

# ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของไทยในตลาดโลก

## Factors Affecting Success for Exporting Thai OKRA (*Abelmoschus esculentus* L. Moench) in the World Market

พิมลวรรณ เกตพันธ์<sup>1</sup> อารงค์ เมฆโหรา<sup>1</sup> และปัญญา หมั่นเก็บ<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

กระเจี๊ยบเขียวเป็นพืชผักส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยชนิดหนึ่ง ซึ่งร้อยละ 98 ของผลผลิตผักสดถูกส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของไทยในตลาดโลกโดยใช้โมเดลเพชรตามทฤษฎีของพอร์เตอร์ นำมาพัฒนาตัวแปรในแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่ดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำนวน 33 รายจากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามฮาร์โมนไนซ์ทั้งสิ้น 40 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนจากจำนวนปัจจัยทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ 86 ตัวแปร เพื่ออธิบายความสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว (อัตราการผลิตเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิตคือสัดส่วนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี 2) กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์คือผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ อัตราความต้องการการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และอัตราความต้องการการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมัน 3) กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องคืออุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศ 4) กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขันคือสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูป และบริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า 5) กลุ่มตัวแปรด้านโอกาสคือนโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น และ 6) กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐคือการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

**คำสำคัญ :** ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจ, ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์

### Abstract

Okra (*Abelmoschus esculentus* L. Moench) is the one of Thai vegetable major exports, and nearly 98 percent of fresh pod was exported to Japan. The objective of this research was to investigate factors affecting the success of the business by using modified Porter's diamond model. Making use of a questionnaire with 33 samples of okra export companies obtained 86 variables could be explained the success of export revenue. The application of stepwise multiple regression analysis showed that the success of the export revenue was explained significantly factors including 1) the factor conditions, that was the proportion of Vocational Education officer or Bachelor Degree officer; 2) the demands condition, that were the domestic consumer is expected in quality and service higher than consumers in other countries, the proportion of okra consumption in Japan and the proportion of okra consumption in Germany; 3) the related and supporting industries, they was the industrial manufacturing and packaging

<sup>1</sup>สาขาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

of okra in Thailand; and 4) the firm strategy, that were the proportion of okra export in unprocessed and the company has production standards to meet customer needs; 5) the chance, that was the policy in the field of health and environment such as the enforcement of GMP, HACCP and 6) the government, that was the exhibition both inside and outside the country.

**Key words:** Porter's Competitive business advantage Diamond Model

## คำนำ

กระเจี๊ยบเขียวเป็นพืชผักส่งออกของประเทศไทยซึ่งมีตลาดสำคัญคือประเทศญี่ปุ่นมาเป็นเวลานาน เนื่องจากมีคุณค่าทางอาหารและมีคุณค่าทางสมุนไพรรักษาโรค แต่ในปีพ.ศ. 2550 ปริมาณการส่งออกได้ลดลงจากปี พ.ศ.2549 จาก 3,055,205 กิโลกรัม ลดลงเหลือเพียง 1,850,671 กิโลกรัม เพราะประเทศญี่ปุ่นระงับการนำเข้า กระเจี๊ยบเขียวทั้งหมด ภายหลังการประกาศใช้ระบบ Positive List เมื่อวันที่ 29 พ.ค. 2549 เนื่องจากค่าสารเคมี ตกค้างเกินค่ามาตรฐานที่ประเทศญี่ปุ่นใช้ตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าจากทุกประเทศทั่วโลก รวมทั้งกระทรวง สาธารณสุขแรงงานสวัสดิการของประเทศญี่ปุ่นได้ตรวจสอบพบสารเคมีทางการเกษตรที่ใช้สำหรับป้องกันกำจัดแมลง ประเภท EPN รวมทั้งตรวจพบสารเคมีป้องกันที่มีชื่อว่า Dino tefuran ตกค้างในกระเจี๊ยบเขียวสูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ คือ 0.01 ppm. จึงมีการกักกันกระเจี๊ยบเขียวนำเข้าที่ส่งมาจากประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์หาความปลอดภัย ก่อนที่จะอนุญาตให้นำเข้าได้ (Standard and Evaluation Division. 2006) กรมวิชาการเกษตรร่วมกับกรมส่งเสริม การเกษตรได้ประสานงานกับประเทศญี่ปุ่นในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมอบให้สำนักงานเกษตรจังหวัดถ่ายทอด ความรู้เกี่ยวกับการผลิตกระเจี๊ยบเขียวที่ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างและปลอดภัยจากศัตรูพืช รวมทั้งขอความร่วมมือ จากเกษตรกรผู้ผลิตกระเจี๊ยบเขียวให้มีความระมัดระวังในการใช้สารเคมีทางการเกษตรให้ถูกต้องตามความต้องการ ของประเทศคู่ค้ามากขึ้น เพื่อมิให้เกิดปัญหาการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวที่ซ้ำซ้อน (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2550) ความ ผันแปรของการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวฝักสดไปประเทศญี่ปุ่นทำให้ผู้ประกอบการกระจายการส่งออกไปสู่ตลาดคู่ค้า ใหม่ ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยของอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2551-2554 (Four-year Average Sales Growth for Year 2008-2011) ของบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวทั้งหมด 33 รายมีค่าเท่ากับร้อยละ 12.61 ซึ่งถือได้ว่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของไทยมีความสำเร็จในการส่งออกไปยังตลาดโลก ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ ได้นำแนวคิดโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยเงื่อนไขด้าน ปัจจัยการผลิต ปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยกลยุทธ์และโครงสร้างของ บริษัทและการแข่งขัน ปัจจัยโอกาส และปัจจัยบทบาทของภาครัฐมาใช้ในการวิเคราะห์ภาวะความได้เปรียบเชิงการ แข่งขันของธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของไทย (Porter, M.E. 1998) และใช้ในการศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อ ความสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในตลาดโลก โดยการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีตัวแปรจากองค์ประกอบของ โมเดลเพชรทั้งสิ้น 86 ตัวแปรที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการส่งออก

## อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม สำหรับวิธีดำเนินการวิจัย สามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

### 1. การสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของบริษัทหรือตัวแทนบริษัท ผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำนวน 33 ราย จากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามฮาร์โมนีซีเดือนมกราคม- ธันวาคม 2553 ทั้งสิ้น 40 ราย (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554) การสร้างแบบสอบถามใช้วิธีอ้างอิงจากการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Ravadee Surisrabha. 1999) และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามจำนวน 10 ชุดโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.724 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง (เกียรติสุดา ศรีสุข. 2552) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและบริษัท

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่มีผลต่อการส่งออก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลอัตราการขยายตัวหรือหดตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตรากำไร

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก

ส่วนที่ 5 ข้อมูลนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออก และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก

## 2. กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (ภาพที่ 1) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดในการส่งออกให้มีความพร้อมที่จะเผชิญวิกฤต เพื่อความอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ประกอบด้วย

2.1 ปัจจัยที่หนึ่ง เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต หมายถึง ความสามารถของชาติในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางอุตสาหกรรม โดยปัจจัยการผลิตประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยก้าวหน้า ปัจจัยพื้นฐานเป็นปัจจัยที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ หรือสามารถสร้างขึ้นได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือลงทุนมาก ส่วนปัจจัยก้าวหน้าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า การจะสร้างขึ้นได้ต้องใช้ความพยายาม ตั้งใจ และต้องมีการลงทุนทั้งโดยผู้ประกอบการและภาครัฐ ได้แก่ การมีวัตถุดิบเพียงพอและหาได้ง่าย แรงงานมีราคาถูก เทคโนโลยีในการผลิต

2.2 ปัจจัยที่สอง เงื่อนไขด้านอุปสงค์ หมายถึง สภาพของตลาดในประเทศ ปริมาณและระดับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ โดยเริ่มจากภายในประเทศก่อนนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลก ได้แก่ ความต้องการในประเทศ ความคาดหวังของผู้บริโภค การแข่งขันภายในประเทศ กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ

2.3 ปัจจัยที่สาม อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง หมายถึง คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในการค้าจุนสถาภาพการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ ระบบการเงินการธนาคาร ระบบส่งเสริมการลงทุน ระบบการประกันภัย ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ

2.4 ปัจจัยที่สี่ กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน หมายถึง กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญและส่งผลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม ซึ่งมีส่วนอย่างมากในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ได้แก่ การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด นโยบายการส่งออกของแต่ละบริษัท

2.5 ปัจจัยที่ห้า โอกาส ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อ 4 องค์ประกอบหลักของตัวแบบ แต่ไม่ได้เป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทหรือของชาติโดยตรง เพราะโอกาสพัฒนามาจากนอกระบบหรืออยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทหรือรัฐบาล ได้แก่ ภาวะสงคราม อุทกภัย โรคระบาด การก่อการร้ายความผันผวนของราคาน้ำมัน นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากองค์ประกอบของโมเดลเพชรสามารถสร้างตัวแปรได้ทั้งสิ้น 86 ตัวแปร เพื่อลดปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) จึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดแต่ละปัจจัยกับผลสำเร็จในการส่งออก ดังนี้

3.1 กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิต (FC) ประกอบด้วยตัวแปร 19 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท สัดส่วนของพนักงานวุฒิปริญญาตรี สัดส่วนของพนักงานวุฒิมัธยมศึกษา สัดส่วนของพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรี สัดส่วนของพนักงานวุฒิปริญญาโทหรือสูงกว่า ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออก ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว วัตถุประสงค์ปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย วัตถุประสงค์ในการส่งออกกระเจียบเขียวมีราคาต่ำ วัตถุประสงค์ในการส่งออกกระเจียบเขียวมีคุณภาพดี แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย แรงงานมีราคาถูก แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี บริษัทมีบุคลากรหรือผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง บริษัทมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง บริษัทมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง และบริษัทมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง

3.2 กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ (DC) ประกอบด้วยตัวแปร 19 ตัวแปร ได้แก่ อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในอังกฤษ อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในจีน อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในมาเลเซีย อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในฝรั่งเศส อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในไต้หวัน อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในฮ่องกง อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในสิงคโปร์ อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมัน อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเนเธอร์แลนด์ อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในรัสเซีย อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในประเทศอื่น ๆ ตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวสูง ตลาดภายในประเทศมีการแข่งขันสูง การแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ และกำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ

3.3 กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (R&S) ประกอบด้วยตัวแปร 12 ตัวแปร ได้แก่ ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ ระบบสาธารณูปโภคระบบการเงินการธนาคาร ระบบการประกันภัย อุสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ อุสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียวภายในประเทศ อุสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย ระบบการบริหารงานบุคลากร ระบบการยกเว้นและกีดกันภาษี และระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก

3.4 กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (FS) ประกอบด้วยตัวแปร 22 ตัวแปร ได้แก่ ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทของคนไทย ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทต่างชาติ ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ ปีที่บริษัทก่อตั้งขึ้นในประเทศไทย สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูป สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปผลผลิตแปรรูป สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปฝักสด สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปแช่เย็นหรือแช่แข็ง สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปอบกรอบหรือแปรรูป บริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง บริษัทมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก การผ่านการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ (ISO) บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของส่งออก บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกในตลาดต่างประเทศ บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน บริษัทใช้ชื่อเสียง (Brand Name) ยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย และบริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นจุดขาย

3.5 กลุ่มตัวแปรด้านโอกาส (CS) ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวแปร ได้แก่ การสนับสนุนทางการค้าและเศรษฐกิจของไทย นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐในปัจจุบัน นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน ความผันผวนของราคาน้ำมันภายในประเทศ การเกิดอุทกภัยในประเทศไทย และการเกิด ภัยแล้งในประเทศไทย

3.6 กลุ่มตัวแปรกลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ (GM) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ได้แก่ ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น การมีผู้แทนการค้าเพื่อเยี่ยมชมตลาดการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ การจัดประชุมเอเปค (APEC) การจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลไทยประจำในต่างประเทศ และการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

### ผลการศึกษาและวิจารณ์ผล

ข้อมูลพื้นฐานของบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวทั้งหมด 33 รายจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม มีรายละเอียดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในธุรกิจการส่งออกกระเจียบเขียว ชนิดของบริษัทแบ่งตามลักษณะทุน จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท สัดส่วนพนักงานจำแนกตามวุฒิการศึกษา มูลค่ายอดขายรวมของบริษัทในปี พ.ศ. 2553 – 2554 การจำแนกประเทศผู้ซื้อกระเจียบเขียวตามปริมาณการส่งออกอันดับที่ 1 - 3 การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์กระเจียบเขียวที่ส่งออกจำแนกตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ การจำแนกผลิตภัณฑ์กระเจียบเขียวที่ส่งออกแยกตามประเภทของกระเจียบเขียว และอัตราการขยายตัวหรือหดตัวของมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2551–2554 ดังตารางที่ 1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า ความสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียวสามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรของโมเดลเพชร 86 ตัวแปรโดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted Square) เท่ากับร้อยละ 88 ค่า Durbin – Watson เท่ากับ 1.653 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์อัตโนมัติ (Autocorrelation) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540) และค่า F-statistic มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แสดงถึงตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ไม่เท่ากับศูนย์ ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ของผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ (DC1) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น (DC2) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมัน (DC3) อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียวภายในประเทศ (R&S1) สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูป (FS1) นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น (CS1) และการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ (GM1) มีอิทธิพลต่ออัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ของสัดส่วนพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรี (FC1) และบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า (FS2) มีอิทธิพลต่ออัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Table 1 Details of 33 okra export companies by questionnaire

| Characteristics                                      | Responses   | Percentage | Mean   | Maximum | Minimum |
|--|---|------------|--------|---------|---------|
| 1. Year of Experience in Okra Export Business (Year) |   | n.a.       | 10.36  | 38      | 2       |
| 2. Type of Company Owner (%)                         | Wholly Thai Owned                                   | 93.94      | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Foreigner Company                                   | 3.03       | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Joint Venture                                       | 3.03       | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
| 3. Number of Employees (Persons)                     |   | n.a.       | 101.06 | 751     | 12      |
| 4. Ratio of Employee's Education Level (%)           | Primary   | n.a.       | 50.59  | 86.67   | 0       |
|  | Secondary or Vocational School                      | n.a.       | 28.92  | 83.33   | 0       |
|  | Bachelor Degree                                     | n.a.       | 17.62  | 77.78   | 3.33    |
|  | Master Degree or Higher                             | n.a.       | 2.84   | 22.22   | 0       |
| 5. Export Sales Value (Million Baht)                 | For Year 2010                                       | n.a.       | 94.85  | 513     | 4       |
|  | For Year 2011                                       | n.a.       | 110.61 | 565     | 4       |
| 6. Ratio of Country Import Thai Okra (%)             | No. 1 : Japan                                       | n.a.       | 56.36  | 100     | 0       |
|  | No. 2 : China                                       | n.a.       | 9.70   | 60      | 0       |
|  | No. 3 : Taiwan                                      | n.a.       | 7.27   | 60      | 0       |
| 7. Product Classification (%)                        | Unprocessed   | 60.61      | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Processed   | 36.36      | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Unprocessed & Processed                             | 3.03       | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
| 8. Type of Product (%)                               | Fresh Pods  | 54.55      | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Frozen  | 15.15      | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Cracker   | 27.27      | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
|  | Fresh Pods & Frozen                                 | 3.03       | n.a.   | n.a.    | n.a.    |
| 9. Sales Growth (%)                                  | For Year 2008                                       | n.a.       | 7.73   | 50      | -20     |
|  | For Year 2009                                       | n.a.       | 13.48  | 100     | -30     |
|  | For Year 2010                                       | n.a.       | 15.3   | 66      | -50     |
|  | For Year 2011                                       | n.a.       | 13.27  | 70      | -50     |
|  | Four-year Average Sales Growth for Year 2008 - 2011 | n.a.       | 12.61  | 55      | -6      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Table 2 Stepwise Regression Analysis Results of Factors Affecting<sup>1</sup> on the Export Revenue

| Variable   | B       | Std. Error | Beta ( $\beta$ ) | t      | Sig.    |
|------------|---------|------------|------------------|--------|---------|
| (Constant) | -8.998  | 14.994     |                  | -0.600 | 0.555   |
| FC1        | 0.180   | 0.079      | 0.162            | 2.262  | 0.034*  |
| DC1        | 19.027  | 1.991      | 1.101            | 9.557  | 0.000** |
| DC2        | -0.276  | 0.046      | -0.661           | -6.050 | 0.000** |
| DC3        | -0.322  | 0.113      | -0.217           | -2.852 | 0.009** |
| R&S1       | -5.420  | 1.580      | -0.316           | -3.431 | 0.002** |
| FS1        | 0.191   | 0.036      | 0.571            | 5.300  | 0.000** |
| FS2        | 7.807   | 2.786      | 0.241            | 2.803  | 0.010*  |
| CS1        | -0.201  | 0.048      | -0.369           | -4.179 | 0.000** |
| GM1        | -14.133 | 1.859      | -0.908           | -7.602 | 0.000** |

Note: <sup>1</sup> \*\* p  $\leq$  0.01, \* p  $\leq$  0.05

|                         |         |                 |          |
|-------------------------|---------|-----------------|----------|
| Multiple R              | = 0.955 | F               | = 25.591 |
| Multiple R <sup>2</sup> | = 0.913 | Sig. F          | = 0.000  |
| Adjusted R <sup>2</sup> | = 0.877 | Durbin - Watson | = 1.653  |
| SE <sub>est</sub>       | = 5.754 |                 |          |

โดยกำหนดให้

FC1 (กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิตตัวที่หนึ่ง) หมายถึง สัดส่วนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี มีหน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.62 ค่าสูงสุดเท่ากับ 77.78 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 3.33

DC1 (กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ตัวที่หนึ่ง) หมายถึง ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ มีหน่วยวัดเป็นคะแนน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 ค่าสูงสุดเท่ากับ 4 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 1 โดยที่ 1 คือ น้อยที่สุด และ 5 คือ มากที่สุด

DC2 (กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ตัวที่สอง) หมายถึง อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น มีหน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 56.36 ค่าสูงสุดเท่ากับ 100.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00

DC3 (กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ตัวที่สาม) หมายถึง อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมัน มีหน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 ค่าสูงสุดเท่ากับ 60.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00

R&S1 (กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตัวที่หนึ่ง) หมายถึง อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียวภายในประเทศ มีหน่วยวัดเป็นคะแนน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 2 โดยที่ 1 คือ น้อยที่สุด และ 5 คือ มากที่สุด

FS1 (กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขันตัวที่หนึ่ง) หมายถึง สัดส่วนการส่งออกกระเจียบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูป มีหน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 63.39 ค่าสูงสุดเท่ากับ 100.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00

FS2 (กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขันตัวที่สอง) หมายถึง บริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า มีหน่วยวัดเป็นคะแนน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 4 โดยที่ 1 คือ น้อยที่สุด และ 5 คือ มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CS1 (กลุ่มตัวแปรด้านโอกาสตัวที่หนึ่ง) หมายถึง นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น มีหน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ค่าสูงสุดเท่ากับ 100.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ -50.00

GM1 (กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐตัวที่หนึ่ง) หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีหน่วยวัดเป็นคะแนน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ค่าสูงสุดเท่ากับ 5 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 1 โดยที่ 1 คือ น้อยที่สุด และ 5 คือ มากที่สุด

ตัวแปรต้นเหล่านี้ จะนำไปอธิบายผลสำเร็จของการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว (อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว: Growth) ซึ่งตัวแปรผลความสำเร็จนี้มีหน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.61 ค่าสูงสุดเท่ากับ 55.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ -6.00 ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดแต่ละปัจจัยกับผลสำเร็จในการส่งออกด้วยวิธี Stepwise ได้รูปแบบของแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดอยู่ในรูปของสมการเชิงเส้นดังนี้

$$\text{Growth} = b_0 + b_1 \sum_{i=1}^{19} \alpha_i \text{FC}_{i-1} + b_2 \sum_{i=1}^{19} \alpha_i \text{DC}_{i-1} + b_3 \sum_{i=1}^{12} \alpha_i \text{R\&S}_{i-1} + b_4 \sum_{i=1}^{22} \alpha_i \text{FS}_{i-1} + b_5 \sum_{i=1}^7 \alpha_i \text{CS}_{i-1} + b_6 \sum_{i=1}^5 \alpha_i \text{GM}_{i-1}$$

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของสัดส่วนพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรีมีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อมีสัดส่วนพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรีเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออก กระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.18 โดยเฉลี่ย เนื่องจากพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรีจัดเป็นแรงงานที่มีทักษะความรู้และมีฝีมือ ดังนั้นเมื่อบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีสัดส่วนของพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรีเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศมีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อคะแนนของผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.03 โดยเฉลี่ย เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการที่สูงขึ้น จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น ดังนั้นอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของอัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่นมีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 0.28 โดยเฉลี่ย เนื่องจากบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวทั้ง 33 ราย ต่างมีความเห็นตรงกันว่าตลาดกระเจี๊ยบเขียวในประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดประจำซึ่งมีการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเป็นอันดับหนึ่ง จึงให้ความสำคัญกับการเปิดตลาดใหม่ในประเทศอื่น ๆ มากกว่า ดังนั้นเมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของอัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมันมีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมันเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 0.32 โดยเฉลี่ย เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศเยอรมันนิยมบริโภคกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบของกระเจี๊ยบเขียวแปรรูปหรืออบกรอบซึ่งมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงกว่ากระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปหรือฝักสด ดังนั้นเมื่ออัตราความต้องการ

บริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมันเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศมีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่อคะแนนของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 5.42 โดยเฉลี่ย เนื่องจากรัฐบาลไม่ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศเท่าที่ควร จึงส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปมีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.19 โดยเฉลี่ย เนื่องจากผลผลิตกระเจี๊ยบเขียวร้อยละ 60.61 จากบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวทั้ง 33 ราย ถูกส่งออกไปยังตลาดโลกในรูปแบบของผลผลิตไม่แปรรูป ดังนั้นเมื่อสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้ามีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อคะแนนของบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.81 โดยเฉลี่ย เนื่องจากเมื่อบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าเพิ่มขึ้น ปริมาณการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไปยังตลาดโลกจึงเพิ่มขึ้น ดังนั้นอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของนโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น มีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่อมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น เพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 0.20 โดยเฉลี่ย เนื่องจากเมื่อรัฐบาลมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น GMP, HACCP เป็นต้น เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวต้องเพิ่มความมาตรฐานในการผลิตและการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไปยังตลาดโลกเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าประมาณการสัมประสิทธิ์ของการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศมีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่อคะแนนของการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 14.13 โดยเฉลี่ย เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศถือเป็นการเปิดตลาดสินค้าภายใต้กรอบนโยบายขององค์การการค้าโลก ส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทยทุกขามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งในกระบวนการบริหารจัดการในโซ่อุปทานของกระเจี๊ยบเขียวซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง ดังนั้นเมื่อมีการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษารูปได้ว่า กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ สัดส่วนพนักงานวุฒิปวส. หรือ ปริญาตรีที่มีความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงบวก ดังนั้น บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวควรเพิ่มสัดส่วนของพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญาตรีในบริษัทให้มากขึ้น เพื่อให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้น

กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ ได้แก่ ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงบวก ดังนั้น บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวควรให้น้ำหนักให้ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงขึ้น ส่วนอัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และอัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมันมีความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงลบ ดังนั้น บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไม่ควรเน้นการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไปยังประเทศญี่ปุ่นหรือเยอรมัน เนื่องจากปัจจุบันมีประเทศที่รับซื้อกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นหลายประเทศ เพื่อให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้น

กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงลบ ดังนั้น รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้น

กลุ่มตัวแปรกลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน ได้แก่ สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูป และบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงบวก ดังนั้น บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวควรเพิ่มสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปไปยังตลาดโลก และควรเน้นมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้น

กลุ่มตัวแปรด้านโอกาส ได้แก่ นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น มีความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงลบ ดังนั้น รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านนโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น เพิ่มขึ้น เพื่อให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้น

กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ความสัมพันธ์กับอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในเชิงลบ ดังนั้น รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านการทำงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อให้อัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทย. (เอกสารอัดสำเนา).  
กรมส่งเสริมการเกษตร. 2550. เอกสารสรุปสถานการณ์การส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของไทย. (เอกสารอัดสำเนา).  
เกียรติสุดา ศรีสุข. 2552. ระเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ครองช้าง.  
สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540. เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับกรณีวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เพียงเพียง.  
Department of Food Safety. JAPAN. 2006. Positive List System. [Online]. Available: <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/introduction.html>. [22/3/2555].

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Porter, M.E. 1998. The Competitive Advantage of Nations (With a New Introduction). (n.p.): Macmillan Press.

Ravadee Surisrabha. 1999. The Determinants of Export Success: The Case of Thai Food Industry. Ph.D. Science (International Business). Chulalongkorn University, Bangkok. (Thailand).



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้