยกรอบการศึกษาทำการวิเคราะห์ 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่หนึ่ง ปัจจัยทรัพยากรพื้นฐาน ปัจจัยที่สอง ปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง ปัจจัยที่สาม ปัจจัยด้านความต้องการในประเทศ ปัจจัยที่สี่ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นๆ ปัจจัยที่ห้า อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ปัจจัยที่หก กฎหมายและการเมือง และปัจจัยที่เจ็ด เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด

1.4 วิธีการศึกษา

1.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.1.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารจำนวน 36 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนประชากร 57 บริษัทในจังหวัดสมุทรปราการ ในไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยไม่ใส่ซ้ำ (Simple Random Sampling without Replacement) โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและบริษัท

ส่วนที่ 2 สอบถามทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่มีผลต่อการส่งออก

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลอัตราการขยายตัวหรือหดตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตราผลกำไร

ส่วนที่ 4 สอบถามทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก

ส่วนที่ 5 สอบถามข้อมูลนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออก และปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก

1.4.1.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ ได้จากวิทยานิพนธ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตำราและหนังสือวิชาการ

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 1) ปัจจัยขั้นพื้นฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์และแรงงาน
- 2) ปัจจัยขั้นสูง ได้แก่ บุคลากร เทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 3) อุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่ ความต้องการในประเทศ และความคาดหมายของผู้บริโภค

คาดหมายของผู้บริโภค

4) ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ หมายถึง จำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภายในประเทศนั้น ๆ กลยุทธ์ที่ใช้ โครงสร้างของอุตสาหกรรม ระบบการแข่งขัน โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัท ได้แก่ การวางแผนการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด

5) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบการสาธารณูปโภค อุตสาหกรรมบริการธุรกิจ อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ ระบบการเงิน การธนาคาร ระบบการส่งเสริมการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) นโยบาย และบทบาทของรัฐบาล ได้แก่ การจัดตั้งโครงการอาหารปลอดภัย และแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งมีชีวิตที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม (Genetically Modified Organism, GMO)

7) เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้แก่ ภาวะสงคราม อุทกภัย โรคระบาด ภัยพิบัติ และการก่อการร้าย

1.4.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- 1) กำไรจากการส่งออก
- 2) อัตราการเติบโตของยอดขาย

1.4.3 สมมติฐาน

- 1) ปัจจัยขั้นพื้นฐานไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ
- 2) ปัจจัยขั้นสูงไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ
- 3) อุปสงค์ภายในประเทศไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ
- 4) ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ
- 5) อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ
- 6) นโยบายและบทบาทของรัฐบาลไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร
- 7) เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

1.4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) เพื่อวัดความถูกต้องและความเป็นไปได้ของตัวชี้วัดแต่ละตัว ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อหาระดับความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดที่

มีการกระจายแบบปกติ การวิเคราะห์ความถดถอย (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบ
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดแต่ละตัวกับผลสำเร็จในการส่งออก และการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก สำหรับข้อมูลทุติยภูมิจะนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าอาหารของไทยของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ โดยนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์ วางแผน และพัฒนาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในเขตอื่น ๆ ต่อไป



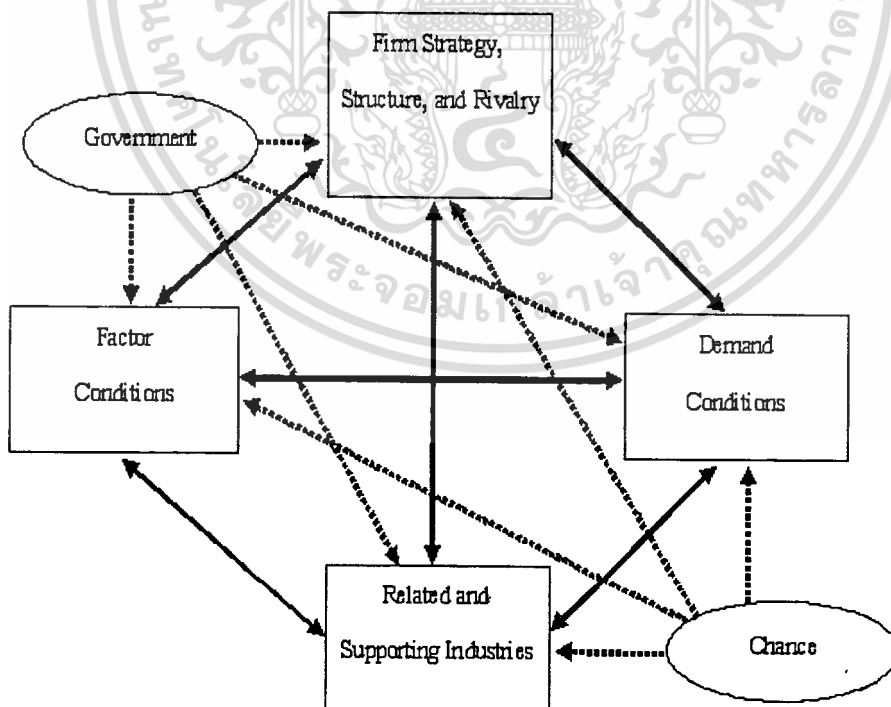
บทที่ 2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.1.1 ทฤษฎีของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศร่วมสมัย มุ่งเน้นไปในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงปัจจัยที่แต่ละประเทศมีอยู่ โดยประกอบด้วย ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน และสภาพขนาดของความต้องการภายในประเทศ พอร์เตอร์ (2000) กล่าวว่า นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ประเทศต่าง ๆ ยังสามารถสร้างปัจจัยเพิ่มเติมได้อีก ประกอบด้วย ทักษะด้านแรงงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความรู้พื้นฐานในด้านต่าง ๆ การสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ โดยได้เสนอแบบจำลองที่เรียกว่า แบบจำลองเพชร (Diamond Model) เพื่อให้พิจารณาข้อได้เปรียบในระดับประเทศ ตามภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงแนวคิดแบบจำลองของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Framework) (ราวดี, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของ Diamond Model สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1.1.1 ปัจจัยเงื่อนไข (Factor Conditions) ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรพื้นฐานที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ และแหล่งเงินทุน และปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง ได้แก่ ทรัพยากรโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เช่น ถนน ระบบขนส่ง ระบบโทรคมนาคม ท่าเรือ ท่าอากาศยาน และความก้าวหน้าทางวิทยาการ หรือทางการบริหารจัดการ เป็นต้น โดยจำนวนของปัจจัยเงื่อนไขดังกล่าวต้องมีมากพอ สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ทันเวลา รวมทั้งสามารถทำการปรับปรุงและพัฒนาได้ง่าย

2.1.1.2 ปัจจัยด้านความต้องการในประเทศ (Demand Conditions) เมื่อลักษณะและขนาดของความต้องการภายในประเทศเพิ่มขึ้น จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในท้องถิ่น โดยเฉพาะในระยะแรกของการพัฒนา นอกจากนี้ความต้องการในประเทศจะเป็นตัวรองรับสินค้าในช่วงที่ตลาดต่างประเทศหดตัวลงไป ซึ่งถ้าความต้องการภายในประเทศมีมาก จะทำให้เกิดข้อได้เปรียบการแข่งขันระหว่างประเทศ

2.1.1.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Related and Supporting Industries) เมื่อท้องถิ่นสามารถจัดหาปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมได้ โดยเฉพาะถ้าประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นจำนวนมากจะเป็นฐานอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ง่าย ซึ่งจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบด้านต้นทุน

2.1.1.4 ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมหมายถึงจำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภายในประเทศนั้น ๆ กลยุทธ์ที่ใช้ โครงสร้างของอุตสาหกรรม และระบบการแข่งขัน เช่น ระบบการแข่งขันจะทำให้อุตสาหกรรมมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพ มีการเปลี่ยนแปลง ไม่เฉื่อยชา มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการแบบใหม่ ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบด้านความสามารถที่โดดเด่น เป็นต้น

2.1.1.5 กฎหมายและการเมือง (Role of the Government) กฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ และนโยบายของรัฐบาลรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง อาจมีผลกระทบต่อ การดำเนินงานของธุรกิจได้ ซึ่งสามารถพิจารณาบทบาทภาระหน้าที่ได้ดังนี้

- 1) ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนจากต่างประเทศ ด้านนโยบาย ของรัฐบาลดี และมีเสถียรภาพ นักลงทุนก็จะกล้าลงทุน
- 2) เป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ที่บังคับใช้ แต่ก็เป็นผู้ผ่อนคลายนโยบายต่าง ๆ ได้เช่นกัน

- 3) เป็นผู้ให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจ

4) เป็นเจ้าของ หรือผู้ครอบครอง ผู้อนุญาตให้ธุรกิจได้รับสัมปทาน หรือสิทธิประโยชน์จากรัฐบาลได้

5) เป็นผู้ใช้สินค้าและบริการของธุรกิจ

2.1.1.6 เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด(Chance) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดจะมีทั้งดีและไม่ดี ยากต่อการทำนายหรือหาทางป้องกัน เช่น การคิดค้นสินค้าและบริการแบบใหม่ การค้นพบเทคโนโลยีใหม่ ภาวะสงคราม ภาวะการขาดแคลนพลังงาน อุปสงค์เปลี่ยนแปลง ภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลง ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการเปลี่ยนแปลงนโยบายของประเทศคู่ค้า เป็นต้น ดังนั้น ธุรกิจต้องมีการเตรียมพร้อมรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเสมอ

นอกจากนี้ พอร์ทเตอร์ยังเสนอว่าในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศนั้น ต้องเริ่มจากแหล่งของความเจริญและมั่งคั่งของประเทศก่อน ความมั่งคั่งและมาตรฐานการดำรงชีวิตของประชากรในประเทศเกิดขึ้นจากผลิตภาพ (Productivity) ของแต่ละประเทศซึ่งวัดโดยมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศนั้น ๆ ต่อหนึ่งหน่วยของทรัพยากรมนุษย์ ทุน และทรัพยากรธรรมชาติ

สรุปได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของแต่ละประเทศจะต้องดูจากผลิตภาพ และผลิตภาพนั้นทำให้แต่ละประเทศสามารถสนับสนุนค่าแรงที่สูง ค่าเงินที่แข็ง และผลตอบแทนจากเงินทุน อันจะนำไปสู่มาตรฐานการดำรงชีวิตที่สูงและผลิตภาพน่าจะเป็นเป้าหมายหลักของแต่ละประเทศมากกว่าการส่งออกเพียงอย่างเดียว

2.1.2 แนวคิดการวิเคราะห์มูลค่าเชื่อมโยงของกิจการ (Value Chain Analysis)

แนวคิดหลักที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ คือ ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ของ Porter (2000) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันมากในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร มีความสำคัญยิ่งในการแข่งขันเพื่อชัยชนะ และใช้ในการกำหนดตัวกลยุทธ์ กลวิธี และวิธีการของกลยุทธ์ในระดับธุรกิจ กลยุทธ์ในระดับหน้าที่ และกลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ

ห่วงโซ่แห่งคุณค่า หมายถึง กลุ่มกิจกรรมที่ช่วยสร้างคุณค่า (Value) ให้กับสินค้าและบริการ ในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาร้อยเรียงกันเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง มี 2 กลุ่มกิจกรรม คือ

2.1.2.1 กลุ่มกิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities) ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) กิจกรรมการจัดหาวัตถุดิบมาใช้ในการผลิต(Inbound Logistics) ให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีที่สุดในราคาถูกที่สุด และแน่นอนที่สุด

2) กิจกรรมการผลิตสินค้า (Operations) ให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุดในต้นทุนต่ำที่สุด มีของเสียหรือความสูญเสียในกระบวนการผลิตน้อยที่สุด ซึ่งรวมทั้งการเก็บรักษาสินค้าที่ผลิตแล้วไว้ในคลังสินค้าให้ปลอดภัยที่สุด ไม่เสื่อมสภาพ และประหยัดที่สุดด้วย

3) กิจกรรมการขนส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อตามช่องทางการตลาด (Outbound Logistics) ให้สินค้านั้นยังคงมีคุณภาพดี ปลอดภัย สะดวก แน่นนอน และประหยัดที่สุด

4) กิจกรรมการตลาด (Marketing) ให้ได้สินค้าที่ดี ที่ตลาดต้องการ เป็นที่รู้จักและนิยมชมชอบของตลาด ลูกค้ำพึงพอใจ ประหยัด และ ขายได้มากที่สุด

5) กิจกรรมการขาย (Sales) ให้ลูกค้ำพึงพอใจ และประทับใจ ทั้งตัวสินค้าและบริการ และช่วยบอกกันต่อ ๆ ไป

6) กิจกรรมการบริการทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับสินค้า(Services) ตั้งแต่ก่อนขาย ขณะขาย และ หลังการขาย ให้ลูกค้ำพึงพอใจและประทับใจที่สุด ตลอดไป ถือเป็นกิจกรรมการเพิ่มคุณค่าที่สำคัญที่สุด

2.1.2.2 กลุ่มกิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริม (Support Activities) ประกอบด้วย

1) กิจกรรมการจัดระบบงาน ให้สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน ง่ายต่อการปฏิบัติ มีประสิทธิภาพสูง และสามารถปรับเปลี่ยนได้โดยไม่ยุ่งยาก

2) กิจกรรมการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Technological Development) มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และยั่งยืน

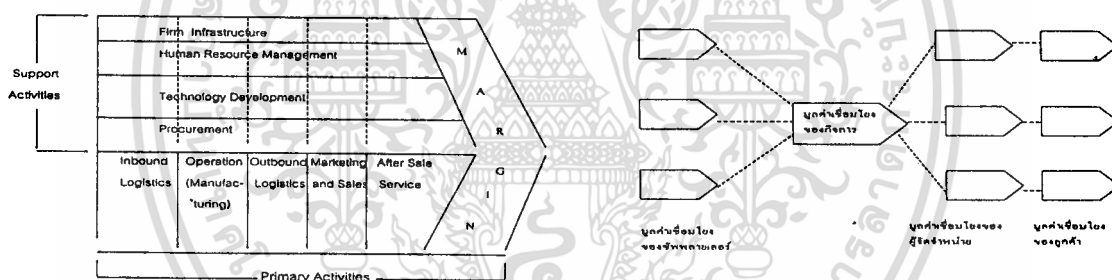
3) กิจกรรมการวิจัยเพื่อการพัฒนา (R&D) ให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดียิ่ง ๆ ขึ้น มีต้นทุนต่ำลง มีของเสียหรือความสูญเสียในกระบวนการผลิตน้อยลง การเก็บรักษาสินค้าที่ผลิตแล้วไว้ในคลังสินค้าปลอดภัย การขนส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อตามช่องทางการตลาดดี ปลอดภัย สะดวก แน่นนอน และประหยัด เป็นผลให้ขายได้มากขึ้น ลูกค้ำพึงพอใจและประทับใจมากขึ้น และมีการบริการหลังการขายดียิ่งๆขึ้น จะเห็นได้ว่า การวิจัยเพื่อการพัฒนา (R&D) นี้ มิได้มุ่งเน้นเฉพาะสินค้าใหม่ แต่มุ่งเน้นที่การพัฒนากิจกรรมและกระบวนการทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าและบริการทั้งหลายด้วย

4) กิจกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ที่มีประสิทธิภาพสูง คล่องตัว ทันสมัย และเหมาะสมกับธุรกิจ และสภาพการณ์ ตั้งแต่การกำหนดความต้องการ การสรรหา การปฐมนิเทศ การเตรียมบุคคลก่อนส่งไปปฏิบัติงาน การพัฒนา การบำรุงรักษา และการให้ออกจากงานของบุคลากรทุกระดับ

5) กิจกรรมการจัดโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร และ SBU (Firm Infrastructure) ที่เกี่ยวข้องการดำเนินงาน การพัฒนา และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านผู้นำ การกำหนดนโยบาย การวางแผนกลยุทธ์ การจัดองค์กร การจัดคนในองค์กร การอำนวยความสะดวกใน องค์กร การประสานงานทั้งในองค์กรและระหว่างองค์กร การรายงาน การเงินและงบประมาณ การจัดระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการปฏิบัติงานและการบริหาร ความสัมพันธ์กับสาธารณะและกลุ่ม พลังต่าง ๆ ในสังคม และภาพลักษณ์ขององค์กร

6) กิจกรรมในการจัดหาสิ่งจำเป็นและสิ่งอำนวยความสะดวกในการ ดำเนินงานให้กับบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ (Procurement) เช่น การจัดซื้อในกรณีต่าง ๆ การหา ผู้ขายสินค้า ซึ่งต้องมีทางเลือกไม่ใช่การผูกขาด การปฏิบัติบำรุงทั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ อาคาร สถานที่ การเช่าเครื่องมืออุปกรณ์แทนการซื้อ เป็นต้น

กิจกรรมทั้งหลายเหล่านี้ มุ่งสู่ทิศทางเดียวกัน คือ ให้ได้ส่วนเกินทุน หรือได้ผล ต่างระหว่างผลได้กับต้นทุน (กำไรและหรือผลประโยชน์สุทธิ) สูงสุด อย่างมั่นคงและยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมกลยุทธ์หลักและกลยุทธ์อื่น ๆ ขององค์กร (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 แสดงการวิเคราะห์มูลค่าเชื่อมโยง (The Value Chain) (สุพานี, 2544)

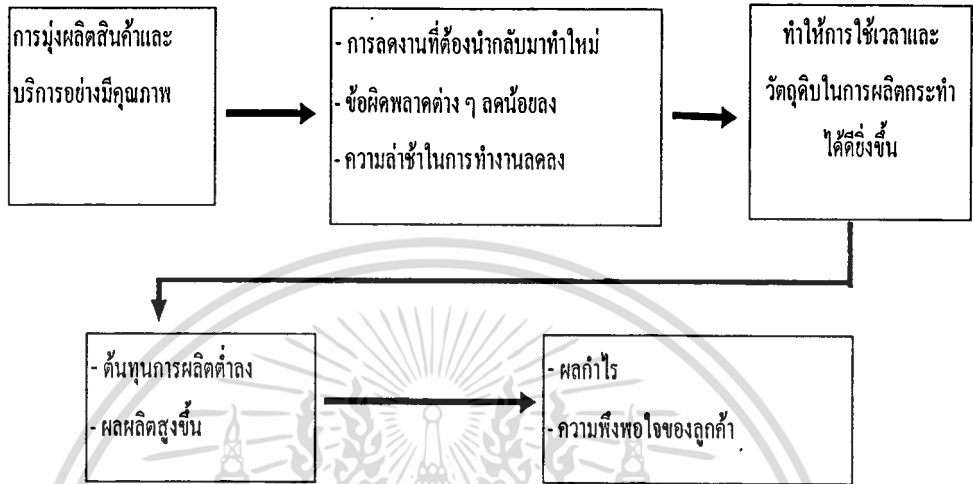
2.1.3 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบการค้ำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Advantage)

พอร์ทเตอร์ กล่าวว่า การที่ธุรกิจจะบรรลุข้อได้เปรียบในการแข่งขันในเรื่อง ต้นทุนต่ำ (low cost) ได้นั้น จะต้องมิต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยเป็นต้นทุนการบริหารจัดการใน ทุกด้าน มิใช่เฉพาะต้นทุนการผลิตเท่านั้น ซึ่งมีหลักการในการบรรลุข้อได้เปรียบด้านต้นทุนต่ำ ดังนี้

2.1.3.1 มีการบริหารและดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง (Superior Efficiency) เช่น มีโรงงานขนาดใหญ่กว่า เพื่อให้ได้การประหยัดจากขนาด มีการ ควบคุมต้นทุนที่ดีกว่า มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สั้นกว่า เป็นต้น

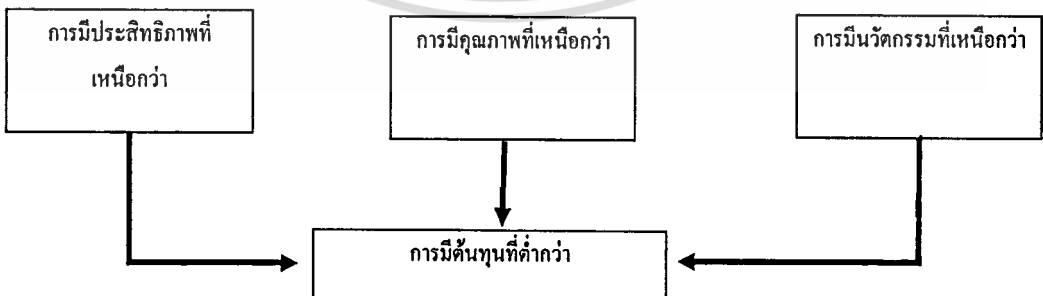
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.2 มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า (Superior Quality) สินค้าและบริการที่มีคุณภาพทำให้กิจการไม่เกิดการสูญเสีย การสิ้นเปลือง และลดการนำงานนั้นกลับมาทำใหม่ (Rework) (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 แสดงการสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า (Superior Quality) (สุพานี, 2544)

2.1.3.3 การมีนวัตกรรมที่เหนือกว่า (Superior Innovation) ถ้ากิจการมีการประดิษฐ์คิดค้นสินค้าให้ง่ายต่อการผลิต หรือพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ง่ายขึ้นหรือเป็นกระบวนการที่สั้นลง หรือวิจัยพัฒนาวัตถุดิบทดแทนที่มีราคาถูกลงได้หรือมีคุณภาพที่เหนือกว่าเดิม กิจการก็จะมีต้นทุนที่ต่ำลงไป (ภาพที่ 2.4)



ภาพที่ 2.4 สรุปการสร้างข้อได้เปรียบการแข่งขันด้านการมีต้นทุนที่ต่ำกว่า (Cost Advantage) (สุพานี, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

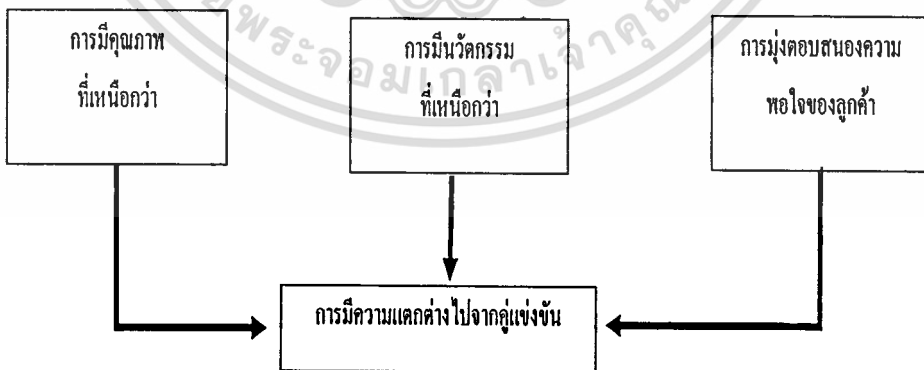
2.1.4 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบการค้ำด้านความแตกต่าง (Differentiation)

พอร์ทเตอร์ กล่าวว่า สินค้าและบริการที่มีความแตกต่างไปจากคู่แข่ง (Differentiation) ในสายตาของลูกค้า เช่น สินค้าและบริการมีคุณภาพสูง รูปแบบ และมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ดีกว่าคู่แข่ง หรือมีความเหนือกว่าทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น มีหลักการบรรลุการสร้างข้อได้เปรียบด้านความแตกต่าง ดังนี้

2.1.4.1 การมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง (Superior Quality) ทั้งคุณภาพในการใช้งาน ความคงทนถาวร มีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า เนื่องจากมีการวิจัยพัฒนา หรือประดิษฐ์คิดค้นต่าง ๆ ที่ทำให้ได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น หรือมีรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยมากขึ้นหรือมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการใช้งานมากขึ้น

2.1.4.2 การมีนวัตกรรมที่เหนือกว่า (Superior Innovation) ทำให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ ๆ

2.1.4.3 การตอบสนองความพอใจของลูกค้า (Customer Responsiveness) การปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Customization) และยังคงการความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการให้บริการ ถ้ากิจการใดสามารถตอบสนองได้ดีกว่า ย่อมเป็นความแตกต่างที่มีคุณค่าในสายตาลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุด (ภาพที่ 2.5)



ภาพที่ 2.5 สรุปการสร้างข้อได้เปรียบการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) (สุพานี, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

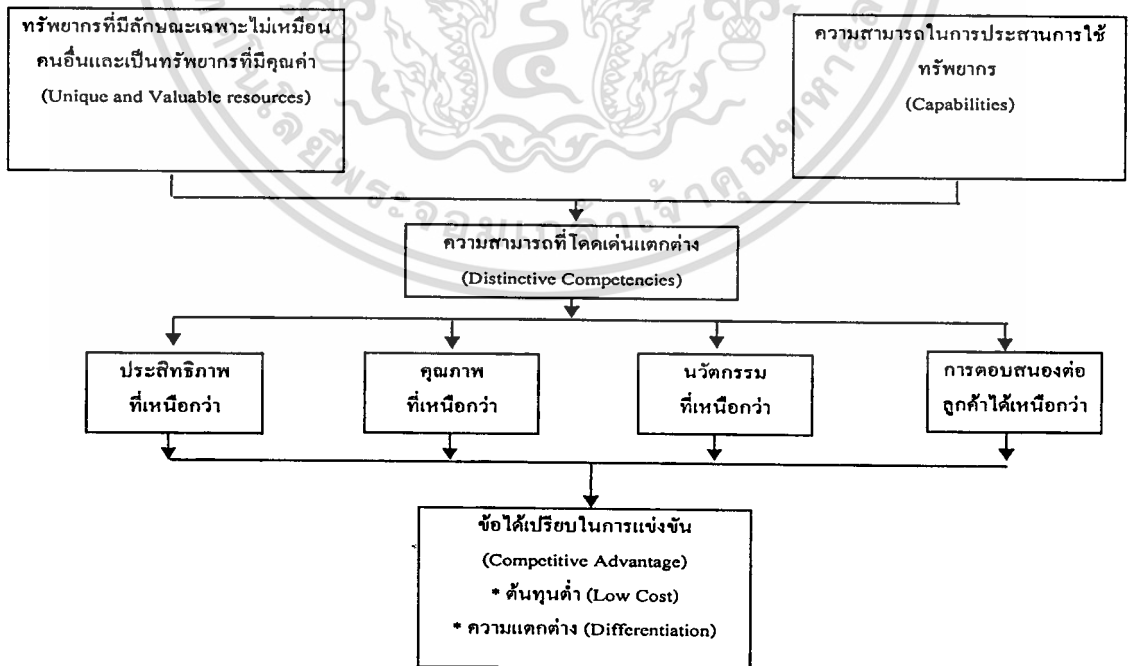
2.1.5 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบในการแข่งขันโดยประเมินความสามารถที่โดดเด่น (Distinctive Competency)

Capabilities Hill&Jone (1998) ให้คำนิยามว่า ข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยความสามารถที่โดดเด่น คือ เป็นจุดแข็งที่โดดเด่นมีลักษณะเฉพาะที่จะทำให้กิจการสามารถบรรลุประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองต่อลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง หลักในการประเมินความสามารถที่โดดเด่นของกิจการแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1.5.1 กิจการมีทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะและมีคุณค่าหรือไม่

2.1.5.2 กิจการมีความสามารถในการประสานการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดผลอย่างที่ต้องการหรือไม่ เช่น ความสามารถในการจัดโครงสร้าง และระบบงานต่าง ๆ ความสามารถในการจัดการควบคุมและติดตามงาน และความสามารถในการสร้างวัฒนธรรมขององค์กรที่เหมาะสม เป็นต้น

ดังนั้น ถ้ากิจการสามารถบรรลุทั้ง 2 ข้อ นั่นคือกิจการมีความสามารถที่โดดเด่นหรือแตกต่าง (Distinctive Competency) หรือมีจุดแข็งที่มีลักษณะเฉพาะ (Unique Strength) แสดงว่ามีความสัมพันธ์ของทรัพยากรขององค์กร ผสมกับความสามารถในการใช้ทรัพยากร ซึ่งจะก่อให้เกิดความสามารถที่โดดเด่น แตกต่างไปจากคู่แข่ง อันจะนำมาซึ่งข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (ภาพที่ 2.6)



ภาพที่ 2.6 แสดงความสัมพันธ์ของการเกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (สุพานี, 2544)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6 แนวคิดการบรรลุข้อได้เปรียบด้านความสามารถหลักขององค์กร (Core Competency)

Prahalad and Hamel (1990) ให้ความหมายว่า เป็นผลของการเรียนรู้ร่วมกันขององค์กรในวิธีการประสานทักษะทางด้านผลิตที่มีความหลากหลายเข้าด้วยกัน และประสานรวมเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องให้ไปด้วยกัน อันจะช่วยให้หน่วยธุรกิจของตนสามารถปรับตัวให้เข้ากับโอกาสที่เปลี่ยนแปลงไปได้ แนวทางในการประเมินข้อได้เปรียบด้านความสามารถหลักขององค์กร มีดังนี้

2.1.6.1 เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดศักยภาพในการเข้าถึงตลาดได้อย่างหลากหลาย

2.1.6.2 เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดสินค้าขั้นสุดท้าย (End Products) ซึ่งมีประโยชน์สำคัญที่ลูกค้ารับรู้ได้

2.1.6.3 เป็นสิ่งที่ยากต่อการลอกเลียนจากคู่แข่งขั้นเพราะเป็นเรื่องของการผสมผสานอย่างซับซ้อนของเทคโนโลยีและทักษะการผลิตต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

ดังนั้นการสร้างข้อได้เปรียบด้านความสามารถหลักจะเริ่มจากการวิเคราะห์ทรัพยากร ทักษะ และความสามารถหลักของกิจการ (ความสามารถในการผลิตและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง) ตลอดจนแนวทางที่จะทำสิ่งต่าง ๆ มาประสานงานกันอย่างลงตัว

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ราวดี (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย โดยใช้ความคิดจากทฤษฎีของพอร์เตอร์ ด้วยการสอบถามข้อมูลจากผู้บริหารกิจการส่งออกอาหารในประเทศไทย จำนวน 135 บริษัท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารไทย คือ สภาพปัจจัย กลยุทธ์ของบริษัท และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่วนสภาพความต้องการและสภาพการแข่งขันภายในประเทศไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก โดยปัจจัยพื้นฐาน คือ วัตถุประสงค์และแรงงานมีความสำคัญต่อผลประกอบการการส่งออกมากกว่ากลยุทธ์ของบริษัท และปัจจัยขั้นสูง คือ ทรัพยากรบุคคลและการผลิตและเทคโนโลยี และให้ข้อเสนอแนะว่าบริษัทส่งออกควรปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการส่งออกระยะสั้น ด้วยการใช้กลยุทธ์ที่เกี่ยวกับการวางแผนเพิ่มยอดขาย การวางแผนเพิ่มลูกค้า การบริการ การควบคุมปริมาณ และการควบคุมคุณภาพ บริษัทควรมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ด้วยการพัฒนานุเคราะห์ทางด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า การเพิ่มความสามารถของบุคลากร และจัดการฝึกอบรมบุคลากร บริษัทควรมีการลงทุนในด้านการผลิต เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเทคโนโลยีการผลิต ด้วยการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต และนวัตกรรมการผลิต รัฐบาลสามารถเพิ่มศักยภาพให้บริษัทส่งออกอาหารด้วยการสนับสนุนผ่านสถาบันที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัยและพัฒนาในด้านการผลิตอาหาร ขบวนการผลิตอาหาร การพัฒนาประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการผลิต การให้ข้อมูลด้านการผลิต และการค้าสำหรับทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

สุพานี (2544) ศึกษาข้อได้เปรียบในการแข่งขันในระดับประเทศ และได้เสนอว่า ธุรกิจควรมีการวิเคราะห์ ประการแรกคู่แข่งชั้นสำคัญของอุตสาหกรรมว่ามาจากประเทศใด ประการที่สองประเทศใดน่าจะเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่ทำให้ธุรกิจได้ประโยชน์สูงสุด โดยได้เสนอโมเดลที่เรียกว่า Diamond Model เพื่อพิจารณาข้อได้เปรียบในระดับประเทศ ในสี่ด้าน ดังนี้ ด้านที่หนึ่ง ปัจจัยเงื่อนไข (Factor conditions) ได้แก่ ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ แบ่งเป็นกลุ่มของปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ และแหล่งเงินทุน และปัจจัยขั้นสูง ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เช่น ถนน ระบบขนส่ง ระบบโทรคมนาคม ท่าเรือ ท่าอากาศยาน และความก้าวหน้าทางวิทยาการหรือทางการบริหารจัดการ เป็นต้น ด้านที่สองภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ว่ามีผู้ประกอบการอยู่มากน้อยแค่ไหน กลยุทธ์ที่ใช้ โครงสร้างของอุตสาหกรรม และการแข่งขันเป็นอย่างไร ถ้ามีการแข่งขันจะทำให้อุตสาหกรรมมีการพัฒนาปรับปรุงมีประสิทธิภาพ มีการเปลี่ยนแปลง ไม่เฉื่อยชา ด้านที่สามความต้องการในประเทศ หรือความต้องการท้องถิ่น ลักษณะและขนาดของความต้องการภายในประเทศเป็นอย่างไร มีความคาดหวังในคุณภาพของสินค้าและบริการมากน้อยแค่ไหน ความต้องการของท้องถิ่นจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้น และความต้องการในประเทศจะเป็นตัวรองรับสินค้าในช่วงที่ตลาดต่างประเทศหดตัวลงไป ด้านที่สี่อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ในประเทศที่มีอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก เช่น ในประเทศเกาหลีใต้และไต้หวัน เป็นต้น จะเป็นฐานอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ง่าย ดังนั้นยุคของกระแสโลกาภิวัตน์ ธุรกิจควรคำนึงและค้นหาข้อได้เปรียบ เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันในระดับประเทศอย่างยั่งยืนและมั่นคง

2.3 สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมและแนวทางสู่กระบวนการวิจัย

จากการทบทวนหลักทฤษฎี งานวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ชำรงต้น ทำให้ทราบว่าองค์ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการทำธุรกิจ คือการหาแนวทางการสร้างและพัฒนาข้อได้เปรียบเชิงการค้า ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ 2.3.1 ปัจจัยขั้นพื้นฐาน ได้แก่ วัตถุดิบและแรงงาน อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ปัจจัยขั้นสูง ได้แก่ บุคลากร เทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.3.3 อุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่ ความต้องการในประเทศ และความคาดหวังของผู้บริโภค

2.3.4 ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ หมายถึง จำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภายในประเทศนั้น ๆ กลยุทธ์ที่ใช้โครงสร้างของอุตสาหกรรม และระบบการแข่งขัน โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัท ได้แก่ การวางแผนการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาด

2.3.5 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบการสาธารณสุข ภาครัฐ ภาค อุตสาหกรรมบริการธุรกิจ อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ ระบบการเงินการธนาคาร ระบบการส่งเสริมการลงทุน

2.3.6 นโยบายและบทบาทของรัฐบาล ตัวอย่างเช่น โครงการอาหารปลอดภัย แนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งมีชีวิตที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม (Genetically Modified Organism ,GMO) เป็นต้น

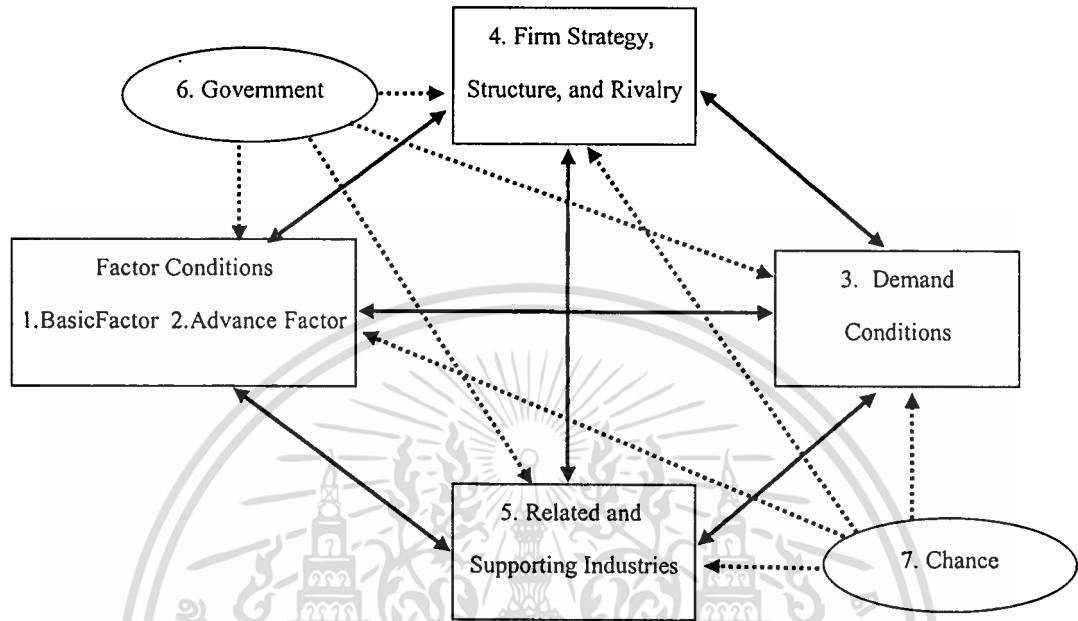
2.3.7 เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้แก่ ภาวะสงคราม อุทกภัย โรคระบาดซาร์ และการก่อการร้าย

โดยตัวชี้วัดที่สามารถใช้วัดความสำเร็จได้ คือ กำไรจากการส่งออก และอัตราการเติบโตของยอดขาย

การศึกษานี้จะพัฒนาแบบจำลององค์ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการทำธุรกิจ (ภาพที่ 2.7) โดยทำการปรับปรุงงานวิจัยของราวดีให้ทันสมัย เข้ากับเหตุการณ์ปัจจุบันมากขึ้น เนื่องจากงานวิจัยของราวดีถูกจัดทำในช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ดังนั้นจึงพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารไทย ได้แก่ สภาพปัจจัย กลยุทธ์ของบริษัท และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ส่วนสภาพความต้องการและสภาพการแข่งขันภายในประเทศไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก แต่ในปัจจุบันเป็นช่วงที่เศรษฐกิจมีการเติบโตอย่างมากโดยเฉพาะด้านการส่งออก ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมีดุลการค้าในช่วงเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2546 เกินดุลการค้า 200,401.2 ล้านบาท และเมื่อคิดเป็นเงินเหรียญสหรัฐฯ ดุลการค้าเกินดุลมูลค่า 5,279.5 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2545 มากถึงร้อยละ 30.3 และ 31.9 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจศาสตร์, 2540)

ดังนั้น กลุ่มผู้วิจัยจึงทำการศึกษาดัชนีตัวแปรตามกรอบทฤษฎีของพอร์เตอร์อีกครั้ง โดยทำการค้นหาและคัดเลือกให้คงเหลือเฉพาะปัจจัยที่แท้จริงที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าของอุตสาหกรรมอาหารไทยในกลุ่มตัวอย่าง (เขตสมุทรปราการ) เพื่อให้สามารถระบุและใช้เป็นตัวปัจจัยหลักในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันในระดับประเทศในยุคปัจจุบันต่อไป

รวมทั้งทำการวิเคราะห์เพื่อหาจุดข้อเสนอนะสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ภาครัฐบาล และ การศึกษาในอนาคต



ภาพที่ 2.7 รูปแบบจำลองการศึกษาองค์ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการส่งออก อุตสาหกรรมอาหาร (ราวดี, 2542)

2.4 เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นเทคนิคที่จะจับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่ม หรือปัจจัยเดียวกัน ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจจะเป็นในทิศทางบวก (ไปในทิศทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทิศทางตรงกันข้าม) ส่วนตัวแปรที่อยู่ต่างปัจจัย จะไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก (กัลยา, 2544)

2.4.1.1 วัตถุประสงค์ของเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

1) เพื่อลดจำนวนตัวแปรหลายตัวให้เหลือเป็นปัจจัย หรือ Factor โดยที่จำนวนปัจจัยจะน้อยกว่าจำนวนตัวแปร โดยการนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน เช่น งานวิจัยเรื่องหนึ่งมีตัวแปร 15 ตัว (X_1, X_2, \dots, X_{15}) เมื่อใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) แล้วอาจจะเหลือเพียง 3 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (Factor 1) ประกอบด้วย $X_1, X_3,$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$X_4, X_9, X_{10}, X_{13}, X_{14}, X_{15}$ ปัจจัยที่ 2 (Factor 2) ประกอบด้วยตัวแปร X_2, X_7, X_8, X_{12} ปัจจัยที่ 3 (Factor 3) ประกอบด้วย X_5, X_6, X_{11}

เมื่อลดตัวแปรจาก 15 ตัวแปร เหลือเพียง 3 ปัจจัยแล้ว จะต้องมีการตั้งชื่อหรือกำหนดชื่อปัจจัย เช่นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งอาจประกอบด้วย รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันมาก จะรวมอยู่ในปัจจัยเดียวกัน และอาจเรียกชื่อปัจจัยว่าฐานะทางสังคม (Social class) ได้

2) เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง (Confirmatory) ด้วยการกำหนดความสำคัญหรือน้ำหนักให้กับตัวแปร ด้วยการสร้างปัจจัย หรือดัชนีวัดประสิทธิภาพของการทำงานซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรหลายตัว เช่น ผลงาน (X_1) ระยะเวลาปฏิบัติงาน (X_2) จำนวนวันลา (X_3) สมการแสดงความสัมพันธ์คือ $P = W_1X_1 + W_2X_2 + W_3X_3$ โดยที่ P คือประสิทธิภาพการทำงาน และ W_1, W_2, W_3 เป็นน้ำหนักของตัวแปร X_1, X_2, X_3 ตามลำดับ

2.4.1.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ของเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

1) ขั้นตอนการสร้างเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่ (Correlation matrix) ในขั้นแรกนี้จะมีการพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ +1 หรือ -1 แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นมีความสัมพันธ์กันมากควรอยู่ในปัจจัย (Factor) เดียวกัน หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ศูนย์ แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือสัมพันธ์กันน้อยมากควรอยู่คนละปัจจัย (Factor) และหากมีตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ หรือมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นที่เหลือน้อยมาก ควรตัดตัวแปรนั้นออกจากการวิเคราะห์

2) ขั้นการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) วัตถุประสงค์ของการสกัดปัจจัย คือการหาจำนวนปัจจัยที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ วิธีการสกัดปัจจัยมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมมากที่สุดคือการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) ซึ่งวิธีนี้จะนำรายละเอียดของตัวแปรที่มีจำนวนตัวแปรมาก ๆ มาไว้ในปัจจัยที่มีเพียงไม่กี่ปัจจัย โดยพิจารณาจากรายละเอียดทั้งหมดจากแต่ละตัวแปร ในการวิเคราะห์จะสร้างการรวมเชิงเส้น (Linear combination) ของตัวแปรโดยที่

2.1) ปัจจัยที่ 1 เป็นการรวมเชิงเส้น (Linear combination) แรก และมีรายละเอียดจากตัวแปรมากที่สุด หรือกล่าวได้ว่ามีค่าแปรปรวนสูงสุด

2.2) ปัจจัยที่ 2 เป็นการรวมเชิงเส้น (Linear combination) ของตัวแปรเช่นกัน และสามารถนำรายละเอียดที่เหลืออยู่มากที่สุดจากตัวแปร โดยที่ปัจจัยที่ 2 จะต้องตั้งฉาก (Orthogonal) กับปัจจัยแรก หรือกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่ 2 ไม่มี

ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ 1 ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาการเกิดความสัมพันธ์กันมากของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

2.3) ปัจจัยที่ 3 เป็นการรวมเชิงเส้น (Linear combination) ของตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ 1 และ 2 และสามารถนำข้อมูลที่เหลือจากตัวแปรได้มากที่สุด

2.4) ในทำนองเดียวกัน การสร้างปัจจัยที่เหลือ จะต้องใช้หลักเกณฑ์ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น

จากขั้นการสกัดปัจจัยนี้ จะทำให้สามารถประมาณค่าแฟคเตอร์โหลดดิ่ง (Factor loading) ได้ และนำค่าเหล่านี้เพื่อใช้ในการพิจารณาว่ามีตัวแปรใดบ้างที่ควรจัดอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ในแต่ละปัจจัย ให้พิจารณาค่าแฟคเตอร์โหลดดิ่ง (Factor loading) ของตัวแปรใดมีค่ามาก (เข้าสู่ +1 หรือ -1) ควรจัดตัวแปรนั้นอยู่ในปัจจัยดังกล่าว ในบางกรณีค่าแฟคเตอร์โหลดดิ่ง (Factor loading) มีค่ากลาง ๆ เช่น ถ้ามี 2 ปัจจัยซึ่งพบว่าค่าแฟคเตอร์โหลดดิ่ง (Factor loading) ของตัวแปร X_5 ในปัจจัยที่ 1 เป็น 0.42 และในปัจจัยที่ 2 มีค่าเป็น 0.51 ควรทำการหมุนแกน เพื่อให้สามารถจัดได้ว่าตัวแปรนั้นควรจัดอยู่ในปัจจัยใด

3) การหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) วัตถุประสงค์ของการหมุนแกนปัจจัย เพื่อให้ค่าแฟคเตอร์โหลดดิ่ง (Factor loading) ของตัวแปรมีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทำให้ทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด หรือไม่ควรอยู่ในปัจจัยใด

2.4.1.3 เงื่อนไขของการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

1) ปัจจัย และค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน
2) ตัวแปรควรเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ และกรณีที่มีตัวแปรเชิงกลุ่มผสม ต้องทำการเปลี่ยนตัวแปรเชิงกลุ่มให้อยู่ในรูปตัวแปรเทียม (Dummy variable)

3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย และตัวแปรอยู่ในรูปเชิงเส้น (Linear) เท่านั้น

4) สำหรับเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) ตัวแปรแต่ละตัว หรือข้อมูลไม่จำเป็นต้องมีการแจกแจงแบบปกติ แต่ถ้าตัวแปรบางตัวมีการแจกแจงเบ้ค่อนข้างมาก และมีค่าผิดปกติ (Outlier) ผลลัพธ์ที่ได้อาจไม่ถูกต้อง

5) จำนวนข้อมูล (case) ควรมากกว่าจำนวนตัวแปรอย่างน้อยสิบเท่า

2.4.1.4 ความหมายของผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบค่าทางสถิติ

1) องค์ประกอบ (Component) หมายถึง ปัจจัย โดยทั่วไปจะสกัด

ให้มีจำนวนปัจจัยเท่ากับจำนวนตัวแปร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ค่าความผันแปร (Eigenvalues) หรือความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้ โดยปัจจัย หรือ ค่าความผันแปร (Eigenvalues) คือผลบวกค่าของปัจจัยโหลดดิ่ง (Factor loading) ยกกำลังสอง ของแต่ละตัวแปรในปัจจัยหนึ่ง ๆ ดังนั้นจะไม่พิจารณาปัจจัยที่มีค่าความผันแปร (Eigenvalues) ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง

3) เปอร์เซนต์ที่แต่ละปัจจัยที่สามารถอธิบายความผันแปรได้ (% of Variance)

4) ผลบวกสะสมของเปอร์เซนต์ที่แต่ละปัจจัยที่สามารถอธิบายความผันแปรได้ (Cumulative %)

5) ค่าสกัดของผลรวมของสแควร์โหลดดิ่ง (Extraction Sums of Squared Loadings) จากวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเบื้องต้น (Principle component) พบว่าค่าของผลรวมของสแควร์โหลดดิ่ง (Extraction Sums of Squared Loadings) และค่าความผันแปรเบื้องต้นจะเท่ากัน และจะแสดงเฉพาะปัจจัยที่มีค่าความผันแปร (Eigenvalue) มากกว่าหนึ่ง

6) การหมุนแกนผลรวมของสแควร์โหลดดิ่ง (Rotation Sums of Squared Loadings) จะให้ค่าความผันแปร (Eigenvalues) เปอร์เซนต์ที่แต่ละปัจจัยที่สามารถอธิบายความผันแปรได้ (% of Variance) และผลบวกสะสมของเปอร์เซนต์ที่แต่ละปัจจัยที่สามารถอธิบายความผันแปรได้ (Cumulative %) ของปัจจัยต่าง ๆ เมื่อทำการหมุนแกนปัจจัยไปในลักษณะที่ปัจจัยต่าง ๆ ยังคงตั้งฉากกัน หรือเป็นอิสระกัน

2.4.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ หรือบทบาทของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม และของทุกตัวที่มีต่อตัวแปรตาม (กัลยา, 2543) มีแบบจำลองของการวิเคราะห์เมื่อมีตัวแปร K ตัว ดังนี้

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_k) \text{ หรือ}$$

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k + e$$

เมื่อ Y คือตัวแปรตาม

X_1, X_2, \dots, X_k เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของ $X_1^2, X_1 * X_2$ หรือ $\log(X_1)$

$b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ เป็นค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (regression coefficient)

e เป็นค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งเป็นค่าแตกต่างระหว่างค่าประมาณของ Y และค่าที่วัดจริง

วัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์ คือการประมาณค่าของ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ หรือค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย โดยทำให้ผลบวกของค่าความคลาดเคลื่อนยกกำลังสอง (SSE) มีค่าน้อยที่สุด เพื่อยืนยันว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

2.4.2.1 การทดสอบสมการความถดถอยเชิงพหุโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

ค่าแปรปรวนของ Y = ค่าแปรปรวนที่เกิดจากอิทธิพลของ X_1, X_2, \dots, X_k + ค่า

แปรปรวนอย่างสุ่ม หรือ $SST = SSR + SSE$

โดยที่ SST (Sum Square of Total) คือ ค่าแปรปรวนทั้งหมดของ $y = \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2$

SSR (Sum Square of Regression) คือ ค่าแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ X_1, \dots, X_k

SSE (Sum Square of Error or Sum Square of Residual) คือ ค่าแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น ๆ หรือเรียกว่าค่าแปรปรวนอย่างสุ่ม

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

แหล่งแปรปรวน (SV)	คงค่าอิสระ (DF)	ผลบวกกำลังสอง (SS)	ผลบวกกำลังสองเฉลี่ย (MS)	F
ความถดถอย (Regression)	K	SSR	MSR = SSR/k	MSR/MSE
ความคลาดเคลื่อน (Error) หรือ Residual	n-k-1	SSE	MSE = SSE/(n-k-1)	
ผลรวม (Total)	n-1	SST		

จากตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนจะใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง Y และ X_1, X_2, \dots, X_k โดยตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots \beta_k = 0$$

$$H_1 : \text{มี } \beta_i \text{ อย่างน้อย 1 ค่าที่ } \neq 0 ; i = 1, 2, \dots, k$$

สถิติทดสอบ $F = \frac{MSR}{MSE}$

เขตปฏิเสธ จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้า $F > F_{k, n-k-1; 1-\alpha}$ หรือ Significance ของสถิติ
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดสอบ $F < \alpha$

2.4.2.2 การประมาณค่าคลาดเคลื่อนของสมการความถดถอย (Estimation of Standard Deviation of Regression)

การประมาณค่าคลาดเคลื่อนของความถดถอย หรือเรียกกันว่าการประมาณค่าแปรปรวนของการประมาณความคลาดเคลื่อนซึ่งเกิดจากการพยากรณ์หรือประมาณค่า Y ด้วย \hat{Y} คือ e ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระ k ตัว จะได้ค่าแปรปรวนของการประมาณคือ

$$S_e^2 = S_{Y=1,2,\dots,k}^2 = S^2 \text{ โดยที่ } S^2 = \frac{SSE}{n-k-1} = \frac{\sum_{i=1}^n (Y_i - \hat{Y}_i)^2}{n-k-1}$$

ดังนั้น ความคลาดเคลื่อนหรือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าประมาณคือ

$$s = \sqrt{S^2} = \sqrt{\frac{SSE}{(n-k-1)}} = \sqrt{MSE}$$

2.4.2.3 สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ (Multiple Coefficient of Determination : R^2 หรือ r^2)

สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุจะมีความหมายเหมือนกับ ความหมายของสัมประสิทธิ์การตัดสินใจคือ เป็นสัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ที่ตัวแปรอิสระ (X_1, X_2, \dots, X_k) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ Y ได้ หรือกล่าวได้ว่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุเป็นสัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ของความผันแปร Y ที่มีสาเหตุเนื่องจากความผันแปรของ X_1, X_2, \dots, X_k โดยที่สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิง $R^2_{Y=1,2,3,\dots,k}$ พหุจะใช้สัญลักษณ์ R^2 แต่โดยทั่วไป จะใช้สัญลักษณ์ r^2

$$r^2 = R^2 = \frac{\text{ความผันแปรของ } Y \text{ เนื่องจากอิทธิพลของ } X_1, X_2, \dots, X_k}{\text{ความผันแปรทั้งหมด}} = \frac{SSR}{SST}$$

โดยที่ $0 \leq R^2, r^2 \leq 1$

ถ้าค่า R^2 ที่ใกล้ 1 จะหมายถึง X_1, X_2, \dots, X_k มีความสัมพันธ์กับ Y

มาก แต่ถ้า R^2 เข้าใกล้ศูนย์ หมายถึง ค่า X_1, X_2, \dots, X_k มีความสัมพันธ์กับ Y น้อย ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจาก SSR จะเพิ่มขึ้นถ้าเพิ่มตัวแปรอิสระ เช่น เดิมมี X_1 และ X_2 ที่มีความสัมพันธ์กับ Y แต่ถ้าเพิ่มตัวแปรอิสระ X_3 เข้าในสมการความถดถอย จะได้ว่า

$$SSR(X_1, X_2, X_3) > SSR(X_1, X_2)$$

โดยที่ $SSR(X_1, X_2, X_3)$ หมายถึง SSR ของสมการความถดถอยที่มีตัวแปรอิสระ X_1, X_2 และ X_3 และ $SSR(X_1, X_2)$ หมายถึง SSR ของสมการความถดถอยที่มีตัวแปรอิสระ X_1 และ X_2

ดังนั้นเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าสมการความถดถอยจะทำให้ค่า R^2 มากขึ้นทั้งที่ตัวแปรอิสระ X ที่เพิ่มอาจจะไม่มีความสัมพันธ์กับ Y เลยก็ได้ จึงมีการปรับค่า R^2 ให้ถูกต้องขึ้น เรียกว่า Adjusted R^2 โดยที่

$$\begin{aligned} R_a^2 &= \text{Adjusted } R^2 \\ &= 1 - \frac{SSE/(n-k-1)}{SST/(n-1)} = 1 + \frac{(n-1)(R^2-1)}{(n-k-1)} \end{aligned}$$

2.4.2.4 เงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

- 1) ความคลาดเคลื่อน e เป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงปกติ
- 2) ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ นั่นคือ $E(e) = 0$
- 3) ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ที่ไม่ทราบค่า

$$V(e) = \sigma_e^2$$

- 4) e_i และ e_j เป็นอิสระต่อกัน ; $i \neq j$ นั่นคือ covariance (e_i, e_j) = 0

- 5) ตัวแปรอิสระ X_i และ X_j ต้องเป็นอิสระต่อกัน

2.4.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร X และ Y และเป็นการทดสอบว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นหรือไม่ (กัลยา, 2543)

สำหรับสถิติที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y ว่ามากหรือน้อยนั้นจะเรียกว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) โดยจะมีค่าสูงสุดเป็น 1 และ ต่ำสุดเป็น -1

2.4.3.1 ความหมายของค่า r

- 1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศ

ตรงข้าม คือถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ค่า r เป็นบวกแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย

3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y สัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย ในทางปฏิบัติกรที่จะพิจารณาว่าตัวแปร X และ Y มีความสัมพันธ์กันมากหรือน้อย จะพิจารณาจากค่า r (ไม่ใช่จากค่า b) เนื่องจาก r ไม่มีหน่วย และมีขอบเขตคือ มีค่าต่ำสุด $= -1$ ค่าสูงสุด $= 1$ นอกจากนั้น r และ b จะมีเครื่องหมายเดียวกัน คือเป็นบวกเหมือนกันหรือเป็นลบเหมือนกัน เนื่องจากทั้ง r และ b เป็นค่าแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y โดยที่ค่า คำนวณได้จากสูตรต่อไปนี้

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 + \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

2.4.3 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย

สำหรับข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกนั้นใช้วัดทัศนคติโดยประมาณความรู้สึกของตนเองด้วยสเกลแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 6 ช่วงคะแนน จาก 0 ถึง 5 คือ น้อย ค่อนข้างน้อย ค่อนข้างมาก ปานกลาง และมาก ซึ่งกำหนดน้ำหนักของคะแนนในแต่ละระดับ คือ

น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้มากที่สุด	คิดเป็น 5 คะแนน
น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่อนข้างมาก	คิดเป็น 4 คะแนน
น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ปานกลาง	คิดเป็น 3 คะแนน
น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่อนข้างน้อย	คิดเป็น 2 คะแนน
น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้น้อย	คิดเป็น 1 คะแนน
น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าไม่สำคัญ	คิดเป็น 0 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยแบ่งช่วงระดับความคิดเห็นโดยวิธีคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น
ดังนี้

น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้กับปัจจัยที่เห็นว่าสำคัญ ช่วงคะแนนเฉลี่ย
2.50-5.00 คะแนน

น้ำหนักที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้กับปัจจัยที่เห็นว่าไม่สำคัญ ช่วงคะแนน
เฉลี่ย 0.00-2.49 คะแนน

แนวคิดการวัดทัศนคติและการวิเคราะห์ผลนี้ได้มีการถูกประยุกต์ใช้ในงาน
วิจัยของอภิญาพร (2540) มาลัยทิพย์ (2544) จินตนา (2546) และศลิลา (2546)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย

อุตสาหกรรมอาหาร หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคเกษตรซึ่ง ได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และ ประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค หรือการนำไปใช้ในขั้นต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมงโดยผ่านกระบวนการแปรรูป ขั้นต้น หรือขั้นกลางเป็นสินค้ากึ่งสำเร็จรูป หรือขั้นปลายที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (กระทรวง อุตสาหกรรม, 2545)

สินค้าไม่แปรรูป หมายถึง สินค้าที่ไม่ผ่านการเปลี่ยนรูปหรือคุณสมบัติทางกายภาพของ ตัวสินค้า (สมศักดิ์, 2530)

สินค้าแปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผ่านการเปลี่ยนรูปหรือเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของ ตัวสินค้า (สมศักดิ์, 2530)

สินค้าปรุงสำเร็จ หมายถึง สินค้าที่ผ่านการแปรรูปหรือปรุงจนสุกมาแล้ว สามารถนำมา บริโภคได้ทันที หรือนำมาอุ่นให้ร้อนก่อนรับประทานได้ (วิไลพร, 2545)

3.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารในปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2546 ภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 ประมาณร้อยละ 11.19 (ตารางที่ 3.1) ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อส่งออกเมื่อเทียบกับช่วง เดียวกันของปี พ.ศ. 2545 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปปศุสัตว์ ผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 และประมง เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 เป็นผลจากการนำเข้าเพิ่มขึ้นของตลาดหลัก ๆ เช่น สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น เป็นต้น ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.3 เนื่องจากวัตถุดิบเพิ่มขึ้น และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักผลไม้มีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.15 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบและใช้ใน ประเทศเมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ มีการผลิตลดลงร้อยละ 1.19 สวนบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ลดลงร้อยละ 8.7 ผลิตภัณฑ์นม เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.1 และน้ำมันพืช เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.3

ในปี พ.ศ. 2546 ความต้องการของตลาดภายในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.46 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2545 สินค้าที่มีการจำหน่ายใน ประเทศเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปปศุสัตว์ ร้อยละ 44 น้ำมันพืช เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.22 เป็น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลจากความมั่นใจต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศของประชาชนเพิ่มขึ้น และการที่อัตราดอกเบี้ยโดยรวมลดต่ำลง จึงส่งผลให้ประชาชนตัดสินใจในการบริโภคเนื้อสัตว์มากขึ้น (ตารางที่ 3.2) ส่วนตลาดในต่างประเทศในปี พ.ศ. 2546 ภาวะการส่งออกโดยรวมของอุตสาหกรรมอาหารมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 ร้อยละ 14.4 หรือมีการส่งออกเป็นมูลค่า 351,086.4 ล้านบาท (ตารางที่ 3.3) เนื่องจากตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่สำคัญ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย สิงคโปร์ฮ่องกง มาเลเซีย จีน ไต้หวัน และสหภาพยุโรป เป็นต้น มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2546)

ตารางที่ 3.1 แสดงการผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญ

ประเภท	ปริมาณการผลิต (ตัน)*				อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	
	ไตรมาส3	ไตรมาส3	ปี	ปี พ.ศ. 2546	ไตรมาส3	ปี พ.ศ.
	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2545	(ประมาณการ)	เทียบกับปี ก่อน	2546/2545
ผลิตภัณฑ์แปรรูปปศุสัตว์	202,067.50	237,022.96	813,305.3	970,997.7	17.30	19.39
ผลิตภัณฑ์แปรรูปประมง	166,569.13	167,799.68	636,628.6	692,612.7	0.74	8.79
ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักผลไม้	116,280.82	136,102.53	557,789.1	592,097.2	17.05	6.15
น้ำมันพืช	283,227.51	325,164.53	1,067,964.4	1,369,973.8	14.81	28.28
ผลิตภัณฑ์นม	94,815.29	142,419.53	415,383.2	577,691.9	50.21	39.07
ผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืช	49,547.86	49,963.38	194,615.9	207,034.5	0.84	6.38
ผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง	153,687.23	207,621.39	782,137.3	923,911.3	35.09	18.13
อาหารสัตว์	1,035,136.04	1,013,024.54	4,241,296.1	4,165,324.0	-2.14	-1.79
ผลิตภัณฑ์ประเภทอบ	10,276.46	12,859.31	42,835.9	50,171.7	25.13	17.13
ผลิตภัณฑ์น้ำตาล	52,118.05	155,509.20	6,588,519.7	7,537,405.6	198.38	14.40
ขนมปังสำเร็จรูป	39,618.72	31,149.85	150,571.9	137,425.4	-21.38	-8.73
รวมทั้งหมด	2,203,344.61	2,478,636.89	15,491,047.7	17,224,645.7	12.49	11.19

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 ปริมาณจำหน่ายไม้ประดู่อุตสาหกรรมอาหาร

ไม้ประดู่	ไตรมาส1		ไตรมาส2		ไตรมาส3		ไตรมาส4		ไตรมาส1		ไตรมาส2		ไตรมาส3		ไตรมาส4		ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	
	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2546	(ประมาณการ)	
ผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์	100,147.4	95,553.6	105,843.1	134,613.6	139,919.0	148,381.3	162,137.2	178,350.9	436,157.7	628,788.2	44.17									
ผลิตภัณฑ์แปรรูปประมง	16,677.6	19,404.1	20,814.6	21,734.3	18,347.0	17,919.4	20,150.8	22,165.9	78,630.6	78,583.1	-0.06									
ผลิตภัณฑ์แปรรูปผักผลไม้	18,421.8	13,662.7	27,358.2	57,340.1	36,353.6	10,001.8	26,969.1	29,666.0	116,782.8	102,990.5	-11.81									
น้ำมันพืช	216,787.3	215,991.4	219,577.5	183,611.7	229,450.4	242,433.0	229,979.7	252,977.7	835,967.9	954,840.9	14.22									
ผลิตภัณฑ์นม	79,140.0	86,053.6	97,391.5	133,277.8	132,772.1	132,255.2	136,255.0	149,880.5	395,862.9	551,162.8	39.23									
ผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืช	44,285.4	53,837.9	53,052.6	53,191.2	42,268.5	50,027.5	62,630.7	68,893.8	204,367.1	223,820.5	9.52									
ผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง	167,818.6	124,497.0	104,890.5	131,538.5	171,031.3	150,799.8	164,713.0	181,184.3	528,744.6	667,728.5	26.29									
อาหารสัตว์	1,030,240.3	1,133,341.1	1,060,580.4	1,109,847.1	1,101,791.9	1,061,236.9	1,070,395.0	1,177,434.5	4,334,009.0	4,410,858.3	1.77									
ผลิตภัณฑ์ประเภทอบ	7,282.6	7,004.7	7,088.1	9,418.8	7,948.4	8,249.5	8,854.5	9,740.0	30,794.2	34,792.3	12.98									
ผลิตภัณฑ์น้ำตาล	1,202,356.2	902,799.6	577,087.5	489,677.1	1,177,689.7	1,008,958.7	850,882.2	935,970.4	3,171,920.5	3,973,501.0	25.27									
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	27,627.0	30,295.3	31,405.9	30,406.7	24,695.4	28,870.0	25,918.6	28,510.4	119,735.0	107,994.4	-9.81									
รวมทั้งหมด	2,910,784.2	2,682,441.0	2,305,090.0	2,354,657.0	3,082,267.2	2,859,133.1	2,758,885.7	3,034,774.3	10,252,972.3	11,735,060.4	14.46									

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2546)

ตารางที่ 3.3 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของไทย

หน่วย : ล้านบาท

อาหาร	ไตรมาส1		ไตรมาส2		ไตรมาส3		ไตรมาส4		ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2545	ปี พ.ศ. 2546	
มูลค่านำเข้า	15,152.0	17,592.0	19,592.0	23,592.0	17,288.0	18,387.2	23,235.0	25,558.5	75,928.0	84,468.7	11.2
มูลค่าส่งออก	73,884.0	77,564.0	63,152.0	92,312.0	80,628.0	85,394.6	88,125.6	96,938.2	306,912.0	351,086.4	14.4

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2546)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทย

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2504 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนน้อย ใช้วัตถุดิบภายในประเทศสูง และสามารถนำเอาทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมได้มาก ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อการลงทุน นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่น ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การผลิตกระป๋อง และผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้นอันจะนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้น

การพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วงแรก ๆ มีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าหรือเพื่อใช้ภายในประเทศเป็นประการสำคัญ ต่อมาเมื่อการผลิตขยายตัวมากขึ้น ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญมากขึ้น อุตสาหกรรมเริ่มได้ประโยชน์จากการผลิตในปริมาณมาก สร้างศักยภาพในการส่งออก การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารจึงเปลี่ยนทิศทางการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าไปสู่การผลิตเพื่อส่งออก และสามารถนำรายได้มาสู่ประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาสามารถสรุปการพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหารไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ว่า ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2503 สินค้าที่ส่งออกกว่าร้อยละ 70 จะเป็นสินค้าเกษตรส่วนเกินจากการบริโภคภายในประเทศและใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายในการถนอมอาหาร เช่น การตากแห้ง การดอง และการฉาบหรือเคลือบน้ำตาล เป็นต้น ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2503-2513 รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยนำเทคโนโลยีการผลิตนมข้นหวาน ผักและผลไม้กระป๋อง มาจากประเทศไต้หวันและประเทศญี่ปุ่น เพื่อทำการผลิตในประเทศและเริ่มมีการส่งออก ในช่วงปี พ.ศ. 2513-2523 ประเทศไทยมีรายได้จากการส่งออกอาหารแปรรูปมากขึ้น รัฐบาลจึงเปลี่ยนมาใช้นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตในภาคอุตสาหกรรมอาหารยังคงขาดความชำนาญทั้งในด้านการผลิต การตลาด ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2523-2533 เป็นช่วงที่ภาคอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องค่าแรงงานซึ่งต่ำกว่าต่างประเทศ ผู้ผลิตมีความรู้ความชำนาญในการผลิตมากขึ้น สามารถผลิตและขายสินค้าจนเกิดการประหยัดจากขนาด (economy of scale) ในขณะเดียวกันสินค้าอุตสาหกรรมอาหารของไทยก็ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ อุตสาหกรรมอาหารจึงเติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างรวดเร็ว ในเวลานี้ได้มีการนำเทคโนโลยีจากยุโรปและอเมริกาเข้ามาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ถึง

ปัจจุบัน เป็นยุคแห่งการเปิดเสรีทางการค้า การแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลกสูงขึ้น ค่า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากมีประเทศผู้ผลิตรายใหม่ที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำและมีวัตถุดิบที่คล้ายคลึงกับไทยเข้าสู่ตลาดโลก นอกจากนี้ กฎเกณฑ์การค้าโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาความสามารถทั้งในเรื่องเทคโนโลยีการผลิตการตลาด และการจัดการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพยายามผลิตสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกันยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญทางด้านความสะอาดและสุขอนามัยควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเองเข้าสู่มาตรฐานสากลต่าง ๆ เช่น ISO9000 ISO14000 และ HACCP เป็นต้น เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

3.3 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย

โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 12 สาขาย่อย ภายใต้การ จัดแบ่งของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ดังนี้

3.3.1 เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้าผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกร โค กระบือ ไก่ เป็ด ห่าน นกทุกประเภท แพะ แกะ จระเข้ กบ เต่า ตะพาบ รั้งนก และอื่น ๆ โดยสินค้าสำคัญ กลุ่มนี้ ได้แก่ ไก่แช่เย็นแช่แข็ง และสินค้าสำเร็จรูปจากเนื้อไก่และสุกร เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้น หมูหยอง และหมูแผ่น เป็นต้น

3.3.2 ผลิตภัณฑ์ประมง ประกอบด้วยสินค้าผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำจืดและน้ำเค็ม เช่น ปลา กุ้ง หอย ปู ปลาน้ำจืด กุ้ง ปลิงทะเล และแมงกะพรุน เป็นต้น รวมปลาป่นสำหรับมนุษย์ โดย สินค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ปลาน้ำจืดแช่เย็นแช่แข็ง ปลาทูน่ากระป๋อง อาหารทะเลอบแห้ง และอาหารทะเลกระป๋อง

3.3.3 ผัก ผลไม้สดและแปรรูป ประกอบด้วยสินค้า ผัก และผลไม้ต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบสด แห้ง แช่แข็ง แปรรูปอื่น ๆ และน้ำผักผลไม้ รวมถึง สาหร่าย หัวหอม กระเทียมสด พริกไทยสด ถั่ว วอลนัท มะม่วงหิมพานต์ โดยสินค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผัก ผลไม้ แช่เย็นแช่แข็ง ผักผลไม้กระป๋อง ผักผลไม้อบแห้งแช่แข็ง และน้ำผลไม้อื่น

3.3.4 ธัญพืชและผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้า แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้งโดยสินค้า สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งมันสำปะหลัง เส้นหมี่ และบะหมี่กึ่ง สำเร็จรูป

3.3.5 เครื่องเทศและเครื่องปรุงรส ประกอบด้วยสินค้ากระเทียมผล พริกไทยป่น-เม็ด กระวาน กานพลู อบเชย ลูกและดอกจันทร์เทศ เมล็ดผักชี ขิง ขมิ้น เครื่องเทศผสมอื่น ๆ และ เครื่องปรุงรส เช่น น้ำปลา น้ำส้มสายชู ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซีอิ๊ว เต้าเจี้ยว กะปิ เครื่องแกง สำเร็จรูป และผงปรุงรส เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.6 นมและผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้า นมสด นมพร้อมดื่ม นมเปรี้ยว นมอัดเม็ด นมผง นมข้นหวาน โยเกิร์ต ครีม เนย ไอศกรีม และผลิตภัณฑ์ที่มีนมเป็นส่วนประกอบหลัก ไม่ว่าจะ เป็นนมโค หรือสัตว์อื่น ๆ

3.3.7 น้ำตาลและขนมหวาน ประกอบด้วยสินค้า น้ำตาลดิบ น้ำตาลทราย ไซรัป น้ำตาลก้อนและอื่น ๆ รวมถึงน้ำผึ้ง กากน้ำตาล ลูกอม และหมากฝรั่ง

3.3.8 เครื่องดื่ม ประกอบด้วยสินค้า เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำหวาน น้ำรสผลไม้ที่วัตถุดิบมาจากน้ำผสมวัตถุดิบรส น้ำเก๊กฮวย น้ำดื่มน้ำแร่ น้ำแข็ง น้ำอัดลม เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มผง นมถั่วเหลือง โซดา และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทุกประเภท

3.3.9 ชา กาแฟ โกโก้ ประกอบด้วยสินค้าเมล็ดกาแฟดิบ กาแฟคั่ว บด กาแฟสำเร็จรูป กาแฟกระป๋อง ใบชาแห้ง ชาสำเร็จรูป เครื่องดื่มชากระป๋อง เมล็ดโกโก้ โกโก้ผง เครื่องดื่มโกโก้ และผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน รวมถึงช็อกโกแลต

3.3.10 น้ำมันและไขมัน ประกอบด้วยสินค้า เมล็ดพืชน้ำมันต่าง ๆ เช่น ปาล์ม ถั่วลิสง ถั่วเหลือง งา เมล็ดทานตะวัน ไขมันจากสัตว์และพืชทั้งในลักษณะดิบและผ่านกระบวนการแปรรูป เป็นต้น

3.3.11 อาหารสัตว์ ประกอบด้วยสินค้า มันสำปะหลังอัดเม็ด เศษมัน กากที่เหลือจากการผลิตน้ำมันจากพืช เช่น กากถั่วเหลืองและกากจากน้ำมันรำข้าว เป็นต้น ปลาป่น เศษกระดูก และน้ำคั้นจากสัตว์และผลิตภัณฑ์ประมง อาหารสัตว์เลี้ยง เช่น ปลากระป๋อง อาหารสุนัขและแมว เป็นต้น อาหารสัตว์อื่น ๆ ที่จัดทำเพื่อจำหน่ายปลีก รวมถึง ฟาง แกลบ หญ้า และพืชอาหารสัตว์อื่น ๆ

3.3.12 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและอื่น ๆ ประกอบด้วยสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการบริโภคไม่เหมือนอาหารปกติ มีรูปแบบเป็นน้ำ เม็ด แคปซูล มีจุดประสงค์เฉพาะเพื่อการบริโภค รวมถึงอาหารอื่น ๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้าในกลุ่ม 11 กลุ่มแรกได้ เช่น อาหารที่ผสมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน อาหารทางการแพทย์ และอาหารสำเร็จรูปที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบหลายชนิด เป็นต้น

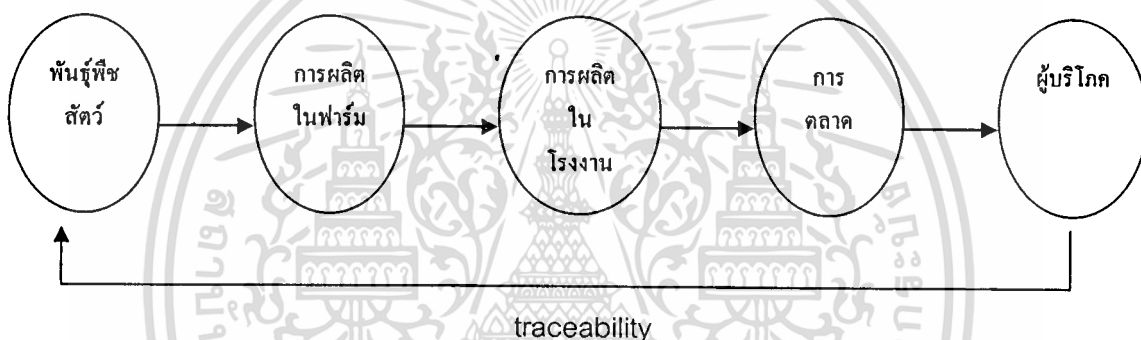
3.4 โครงสร้างการผลิต

โครงสร้างการผลิตอาหาร หมายความรวมถึงวงจรการผลิตตลอดทั้งขบวนการที่เรียกว่าห่วงโซ่อาหาร (Value Food Chain) นับตั้งแต่พันธุ์พืชและสัตว์ มาสู่การผลิตในพื้นที่เกษตรกร จนกลายมาเป็นวัตถุดิบเพื่อป้อนเข้าสู่โรงงานผลิตอาหาร ผ่านขบวนการจนได้สินค้าอาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งการพิจารณาและวิเคราะห์ถึงขบวนการผลิตตลอดทั้งวงจรดังกล่าวจะช่วยคุ้มครองผู้บริโภค และสร้างความปลอดภัยด้านอาหาร ทั้งนี้เนื่องจากสามารถสอบย้อนกลับ

ไม่ว่าการณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Traceability) ไปสู่ขบวนการผลิตในขั้นตอนต่าง ๆ ได้ว่ามีคุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัย มากน้อยเพียงใด แต่ในด้านของการค้าแล้วประเด็นดังกล่าวถือได้ว่าเป็นประเด็นข้อกีดกันทาง การค้า (Trade Barrier) ซึ่งจะมีผลกระทบอย่างมากต่อประเทศที่ยังไม่มีความพร้อมในด้านของ เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการ

ความเชื่อมโยงในวงจรการผลิตอาหารและมิติใหม่ของการผลิตและการบริโภคใน ความหมายของความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) นั้นจะมองลึกไปจนถึงขบวนการผลิตที่ เริ่มตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูป การกำหนดคุณภาพ และมาตรฐานสินค้าของ ผู้บริโภคจะส่งผลทำให้ผู้ผลิตในทุกขั้นตอนต้องหันมาให้ความสำคัญเพื่อปรับปรุงวิธีการผลิตและ การตรวจสอบสินค้าเพื่อให้สอดคล้องและได้มาตรฐานตามที่ตลาดกำหนด (ภาพที่ 3.1)



ภาพที่ 3.1 แสดงความเชื่อมโยงของหน่วยผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปมีการผลิตที่หลากหลายเนื่องจากตัววัตถุดิบและระดับการใช้ เทคโนโลยีในการแปรรูป ที่มีตั้งแต่อย่างง่ายแบบไม่ต้องใช้เครื่องจักร เช่น การทำผลไม้ดอง แซ่ฉิม ไข่เค็ม เป็นต้น จนถึงการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีในระดับสูง เช่น การกลั่นน้ำมันปาล์ม การผลิตน้ำตาล หรือการผลิตผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น ทำให้วัตถุดิบของอุตสาหกรรมนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มใน ตัวเองได้และมีความหลากหลายสูง ประกอบกับประเทศไทยมีพื้นฐานของเกษตรกรรม อุตสาหกรรมอาหารจึงสามารถใช้ผลผลิตการเกษตรภายในประเทศเป็นวัตถุดิบ โดยคิดเป็น สัดส่วนประมาณร้อยละ 80-90 และมีต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยประมาณร้อยละ 65 ของต้นทุนการผลิต ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมอาหารบางประเภทมีกรรมวิธีการผลิตที่ต้องเตรียมวัตถุดิบค่อนข้างมาก เช่น ในกรณีของอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ อุตสาหกรรมการฆ่าสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เป็นต้น ความต้องการแรงงานจึงมีสูง สัดส่วนจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมอาหารดังกล่าว จึงสูงกว่า อุตสาหกรรมอาหารประเภทอื่น ๆ

ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมอาหารอีกประการหนึ่ง คือ วัตถุดิบจะมีการผันแปรตามฤดูกาล เพราะฉะนั้นจะมีบางช่วงที่การผลิตจำเป็นต้องหยุด หรือชะลอออกไป หรือในบางโรงงานอาจมีการรักษาระดับการผลิตเอาไว้แม้ว่าจะไม่มีตลาดรองรับ หรืออาจมีการเปลี่ยนสายการผลิตไปผลิตสินค้าชนิดอื่นที่มีวัตถุดิบในช่วงนั้นเพื่อรักษาแรงงานไว้ ทำให้แรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่จะเป็นลูกจ้างรายวันมีการเปลี่ยนงานบ่อย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้ทักษะในการทำงานมาก ไม่สามารถยึดเป็นอาชีพได้ตลอด ทำให้นายจ้างไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน อย่างไรก็ตามโรงงานอาจจะประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในช่วงที่ต้องทำการผลิตมาก

โดยภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยนั้น มีความต้องการแรงงานที่มีการศึกษาสูงในสัดส่วนที่น้อยกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ โดยเฉพาะในขั้นตอนของการเตรียมวัตถุดิบ เช่น การปอกเปลือกกุ้ง หรือการปอกเปลือกสับปะรด เป็นต้น เป็นกระบวนการที่ต้องใช้แรงงานฝีมือเป็นจำนวนมากกว่าแรงงานที่มีความรู้ นอกจากนี้ยังข้อจำกัดในการนำเอาเครื่องจักรมาใช้ทดแทนแรงงาน ดังนั้น จึงปรากฏว่ามีสัดส่วนแรงงานเด็กและสตรีที่ค่อนข้างสูง

ในปี พ.ศ. 2543 อุตสาหกรรมอาหารมีการจ้างงานประมาณ 447,269 คน แต่ผลตอบแทนของแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น โครงสร้างการจ้างงานของอุตสาหกรรมเฉพาะรายสาขาอาหารจะแตกต่างกันตามมาตรฐานการผลิตและเทคโนโลยี อุตสาหกรรมอาหารบางประเภทมีกรรมวิธีการผลิตที่ต้องเตรียมวัตถุดิบค่อนข้างมาก เช่น ในกรณีของอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ อุตสาหกรรมการผลิตแป้งจากธัญพืช อุตสาหกรรมการฆ่าสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เป็นต้น ทำให้มีสัดส่วนจำนวนแรงงานสูงกว่าแรงงานในอุตสาหกรรมอาหารประเภทอื่น ๆ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

3.6 ลักษณะการผลิตและการใช้เทคโนโลยี

กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารมีลักษณะการผลิตจำแนกตามกระบวนการผลิตที่สำคัญได้แก่

3.6.1 การถนอมอาหารโดยใช้ความร้อน (Thermal Process Technology) เช่น การ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สเตอริไรส์ (Sterilization) การพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization) และบรรจุกระป๋อง (Canning) เป็นต้น

3.6.2 กระบวนการแช่เยือกแข็งอาหาร (Frozen and Freezing Technology) ได้แก่ การแช่เยือกแข็งอาหารโดยใช้ความเย็นที่ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส

3.6.3 กระบวนการทำแห้งอาหาร (Dehydration Technology) ได้แก่ การอบแห้ง หรือ การทำอาหารแห้ง

3.6.4 การถนอมรักษาอาหารด้วยสารเคมี (Fermentation Technology) ได้แก่ การหมักดอง

3.6.5 Milling Technology เป็นเทคโนโลยีที่ประเทศไทยใช้ในการสีข้าว ซึ่งปัจจุบันยังมีการสูญเสียจากการหักของเมล็ดมากถึงร้อยละ 15-18

3.6.6 การให้ความร้อนด้วยพลังงานไมโครเวฟและการฉายรังสีอาหาร

กระบวนการผลิตที่มีการแปรรูปโดยใช้ความร้อนและแช่เยือกแข็งเป็นที่นิยมมากสำหรับผลิตภัณฑ์กุ้งและไก่ แต่แนวโน้มการใช้เทคโนโลยีการแปรรูปจะเปลี่ยนแปลงไปตามต้องการของตลาด เนื่องจากมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวดจะทำให้โอกาสของอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปต้องใช้เทคโนโลยีของการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีรสชาติใกล้เคียงธรรมชาติมากยิ่งขึ้น สำหรับสินค้าอาหารที่มีลักษณะเฉพาะภูมิภาค เช่น อาหารไทยจะมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าอาหารประเภทอื่น เนื่องจากการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ภายในประเทศ เป็นต้น การให้ความสำคัญของอาหารกลุ่มนี้เพื่อการส่งออก ต้องมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคที่อาจต้องปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ดีขึ้น สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารไทยในต่างประเทศต้องการพัฒนาในรูปแบบอาหารแห้งหรือผง โดยต้องมีเทคโนโลยีการถนอมวัตถุดิบเหล่านั้นอย่างพอเพียงด้วยต้นทุนต่ำ โดยต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้มากยิ่งขึ้น จึงจะสามารถผลักดันให้อาหารไทยเป็นที่นิยมทั่วโลก

กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารนี้ต้องอาศัยการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่น ๆ เช่น การขนส่ง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรทำความร้อน เป็นต้น โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญ เพื่อให้คุณภาพของอาหารเป็นไปตามที่กำหนด ซึ่งการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับอุตสาหกรรมสนับสนุนเหล่านี้ส่วนใหญ่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศ อย่างไรก็ตามแนวโน้มการพัฒนาให้เกิดอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ทันสมัยเริ่มเป็นที่ต้องการของอุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ด้านการบรรจุภัณฑ์เริ่มใช้เทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์โดยใช้แก๊สไนโตรเจน (Technical Gas Cooking System) ที่ช่วยให้รสชาติ กลิ่นและสี ของอาหารเป็นความเป็นธรรมชาติใกล้เคียงกับการประกอบอาหาร เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในกระบวนการผลิตในโรงงานต้องดำเนินการให้ควบคู่ไปกับการพัฒนา

อุตสาหกรรมสนับสนุนหลักอย่างต่อเนื่องจึงจะสามารถทำให้อุตสาหกรรมอาหารไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต

เทคโนโลยีการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่จะเป็นเทคโนโลยีระดับพื้นฐานที่สามารถหาได้ภายในประเทศ ส่วนเทคโนโลยีในระดับสูงขึ้นไปต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมอาหารแช่เย็นแช่แข็ง เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วเทคโนโลยีที่ใช้อยู่จะเป็นเทคโนโลยีแบบธรรมดา ส่วนเทคโนโลยีที่สูงขึ้นไป อาทิ ระบบแช่แข็งแบบชิ้นอย่างรวดเร็ว (Individual Quick Frozen : IQF) ซึ่งเป็นการแช่แข็งอาหารโดยไม่ทำให้โครงสร้างของเซลล์ในอาหารเสียหาย เช่น การทำการแช่แข็งแบบอุโมงค์ (Spiral Frozen) เป็นต้น ยังต้องพึ่งพาจากต่างประเทศ ส่วนอาหารที่ผ่านขบวนการถนอมอาหารด้วยความร้อนส่วนใหญ่จะใช้เครื่องมือที่เป็นหม้อฆ่าเชื้อความดันซึ่งเป็นเทคโนโลยีในระดับพื้นฐาน แต่สำหรับเทคโนโลยีขั้นสูงขึ้นไปที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดี เช่น ถุงฆ่าเชื้อด้วยความร้อน (Retort Pouch) เป็นต้น ต้องนำเข้าจากต่างประเทศและมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงขึ้น เนื่องจากสามารถรักษาโครงสร้างทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้อย่างดี มีคุณภาพและรสชาติเหมือนอาหารธรรมชาติก่อนผ่านขบวนการ

นอกจากนี้ในส่วนของเทคโนโลยีอบแห้งที่จะทำให้ได้คุณภาพของการอบแห้งที่ดียิ่งขึ้น ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะใช้เทคโนโลยีแบบธรรมดา เช่น ใช้ตู้อบ ใช้ลมร้อนหรือใช้แก๊สทำให้เกิดลมร้อน แต่ถ้าใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้นในลักษณะของการทำแห้งด้วยการแช่แข็ง (Freeze Dry) เช่น กาแฟสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น รวมถึงเทคโนโลยีการผลิตอาหารผงโดยใช้การทำแห้งโดยการพ่น (Spray Dry) แล้วประเทศไทยยังจะต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศอยู่เช่นกัน

เทคโนโลยีการหมักดอง (Fermentation) ส่วนใหญ่เป็นแบบพื้นบ้าน ถ้าเป็นเทคโนโลยีการหมักดองขั้นสูง เช่น การทำเหล้า และไวน์ เป็นต้น ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งเทคโนโลยีการหมักดองนี้จำเป็นต้องใช้เชื้อเฉพาะที่นำมาใช้ในขบวนการผลิตและถนอมอาหาร ซึ่งเชื้อดังกล่าวยังจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

3.7 การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย

สำหรับระบบการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในขั้นตอนการผลิตและมาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรมอาหารนั้นมีระบบที่สำคัญ ดังนี้

3.7.1 การวิเคราะห์อันตรายและการควบคุมจุดวิกฤตในกระบวนการผลิต (Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP) เป็นระบบที่กำหนดขึ้นโดย US Food and Drug Administration (FDA) ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นระบบควบคุมคุณภาพที่ดีที่สุด ด้วยการวิเคราะห์

อันตรายและการควบคุมจุดวิกฤตในกระบวนการผลิตโดยมีพื้นฐานมาจากการตระหนักถึงอันตรายจากเชื้อจุลินทรีย์ที่สามารถเกิดขึ้นในขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตและอัตราหรือความเสี่ยงทางคุณภาพ การเน่าเสียและการปนเปื้อนของสารปนเปื้อน อันตรายหรือความเสี่ยงเหล่านั้นสามารถกำจัดให้หมดไปหรือควบคุมให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ส่วนผลดีที่ได้รับ คือ นอกจากจะมีผลต่อตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ระบบเฮซีซีพี (HACCP) ยังมีประโยชน์ต่อผู้ผลิตในด้านการผลิตได้ทันเวลา ลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งยังมีข้อมูลหรือรายงานเป็นหลักฐานสำหรับการตรวจสอบของลูกค้าและหน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งจะเป็นที่สิ่งๆ ที่แสดงว่าผู้ผลิตมีการประกันคุณภาพการผลิตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น เฮซีซีพี (HACCP) จึงเป็นมาตรฐานที่ถือปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

3.7.2 ระบบบริหารคุณภาพพื้นฐาน (Good Manufacturing Practice, GMP) เป็นหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารด้วยระบบบริหารคุณภาพพื้นฐานระบบหนึ่งซึ่งเป็นแนวทางปฏิบัติในการผลิตอาหารเพื่อให้ผู้ผลิตเกิดความมั่นใจในใจผลิตภัณฑ์ที่ผลิตว่ามีคุณภาพตรงตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดและสม่ำเสมอในทุกครั้งที่ทำการผลิต ปัจจุบันจีเอ็มพี (GMP) เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและบางประเทศได้กำหนดเป็นกฎบังคับทั้งผู้ผลิตภายในประเทศและผู้ผลิตต่างประเทศที่ต้องการส่งสินค้าไปขายในประเทศตนเอง เช่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตว่าด้วยสุขลักษณะทั่วไป (General Principles of Food Hygiene, Umbrella GMP) ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต บรรจุ และเก็บผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์วิธีการในการผลิตอาหารเฉพาะแต่ละประเภท (Specific GMP)

3.8 โครงสร้างผู้ผลิต

เมื่อพิจารณาโครงสร้างผู้ผลิตอุตสาหกรรมอาหารเมื่อพิจารณาจากขนาดของเงินลงทุนพบว่าขนาดของเงินลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารมีความหลากหลาย แตกต่างตามผลิตภัณฑ์และกรรมวิธีการผลิต ตั้งแต่สินค้าที่อาศัยการแปรรูปอย่างง่ายใช้แรงงานมาก เช่น การผลิตผลไม้ดองและผลไม้แช่อิ่ม เป็นต้น ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีในการแปรรูปสูง เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม ได้กำหนดให้โรงงานที่มีเงินลงทุนน้อยกว่า 10 ล้านบาทเป็นโรงงานขนาดเล็ก และโรงงานที่มีเงินทุนตั้งแต่ 10-100 ล้านบาทเป็นโรงงานขนาดกลาง และโรงงานที่มีเงินทุนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไปเป็นโรงงานขนาดใหญ่ จะพบว่าโครงสร้างผู้ผลิตของอุตสาหกรรมอาหารไทยประกอบด้วยโรงงานขนาดเล็กซึ่งมี

ผู้ผลิตอาหารทั้งหมด รองลงมาคือ โรงงานขนาดกลางจำนวน 1,568 แห่ง ร้อยละ 13.04 ในขณะที่ โรงงานขนาดใหญ่ที่มีประสิทธิภาพและเป็นหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคอุตสาหกรรมยังมี อยู่เพียง 424 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 3.53 เท่านั้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

กรมโรงงานอุตสาหกรรม และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด (2543) แสดงข้อมูล โรงงานผลิตอาหารส่วนใหญ่มีการกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ตามรูปแบบของ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในโรงงาน โดยโรงงานที่เน้นความสดของวัตถุดิบก่อนเข้าโรงงานจะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่ง ผลิตใหญ่ ขณะที่โรงงานที่เน้นการผลิตโดยใช้ปริมาณหรือให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากวัตถุดิบนั้น จะกระจายตัวตามแหล่งที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ใกล้กับเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เป็นต้น

สำหรับที่ตั้งของโรงงานแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น ในกลุ่มของอุตสาหกรรมอาหารทะเล พบว่าโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ปลา เช่น ปลาทูน่า และปลาซาร์ดีน เป็นต้น ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ทาง ภาคใต้ของประเทศ คือ จังหวัดสงขลา และบริเวณชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย ส่วนโรงงานแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากกุ้งนั้นมักจะกระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ที่มีการเลี้ยงกุ้งและจังหวัดใกล้เคียงกับ กรุงเทพมหานครเพื่อความสะดวกในการส่งออก โดยตั้งอยู่ในภาคกลางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ภาคใต้ ซึ่ง มีมากที่สุดที่จังหวัดสงขลา

กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปผักและผลไม้ มีโรงงานแปรรูปกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ตามแหล่งวัตถุดิบเช่นกัน โดยแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ทางภาคเหนือ เนื่องจากมีพื้นที่และสภาพ ภูมิอากาศเหมาะสมต่อการเพาะปลูกพืชผักผลไม้เกือบทุกชนิด เช่น ลำไย ลิ้นจี่ และถั่วลิสง เป็นต้น ส่วนโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องนั้น ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด นอกจากนั้นจะอยู่ในจังหวัดนครปฐม เพชรบุรี ชุมพร ชลบุรี ระยอง กาญจนบุรี และสมุทรสาคร ซึ่ง ล้วนแต่เป็นแหล่งผลิตสับปะรดที่สำคัญทั้งสิ้น

โรงงานในกลุ่มเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ มีการกระจุกตัวอย่างมากในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐาน และ ผู้ประกอบการสามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ ส่วนโรงงานขนาดกลางจะกระจายตัวตาม เขตจังหวัดใหญ่ในภูมิภาค เช่น สงขลา เชียงใหม่ และนครราชสีมา เป็นต้น และส่วนใหญ่เป็น โรงงานในเครือของผู้ผลิตที่อยู่ในภาคกลาง

โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยมีจำนวน โรงงานในแต่ละจังหวัดตั้งแต่ 40 โรงงานขึ้นไป แต่โรงงานการแปรรูปข้าวขนาดใหญ่และขนาด กลาง เช่น การทำแหม้ง ปัน หรือบดเมล็ดธัญพืชอื่น ๆ เป็นต้น จะกระจายตัวอยู่ในเมืองใหญ่ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการขนส่งผลผลิตเข้าสู่ภาคกลางได้สะดวก ได้แก่ นครราชสีมา และ อุตรดิตถ์ เมื่อพิจารณาโรงงานต่อเนื่อง เช่น โรงงานทำขนมปัง และผลิตภัณฑ์อาหารจากแป้ง

เป็นต้น พบว่ากระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนโรงงานที่อยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ จะมีขนาดเล็กและกระจายตัวอยู่เกือบทุกจังหวัดในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเครื่องเทศ เครื่องปรุงรสของไทยนั้นมีโรงงานขนาดใหญ่เพียง 20 โรงงานเท่านั้น และตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลและในเขตภูมิภาค ได้แก่ เชียงราย กำแพงเพชร และกาฬสินธุ์ โดยเป็นโรงงานผลิตซีอิ๊วในจังหวัดเชียงราย และผลิตผงชูรสจากมันสำปะหลังในอีก 2 จังหวัด ส่วนกลุ่มโรงงานขนาดกลางนั้นจะผลิตสินค้าอย่างหลากหลายได้แก่ น้ำพริกแกง น้ำปลา ซอสถั่วเหลืองและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง

เมื่อพิจารณาถึงกำลังการผลิตของสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแล้วพบว่าในปี พ.ศ. 2543 มีการใช้กำลังผลิต (Capacity Utilization) เพียงร้อยละ 43.8 ขณะที่อุตสาหกรรมรวมใช้กำลังการผลิตร้อยละ 55.9 สำหรับสินค้ากลุ่มอาหารทะเลกระป๋อง (Canned Seafood) ใช้กำลังการผลิตร้อยละ 56.9 นอกจากนี้ อุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออกยังใช้กำลังการผลิตสูงกว่ากำลังการผลิตของอุตสาหกรรมทั้งหมดอีกด้วย (กรมการค้าต่างประเทศ, 2543)

3.9 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมอาหารสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบที่ผลิตได้ทั้งจากในประเทศและจากการนำเข้ามาทำการผลิตแล้วส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงเมื่อเทียบกับประเภทการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ การต้ม การกลั่น การผสมสุรา การผลิตเบียร์ การทำปลากระป๋อง อาหารทะเลกระป๋องและการเก็บรักษาอาหารทะเลอื่น ๆ และโรงฆ่าสัตว์ ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่ม เท่ากับร้อยละ 14.19 ร้อยละ 14.15 ร้อยละ 9.97 และร้อยละ 9.63 ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2546)

เมื่อเปรียบเทียบอัตราการเติบโตการสร้างมูลค่าเพิ่มในการผลิตอาหารของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ จะเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2528-2533 และ 2533-2538 ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 12.39 และ 12.48 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศมาเลเซียและประเทศจีนมีอัตราการเติบโตการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมในช่วงปี พ.ศ. 2528-2533 ที่มีอัตราการเติบโตการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารที่ต่ำกว่าประเทศไทย คือ อยู่ประมาณร้อยละ 4.23 และร้อยละ 5.51 ตามลำดับ แต่กลับมีอัตราการเติบโตการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารที่เพิ่มขึ้นและอยู่ในระดับที่สูงกว่าประเทศไทย คือ อยู่ที่ประมาณร้อยละ 15.66 และร้อยละ 23.41 ตามลำดับ ในช่วงปี พ.ศ. 2533-2538 ในขณะที่คู่แข่งรายอื่นๆ เช่น ประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย เป็นต้น มีอัตราการเติบโตการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารลดลง (ตารางที่ 3.4)

ตารางที่ 3.4 แสดงมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศในเอเชีย

ประเทศ	มูลค่าเพิ่ม (ล้านเหรียญสหรัฐ)			ร้อยละการเติบโต	
	ปี พ.ศ.	ปี พ.ศ.	ปี พ.ศ.	ระหว่างปี พ.ศ.	ระหว่างปี พ.ศ.
	2528	2533	2538	2528-2533	2534-2538
สิงคโปร์	180	322	629	12.34	14.33
ฮ่องกง	171	397	601	18.35	8.65
ไต้หวัน	1,709	2,911	3,734	11.24	5.11
เกาหลี	2,048	6,047	11,726	24.18	14.16
ไทย	2,274	4,077	7,341	12.39	12.48
มาเลเซีย	703	865	1,790	4.23	15.66
ฟิลิปปินส์	658	2,206	2,934	27.37	5.87
ปากีสถาน	580	719	1,145	7.39	9.75
อินเดีย	1,436	2,212	317	9.03	7.17
อินโดนีเซีย	870	190	2,906	17.03	8.76
จีน	3,433	4,489	12,849	5.51	23.41

ที่มา: Choe-Boum-Jong (1991)

3.10 การเติบโตของการส่งออกอาหารและตลาดในการส่งออก

อุตสาหกรรมอาหารไทยมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่องทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ โดยตลาดภายในประเทศมีบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่เข้ามาลงทุนโดยใช้วัตถุดิบภายในประเทศมาผลิตเพิ่มมูลค่าแก่สินค้า และจำหน่ายภายในประเทศเพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้ผลิตมีความเข้าใจต่อรสนิยมของผู้บริโภค และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคได้

ส่วนตลาดต่างประเทศมีการขยายตัวของ การส่งออกในกลุ่มสินค้าประมง และปศุสัตว์ เนื่องจากมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยจึงต้องเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอเพื่อสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น เนื่องจากวัตถุดิบที่ปัจจุบันเริ่มมีราคาสูงขึ้นและมีข้อจำกัดในด้านของแหล่งทรัพยากร

ตลาดหลักที่สำคัญในการส่งออกสินค้าอาหารของไทยประกอบด้วยประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป แคนาดา ออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศในเอเชีย ได้แก่ ฮองกง จีน สิงคโปร์ ใต้หวัน เกาหลี และมาเลเซีย (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 แสดงตลาดหลักในการส่งออกสินค้าอาหารของไทย

ประเทศ	ผลิตภัณฑ์
1. ญี่ปุ่น	อาหารทะเลแช่แข็ง เนื้อสัตว์ปีกแช่แข็ง ผลไม้แช่แข็งเครื่องเทศ ผลิตภัณฑ์จากข้าว
2. สหรัฐอเมริกา	ผลิตภัณฑ์กระป๋อง ได้แก่ ปลาทูน่า กุ้งแช่แข็ง สับปะรด น้ำสับปะรด อาหารทะเล ข้าว ข้าวโพดอ่อนและหน่อไม้
3. สหภาพยุโรป	ผลิตภัณฑ์บรรจุกระป๋อง ได้แก่ ปลาทูน่า สับปะรด น้ำสับปะรด ข้าวโพดอ่อน หน่อไม้ ผลิตภัณฑ์ข้าว ผลิตภัณฑ์แช่แข็งประเภทหมึก กุ้ง เนื้อไก่
4. แคนาดา	กุ้งสด กุ้งต้มสุกแช่แข็ง ทูน่ากระป๋อง สับปะรดกระป๋อง
5. ออสเตรเลีย	อาหารทะเลกระป๋องสำหรับมนุษย์และสัตว์เลี้ยง
6. เอเชีย ได้แก่ ฮองกง จีน สิงคโปร์ ใต้หวัน เกาหลี มาเลเซีย	สินค้าอาหารไทยเกือบทุกชนิด

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรม (2545)

3.11 อุตสาหกรรมสนับสนุน

อุตสาหกรรมอาหารจะประสบความสำเร็จและเจริญเติบโตต่อไปอย่างมั่นคงจะขึ้นอยู่กับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและมีปัจจัยเสริมอื่น ๆ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจและการลงทุน การเมือง นโยบายรัฐบาล กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวย เป็นต้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งเป็นผู้ป้อนวัตถุดิบหรือดำเนินการกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมสนับสนุนถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิตอาหารเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากราคาและคุณภาพของสินค้าอุตสาหกรรมสนับสนุนมีผลกระทบต่อต้นทุนและ

ไม่ว่าการณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพในการผลิตสินค้าอาหาร รวมไปถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยจะแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหารนั้นจำแนกได้ ดังนี้

3.11.1 หน่วยสนับสนุนวัตถุดิบ

เนื่องจากการผลิต วัตถุดิบถือเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Food Chain) ดังนั้น ในการพิจารณาด้านการบริหารสายโซ่อุปทาน (Supply chain) ซึ่งเป็นกระบวนการตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ ผ่านขั้นตอนการผลิตจนกระทั่งส่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งเป็นการพิจารณาตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำไปยังอุตสาหกรรมปลายน้ำ หรือกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน (Cluster Development) เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายในการทำงานและแก้ไขปัญหาาร่วมกันอันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร โดยจำแนกตามแหล่งที่ได้มา 3 ประเภท คือ วัตถุดิบด้านการเกษตร วัตถุดิบด้านประมง และวัตถุดิบด้านปศุสัตว์ ดังนี้

3.11.1.1 วัตถุดิบด้านการเกษตร ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด สับปะรด ผัก ผลไม้ และถั่วประเภทต่าง ๆ วัตถุดิบเหล่านี้สามารถนำมาแปรรูปและส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศนํารายได้เข้าสู่ประเทศปีละกว่า 40,000 ล้านบาท ในบรรดาสินค้าเกษตรแปรรูปเหล่านี้ สับปะรดกระป๋องเป็นผลไม้ที่ประเทศไทยนำมาผลิตและส่งออกมากที่สุด และนับเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งของโลกโดยมีส่วนแบ่งอยู่ในตลาดโลกประมาณร้อยละ 45 มีแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ระยอง ชลบุรี ชุมพร และอุทัยธานี (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545) นอกจากนี้ สับปะรดกระป๋องแล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปที่เริ่มทวีความสำคัญขึ้นมาเป็นลำดับคือผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน ซึ่งมีการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ตลาดที่สำคัญได้แก่ สหภาพยุโรป เกาหลี สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและอาเซียน โดยแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ทางภาคตะวันตกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ จังหวัดที่มีการเพาะปลูกมากได้แก่ กาญจนบุรี เพชรบุรี ราชบุรี นครราชสีมา และหนองคาย (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

อย่างไรก็ตาม วัตถุดิบจากภาคการเกษตรส่วนใหญ่ยังคงมีปัญหาทั้งทางด้านคุณภาพและปริมาณที่ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากการเพาะปลูกส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ประกอบกับเกษตรกรรายย่อยขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการที่ดีทั้งทางด้านการผลิต การจำหน่าย และการจัดการด้านคุณภาพ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมี ระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมเพื่อให้ปริมาณสารตกค้างอยู่ในระดับที่ยอมรับ และวิธีการเก็บรักษาผลผลิตเพื่อลดการสูญเสีย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังขาดการวิจัยพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ ขาดการวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำปริมาณผลผลิตไม่สม่ำเสมอไม่สามารถคาดการณ์ราคาได้แน่นอนและไม่ได้คุณภาพตามความต้องการของโรงงาน

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และตลาด สิ่งเหล่านี้นับเป็นปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมเนื่องจากผู้บริโภคปลายทาง โดยเฉพาะในต่างประเทศให้ความสำคัญด้านคุณภาพสูง หากวัตถุดิบไม่มีคุณภาพจะทำให้ผลผลิตที่ได้มีราคาต่ำลงมาก และเนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมอาหารเป็นค่าวัตถุดิบ ดังนั้นการลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิตจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น

3.11.1.2 วัตถุดิบด้านอุตสาหกรรมประมง สินค้าที่ใช้วัตถุดิบด้านประมง ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและอาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเฉลี่ยปีละกว่า 170,000 ล้านบาท โดยประเทศไทยเป็นผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้นำเข้าอาหารทะเลรายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลาทูน่ากระป๋อง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารทะเลกระป๋องจะแตกต่างกันไปตามประเภทของอาหารทะเลที่ทำการผลิต เช่น การผลิตทูน่ากระป๋องจะอาศัยวัตถุดิบที่มาจากการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากปลาทูน่าที่จับได้จากแหล่งประมงภายในประเทศเป็นปลาทูน่าขนาดเล็กที่เรียกว่า ปลาโอ มีเพียงร้อยละ 20 ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมดเท่านั้น ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าจึงจำเป็นต้องซื้อปลาทูน่าส่วนใหญ่จากกองเรือประมงของต่างประเทศ (ตารางที่ 3.6)

ตารางที่ 3.6 แสดงปริมาณและมูลค่าการนำเข้าทูน่าสดแช่เย็นแช่แข็ง

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2540	337,202.19	13,007.62
2541	395,687.39	18,671.78
2542	981,976.42	28,711.89
2543	373,407.07	10,864.86
2544	450,314.36	19,082.41

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2544)

ในสภาวะปัจจุบันการเพาะเลี้ยงและจับสัตว์น้ำจากการทำประมงยังมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด จึงมีการนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศ สาเหตุหนึ่งที่ทำให้วัตถุดิบจากการประมงของไทยไม่เพียงพอที่จะป้อนโรงงานอุตสาหกรรมนั้นเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมในอ่าวไทยเสื่อมโทรมทำให้ปริมาณสัตว์น้ำลดลง และการประกาศเขตเศรษฐกิจจำเพาะ 200 ไมล์ทะเลจากชายฝั่งของประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ชาวประมงไทยต้องเดินทางไปจับสัตว์น้ำในระยะทางที่ไกลขึ้น โดยไม่มีการปรับปรุงประสิทธิภาพของการเก็บสัตว์น้ำ ประกอบกับอุปกรณ์ขององค์การสะพานปลาและท่าเทียบเรือประมงยังไม่ทันสมัย ทำให้คุณภาพของสัตว์น้ำลดลงกว่าที่ควรจะเป็น นอกจากนี้ปัญหาด้านการปนเปื้อนของยาปฏิชีวนะ (Anti-biotics) ในสัตว์น้ำที่เลี้ยงในฟาร์มหรือการปนเปื้อนของยาปฏิชีวนะในน้ำดื่มที่ปนเปื้อนจากน้ำประปาที่ปนเปื้อนจากน้ำเสียในโรงงานอุตสาหกรรมก็อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้คุณภาพของสัตว์น้ำลดลงได้เช่นกัน อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

biotic) ในตัวสินค้าวัตถุดิบก็ยังคงเป็นประเด็นที่ภาคอุตสาหกรรมประมงกำลังเผชิญอยู่อย่างต่อเนื่องและดูเหมือนว่าจะยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้หมดสิ้นไปได้ภายในระยะเวลาอันสั้น

3.11.1.3 วัตถุดิบด้านอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของสารเจือปนที่อยู่ในเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อเป็ดและเนื้อไก่ที่นำไปแปรรูป เป็นต้น แต่ปัจจุบันปัญหานี้เริ่มลดน้อยลงในฟาร์มขนาดใหญ่ เนื่องจากมีการนำระบบ contract farming เข้ามาใช้และมีระบบการจัดการฟาร์มที่ดีทำให้สามารถควบคุมการเพาะเลี้ยงได้ อย่างไรก็ตามปัญหาด้านคุณภาพยังคงมีมากในกรณีของเนื้อวัวและเนื้อสุกรที่นำมาแปรรูปอาหาร เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้และความสะอาดของโรงฆ่าสัตว์ยังไม่ได้มาตรฐานและถูกสุขอนามัย โรคปากและเท้าเปื่อย ทำให้เนื้อสัตว์ที่นำมาแปรรูปไม่สดสะอาด นอกจากนี้ การควบคุมโรคระบาดและสุขอนามัยของแหล่งวัตถุดิบยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้เป็นปัญหาต่อการส่งออก (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

นอกจากประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบโดยตรงแล้ว โครงสร้างของภาษีและโควตาวัตถุดิบนำเข้าก็เป็นอีกเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการสูงขึ้น เช่น การเก็บเซอร์ชาร์จนำเข้าข้าวโพด การจำกัดโควตานำเข้าเมล็ดถั่วเหลือง และการประกาศมาตรการนำเข้าส่งออกเป็นปีต่อปี รวมถึงการปรับโครงสร้างภาษีอากรขาเข้าอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อไก่ เป็นต้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545) แต่อย่างไรก็ตามรัฐบาลมีนโยบายที่จะเร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาโครงสร้างทางภาษีให้เกิดความคล่องตัวและลดความซ้ำซ้อน เช่น การปรับลดอัตราอากรขาเข้าวัตถุดิบสินค้าทะเลทุกชนิดเหลือร้อยละ 5 และผู้ผลิตที่นำวัตถุดิบเข้ามาเพื่อการส่งออกจะสามารถขอคืนภาษีขาเข้าได้ภายใน 2 วันทำการ เป็นต้น นับเป็นการช่วยลดต้นทุนและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการได้ นอกจากนี้ ยังมีส่งเสริมและร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดหาและร่วมลงทุนในต่างประเทศเพื่อให้ได้วัตถุดิบมาป้อนโรงงานได้อย่างสม่ำเสมอ และร่วมมือกับภาคเอกชนจัดทำแผนเจาะตลาดและหาแหล่งวัตถุดิบทั้งระยะสั้นและระยะยาว (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

3.11.2 หน่วยบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์อาหารมีบทบาทสำคัญในการยืดอายุและรักษาคุณภาพอาหารทั้งในด้านกลิ่น สี รสชาติ และความอร่อยให้คงอยู่จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ทั้งยังช่วยให้การขนส่งผลิตภัณฑ์มีความสะดวกมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยในการส่งเสริมการตลาด ทำให้บรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เข้ามีบทบาทในอุตสาหกรรมอาหารมากขึ้นเรื่อย ๆ และมีอัตราการเติบโตควบคู่ไปกับการเติบโตของการส่งออกในอุตสาหกรรม โดยสามารถจำแนกตามวัสดุที่ใช้ ดังนี้

3.11.2.1 บรรจุภัณฑ์กระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำสามารถทำการพิมพ์ สอดสีได้ง่ายและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.11.2.2 บรรจุก๊าซแก้ว เป็นบรรจุก๊าซที่ใช้ในอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้มากที่สุด (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

3.11.2.3 บรรจุก๊าซโลหะ มีความแข็งแรงทนทานต่อการขนส่ง สามารถเก็บรักษาคุณภาพอาหารได้นานและใช้มากในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ต้องผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน

3.11.2.4 บรรจุก๊าซพลาสติก นิยมใช้อยู่ 2 ประเภท คือ ประเภทคงรูปเช่นขวด ถ้วย ลัง และประเภทอ่อนตัว เช่น ฟิล์ม ถุง ของพลาสติก เป็นต้น

เนื่องจากบรรจุก๊าซโลหะเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เช่น ผัก ผลไม้กระป๋อง อาหารทะเลกระป๋อง นมกระป๋อง และเนื้อสัตว์กระป๋อง เป็นต้น ทำให้ปริมาณความต้องการบรรจุก๊าซประเภทโลหะมีแนวโน้มสูงขึ้นตามลำดับ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สั่งซื้อกระป๋องจากผู้ผลิตภายในประเทศโดยคัดเลือกจากผู้ที่สามารถผลิตกระป๋องที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและได้มาตรฐานตามที่ลูกค้ากำหนด อย่างไรก็ตาม กระป๋องบางชนิด เช่น กระป๋องอลูมิเนียม หรือฝากระป๋องดีบุกแบบดิง เป็นต้น ยังคงมีการนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ วัตถุดิบที่จะมาผลิตกระป๋องบรรจุอาหาร เช่น แผ่นเหล็ก แผ่นเหล็กเคลือบดีบุก และแผ่นเหล็กเคลือบแลคเกอร์ เป็นต้น ซึ่งคิดเป็นต้นทุนประมาณร้อยละ 65-70 ของต้นทุนผลิตกระป๋อง ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศปีละจำนวนมากและมีนำเข้าน้อยราย ทำให้บางครั้งเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบหรือวัตถุดิบมีราคาแพง ส่งผลกระทบถึงการผลิตและต้นทุนของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร ขณะนี้มีผู้ผลิตบรรจุก๊าซโลหะทุกประเภทประมาณ 400 ราย ในจำนวนนี้มีผู้ผลิตกระป๋องมากที่สุด และส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดเล็กซึ่งมีกำลังผลิตไม่เกิน 1,000 ตันต่อปี ผู้ผลิตรายใหญ่มีจำนวนน้อยและมักจะเป็นผู้ที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

3.12 สถานการณ์กฎหมายและการเมืองที่เกี่ยวข้อง

3.12.1 โครงการอาหารปลอดภัย (Food Safety)

เดิมระบบการค้าของโลกใช้ภาษีเป็นมาตรการกีดกันทางการค้า แต่ในปี พ.ศ. 2538 เกิดองค์การการค้าโลกขึ้น (World Trade Organization, WTO) มาตรการกีดกันทางการค้าก็ได้เปลี่ยนรูปแบบไปสู่มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non Tariff Barriers, NTB) เพราะข้อตกลงขององค์การการค้าโลกจำกัดมาตรการทางภาษีไว้อย่างชัดเจน (Tariff Barriers, TB) ส่วนมาตรการที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิใช่ภาษี ตามความตกลงขององค์การการค้าโลก มีความตกลง 2 ประการ คือ ความตกลงว่าด้วยการใช้บังคับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures, SPS) และความตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Agreement on Technical Barrier to Trade, TBT) ซึ่งประเทศสมาชิกส่วนใหญ่จะนำสองมาตรการนี้มาบังคับใช้ โดยอ้างถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ยิ่งสถานการณ์การค้าของโลกที่แข่งขันกันรุนแรงมากยิ่งขึ้น ปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศปัญหาการก่อการร้ายสากล การปนเปื้อนของสารพิษในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ปัญหาความวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหารที่มาจากพืช/สัตว์ที่ดัดแปลงพันธุกรรม และปัญหาโรคระบาดต่าง ๆ เช่น โรควัวบ้าในสหภาพยุโรป เป็นต้น ยิ่งทำให้การนำมาตราการทั้งสองมาบังคับใช้มีความเคร่งครัดมากยิ่งขึ้นไปอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วที่กำหนดมาตรฐานอย่างไม่เท่าเทียมก่อให้เกิดอุปสรรคทางการค้าได้ง่ายมาก เช่น นโยบายภายใต้สมุดปกขาวว่าด้วยความปลอดภัยด้านอาหาร (EU White Paper on Food Safety) ที่มีความเข้มงวดทางด้านความปลอดภัยทางอาหารเป็นอย่างมาก และใช้เป็นกฎกติกาของโลกด้วย กำหนดกฎเกณฑ์ ดังนี้

3.12.1.1 ความปลอดภัยของอาหารจากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร (From Farm to Table, FFT) กำหนดให้อาหารต้องมีความปลอดภัยทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่ในฟาร์มจนถึงมือผู้บริโภค

3.12.1.2 ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของอาหารของผู้ประกอบการทุกส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหาร

3.12.1.3 การจัดทำระบบทวนสอบ หรือระบบสืบแหล่งที่มาของอาหาร

ในปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลไทยมีนโยบายกำหนดให้เป็นปีแห่งความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety Year) เสนอบทบาทของกรมวิชาการเกษตร กรมประมง กรมปศุสัตว์ และสำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ให้เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ โดยแบ่งเป็นความปลอดภัยด้านพืช ด้านประมง ด้านปศุสัตว์ ดังนี้ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

ในส่วนความปลอดภัยอาหารด้านพืช กรมวิชาการเกษตรเป็นหน่วยงานหลักในการตรวจสอบ และรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร การตรวจสอบ ดำเนินการตลอดห่วงโซ่อาหาร (Food Chain) เริ่มจากแปลงปลูกของเกษตรกรถึงโต๊ะอาหาร โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในปี พ.ศ. 2546-2547 เป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) การรับรองคุณภาพมาตรฐานและสุขอนามัยพืชผักและผลไม้ส่งออกโดยดำเนินการตรวจสอบสารพิษตกค้าง และออกใบรับรองพืชผักผลไม้ที่ต้องตรวจสอบสารพิษตกค้างก่อนการส่งออกไว้ 12 ชนิด คือ ลำไย ทุเรียน ลิ้นจี่ มังคุด มะขาม มะม่วง ส้มโอ หน่อไม้ ฝรั่ง ชิงกระเจียบเขียว ข้าวโพดฝักอ่อน และพริก นอกจากนี้ยังมีโครงการพืชผักและผลไม้อนามัย โครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำร่องพัฒนาการผลิตพืชผักปลอดภัยหรือโครงการ SAFE รวมทั้งการกำหนดค่าปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ยอมรับได้ในผลผลิตชนิดต่าง ๆ (Maximum Residue Limits, MRL)

2) การตรวจสอบและรับรองแหล่งผลิตพืชผักและผลไม้ ดำเนินการจดทะเบียนและรับรองแหล่งผลิตตามระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมหรือระบบบริหารคุณภาพพื้นฐาน (Good Agricultural Practice, GAP) ในกลุ่มพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ 27 ชนิด กลุ่มผักและผลไม้ในโครงการพืชผักและผลไม้อนามัยและกลุ่มพืชผักในโครงการ SAFE

3) ตรวจสอบและรับรองโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิตตามระบบจีเอ็มพี (Good Manufacturing Practice, GMP) และเฮซเอซีซีพี (Hazard Analysis and Critical Control Point, HACCP) ของโรงงานผลิตอาหาร โรงงานแปรรูปอาหารส่งออก และโรงงานแปรรูปอาหารทั่วไป

4) การพัฒนาและการเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบเพื่อรับรองคุณภาพสินค้าเกษตร โดยดำเนินการควบคุมคุณภาพสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีต่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และเกษตรกร สร้างจิตสำนึกร่วมกันในการใช้สารเคมีที่ถูกต้องและเหมาะสม

ในส่วนความปลอดภัยอาหารด้านประมง กรมประมงเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการให้สัตว์น้ำปลอดภัยในกิจกรรมหลัก คือ

1) การสร้างความเข้มแข็งของระบบการควบคุมตรวจสอบสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากแหล่งกำเนิดถึงการบริโภค และส่งออก รวมถึงการนำเข้า โดยการเพิ่มศักยภาพด้านบุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือในการตรวจสอบให้เพียงพอ และการจัดระบบให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และให้เป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า การจัดระบบทวนสอบแหล่งที่มาของสินค้า

2) การพัฒนาระบบและการตรวจสอบและควบคุมการปฏิบัติในการผลิต โดยเผยแพร่กระบวนการจับและกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามมาตรฐาน

3) การควบคุมตรวจสอบปัจจัยการผลิต ได้แก่ ยา อาหาร และสารผสมล่องหน้า โดยการตรวจควบคุมการนำเข้า ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข และกรมปศุสัตว์ เพื่อให้ปัจจัยการผลิตปลอดภัยปนเปื้อนของสารต้องห้าม

4) การควบคุมตรวจสอบโรงงานแปรรูปสัตว์น้ำ การควบคุมการผลิตในโรงงานแปรรูปสัตว์น้ำ ให้เป็นไปตามมาตรฐานจีเอ็มพี และเฮซเอซีซีพี โดยกรมประมงมีหน้าที่ในการตรวจรับรองผู้ผลิตสำหรับการส่งออกเป็นหลัก

5) การควบคุมตรวจสอบผลผลิต โดยจัดให้มีการเฝ้าระวังการปนเปื้อนของเชื้อโรค และสารปนเปื้อน เช่น แคดเมียม ปรอท และสารหนู เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทำการผลิตอย่างรับผิดชอบ ผู้บริโภคเข้าใจการบริโภคสัตว์น้ำที่ถูกต้อง และประเทศผู้ซื้อเกิดความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย

ในส่วนของความปลอดภัยอาหารด้านปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ มีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1) มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสัตว์ กำหนดมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ สุกร โค นม และการผลิตนํ้านมดิบ โดยกำหนดวิธีปฏิบัติ องค์ประกอบของฟาร์ม การจัดการฟาร์ม การจัดการด้านสุขภาพสัตว์ และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

2) การควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์ ได้กำหนดมาตรการดูแลความปลอดภัยของอาหารสัตว์ทั้งระบบ และให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์ พ.ศ. 2525 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2542 ซึ่งได้กำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนอาหารสัตว์ และโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน (Good Manufacturing Practice, GMP) และเฮชเอซีซีพี (Hazard Analysis and Critical Control Point, HACCP)

3) การตรวจสอบสุขภาพสัตว์ก่อนเข้าโรงฆ่า โดยจะต้องได้รับการตรวจสอบสุขภาพโดยสัตวแพทย์ที่ฟาร์ม และต้องได้รับรายงานประวัติข้อมูลการเลี้ยงที่ฟาร์มก่อน เพื่อให้แน่ใจว่าไม่เป็นโรคติดเชื้อที่เป็นอันตราย

4) สุขลักษณะของโรงฆ่า โรงแปรรูป และกระบวนการผลิต โรงฆ่าสัตว์ และโรงงานแปรรูปจะต้องได้รับการขึ้นทะเบียน

5) ตรวจสอบคุณภาพของเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์ที่มีการตรวจสอบคุณภาพเนื้อสัตว์และนํ้านมดิบให้ปราศจากยาสัตว์ สารพิษตกค้าง รวมทั้งเชื้อโรคที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

6) โครงการเนื้อสัตว์อนามัย ผู้ประกอบการจะได้รับตรารับรองจากกรมปศุสัตว์

7) กรมปศุสัตว์รับประกันว่าเนื้อสัตว์นั้นมีคุณภาพและปลอดภัย

8) การลดมลภาวะจากฟาร์มปศุสัตว์

3.12.2 สิ่งมีชีวิตที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม (Genetically Modified Organism, GMO)

สิ่งมีชีวิตที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม (Genetically Modified Organism, GMO) สิ่งมีชีวิตอาจจะเป็นพืชหรือสัตว์ก็ได้ แต่ในปัจจุบันนิยมการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรมของพืช เพราะได้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังทำได้ง่ายกว่า และสามารถศึกษาผลกระทบที่ได้จากหลายชั่วอายุของพืช โดยใช้เวลาน้อยกว่าการศึกษาในสัตว์ซึ่งแต่ละชั่ว

อายุสัตว์ (generation) จะต้องใช้เวลานาน อาหารที่ได้จากจีเอ็มโอนั้น เรียกว่าจีเอ็มฟู้ด (GM Foods) หรือ จีอีฟู้ด (GE Foods)

ความหว้นวิตกเกี่ยวกับเรื่องอันตราย ยังไม่เป็นที่ยอมรับหรือปฏิเสธ และเป็นวิทยาการที่มีอันตรายแฝงอยู่ในตัว ซึ่งถูกผลักดันเข้าสู่สังคมของโลก ในรูปการค้าโดยไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่เพียงพอถึงความจำเป็น อันตรายของอาหารเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม (GM Foods) ประกอบด้วย

- 1) เกิดภูพืชและวัชพืชพันธุ์ใหม่ที่มีความต้านทานต่อแมลง
- 2) ทำให้ความหลากหลายของหน่วยพันธุกรรมลดลง
- 3) เกิดการผสมข้ามเผ่าพันธุ์ของเชื้อไวรัส (virus) และแบคทีเรีย (bacteria)

โดยไม่ทราบผลกระทบที่จะตามมา

4) ถ้ามีการรวม (Integrate) ของยีน (gene) จากจีเอ็มโอเข้าไปในเซลล์ของมนุษย์จะทำให้มนุษย์และสัตว์มีความต้านทานต่อสารแอนติไบโอติก (antibiotic)

5) เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อเผ่าพันธุ์แมลงต่างๆ เช่น แมลงเต่าทอง และแมลงในตระกูล Chrysopidae ซึ่งมีปีกเป็นลายตาข่ายเป็นต้น

6) เกิดความผิดพลาดในการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรมแล้ว จะไม่สามารถถ่ายหรือล้างกลับได้ และจะคงอยู่กับสิ่งมีชีวิตใหม่และแพร่พันธุ์ต่อไปตลอดทุกชั่วอายุ

7) เกิดการถ่ายทอดสารพันธุกรรมแปลกปลอมไปสู่พืชอื่น ๆ ได้

8) ทำให้การกลไกกรรมต้องพึ่งพาทางเคมีมากเกินไป

9) เกิดความล้มเหลวในการควบคุมแปลงทดลองปลูกพืชจีเอ็มโอ (GMO) เช่น กรณี bollguard cotton ใน USA ประเทศที่เป็นผู้ส่งออกจีเอ็มโอ (GMO) รายใหญ่

10) ทำให้เกิดสารเคมีตกค้างในพืชมากเกินไป

11) เกิดการขึ้นากสิกรรมของโลก โดยบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม และบริษัทผู้ขายเคมีที่ใช้ในการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม

12) เกิดการฆ่าทำลายแมลง นก สัตว์ป่า ฯลฯ โดยภูพืชพันธุ์ใหม่ที่จะขยายและกระจายไปทั่วโลกโดยไม่สามารถควบคุมได้ มีตัวอย่างให้เห็นในแปลงทดลองปลูกพืชตัวอย่างที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม

ผลกระทบการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรมต่ออุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีดังนี้

1) ประเทศไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพในธรรมชาติ การผลิตอาหารที่ใช้วิธีการปกติ ซึ่งไม่ใช้การติดต่อสารพันธุกรรม จะเป็นจุดแข็งของประเทศไทยและกำลังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในสหภาพยุโรป ญี่ปุ่นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) เทคโนโลยีชีวภาพในประเทศไทย สำหรับการผลิตอาหารที่ได้จากการตัดต่อสารพันธุกรรม พัฒนาอยู่ในระดับงานวิจัยยังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น เป็นต้น หากไทยยอมรับอาหารที่ได้จากจีเอ็มโอ (GMO) นี้ เกษตรกรหรือผู้ผลิตอาหารของไทยน่าจะเป็นฝ่ายซื้อเทคโนโลยี ดังกล่าวเข้าประเทศได้ง่ายและสะดวกกว่าเพราะมีความพร้อมมากกว่า อาจส่งผลให้เกิดการเสียดุลย์ การค้าและสร้างความผูกขาดและหาประโยชน์ในการค้าจีเอ็มโอ (GMO) จากภาคเกษตรของไทยมากขึ้น และมีผลทำให้ไทยไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพในเชิงการแข่งขันได้

3) การส่งออกอาหารที่ได้จากการตัดต่อสารพันธุกรรมในขณะนี้ โดยเฉพาะในตลาด สหภาพยุโรปอาจลดลง เพราะผู้บริโภคในประเทศเหล่านั้นมีแรงต่อต้านอยู่ หากเป็นอาหาร GMO นำเข้ามาในประเทศไทยเพื่อแปรรูปเป็นอาหารสำเร็จรูปแล้วส่งออก จะต้องแสดงฉลากด้วย ซึ่งจะมีอุปสรรคทางการค้าในอนาคตได้

4) ทิศทางที่เหมาะสมของประเทศไทยต่ออาหารที่ได้จากการตัดต่อสารพันธุกรรม ขณะนี้ยังไม่มีผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตโดยวิธีจีเอ็มโอ (GMO) ผ่านการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (มีมาขออนุญาตแต่อยู่ระหว่างพิจารณา คือ เมล็ดฝ้ายที่ใช้สกัดทำน้ำมันบริโภค) แต่อย่างไรก็ตามบางประเทศได้มีการผลิตอาหารที่ได้จากจีเอ็มโอ (GMO) ออกจำหน่ายแล้ว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้ติดตามข้อมูลอย่างใกล้ชิด เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศ พร้อมทั้งข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารและการส่งออกไปยังต่างประเทศที่เข้มงวดกับอาหารที่ผลิตหรือใช้วัตถุดิบที่ได้จากจีเอ็มโอ (GMO) โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาพิจารณาวางหลักเกณฑ์เพื่อกำกับดูแลอาหารที่ได้จากจีเอ็มโอ (GMO) และประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมวิชาการเกษตร ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อจะได้นำข้อมูลมาประกอบการพิจารณาวางมาตรการกำกับดูแลต่อไป เนื่องจากประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกอาหารรายใหญ่ที่สำคัญของโลก

5) ปัญหาและอุปสรรคของอาหารจีเอ็มโอ (GM)

5.1) การประเมินความปลอดภัยของอาหารจีเอ็มโอ (GM) ตามแนวทางของเอฟเอโอ (FAO) นักวิชาการหลายคนให้ความเห็นว่า ไม่น่าจะเหมาะสมในการประเมินความปลอดภัยโดยใช้วิธี Substantial Equivalence น่าจะใช้ข้อมูลที่มีอยู่ในแง่ความปลอดภัยพิจารณา โดยมีข้อมูลการศึกษาความปลอดภัยระยะยาวประกอบ

5.2) หากจีเอ็มฟู๊ด (GM Foods) สามารถผลิตเพื่อจำหน่ายหรือส่งออกในประเทศไทยหรือนำเข้าจากต่างประเทศ การควบคุมกำกับดูแลในแง่ตรวจสอบแยกแยะระหว่าง

อาหารจากวิธีปกติกับวิธีตัดต่อสารพันธุกรรม ซึ่งอาจใช้ฉลากเป็นส่วนแตกต่าง ส่วนการวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ยังตรวจได้ในวัตถุดิบและอาหารบางชนิดเท่านั้น แต่มีข้อจำกัดสำหรับอาหารจาก GMO นั้นมีการแปรรูปหรือมีส่วนประกอบอื่น ๆ ผสมอยู่

5.3) สำหรับการปลูกพืชจีเอ็มโอ (GMO) ในภาคเกษตร จะทำให้มีการเพาะปลูกปะปนกันระหว่างพืชที่มาจากวิธีทั่วไป และมาจากจีเอ็มโอ (GMO) ทำให้ไม่สามารถจะควบคุมกำกับได้ในกรณีเกษตรกรรมของประเทศไทย ณ ปัจจุบันนี้

5.4) ขณะนี้มีการผลิตพืชจีเอ็มโอ (GMO) เพื่อการค้า และได้รับอนุญาตจากประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ ประมาณ 40 ชนิด ยังอยู่ในวงจำกัดการยอมรับของประเทศคู่ค้า

3.13 แนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหาร

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมอาหารปี พ.ศ. 2547 คาดว่าทั้งภาคการผลิตและการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารจะเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2546 ประมาณร้อยละ 8 และ 12 ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2546) เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจไทยและของโลกมีแนวโน้มดีขึ้น ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มขึ้นด้วย
- 2) การผลักดันโครงการครัวไทยสู่โลกของรัฐบาลให้มีผลอย่างเป็นรูปธรรมจะทำให้การส่งออกวัตถุดิบประเภทอาหารทะเล ปศุสัตว์ ผัก ผลไม้ เครื่องเทศและสมุนไพรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
- 3) การได้รับการคืนสิทธิจีเอสพี (GSP) ในสินค้าอาหารทะเลจากสหภาพยุโรป จะทำให้ปริมาณการส่งออกสินค้าประเภทนี้เพิ่มขึ้น
- 4) การที่ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทยได้ออกมาตรการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากการส่งออกสินค้าตามใบขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นจากมาตรการป้องกันการค้าการร้ายทางชีวภาพ (Bioterrorism Act) อาจทำให้ภาระต้นทุนของผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้าอาหารของไทยในอนาคตในบางสินค้าได้
- 5) ด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แนวโน้มค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น อาจส่งผลทำให้มูลค่าการส่งออกในรูปแบบเงินบาทลดลงได้

แนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหารในปี พ.ศ. 2547 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีดังนี้

- 1) สินค้าประมง ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋อง เช่น ปลาทูน่ากระป๋อง และอาหารทะเลแปรรูป เป็นต้น มีแนวโน้มผลิตและส่งออกเพิ่มขึ้นตามฤดูกาล และจากปัจจัยด้าน

ตาม สินค้ากุ้งมีแนวโน้มไม่ชัดเจน เนื่องจากความกังวลในการฟ้องเรียกเก็บภาษีทุ้มตลาดในประเทศสหรัฐฯ และการขยายตัวของการผลิตกุ้งชนิดอื่นแทนกุ้งกุลาดำในประเทศคู่แข่งใหม่ เช่น การผลิตกุ้งขาวจากประเทศจีน และการฟื้นตัวของการผลิตกุ้งในอเมริกาใต้ เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิตและการส่งออกกุ้งไทยลดลงได้

2) สินค้าพืชผักผลไม้แปรรูป สับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกกว่าร้อยละ 30 ยังมีแนวโน้มผลิตและส่งออกดีขึ้น เนื่องจากระดับราคายังคงสูงกว่าในปีก่อนๆ และประเทศคู่แข่งประสบปัญหาภัยธรรมชาติ ในขณะที่ผักผลไม้อื่น ๆ จะได้รับผลดีจากการเปิดตลาดสินค้ากับประเทศจีนและญี่ปุ่น เช่น มังคุด ทูเรียน และผักแปรรูป เป็นต้น

3) สินค้าสุสัต์วแปรรูป มูลค่ากว่าร้อยละ 90 ของหมวดนี้ คือ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง และไก่แปรรูป มีแนวโน้มที่จะผลิตและส่งออกในปริมาณและมูลค่าที่มากขึ้น เนื่องจากสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น หันมานำเข้าจากไทยแทนในส่วนที่เคยนำเข้าจากจีน ตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2546 และประเทศฮ่องกงและจีน ที่เป็นคู่แข่งและคู่ค้าสำคัญ ได้คลี่คลายปัญหาโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงลงบ้างแล้ว แต่ยังคงนำเข้าไก่จากไทยบางส่วน

4) สินค้าแปรรูปจากธัญพืชและแป้ง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ ตามฤดูกาลของอุตสาหกรรมอาหารที่มีแนวโน้มการผลิตเพิ่มขึ้น แต่จากเหตุการณ์ความไม่สงบในตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นอีกตลาดหนึ่งของไทย อาจมีผลทำให้ความต้องการในตลาดโลกลดลงบางส่วน แต่จะได้ตลาดจีนมาเป็นส่วนชดเชย

5) สินค้าอื่น ๆ เช่น สมุนไพร และเครื่องปรุงรสมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นจากผู้บริโภคในประเทศที่หันมาให้ความสนใจกับอาหารเพื่อสุขภาพ และการประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติรู้จักและบริโภคอาหารไทยเพิ่มขึ้น ส่วนสินค้าน้ำตาลทราย คาดว่าจะสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นหลังจากการเจรจาประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย สำหรับผลิตภัณฑ์นมอาจส่งออกได้ลดลงอย่างต่อเนื่องจากผลของความไม่สงบในประเทศเพื่อนบ้าน

จากการทบทวนเอกสารวิชาการและสื่อต่าง ๆ ทำให้ได้ทราบถึงสภาพสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหาร โดยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการค้นหาคำตอบที่ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการส่งออกสินค้าของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ตามกรอบแบบจำลองของพอร์เตอร์ เพื่อเสนอแนะวิธีการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารให้เกิดความสำเร็จในการส่งออกสินค้ามากขึ้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 36 ราย ดำรงตำแหน่งในบริษัทแตกต่างกัน โดยเป็นตำแหน่งกรรมการผู้จัดการจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตำแหน่งผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.56 ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.89 และตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 4.1)

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีระยะเวลาเฉลี่ยในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร 12.48 ปี โดยร้อยละ 22.22 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการทำงาน 1-5 ปี ร้อยละ 19.44 มีระยะเวลาการทำงาน 6-10 ปี ร้อยละ 44.44 มีระยะเวลาการทำงาน 11-15 ปี ร้อยละ 8.33 มีระยะเวลาการทำงาน 16-20 ปี และร้อยละ 5.57 มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 20 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีระยะเวลาเฉลี่ยในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร 11.93 ปี โดยร้อยละ 16.67 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการทำงาน 1-5 ปี ร้อยละ 27.78 มีระยะเวลาการทำงาน 6-10 ปี ร้อยละ 36.11 มีระยะเวลาการทำงาน 11-15 ปี ร้อยละ 16.67 มีระยะเวลาการทำงาน 16-20 ปี และร้อยละ 2.77 มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 20 ปี (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง และระยะเวลาในการทำงาน

รายการ	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
1. ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ	8	22.22
	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	11	30.56
	ผู้จัดการทั่วไป	14	38.89
	อื่นๆ	3	8.33
2. ระยะเวลาในการทำงานที่ เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม อาหาร	1-5 ปี	8	22.22
	6-10 ปี	7	19.44
	11-15 ปี	16	44.44
	16-20 ปี	3	8.33
	มากกว่า 20 ปี	2	5.57
3. ระยะเวลาในการทำงานที่ เกี่ยวข้องกับการส่งออก ของอุตสาหกรรมอาหาร	1-5 ปี	6	16.67
	6-10 ปี	10	27.78
	11-15 ปี	13	36.11
	16-20 ปี	6	16.67
	มากกว่า 20 ปี	1	2.77

4.2 ข้อมูลพื้นฐานของบริษัท

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจทั้งหมด 36 รายมีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำสุด 8 ปีและสูงสุด 60 ปี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 21 ปี บริษัททั้งหมดมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารต่ำสุด 4 ปี และสูงสุด 50 ปี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 19 ปี บริษัททั้งหมดมีพนักงานจำนวน 50-2,500 คน มีค่าเฉลี่ย 564 คน ยอดขายโดยรวมในปี พ.ศ. 2546 อยู่ระหว่าง 10-7,000 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ย 719.22 ล้านบาท สัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อยอดขายโดยรวมในปี พ.ศ. 2546 อยู่ระหว่างร้อยละ 20-100 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 80.93 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนของบริษัทจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ จำนวนพนักงาน ยอดขายโดยรวม และสัดส่วนการส่งออก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
1. ระยะเวลาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร (ปี)	21	8	60
2. ระยะเวลาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร (ปี)	19	4	50
3. จำนวนพนักงาน (คน)	564	50	2,600
4. ยอดขายโดยรวม ในปี พ.ศ. 2546 (ล้านบาท)	719.22	10	7,000
5. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อยอดขายรวม ในปี พ.ศ. 2546 (ร้อยละ)	80.93	20	100

จากบริษัททั้งหมดสามารถจำแนกประเภทการผลิตสินค้าได้ 4 ประเภท ประเภทที่หนึ่งเป็นการผลิตสินค้าไม่แปรรูปคิดเป็น ร้อยละ 51.62 เป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง/แช่เย็น ผักและผลไม้แช่แข็ง/แช่เย็น ประเภทที่สอง เป็นการผลิตสินค้าแปรรูปคิดเป็นร้อยละ 29.03 เป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลต้มแช่เยือกแข็ง วัตถุประสงค์ส่งออก ประเภทที่สาม เป็นการผลิตสินค้าปรุงสำเร็จคิดเป็นร้อยละ 12.9 เป็นผลิตภัณฑ์ไก่ชุบขนมปังทอดแช่เยือกแข็ง ปลากระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ชูบบรรจุกระป๋อง ขนมขบเคี้ยว และประเภทที่สี่ เป็นการผลิตสินค้ามากกว่า 1 ประเภทคิดเป็นร้อยละ 6.45 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทการผลิตสินค้า

ประเภทการผลิตสินค้า	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
สินค้าไม่แปรรูป	19	52.78
สินค้าแปรรูป	10	27.78
สินค้าปรุงสำเร็จ	4	11.11
ผลิตสินค้ามากกว่า 1 ประเภท	3	8.33

บริษัททั้งหมด 36 บริษัท เป็นบริษัทของคนไทย 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 69.44 เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 27.78 และเป็นบริษัทต่างชาติ 1 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.78 (ตารางที่ 4.4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามชนิดของบริษัท

ชนิดของบริษัท	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
บริษัทคนไทย	25	69.44
บริษัทต่างชาติ	1	2.78
บริษัทร่วมทุน	10	27.78

4.3 ผลการดำเนินการส่งออก

ผลการศึกษาพบว่า อัตราขยายตัวเฉลี่ยของบริษัททั้งหมด 36 บริษัทในปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 2.72 1.94 3.28 และ 3.76 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ผลกำไรเฉลี่ยของบริษัททั้งหมด 36 บริษัทในปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 10.96 10.34 11.76 และ 11.94 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ผลการดำเนินการส่งออกจำแนกตามค่าเฉลี่ยของอัตราการขยายตัว และอัตราผลกำไรในปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 (ร้อยละล้านบาท)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
1. อัตราการขยายตัว			
1.1 อัตราการขยายตัวในปี พ.ศ. 2543	+2.72	+0.5	+ 5
1.2 อัตราการขยายตัวในปี พ.ศ. 2544	+1.94	+ 0.8	+ 5
1.3 อัตราการขยายตัวในปี พ.ศ. 2545	+ 3.28	+ 2.5	+ 4
1.4 อัตราการขยายตัวในปี พ.ศ. 2546	+ 3.76	+ 4	+ 3
1.5 อัตราการขยายตัวเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2543– 2546	+ 2.92	+ 1.95	+ 4.25
2. อัตราผลกำไร			
2.1 อัตราผลกำไรในปี พ.ศ. 2543	+10.96	+ 8	+ 12
2.2 อัตราผลกำไรในปี พ.ศ. 2544	+10.34	+ 5	+ 14
2.3 อัตราผลกำไรในปี พ.ศ. 2545	+ 11.76	+5	+13
2.4 อัตราผลกำไรในปี พ.ศ. 2546	+ 11.94	+ 10	+ 15
2.5 อัตราผลกำไรเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2543– 2546	+ 11.25	+ 7	+ 13.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลต่อการส่งออก

4.4.1 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดภายในประเทศที่มีผลต่อการส่งออก

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนธุรกิจทั้งหมด 36 ราย มีทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดภายในประเทศในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นแรกคือการลดค่าเงินบาท ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.67) เห็นว่าการลดค่าเงินบาทภายในประเทศมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 27.78) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง (ตารางที่ 4.6)

ประเด็นที่สองคือประเทศไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.78) เห็นว่าการถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ของประเทศไทยมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 27.78) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่สามคือนโยบายด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.56) เห็นว่านโยบายด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 44.44) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และไม่มีธุรกิจใดที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง

ประเด็นที่สี่คือนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.78) เห็นว่านโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 19.44) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง

ประเด็นที่ห้าคือความผันผวนของราคาน้ำมัน ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.00) เห็นว่าความผันผวนของราคาน้ำมันมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 38.89) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่หกคืออุทกภัย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 97.22) เห็นว่าความผันผวนของราคาน้ำมันมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 2.78) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง และไม่มีธุรกิจใดที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่เจ็ดคือภัยแล้ง ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.44) เห็นว่าภัยแล้งมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 5.56) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง และไม่มีธุรกิจใดที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่แปดคือการลดพิกัดอัตราศุลกากรสำหรับสินค้าทุน ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.78) เห็นว่าการลดพิกัดอัตราศุลกากรสำหรับสินค้าทุนมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 41.22) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และไม่มีธุรกิจใดที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ร้อยละทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดภายในประเทศ

เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด	จำนวนทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก (ร้อยละ)		
	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	เพิ่มขึ้น
1. การลดค่าเงินบาท	5.55	27.78	66.67
2. ประเทศไทยถูกตัดสิทธิทางการค้า (GSP)	52.78	27.78	19.44
3. นโยบายด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดลอม	0	44.44	55.56
4. นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล	2.78	19.44	77.78
5. ความผันผวนของราคาน้ำมัน	50.00	38.89	11.11
6. อุทกภัย	2.78	97.22	0
7. ภัยแล้ง	5.56	94.44	0
8. การลดพิกัดอัตราศุลกากรสำหรับสินค้าทุน	0	41.22	52.78

4.4.2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้าที่มีผลต่อการส่งออก

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนธุรกิจทั้งหมด 36 ราย มีทัศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดอย่างขึ้นอย่างไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้าในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นแรกคือการลดค่าเงิน ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.22) เห็นว่าการลดค่าเงินมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 44.45) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่ามูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่สองคือการเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้า ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.22) เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้ามีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 33.89) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่สามคือการเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.22) เห็นว่าการเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 16.67) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง

ประเด็นที่สี่คือการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.56) เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 30.56) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 4.7)

ประเด็นที่ห้าคือสงคราม ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 44.44) เห็นว่าสงครามมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 38.89) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่หกคืออุทกภัย/แผ่นดินไหว ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.33) เห็นว่าสงครามมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 25.00) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง

ประเด็นที่เจ็ดคือโรคระบาด ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.00) เห็นว่าโรคระบาดมีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 41.67) เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ร้อยละทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้า

เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด	จำนวนทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก (ร้อยละ)		
	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	เพิ่มขึ้น
1. การลดค่าเงิน	47.22	44.45	8.33
2. การเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้า	47.22	38.89	13.88
3. การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่	11.11	72.22	16.67
4. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง	30.56	55.56	13.88
5. สงคราม	44.44	38.89	16.67
6. อุทกภัย/แผ่นดินไหว	16.67	25.00	58.33
7. โรคระบาด	8.33	41.67	50.00

4.5 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออก

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ในส่วนนี้ได้จากการแปลระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบต่อความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จในการส่งออกเป็นคะแนน โดยแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมี 6 ช่วงคะแนน จาก 0 ถึง 5 โดยจะแสดงสถานะตั้งแต่ ไม่สำคัญ จนถึง สำคัญมากที่สุด และช่วงกลางของคะแนน หรือ 2.5 คะแนน ใช้แสดงกึ่งกลางของสถานะ ดังนั้น คะแนนตั้งแต่ 2.5 ขึ้นไป หมายถึง ปัจจัยนั้นมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก และคะแนนต่ำกว่า 2.5 ลงไป หมายถึง ปัจจัยนั้นไม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก

จากการแปลระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก ยกเว้นปัจจัยด้านนโยบายและบทบาทของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมรบในสงครามของประเทศไทย (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออก

ปัจจัย	จำนวนตัวอย่าง (ราย)	คะแนนเฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
1. ปัจจัยขั้นพื้นฐาน			
1.1 แรงงาน			
1.1.1 แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย	36	4.56	สำคัญ
1.1.2 แรงงานมีราคาถูก	36	4.33	สำคัญ
1.1.3 แรงงานมีทักษะและความรู้	36	4.47	สำคัญ
1.2 วัตถุดิบ			
1.2.1 วัตถุดิบมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย	36	4.38	สำคัญ
1.2.2 วัตถุดิบมีราคาต่ำ	36	4.58	สำคัญ
1.2.3 วัตถุดิบมีคุณภาพดี	36	4.72	สำคัญ
2. ปัจจัยขั้นสูง			
2.1 บุคคล			
2.1.1 บุคลากรมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง	36	4.36	สำคัญ
2.2.2 บุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง	36	4.30	สำคัญ
2.1.2 บริษัทมีการอบรมพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง	36	4.41	สำคัญ
2.2 เทคโนโลยี			
2.2.1 บริษัทมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง	36	4.17	สำคัญ
2.2.2 บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตที่	36	3.88	สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวนตัวอย่าง (ราย)	คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
(ต่อ) เท่าเทียมหรือเหนือกว่า คู่แข่ง			
2.2.3 บริษัทมีการพัฒนาปรับปรุง เทคโนโลยีการผลิตอย่าง ต่อเนื่อง	36	4.00	สำคัญ
3. อุปสงค์ภายในประเทศ			
3.1 ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่	36	3.30	สำคัญ
3.2 ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง	36	3.33	สำคัญ
3.3 ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง	36	3.42	สำคัญ
3.4 การแข่งขันภายในประเทศที่สูงผลักดัน ให้ต้องส่งออก	36	3.25	สำคัญ
3.5 ผู้บริโภคในประเทศมีความคาดหวังใน คุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้ บริโภคในต่างประเทศ	36	3.36	สำคัญ
3.6 กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่า กำไรจากการขายในประเทศ	36	4.03	สำคัญ
4. โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของ บริษัท			
4.1 โครงสร้างการบริหาร			
4.1.1 บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่ กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อ การส่งออกโดยตรง	36	3.75	สำคัญ
4.1.2 บริษัทมีนโยบายการส่งออก	36	3.77	สำคัญ
4.1.3 การจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือ กงสุลไทยประจำใน ต่างประเทศ	36	3.78	สำคัญ
4.1.4 การผ่านการรับรองระบบ	36	4.19	สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวนตัวอย่าง (ราย)	คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
(ต่อ) มาตรฐานคุณภาพ			
4.2 กลยุทธ์ของบริษัท			
4.2.1 บริษัทให้ความสำคัญกับ การส่งมอบสินค้าตรงตาม คุณภาพและปริมาณที่ กำหนด	36	3.97	สำคัญ
4.2.2 บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้ง ราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน	36	3.36	สำคัญ
4.2.3 บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิต สินค้าคุณภาพสูงในการแข่ง ขัน	36	3.92	สำคัญ
4.2.4 บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้าง สัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าใน การแข่งขัน	36	3.83	สำคัญ
4.2.5 บริษัทใช้ชื่อเสียงของยี่ห้อสินค้า เป็นจุดขาย	36	3.83	สำคัญ
4.2.6 บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศ ไทยเป็นจุดขาย	36	3.58	สำคัญ
4.2.7 บริษัทมีการวางแผนการ ตลาดเพื่อให้เกิดการขายตัว ของการส่งออก	36	3.77	สำคัญ
4.2.8 บริษัทให้ความสำคัญต่อการ ส่งออกตรงตามกำหนด	36	3.83	สำคัญ
4.2.9 บริษัทมีการวางแผนการ ตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า	36	3.86	สำคัญ
5. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน			
5.1 ระบบการขนส่งภายในประเทศ	36	3.89	สำคัญ
5.2 ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ	36	4.52	สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวนตัวอย่าง (ราย)	คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
5.3 ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ	36	4.08	สำคัญ
5.4 ระบบสาธารณูปโภค	36	4.03	สำคัญ
5.5 ระบบการเงินการธนาคาร	36	4.11	สำคัญ
5.6 ระบบการประกันภัย	36	4.11	สำคัญ
5.7 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ภายในประเทศ	36	4.46	สำคัญ
5.8 อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิต อาหารภายในประเทศ	36	4.08	สำคัญ
5.9 อุตสาหกรรมสารเติมแต่งอาหาร ภายในประเทศ	36	3.61	สำคัญ
5.10 อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพ ภายในประเทศ	36	3.30	สำคัญ
5.11 ระบบบริหารงานบุคลากร	36	4.42	สำคัญ
5.12 ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี	36	4.28	สำคัญ
5.13 ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการ ส่งออก	36	4.50	สำคัญ
6. นโยบายและบทบาทของรัฐบาล			
6.1 ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น	36	3.50	สำคัญ
6.2 ประเทศไทยเข้าร่วมรบในสงคราม	36	1.88	ไม่สำคัญ
6.3 การจัดประชุม APEC	36	3.83	สำคัญ
6.4 การมีผู้แทนการค้าเข้ามาเยี่ยมชม ตลาดส่งออกอย่างสม่ำเสมอ	36	3.50	สำคัญ
6.5 การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายใน และภายนอกประเทศ	36	3.63	สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสภาพปัจจุบันของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนธุรกิจทั้งหมด 36 ราย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (ตารางที่ 4.9)

ประเด็นแรกคือระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทยอยู่ระดับควรปรับปรุง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 20.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทยอยู่ในระดับดี และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่สองคือระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 36.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับควรปรับปรุง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่สามคือระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบโทรคมนาคมภายในประเทศอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 19.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบโทรคมนาคมภายในประเทศอยู่ในระดับควรปรับปรุง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบโทรคมนาคมภายในประเทศไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่สี่คือระบบสาธารณสุขโลก ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบสาธารณสุขโลกอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 25.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบสาธารณสุขโลกไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าระบบสาธารณสุขโลกอยู่ในระดับควรปรับปรุง

ประเด็นที่ห้าคือระบบการเงินการธนาคาร ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการเงินการธนาคารอยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 28.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการเงินการธนาคารไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าระบบการเงินการธนาคารอยู่ในระดับดี

ประเด็นที่หกคือระบบการประกันภัย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการประกันภัยอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 13.00) เห็นว่าสภาพ

ปัจจุบันของระบบการประกันภัยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าระบบการประกันภัยอยู่ในระดับควรปรับปรุง

ประเด็นที่เจ็ดอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศไทย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศไทยอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 22.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศไทยอยู่ในระดับควรปรับปรุง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศไทยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่แปดอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศไทย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศไทยอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 33.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศไทยอยู่ในระดับควรปรับปรุง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศไทยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่เก้าอุตสาหกรรมสารเติมแต่งอาหารในประเทศไทย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมสารเติมแต่งอาหารในประเทศไทยอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 33.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมสารเติมแต่งอาหารในประเทศไทยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศไทยอยู่ในระดับควรปรับปรุง

ประเด็นที่สิบอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 44.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 31.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทยธุรกิจอยู่ในระดับดี และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทยอยู่ในระดับควรปรับปรุง

ประเด็นที่สิบเอ็ดระบบการบริหารงานบุคลากร ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการบริหารงานบุคลากรอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 41.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการบริหารงานบุคลากรอยู่ในระดับควรปรับปรุง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการบริหารงานบุคลากรไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่สิบสองระบบการยกเว้นและการคืนภาษี ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการยกเว้นและการคืนภาษีอยู่ในระดับควรปรับปรุง โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 40.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการยกเว้นและการคืนภาษีอยู่ในระดับดี และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการยกเว้นและการคืนภาษีไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่สืบถามระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก ธุรกิจส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออกอยู่ในระดับดี โดยมีอีกส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 41.00) เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออกอยู่ในระดับควรปรับปรุง และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออกไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

จากผลความแตกต่างระหว่างทัศนคติของสภาพปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนของปัจจัยสภาพแวดล้อม ดังนี้

1) จุดแข็ง

ปัจจัยสภาพด้านระบบการขนส่งระหว่างประเทศ ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ระบบสาธารณูปโภค ระบบการประกันภัย อุสาหกรรมบรรจภัณฑ์ภายในประเทศไทย อุสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศ อุสาหกรรมสารเติมแต่งอาหารในประเทศไทย อุสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย ระบบการบริหารงานศุลกากร และระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อสภาพปัจจุบันของสภาพปัจจัยดังกล่าวอยู่ในระดับดี (ตารางที่ 4.9) และมีทัศนคติต่อปัจจัยสภาพในระดับสำคัญ (ตารางที่ 4.8) ปัจจัยสภาพดังกล่าวจึงเป็นจุดแข็ง

2) จุดอ่อน

ปัจจัยสภาพด้านระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ระบบการเงินการธนาคาร และระบบการยกเว้นและการคืนภาษี ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อสภาพปัจจุบันของสภาพปัจจัยดังกล่าวอยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง (ตารางที่ 4.9) และมีทัศนคติต่อปัจจัยสภาพในระดับสำคัญ (ตารางที่ 4.8) ปัจจัยสภาพดังกล่าวจึงเป็นจุดอ่อน

ตารางที่ 4.9 ร้อยละทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสภาพปัจจุบันของปัจจัยสภาพแวดล้อม
ที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก

ปัจจัยสภาพแวดล้อม	ทัศนคติต่อสภาพปัจจุบัน (ร้อยละ)		
	ควรปรับปรุง	ไม่เกี่ยวข้อง	ดี
1. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ	79.00	1.00	20.00
2. ระบบการขนส่งระหว่างประเทศ	36.00	1.00	63.00
3. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ	19.00	16.00	65.00
4. ระบบสาธารณูปโภค	13.00	25.00	62.00
5. ระบบการเงินการธนาคาร	56.00	16.00	28.00
6. ระบบการประกันภัย	11.00	13.00	76.00
7. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ	22.00	16.00	62.00
8. อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศ	33.00	13.00	54.00
9. อุตสาหกรรมสารเติมแต่งอาหารภายในประเทศ	8.00	33.00	59.00
10. อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย	25.00	44.00	31.00
11. ระบบการบริหารงานศุลกากร	41.00	13.00	46.00
12. ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี	47.00	13.00	40.00
13. ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก	41.00	16.00	43.00

4.7 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

4.7.1 เทคนิคการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ประกอบด้วยสองขั้นตอน คือ ขั้นแรกจะทำการวิเคราะห์ปัจจัยหรือบางครั้งเรียกว่าการวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นเทคนิคที่จะจับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีเอกสารเป็นเอกสารที่สว่นไวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูญาติเหินาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มหรือแฟคเตอร์ (factor) เดียวกัน เพื่อลดจำนวนตัวแปรลง ตัวแปรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันนี้ จะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจจะเป็นในทิศทางบวก (ไปในทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงกันข้าม) อย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนตัวแปรที่อยู่ต่างกลุ่มกันจะไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก เมื่อสามารถรวมตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน จากนั้น จะทำการสร้างตัวแปรใหม่ขึ้น โดยนำรายละเอียดจากตัวแปรเดิมต่าง ๆ มาไว้ในปัจจัยใหม่ให้มากที่สุด เทคนิคที่ใช้คือ การจำแนกกลุ่มตัวแปร (Factor Analysis) จากนั้น จะนำตัวแปรที่สร้างขึ้นไปใช้อธิบายผลการเปลี่ยนแปลงของอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออกด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไป

4.7.2 วิเคราะห์ Factor analysis

4.7.2.1 สถิติเริ่มต้นของการวิเคราะห์ปัจจัย

จากจำนวนปัจจัยทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ 50 ปัจจัย พบว่าหลังจากการสกัดและรวมตัวแปรต่าง ๆ เข้าด้วยกันแล้ว มีเพียง 10 ปัจจัยเท่านั้นที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับกราฟไอเคินที่แสดงให้เห็นว่า หลังจากปัจจัยที่ 10 แล้ว ปัจจัยอื่นจะมีค่าต่ำกว่า 1 ไอเคิน ดังนั้น จึงมีแค่ 10 ปัจจัยเท่านั้น โดยปัจจัยที่หนึ่ง อธิบายหรือดึงความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุด เท่ากับร้อยละ 40.36 ปัจจัยที่สองอธิบายได้ร้อยละ 12.69 ปัจจัยที่สาม อธิบายได้ร้อยละ 6.84 ส่วนปัจจัยที่สี่ถึงสิบอธิบายได้ร้อยละ 5.39 ถึง 2.01 ตามลำดับ เมื่อรวมปัจจัยทั้งสิบเข้าด้วยกัน สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรทั้งหมดที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 85.17 ดังนั้น ตัวแปรทั้งหมด 50 ตัว จะมีปัจจัยร่วมกันที่แยกได้ 10 ปัจจัย และปัจจัยเหล่านี้อธิบายได้ร้อยละ 85 ของการผันแปรของตัวแปรทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นการผันแปรของตัวแปรแต่ละตัวโดยเฉพาะ ไม่มีการผันแปรที่มีความร่วมกัน

4.7.2.2 การหมุนแกนปัจจัย

เมื่อทำการหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่มีความเหมือนกันให้มาอยู่ในกลุ่มเดียวกันมากที่สุด จะสามารถจัดตัวแปรเข้ากลุ่มได้ชัดเจนขึ้น โดยแต่ละปัจจัยประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้ มีค่ามากเมื่อเทียบกับของ Factor อื่น จากผลการวิจัยนี้ควรจัดให้

1) Factor 1 (ปัจจัยที่หนึ่ง) ประกอบด้วยตัวแปร 23 ตัวแปร คือ การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ (A44) การใช้ชื่อเสียงของประเทศ

ไทยเป็นจุดขาย (A51) การที่บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก (A38) การใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน(A49) ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง (A53) การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก(A55) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด (A45) บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มให้เกิดการขยายตัวของส่งออก (A43) ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง (A54) ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ (A52) ผู้บริโภคในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ (A56) การมีผู้แทนการค้าเพื่อเยี่ยมชมตลาดส่งออกอย่างสม่ำเสมอ (A23) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด (A46) บริษัทใช้ชื่อเสียงของ (Brand name) ยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย (A50) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง (A37) การจัดงานแสดงสินค้าเอเชียทั้งภายในและภายนอกประเทศ (A42) บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน (A48) ประเทศไทยประกาศเข้าร่วมรบในสงคราม (A22) สารเติมแต่งอาหารในประเทศไทย (A66) บริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า (A36) อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย (A67) บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน (A47) และระบบการขนส่งสินค้าในประเทศไทย (A58)

2) Factor 2 (ปัจจัยที่สอง) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร คือ ระบบการเงินการธนาคาร (A62) ระบบการประกันภัย (A63) ระบบสาธารณูปโภค (A61) ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ (A60) และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศไทย (A64)

3) Factor 3 (ปัจจัยที่สาม) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร คือ ระบบการบริหารงานบุคลากร(A68) ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี(A69) ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก(A70) บริษัทมีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง (A30) และอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตอาหารภายในประเทศไทย (A65)

4) Factor 4 (ปัจจัยที่สี่) ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปร คือ แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย(A27) แรงงานมีราคาถูก(A28) บริษัทมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง (A32) และแรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี (A29)

5) Factor 5 (ปัจจัยที่ห้า) ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปร คือ บริษัทมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง(A33) บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง(A34) และบริษัทมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง (A35)

6) Factor 6 (ปัจจัยที่หก) ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวแปร คือ วัตถุดิบในการผลิตอาหารมีคุณภาพดี (A26) และวัตถุดิบในการผลิตอาหารมีราคาต่ำ (A25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) Factor 7 (ปัจจัยที่เจ็ด) ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวแปร คือ ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น (A21) และการจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลไทยประจำในต่างประเทศ (A40)

8) Factor 8 (ปัจจัยที่แปด) ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ(A59) กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ (A57) และบริษัทมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง (A31)

9) Factor 9 (ปัจจัยที่เก้า) ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวแปร คือการเป็นเจ้าของภาพจัดการประชุมเอเปค (A39) และการผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (A41)

10) Factor 10 (ปัจจัยที่สิบ) ประกอบด้วยตัวแปร 1 ตัวแปร คือ วัตถุประสงค์มีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย (A24)

4.7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราเพิ่มของกำไรและยอดขาย

จากตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออกกับตัวแปรสิบตัวแปรที่สร้างขึ้นจากการหมุนแกนปัจจัย พบว่าค่าปัจจัยที่ หนึ่ง ห้า หก เจ็ด แปด และสิบ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออก ส่วนปัจจัยที่ สอง สาม สี่ และเก้า จะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออก โดยปัจจัยที่ห้า และปัจจัยที่แปด มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ส่วนปัจจัยที่เก้า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ค่าปัจจัยที่ หนึ่ง สอง สี่ ห้า หก เจ็ด แปด และสิบ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออก ส่วนปัจจัยที่สามและเก้าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออก โดยปัจจัยที่ห้าและปัจจัยที่เก้า มีความสัมพันธ์ในเชิงลบและบวกตามลำดับกับอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ส่วนปัจจัยที่แปด มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตราผลกำไรของธุรกิจส่งออกกับตัวแปรสิบตัวแปรที่สร้างขึ้นจากการหมุนแกนปัจจัย

ปัจจัย	GR	PF
factor 1	-0.075	-0.099
factor 2	0.049	-0.075
Factor 3	0.083	0.042
factor 4	0.113	-0.067
factor 5	-0.283*	-0.320*
factor 6	-0.057	-0.126
factor 7	-0.171	-0.121
factor 8	-0.270*	-0.364**
factor 9	0.355**	0.300*
factor10	-0.116	-0.114

* Correlation is significant at the 0.10 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4.7.4 วิเคราะห์ความถดถอย (Multiple Regression)

4.7.4.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขายตัวของมูลค่าการส่งออกและปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขายตัว/หัตถ์ของมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2543-2546 กับตัวแปรทั้ง 10 กลุ่มปัจจัย ได้ผลดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned}
 GR = & 2.917 - 0.0752\text{Factor1} + 0.0485\text{Factor2} + 0.0823\text{Factor3} + 0.113\text{Factor4} \\
 & \quad (-0.469)^{\text{NS}} \quad (0.305)^{\text{NS}} \quad (0.513)^{\text{NS}} \quad (0.703)^{\text{NS}} \\
 & - 0.282\text{Factor5} - 0.0569\text{Factor6} - 0.170\text{Factor7} - 0.269\text{Factor8} \\
 & \quad (-1.762)^* \quad (-0.355)^{\text{NS}} \quad (-1.063)^{\text{NS}} \quad (-1.679)^* \\
 & + .354\text{Factor9} - 0.115\text{Factor10} \\
 & \quad (2.210)^{**} \quad (-0.719)^{\text{NS}}
 \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.353; \quad F\text{-value} = 1.365$$

$$R^2\text{-adj.} = 0.094; \quad \text{SEE} = 0.948$$

* = มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** = มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ; ค่าในวงเล็บคือค่า t-value

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (coefficient of determination หรือ R^2) มีค่าเท่ากับ 0.094 หมายความว่า กลุ่มปัจจัยทั้งสิบมีอิทธิพลต่ออัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพียงร้อยละ 9.4 ส่วนอีกร้อยละ 90.6 เป็นผลของปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาในการวิเคราะห์ ยิ่งกว่านั้น ค่า F-value ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระไม่มีผลต่ออัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่เก๋ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่าปัจจัยที่เก๋ามีอิทธิพลต่ออัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก เช่นเดียวกับปัจจัยที่ห้าและแปด ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ส่วนตัวแปรที่เหลือคือกลุ่มปัจจัยที่หนึ่ง สอง สาม สี่ หก เจ็ด และสิบ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 แสดงว่าปัจจัยเหล่านี้ ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก

4.7.4.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออก และปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2543–2546 กับตัวแปรทั้ง 10 กลุ่มปัจจัย ได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned}
 PF = & 11.250 - 0.376\text{Factor1} - 0.286\text{Factor2} + 0.160\text{Factor3} - 0.255\text{Factor4} \\
 & \quad (-0.634)^{\text{NS}} \quad (-0.483)^{\text{NS}} \quad (0.271)^{\text{NS}} \quad (-0.431)^{\text{NS}} \\
 & - 1.216\text{Factor5} - 0.478\text{Factor6} - 0.461\text{Factor7} - 1.384\text{Factor8} \\
 & \quad (-2.051)^* \quad (-0.807)^{\text{NS}} \quad (-0.778)^{\text{NS}} \quad (-2.334)^{**} \\
 & + 1.141\text{Factor9} - 0.432\text{Factor10} \\
 & \quad (1.924)^* \quad (-0.728)^{\text{NS}}
 \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.391; \quad F\text{-value} = 1.604$$

$$R^2\text{-adj.} = 0.147; \quad \text{SEE} = 3.507$$

* = มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** = มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

NS = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ; ค่าในวงเล็บคือค่า t-value

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (coefficient of determination หรือ R^2) มีค่าเท่ากับ 0.147 หมายความว่า กลุ่มปัจจัยทั้งสิบมีอิทธิพลต่ออัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออกเพียงร้อยละ 14.7 ส่วนอีกร้อยละ 85.3 เป็นผลของปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาในการวิเคราะห์ ยิ่งกว่านั้น ค่า F-value ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระไม่มีผลต่ออัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่แปดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่าปัจจัยที่แปดมีอิทธิพลต่ออัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออก เช่นเดียวกับปัจจัยที่ห้าและเก้า ที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ส่วนตัวแปรที่เหลือคือกลุ่มปัจจัยที่หนึ่ง สอง สาม สี่ หก เจ็ด และสิบ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 แสดงว่าถึงแม้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญ แต่ไม่มีอิทธิพลต่ออัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออก

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีความจำเป็นต้องพัฒนาความได้เปรียบในทุก ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มรายได้และเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก การศึกษาได้นำแบบจำลอง เพชร (Diamond Model) ของ พอร์เตอร์ (Porter) มาใช้วิเคราะห์กับอุตสาหกรรมอาหารในเขต จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก และให้ข้อเสนอแนะถึง การปรับปรุงเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารให้เกิดความสำเร็จในการส่งออกสินค้ามากขึ้น การศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากวิทยานิพนธ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตำราและหนังสือ วิชาการ มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบริษัทที่ ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารเพื่อการส่งออกจำนวน 36 บริษัท ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วย วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใส่ซ้ำ (Simple Random Sampling without Replacement) ด้วย เครื่องมือในการวิเคราะห์จากแบบจำลองเพชร ประกอบด้วย ปัจจัยขั้นพื้นฐาน ปัจจัยขั้นสูง อุปสงค์ภายในประเทศ ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน นโยบายและบทบาทของรัฐบาล และเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด รวมถึงกำไรจากการ ส่งออก และอัตราการเติบโตของยอดขาย แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวัดความถูกต้องและความเป็นไปได้ของตัวชี้วัด รวมถึงระดับความสัมพันธ์ของ ตัวชี้วัดและทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า จากผู้บริหารบริษัททั้งหมด 36 ราย พบว่าส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป ซึ่งทำงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารมาเป็นเวลาเฉลี่ย 12.48 ปี และทำงาน เกี่ยวข้องกับการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารเฉลี่ย 11.93 ปี โดยบริษัทมีระยะเวลาในการ ดำเนินงานเฉลี่ย 21 ปี มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของอุตสาหกรรม อาหารเฉลี่ย 19 ปี มีพนักงานเฉลี่ย 564 คน ยอดขายโดยรวมเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2546 เท่ากับ 719.22 ล้านบาท และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อยอดขายโดยรวมเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2546 คิดเป็น ร้อยละ 80.93 บริษัทส่วนใหญ่เป็นบริษัทของคนไทย ทำการผลิตสินค้าไม่แปรรูป อัตราขยายตัว เฉลี่ย ในปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 คิดเป็น 2.93 ล้านบาทต่อปี และมีผลกำไรเฉลี่ยของ บริษัททั้งหมดในระหว่างปี พ.ศ. 2543 ถึง ปี พ.ศ. 2546 คิดเป็น 11.25 ล้านบาทต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดภายในประเทศในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงมากที่สุด คือ ประเทศไทยถูกตัดสิทธิทางการค้า (GSP) สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลงมากที่สุด คือ อุทกภัย

บริษัทมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้าในประเด็นต่าง ๆ ส่วนใหญ่เห็นว่า เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ อุทกภัย/แผ่นดินไหว ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงมากที่สุด คือ การลดค่าเงิน ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลงมากที่สุด คือ การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่

การวิเคราะห์ทัศนคติและสภาพปัจจุบันต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก พบว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก ยกเว้นปัจจัยด้านกฎหมายและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมรบในสงครามของประเทศไทย ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก ได้แก่ ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศ ระบบการเงินการธนาคาร และระบบการยกเว้นและคืนภาษี

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่าจากตัวแปรที่สร้างขึ้นทั้งหมด 50 ตัวแปร สามารถนำมาสกัดตัวแปรที่มีความเหมือนกันรวมกันได้ 10 ปัจจัย และเมื่อนำปัจจัยดังกล่าวไปอธิบายความสำเร็จในการส่งออกของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร (อัตราการขายรายตัว/หัตถ์และอัตราการเพิ่มของผลกำไรจากการส่งออก) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่ามีปัจจัยเงื่อนไขที่เป็นปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ปัจจัยด้านความต้องการภายในประเทศ ภาวะการณแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ และกฎหมายและการเมือง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการส่งออก (ภาพที่ 5.1) โดยปัจจัยเงื่อนไขที่เป็นปัจจัยทรัพยากรขั้นสูง (Advanced factor) ได้แก่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง การมีเทคโนโลยีการผลิตที่เท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง มีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง และบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Related and supporting industries) ได้แก่ ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยด้านความต้องการภายในประเทศ (Demand condition) ได้แก่ กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ ปัจจัยด้านภาวะการณแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ (Firm strategy, structure and rivalry) ได้แก่ การผ่านการรับรองระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานคุณภาพ บัณฑิตด้านกฎหมาย และการเมือง (Government) ได้แก่ การจัดการประชุม เอเปค (APEC)

5.2 ข้อจำกัดของงานวิจัย

ทางผู้วิจัยได้ทำการกำหนดข้อจำกัดของงานวิจัยไว้ในเบื้องต้นก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูล โดยข้อจำกัดของงานวิจัยฉบับนี้คือ

5.2.1 ในการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร โดยเลือกโรงงานอุตสาหกรรมในเขตสมุทรปราการเป็นเพียงเขตเดียว และภาคธุรกิจเดียว ดังนั้นในภาคธุรกิจอื่น หรือแม้กระทั่งโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในเขตอื่น หากต้องการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานควรต้องพิจารณานำไปใช้ด้วยความรอบคอบ

5.2.2 ข้อจำกัดทั่วไปจากลักษณะตามธรรมชาติของผู้ดำเนินการทางธุรกิจซึ่งปัญหาหลักคือบางบริษัทไม่เต็มใจที่จะให้ข้อมูลเพื่องานวิจัย เนื่องจากบางข้อมูลเป็นข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งอาจทำให้เกิดคู่แข่งในวงการธุรกิจเดียวกันมากขึ้น

5.2.3 เนื่องจากการวิจัยด้านเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Chance) เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถระบุเป็นค่าตัวเลขที่แน่นอนได้ ดังนั้น ข้อมูลที่นำเสนอในงานวิจัยนี้จึงเป็นเพียงการแสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้น

5.2.4 จำนวนตัวอย่างนี้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในเขตสมุทรปราการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยขั้นสูงได้แก่ ความรู้ของบุคลากร การปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง และการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่ออัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตราผลกำไร ซึ่งบริษัทสามารถควบคุมได้ ดังนั้นในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันระยะยาว บริษัทจึงควรมีการปรับปรุงและส่งเสริมปัจจัยภายในดังกล่าว เช่น การอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การมีเทคโนโลยีการผลิตที่เท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง เป็นต้น เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล

ภาครัฐควรให้การช่วยเหลือ สนับสนุนในด้านปัจจัยภายนอกให้แก่องค์กร เช่น การจัดประชุมในเวทีการค้าโลก เป็นต้น โดยจะพบว่าผลจากการจัดประชุมเอเปค (APEC) ส่งผลในเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรือในการส่งเสริมตราสินค้าไทย (Thailand Brand) เพื่อเป็นภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทย จัดตั้งหน่วยงานที่สนับสนุนข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาทั้งข้อมูลจากแหล่งภายในประเทศและภายนอกประเทศ การสนับสนุนด้านการศึกษาและฝึกอบรมทักษะให้แก่แรงงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาในสายอาชีพ

ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ได้ลงความเห็นวาระบบการเงินและการธนาคารเป็นระบบงานที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออกและเห็นวาระบบการเงินการธนาคารในปัจจุบันยังคงต้องได้รับการปรับปรุง ดังนั้น ภาครัฐควรสนับสนุนผ่านทางนโยบายเงินกู้หรือสินเชื่อ เพื่อเพิ่มความสามารถในการส่งออกของผู้ส่งออกให้มากขึ้น อีกปัจจัยหนึ่งที่ภาครัฐควรปรับปรุงคือระบบขนส่งภายในประเทศที่มีต้นทุนสูง โดยภาครัฐสามารถมีส่วนช่วยในการว่าจ้างบริษัทอื่นให้เข้ามาดำเนินงานมากขึ้นเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่สมบูรณ์

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

ควรทำการศึกษาต่อ โดยการเปลี่ยนเขตของโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการบริหารงานในเขตอุตสาหกรรมนั้น ๆ ต่อไป หรือทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการบริหารงานให้เกิดประสิทธิผลและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับคู่ค้าในเวทีระดับโลกต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการค้าต่างประเทศ. 2543. ฝ่าวิกฤตสมุดปกขาวฯ อีซู สู่อความสำเร็จการส่งออกสินค้าอาหารไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2545. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาอาหาร). [Online]. Available : <http://www.oie.go.th/Policy7/65.html>. 5/11/2546.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- _____. 2544. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ. 2541. แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม (พ.ศ. 2541-2545). กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- จินตนา พงษ์ศรีทอง. 2546. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การกับความพึงพอใจในงาน ศึกษากรณีการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดรณี วงศ์ศิริธร. 2546. GAP GMP HACCP สู่ Food Safety. [Online]. Available : http://www.doa.go.th/public/plibai/plibai_46/june%2046/gmp.html. 14/12/2546.
- พรรณนีย์ วิชชาชู. 2546. Food safety : อาหารปลอดภัย. [Online]. Available : <http://www.doa.go.th/public/plibai/plibai46/june%2046/food%20safety.html>. 7/11/2546.
- มาลัยทิพย์ ปรักมะวงศ์. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการส่งอาหารถึงที่ (Delivery) ศึกษาเฉพาะธุรกิจอาหารที่ใช้เบอร์โทรศัพท์หมายเลขเดียวส่งทั่วกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราวดี สุริสระพันธ์. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลพร สุขสนอง. 2545. วัฒนาการอาหารเพื่อสานฝันความต้องการของผู้บริโภค. [Online]. Available : <http://sc.ripw.ac.th/karawake/karawake.asp>. 16/11/2546.
- ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ. 2543. รายงานสถานการณ์ GMOs ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สวทช.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์. 2540. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย-ในเศรษฐกิจโลก. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย (สกว.) | ระเบียบข้อบังคับการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ศลิลา ภู่อี่ยม. 2546. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2544. กลุ่มอาหารส่งออก. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- _____ . 2546. กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร. [Online]. Available : <http://www.fti.or.th/nfti/group/thai/g03/food-index.html>. 8/12/2546.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2546. สรุปลภาวะอุตสาหกรรมอาหาร. [Online]. Available : <http://www.oie.go.th/Industrystatus2/87.doc>. 6/11/2546.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ. 2544. ความปลอดภัยด้านอาหารระบบ HACCP. [Online]. Available : <http://www.moc.go.th/thai/dbe/research/vijai48.htm>. 9/9/2546.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. 2544. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิชา มิ่งขวัญ. 2546. การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. [Online]. Available:<http://www.manager.co.th/politics/PoliticsView.asp?NewsID=4584179360269>. 26/11/2546.
- สมศักดิ์ เพียบพร้อม. 2530. การจัดการฟาร์มประยุกต์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อภิญาพร มาลีวรรณ. 2540. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Choe-Boum-Jong. 1991. Global Trends in Raw Materials Consumption. Working Papers No. WPS 804, The World Bank, Washington, D.C.
- Hill, C. 1998. Strategic Management. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Porter, M. E. 1980. Competitive Strategy. Basingstoke Hampshire: Macmillan Publishing, Co, Inc.
- Porter , M. E. 2000. The Competitive Advantage of Nations. [Online]. Available : <http://www.themanager.org/pdf/diamond.pdf>. 20/12/2003.
- Prahalad C.K.and G. Hamel. 1990. The Core Competence of the Corporation. Havard Business Review. 50:79-91.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ผลการคำนวณค่าสถิติด้วยโปรแกรม SPSS 10.0 for Windows

1. ความผันแปรรวมที่อธิบายได้

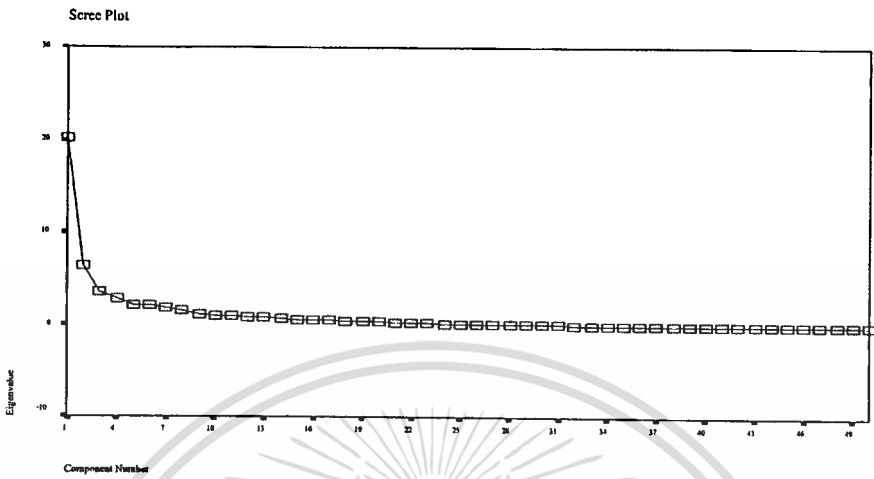
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative%	Total	% of Variance	Cumulative%
1	20.18	40.36	40.36	20.18	40.36	40.36	17.36	34.73	34.73
2	6.32	12.64	53.00	6.32	12.64	53.00	4.34	8.69	43.42
3	3.50	7.01	60.02	3.50	7.01	60.02	4.24	8.49	51.92
4	2.81	5.62	65.64	2.81	5.62	65.64	3.67	7.35	59.27
5	2.10	4.21	69.86	2.10	4.21	69.86	3.19	6.39	65.67
6	2.06	4.13	74.00	2.06	4.13	74.00	2.21	4.42	70.09
7	1.81	3.63	77.63	1.81	3.63	77.63	2.10	4.19	74.29
8	1.55	3.10	80.74	1.55	3.10	80.74	2.06	4.12	78.42
9	1.09	2.19	82.93	1.09	2.19	82.93	1.84	3.68	82.11
1	1.02	2.05	84.99	1.02	2.05	84.99	1.43	2.87	84.99
1	.97	1.94	86.93						
1	.85	1.70	88.64						
1	.78	1.57	90.21						
1	.68	1.37	91.58						
1	.55	1.10	92.68						
1	.54	1.08	93.77						
1	.49	.98	94.75						
1	.41	.83	95.58						
1	.38	.77	96.36						
2	.35	.70	97.06						
2	.24	.49	97.55						
2	.22	.44	97.99						
2	.20	.40	98.40						
2	.15	.31	98.71						
2	.13	.27	98.98						
2	.12	.24	99.23						
2	.09	.19	99.42						
2	.07	.14	99.56						
2	.06	.12	99.68						
3	.04	.08	99.77						
3	.03	.07	99.84						
3	.02	.05	99.90						
3	.02	.04	99.94						
3	.01	.03	99.97						
3	.01	.02	100.00						
3	7.661E-16	1.532E-15	100.00						
3	4.834E-16	9.668E-16	100.00						
3	4.775E-16	9.550E-16	100.00						
3	3.963E-16	7.926E-16	100.00						
4	2.330E-16	4.660E-16	100.00						
4	1.902E-16	3.803E-16	100.00						
4	1.227E-16	2.454E-16	100.00						
4	2.303E-17	4.605E-17	100.00						
4	-1.25E-16	-2.501E-16	100.00						
4	-1.36E-16	-2.729E-16	100.00						
4	-3.08E-16	-6.158E-16	100.00						
4	-4.08E-16	-8.152E-16	100.00						
4	-4.40E-16	-8.795E-16	100.00						
4	-5.61E-16	-1.121E-15	100.00						
5	-1.19E-15	-2.372E-15	100.00						

Extraction Method: Principal Component

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลการสกัดปัจจัย

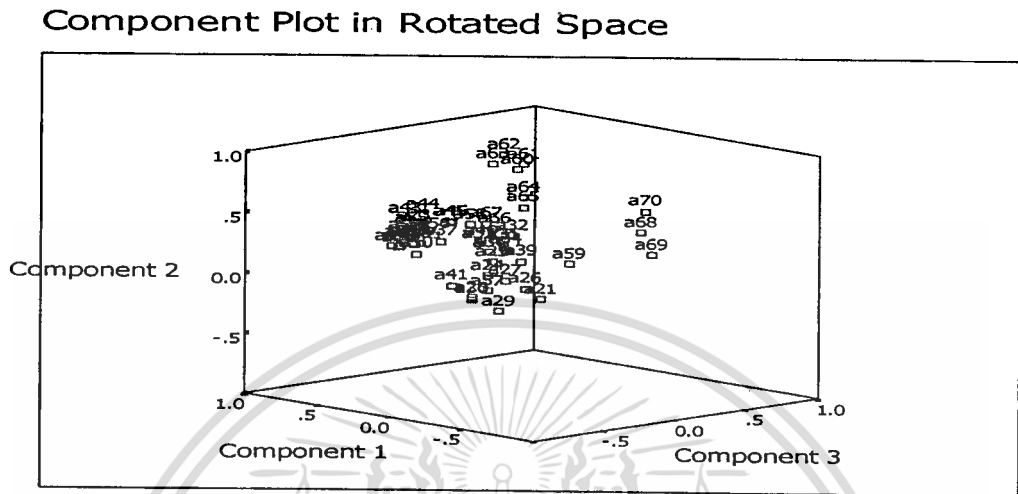


3. ผลการหมุนแกนปัจจัย

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VAR00024	.914	.264								
VAR00031	.901									
VAR00018	.897				.217					
VAR00029	.889									
VAR00033	.880						-.259			
VAR00035	.880									
VAR00025	.878		.277							
VAR00023	.876	.261								
VAR00034	.875									
VAR00032	.844			.213			-.208			
VAR00036	.843						-.259		.229	
VAR00003	.835	.222					.263	-.202		
VAR00026	.831	.213								
VAR00030	.829		.252		.223	.217				
VAR00017	.819				.229					
VAR00022	.792						-.308			
VAR00028	.789									
VAR00002	.765			.216	.277		-.232	.294		.219
VAR00046	.716		.474			.203	.305			
VAR00016	.678		.375		.403					
VAR00047	.673		.443							
VAR00027	.657						-.294	-.266		
VAR00038	.552	.325		-.238	-.266		.364	.228	.231	-.237
VAR00042	.359	.886							.480	
VAR00043	.330	.848								
VAR00041	.397	.780	.293						.289	
VAR00040	.323	.754								
VAR00044		.634				.207				
VAR00048						-.342			-.431	
VAR00049			.901							
VAR00050		.336	.827	-.276						
VAR00010			-.493	.490	.447			.320		-.224
VAR00045	.386	.333	.449		.249			-.242		
VAR00007				.843			.295	-.205		.223
VAR00008			-.341	.805			.234			
VAR00012		.244		.711	.265	.229				-.203
VAR00009		-.221	-.325	.685						-.335
VAR00013	.426				.825					
VAR00014	.447		.250		.747					
VAR00015	.516		.301		.678					
VAR00006				.224	.218		.247			
VAR00005	.310			.230		.842				
VAR00001					.287	.834				
VAR00020	.468						.714			
VAR00039							-.588		.401	
VAR00037	.205	-.209		.518				.747		
VAR00011		.239	-.201	.383	.333			.613		
VAR00019	.361		.210					.474		
VAR00021	.362		-.235		.240	.346			.812	
VAR00004								.391	.402	.292
										.730

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ผลการหมุนแกนและสกัดปัจจัย



5. ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัย

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594	.353	.094	.948

a Predictors: (Constant), REGR factor score 10 for analysis 1, REGR factor score 9 for analysis 1, REGR factor score 8 for analysis 1, REGR factor score 7 for analysis 1, REGR factor score 6 for analysis 1, REGR factor score 5 for analysis 1, REGR factor score 4 for analysis 1, REGR factor score 3 for analysis 1, REGR factor score 2 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.274	10	1.227	1.365	.252
	Residual	22.476	25	.899		
	Total	34.750	35			

Coefficients

Model		Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Coefficients			
		B		Beta			
1	(Constant)	2.917	.158		18.456	.000	
	Factor 1	-7.520E-02	.160	-.075	-.469	.643	
	Factor 2	4.885E-02	.160	.049	.305	.763	
	Factor 3	8.227E-02	.160	.083	.513	.612	
	Factor 4	.113	.160	.113	.703	.489	
	Factor 5	-.282	.160	-.283	-1.762	.090	
	Factor 6	-5.687E-02	.160	-.057	-.355	.726	
	Factor 7	-.170	.160	-.171	-1.063	.298	
	Factor 8	-.269	.160	-.270	-1.679	.106	
	Factor 9	.354	.160	.355	2.210	.036	
	Factor 10	-.115	.160	-.116	-.719	.479	

a. Dependent Variable: GR1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลกำไรจากมูลค่าการส่งออกและปัจจัยทั้ง10ปัจจัย

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625	.391	.147	3.507

a Predictors: (Constant), REGR factor score 10 for analysis 1, REGR factor score 9 for analysis 1, REGR factor score 8 for analysis 1, REGR factor score 7 for analysis 1, REGR factor score 6 for analysis 1, REGR factor score 5 for analysis 1, REGR factor score 4 for analysis 1, REGR factor score 3 for analysis 1, REGR factor score 2 for analysis 1, REGR factor score 1 for analysis 1

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.279	10	19.728	1.604	.163
	Residual	307.471	25	12.299		
	Total	504.750	35			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Coefficients

Model		Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Coefficients			
		B		Beta			
1	(Constant)	11.250	.584			19.247	.000
	Factor 1	-.376	.593	-.099		-.634	.532
	Factor 2	-.286	.593	-.075		-.483	.633
	Factor 3	.160	.593	.042		.271	.789
	Factor 4	-.255	.593	-.067		-.431	.670
	Factor 5	-1.216	.593	-.320		-2.051	.051
	Factor 6	-.478	.593	-.126		-.807	.427
	Factor 7	-.461	.593	-.121		-.778	.444
	Factor 8	-1.384	.593	-.364		-2.334	.028
	Factor 9	1.141	.593	.300		1.924	.066
	Factor 10	-.432	.593	-.114		-.728	.473

a. Dependent Variable: PF1.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามในการศึกษา

โปรดเติมข้อความ หรือใส่เครื่องหมาย X ลงในช่อง ()

1. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง
2. ท่านมีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจอาหารเป็นเวลาปี
3. ท่านมีประสบการณ์เกี่ยวกับการส่งออกเป็นเวลาปี
4. ชนิดของบริษัทจำแนกตามลักษณะของผู้ลงทุน
 () บริษัทคนไทย
 () บริษัทต่างชาติ : ประเทศ สัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ%
 () บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ สัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ%
5. บริษัทตั้งขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. หรือ ปี ค.ศ.
6. จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท คน
7. บริษัทดำเนินธุรกิจอาหารเป็นเวลาปี
8. บริษัทดำเนินการส่งออกอาหารเป็นเวลาปี
9. มูลค่ายอดขายรวมของบริษัท ในปี 2546ล้านบาท
10. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อยอดขายรวมของบริษัท ในปี 2545%
11. ประเทศผู้ซื้อ สัดส่วนมูลค่าการส่งออกที่บริษัทส่งอาหารไปจำหน่าย (รวม 100%) และคู่แข่งสำคัญในตลาดนั้นๆ

ประเทศผู้ซื้อรายใหญ่ (โปรดระบุประเทศ)	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก (โปรดระบุ %)	คู่แข่งสำคัญ (โปรดระบุประเทศ)

12. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกแยกโดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือจำนวนล้านบาท)
 ผลผลิตไม่แปรรูป (Unprocessed) ตย. ผักแช่แข็ง ผลไม้สด อาหารทะเลสด มันสำปะหลัง% หรือ.....ล้านบาท
 ผลผลิตแปรรูป (Processed) ตย. ข้าวโพดบรรจุกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง กุ้งต้มแช่เยือกแข็ง% หรือ.....ล้านบาท
 อาหารปรุงสำเร็จ (Ready-to-serve) ตย. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋องราดพริก% หรือ.....ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
 (***) ในกรณีที่มีข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด (***)

13. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกแยกตามประเภทของอาหาร (โปรดใส่สัดส่วนจำนวนร้อยละ หรือจำนวนล้านบาท)

ชนิด / ประเภท	อาหารสด	อาหารแช่เย็น / แช็ง	อาหารแห้ง	อาหารกระป๋อง	อาหารปรุงสำเร็จ	อาหารอื่น ๆ
ผัก / ผลไม้						
เครื่องเทศ/สมุนไพร						
ข้าว/ธัญพืช						
อาหารทะเล						
เนื้อสัตว์/นม/ไข่						
อื่น ๆ โปรดระบุ						
รวม	100%	100%	100%	100%	100%	100%

14. โปรดระบุผลกระทบเป็น % ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อปัจจัยนอกเหนือความคาดหมายที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่มีผลกระทบต่อ การเพิ่มขึ้นหรือการลดลงของการส่งออกอาหารของบริษัทท่าน

ปัจจัย ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่เป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐบาล	ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของท่าน		
	ส่งออกลดลง (โปรดระบุ %)	ไม่มีผล (โปรดระบุ 0%)	ส่งออกเพิ่มขึ้น (โปรดระบุ %)
การสนับสนุนความร่วมมือทางการค้าและเศรษฐกิจของไทย ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เช่น AFTA, APEC			
การที่ประเทศไทยถูกตัดสิทธิ์ GSP			
นโยบายด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, ISO, HACCP ในโรงงานอุตสาหกรรม			
การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในปัจจุบัน(ไทยรัก ไทย)			
การปรับเปลี่ยนนโยบายการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนจาก ระบบคงที่ (Fixed exchange rate) มาเป็นอัตราแลกเปลี่ยน แบบลอยตัว (Managed floated exchange rate)			
การเกิดความผันผวนของราคาน้ำมันในประเทศไทย (ลอยตัว)			
การเกิดอุทกภัยในประเทศไทย			
การเกิดภัยแล้งในประเทศไทย			
การลดพิกัดอัตราศุลกากรสำหรับสินค้าทุน			
ปัจจัยอื่น โปรดระบุ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่มีข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

15. โปรดระบุผลกระทบเป็น % ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อปัจจัยนอกเหนือความคาดหมายที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นหรือการลดลงของการส่งออกอาหารของบริษัทท่าน

ปัจจัย ที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้า	ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของท่าน		
	ส่งออกลดลง (โปรดระบุ %)	ไม่มีผล (โปรดระบุ 0%)	ส่งออกเพิ่มขึ้น (โปรดระบุ %)
การลดค่าเงินของประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ			
การเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้า (มาตรการภาษีนำเข้า โควตา ฯลฯ) ของประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ			
การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือนวัตกรรมการผลิตใหม่ในประเทศผู้นำเข้า			
การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ระบุประเทศ			
การเกิดสงครามในประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ			
การเกิดอุทกภัย / แผ่นดินไหวในประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ			
การเกิดโรคระบาดในประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ			
ปัจจัยอื่น โปรดระบุ			
ปัจจัยอื่น โปรดระบุ			

16. โปรดระบุผลกระทบเป็น % ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อปัจจัยนอกเหนือความคาดหมายที่เกิดขึ้นในประเทศคู่แข่งการส่งออกที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นหรือการลดลงของการส่งออกอาหารของบริษัทท่าน

ปัจจัย ที่เกิดขึ้นในประเทศคู่แข่งการส่งออก	ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของท่าน		
	ส่งออกลดลง (โปรดระบุ %)	ไม่มีผล (โปรดระบุ 0%)	ส่งออกเพิ่มขึ้น (โปรดระบุ %)
การลดค่าเงินของประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ			
การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ในประเทศคู่แข่ง ระบุ.....			
การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ			
การเกิดสงครามในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ			
การเกิดอุทกภัย/แผ่นดินไหวในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ			
การเกิดโรคระบาดในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ			
ปัจจัยอื่น โปรดระบุ			
ปัจจัยอื่น โปรดระบุ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
(*** ในกรณีที่มิใช่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

17. อัตราการขยายตัว หรือ หดตัวของมูลค่าการส่งออก (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือ มูลค่าการส่งออกจำนวน ล้านบาท)

ปี	อัตราการขยายตัว / หดตัวของมูลค่าการส่งออก		กรณารระบุ เหตุผลของการขยายตัว / หดตัว ตย. เช่น การบังคับใช้ HACCP ภัยธรรมชาติใน อินโดนีเซีย ฯลฯ
	+/- % จากปีที่ผ่านมา	หรือ +/- มูลค่าล้านบาท	
2543			
2544			
2545			
2546			

18. อัตราผลกำไร / ขาดทุนจากการส่งออก (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือ มูลค่าจำนวนล้านบาท)

ปี	อัตราผลกำไร / ขาดทุนของมูลค่าการส่งออก		กรณารระบุ เหตุผลของการขยายตัว / หดตัว ตย. การลดค่าเงินบาท การตัดสิทธิ์ GSP ฯลฯ
	+/- % จากผลส่งออก	หรือ +/- มูลค่าล้านบาท	
2543			
2544			
2545			
2546			

ใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่เหมาะสม ต่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออกของท่าน

ระดับความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก การจัดอันดับ: 0 = ไม่สำคัญ 1=สำคัญน้อยที่สุด ...5 = สำคัญมากที่สุด

ปัจจัย	ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก					
	0 ไม่สำคัญ	1 สำคัญน้อยที่สุด	2	3	4	5 สำคัญมากที่สุด
21. ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น						
22. ประเทศไทยประกาศเข้าร่วมรบในสงคราม						
23. การมีผู้แทนการค้าเพื่อเยี่ยมชมตลาดส่งออกอย่างสม่ำเสมอ						
24. วัตถุดิบมีปริมาณพอเพียงและหาได้ง่าย						
25. วัตถุดิบในการผลิตอาหารมีราคาต่ำ						
26. วัตถุดิบในการผลิตอาหารมีคุณภาพดี						
27. แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย						
28. แรงงานมีราคาถูก						
29. แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่มิข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

ปัจจัย	ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก					
	0 ไม่สำคัญ	1 สำคัญน้อยที่สุด	2	3	4	5 สำคัญมากที่สุด
30. บริษัทท่านมีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง						
31. บริษัทท่านมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง						
32. บริษัทท่านมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง						
33. บริษัทท่านมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมีการผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง						
34. บริษัทท่านมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง						
35. บริษัทท่านมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง						
36. บริษัทท่านมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า						
37. บริษัทท่านมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง						
38. บริษัทท่านมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก						
39. การจัดการประชุม APEC						
40. การจัดตั้งตัวแทนการค้า หรือกงสุลไทยประจำในต่างประเทศ						
41. การผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO						
42. การจัดงานแสดงสินค้า ASIA ทั้งภายในและภายนอกประเทศ						
43. บริษัทท่านมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออก						
44. บริษัทท่านมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าในตลาดต่างประเทศ						
45. บริษัทท่านให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด						
46. บริษัทท่านให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด						
47. บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการตีพิมพ์เท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่มีข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

ปัจจัย	ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก					
	0 ไม่สำคัญ	1 สำคัญน้อยที่สุด	2	3	4	5 สำคัญมากที่สุด
48. บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน						
49. บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน						
50. บริษัทท่านใช้ชื่อเสียงของ (BRAND NAME) ยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย						
51. บริษัทท่านใช้ชื่อเสียงของประเทศไทย เป็นจุดขาย						
52. ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่						
53. ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง						
54. ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง						
55. การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก						
56. ผู้บริโภคในประเทศมีความคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคในต่างประเทศ						
57. กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ						

ใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อความเห็น/ลักษณะสภาพปัจจุบันและระดับความสำคัญของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออกของท่าน

ความเห็น/ลักษณะสภาพปัจจุบัน การจัดอันดับ: -1 = ต้องปรับปรุง 0 = ไม่เกี่ยวกับท่าน 1 = ดีแล้ว ไม่ต้องปรับปรุง

ระดับความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก การจัดอันดับ: 0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด ... 5 = สำคัญมากที่สุด

ปัจจัย	ความเห็น/ลักษณะสภาพปัจจุบัน			ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก					
	-1 ต้องปรับปรุง	0 ไม่เกี่ยว	1 ดีแล้ว	0 ไม่สำคัญ	1 สำคัญน้อยสุด	2	3	4	5 สำคัญมากที่สุด
58. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย									
59. ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ									
60. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ									
61. ระบบสาธารณูปโภค									
66. ระบบการเงินธนาคาร									

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานที่ออกจำหน่าย ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่มีข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

ปัจจัย	ความเห็นลักษณะสภาพ ปัจจุบัน			ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก					
	-1	0	1	0	1	2	3	4	5
	ต้อง ปรับปรุง	ไม่เกี่ยว	ดีแล้ว	ไม่สำคัญ	สำคัญ น้อยสุด				สำคัญ มากที่สุด
63. ระบบการประกันภัย									
64. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ภายในประเทศไทย									
65. อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิต อาหารภายในประเทศไทย									
66. อุตสาหกรรมสารเติมแต่งอาหารใน ประเทศไทย									
67. อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพใน ประเทศไทย									
68. ระบบการบริหารงานศุลกากร									
69. ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี									
70. ระบบการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการ ส่งออก									

71. นโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบการส่งออกอาหาร.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

72. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหาร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
(*** ในกรณีที่มีข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

73. ปัจจัยที่ท่านใช้วัดความสำเร็จในการส่งออกอาหารของบริษัทท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () มูลค่าการส่งออก
- () กำไรจากการส่งออก
- () การขยายตัวของมูลค่าการส่งออก
- () การเพิ่มจำนวนลูกค้า / ประเทศ ที่บริษัททำการส่งออก
- () ความพอใจของผู้บริหาร
- () ปัจจัยอื่น ๆ โปรดระบุ
- () ปัจจัยอื่น ๆ โปรดระบุ

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการศึกษาวิจัยนี้
กรุณาส่งคืนแบบสอบถามนี้ในซองที่แนบมา หรือที่

น.ส. ดุษฎี ทองประเสริฐ

222/40 หมู่ 3 ต. ลาดกระบัง อ. ลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

โทรสาร 02-7392529 e-mail: chai_yo9@hotmail.com

หากท่านสนใจสรุปผลการวิจัยโปรดแนบนามบัตรหรือ

ระบุที่อยู่ของท่าน

ชื่อ :

ที่อยู่ :

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่มีข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด ***)

ภาคผนวก ค

รายชื่อบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอาหารส่งออกในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

1. บริษัท สยามโภชนากร จำกัด
2. บริษัท ล่ำสูง จำกัด
3. บริษัท บีเจซี จำกัด
4. บริษัท อดมส์ จำกัด
5. บริษัท ไทย เอ็กเซล ฟู้ดส์ จำกัด
6. บริษัท ฟู้ดส์ ซีซันนิง จำกัด
7. บริษัท เศรษฐชล จำกัด
8. บริษัท ยูโร เอเชีย อินเต็ลเนชันแนล ซีฟู้ดส์ จำกัด
9. บริษัท ห้างเย็นฟาร์อีสท์ จำกัด
10. บริษัท เขาช่องอุตสาหกรรม จำกัด
11. บริษัท พรีเมียร์ โพรเซน โปรดักส์ จำกัด
12. บริษัท แมกเน็ตแอนด์ซินดิเคต จำกัด
13. บริษัท ซินต้า จำกัด
14. บริษัท เอส พี ไอ แคนนิง จำกัด
15. บริษัท ไทยฟู้ดส์ ไลต์ติง จำกัด
16. บริษัท มิตรชุย แอนด์ คัมแพนนี่ จำกัด
17. บริษัท ดู ฟู้ดส์ จำกัด
18. บริษัท ไฮคิว จำกัด
19. บริษัท เอส เอ็ม ที ซี จำกัด
20. บริษัท เอเซีย โคโคเนท จำกัด
21. บริษัท ชัมมิท โพรเซน ฟู้ดส์ จำกัด
22. บริษัท ฟินนัส จำกัด
23. บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด
24. บริษัท แปซิฟิคควีน จำกัด
25. บริษัท สุรพลนิวิเร จำกัด
26. บริษัท ไทยอินเตอร์เนชันแนลซีฟู้ดส์ จำกัด
27. บริษัท ไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

28. บริษัท เมย์โอ ฟู้ดส์ จำกัด
29. บริษัท เอ็กซ์ตราอะโกรคอร์ป จำกัด
30. บริษัท เอ็กซ์ิมฟู้ดส์ จำกัด
31. บริษัท ยูไนเต็ดโคล์วสต่อเรจ จำกัด
32. บริษัท แหลมทองสหการ จำกัด
33. บริษัท โคอ็อฟฟู้ดส์ จำกัด
34. บริษัท ไทยแลนด์ฟิชเชอร์รี่โคล์วสต่อเรจ จำกัด
35. บริษัท ซีพีซี/อายุ (ประเทศไทย) จำกัด
36. บริษัท ไทย นิซชิน เซฟุง จำกัด
37. บริษัท โฟร์โมสต์ ฟริสแลนด์ จำกัด
38. บริษัท ไฮเนส วินเซนซ์ จำกัด
39. บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด
40. บริษัท แมคคีย์ฟู้ดส์ เซอร์วิสเซส (ประเทศไทย) จำกัด
41. บริษัท ฟรีโอนอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด
42. บริษัท ไทยอันอโกรโปรดักส์ จำกัด
43. บริษัท ไอ เอ็น มารีน จำกัด
44. บริษัท เฟลท์ เวิลด์ อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด
45. บริษัท วันดอนอุตสาหกรรม (ไทยแลนด์) จำกัด
46. บริษัท เฟลท์ อินเตอร์เนชั่นแนลแคนนิ่ง จำกัด
47. บริษัท นูนูน จำกัด
48. บริษัท เฮสโก้ฟู้ดส์ จำกัด
49. บริษัท เพรซิเดนทไรซ์โปรดักส์ จำกัด
50. บริษัท สยามสเน็ค จำกัด
51. บริษัท เอเวอร์กรีนฟู้ดส์แมนิวแฟคเจอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
52. บริษัท กิจไพศาลอุตสาหกรรม จำกัด
53. บริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด
54. บริษัท ง่วนเซียงอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
55. บริษัท ไพโรจน์ (ทังซังฮะ) จำกัด
56. บริษัท ไพบูลย์มารีนฟู้ดส์ จำกัด
57. บริษัท ไอ พี แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้