

# ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร พระจอมเกล้าลาดกระบัง

## ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน  
Successful Factors of Durian Export Entrepreneurship



T096353

โดย

นางสาวอาทิตย์ยา ทองแกมแก้ว

รพ.  
๐๖๒๒๒  
๒๕๕๐

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 96353
รับเดือน ปี..... 3 JUN 2009

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสาร

b...๖...11๘.5๙2.5๙... i.....
---------------------------------

## ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน  
Successful Factors of Durian Export Entrepreneurship

โดย

นางสาวอาทิตย์ยา ทองแกมแก้ว

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)

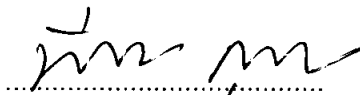
เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2550

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ



(ดร. กนก เลิศพานิช)

กรรมการปัญหาพิเศษ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิชัย กุลชัย)

หัวหน้าภาควิชา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุธามารณ์ ชันศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน  
: Successful Factors of Durian Export Entrepreneurship

โดย : นางสาวอาทิตยา ทองแกมแก้ว

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พัฒนากาการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนากาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ : .....

(ดร. กนก เลิศพานิช)

1 พฤษภาคม 2550

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน จำนวน 8 บริษัท ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 5 ปี

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท ได้แก่ ความรู้ความชำนาญของบุคลากรและภาพพจน์ ชื่อเสียงของบริษัท ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด คือ กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางด้านราคา ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ได้แก่ แหล่งผลิตที่มีความเชื่อถือได้ และปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ คือ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางการแก้ไขการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน ได้แก่ ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า ปัญหาในการขนส่ง ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากระเบียบและกฎหมาย และปัญหาในเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศ โดยบริษัทต่างๆ จะระงับการดำเนินธุรกิจทันทีถ้าปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า

## คำนิยม

ปัญหาพิเศษเล่มนี้เกิดจากความสนใจและอยากรู้อย่างแท้จริงของข้าพเจ้าในเรื่อง การส่งออกสินค้าเกษตรที่จะเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรได้ โดยความสำเร็จเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจาก ดร. กนก เลิศพานิช ผู้ให้คำปรึกษา คอยชี้แนะ คอยกระตุ้น เพื่อคัดสรรสิ่งดี ๆ ออกมา ร่วมด้วย ผศ. พีรชัย กุลชัย ที่สร้างความเป็นไปได้ในการวิจัยครั้งนี้ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลการส่งออกอันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยจากตัวแทนของบริษัทส่งออกทุเรียนทั้ง 8 ท่าน และคณะครูอาจารย์ที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้ข้าพเจ้าเดินทางผ่านปัญหา และอุปสรรคได้อย่างราบรื่นและลุล่วงมาได้ด้วยดี

Special Thanks ขอขอบคุณความรัก ความห่วงใยจากครอบครัวของข้าพเจ้า พ่อ แม่ ผู้ให้ที่ประเสริฐที่สุดที่คอยถามความคืบหน้าของงานวิจัยทุกวันจนแทบจะลงมือทำกันเอง พี่สาวที่พยายามช่วยพิมพ์งาน และให้คำแนะนำเพราะอยากมีชื่ออยู่ในคำนิยมด้วย น้องชายที่ให้ความอนุเคราะห์ Notebook มาทำงานจนเสร็จ กำลังใจจากปู่ ตา ยาย และน้ำขอบคุณนิชฎามภา พรรณวิภา กนกวรรณ และพัทธมนที่ช่วยเหลือและเป็นพี่ปรึกษาส่วนตัว น้องอานาจ น้องชลิตา น้องต้นอ้อ และน้องปีย์วรา(ม.เกษตร)ที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย นอกจากนี้ขอบคุณกำลังใจดีๆ จากพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ทั้งที่นี้และทางบ้าน ทั้งหมดนี้ทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกได้ว่าข้าพเจ้าเป็นคนที่ไม่คิดค้นหนึ่งที่ได้เกิดมาบนโลกใบนี้ พร้อมด้วยความรักและมิตรภาพดีๆ ที่อยู่รอบกายข้าพเจ้ามาโดยตลอด และข้าพเจ้าจะมอบสิ่งดี ๆ เหล่านี้ตอบแทนให้คนรอบกายข้าพเจ้าเช่นกัน และหวังว่าทุกคนคงมีความสุขเช่นกันที่ได้รู้จักกับข้าพเจ้า

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกท่านที่อ่านปัญหาพิเศษเล่มนี้ เพราะนั่นแสดงให้เห็นว่าปัญหาพิเศษเรื่องนี้กำลังได้รับความสนใจจากท่านอยู่ และหวังว่าคงมีประโยชน์ต่อผู้อ่านมากด้วยเช่นกัน (ไม่สงวนลิขสิทธิ์)

อาทิตยา ทองแกมแก้ว

ผู้ทำวิจัย

เมษายน 2550

# สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	ก
สารบัญภาพ	ข
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา	2
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	3
<b>บทที่ 2 การตรวจเอกสาร</b>	
ข้อมูลโดยทั่วไปของทุเรียน	4
การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม	6
สถานการณ์การผลิตและตลาดการส่งออกทุเรียนในปัจจุบัน	9
มาตรฐานคุณภาพทุเรียน	15
การส่งออกทุเรียน	21
ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน	26
ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกทุเรียน	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
<b>บทที่ 3 วิธีการวิจัย</b>	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	36
ระยะเวลาที่ทำการวิจัย	37
งบประมาณที่ใช้ในการวิจัย	37
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล</b>	
บริษัท วัฒนพันธุ์ จำกัด	38
บริษัท ไชน่ไฟร์ท จำกัด	42
บริษัท สยามเอ็กซ์พอร์ตมาร์ท จำกัด	46
บริษัท จี ออล ซีซั่น จำกัด	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บริษัท ธรรมแสง อินเตอร์ ฟรุตส์ จำกัด	52
บริษัท สยามฟู้ดส์ เอ็กซ์เพรส (ไทยแลนด์) จำกัด	55
บริษัท อินเตอร์ ฟรุิต เซ็นเตอร์ จำกัด	56
บริษัท ชันไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	58
วิจารณ์ผลการวิจัย	62
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการวิจัย	67
ข้อเสนอแนะ	69
เอกสารอ้างอิง	71
ภาคผนวก	73



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ทุเรียน : เนื้อที่ ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ราคาและมูลค่าของผลผลิต ตามราคาที่เหมาะสมที่เกษตรกรขายได้ปี พ.ศ.2538-2547	10
2	การเปรียบเทียบผลผลิตทางวิชาการกับผลผลิตของเกษตรกรตามแหล่งปลูก	11
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือน : ทุเรียนสด แซ่แข็ง และอบแห้ง	14
4	ข้อกำหนดเรื่องรหัสขนาดทุเรียน	18
5	ลักษณะภายในชั้นต่ำของผลทุเรียนแก่ได้ที่ของแต่ละพันธุ์	21
6	แสดงการจัดอันดับปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน	59
7	แสดงการจัดอันดับปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพแสดงลักษณะภายนอกของทุเรียน	7
2	ขั้นตอนและกระบวนการส่งออกทุเรียนสด	23
3	คุณวิภาวี วัชรากร	38
4	คุณชฎิล นิ่มนวล	42
5	คุณวิรัชรอง สงสังข์	46
6	คุณพรพรรณษา รุ่งกิจทวีทรัพย์	49
7	คุณสามารถ ธรรมโชติ	52
8	บรรจุมณฑลธรรมมังกู	53
<b>ภาพผนวกที่</b>		
1	กระบวนการส่งออกทุเรียน	79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ (Introduction)

### ความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)

ทุเรียนเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่ได้รับสมญานามว่า ราชาแห่งผลไม้เมืองร้อน ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากผลผลิตทุเรียนของประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพรสชาติว่าดีที่สุดในโลก จึงจัดเป็นไม้ผลเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยที่ตลาดมีความต้องการสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศประมาณ 2,000 ล้านบาทต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2549) โดยมีการส่งออกทั้งในรูปผลสด ผลแช่แข็งและแปรรูป โดยประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของโลก

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในด้านการผลิตทุเรียน โดยมีตลาดภายในประเทศเป็นแหล่งรองรับผลผลิตส่วนใหญ่ แต่ที่ผ่านมากษัตริกรผู้ผลิตทุเรียนต้องประสบปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำมาโดยตลอด ในขณะที่การส่งออกแม้จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณผลผลิตรวมยังนับว่ามีการส่งออกน้อยมาก ประกอบกับการส่งออกทุเรียนมีความซับซ้อนมากกว่าการจำหน่ายภายในประเทศ จึงทำให้ทั้งผู้ผลิตและผู้ประกอบการส่งออกตกอยู่ในภาวะที่เสี่ยงและมีปัญหามาก อย่างไรก็ตาม ทุเรียนเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงและมีศักยภาพทางการตลาดสูง จึงเป็นสิ่งจูงใจให้ทั้งผู้ผลิตและผู้ประกอบการส่งออกค้นหาแนวทางดำเนินการให้ได้ดีที่สุด แต่ยังคงพบปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดมากมาย ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งออกทุเรียน เช่น ปัญหาและข้อจำกัด ที่เกิดจากผลไม้เอง เกิดจากตัวผู้บริโภค เกิดจากเกษตรกรผู้ผลิต เกิดจากระเบียบและกฎหมาย เกิดจากการขนส่ง การจำหน่ายจ่ายแจก เกิดจากขาดการพัฒนาอุตสาหกรรมเสริม และอุตสาหกรรมแปรรูป เกิดจากระบบการตลาด ข้อจำกัดด้านวิชาการและเทคโนโลยี ตลอดจนจากการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่น การแก้ไขปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดต่างๆเหล่านี้ จึงต้องเป็นไปอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรผู้ผลิต รัฐบาลก็ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงมีนโยบายสนับสนุนและผลักดัน การพัฒนาพืชทุเรียนอย่างเป็นระบบครบวงจร โดยมีการเชื่อมโยงภาครัฐ ภาคเกษตรกรผู้ผลิต ภาคอุตสาหกรรมแปรรูป และภาคการตลาดเข้าด้วยกัน เพื่อให้การพัฒนาการผลิตทุเรียนของประเทศไทยมีความเป็นเลิศ สามารถแข่งขันและครองตลาดส่วนใหญ่ได้ (หิรัญ หิรัญประดิษฐ์, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียนที่เกิดขึ้น จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาวิจัย โดยพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เคยเกิดขึ้น ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนใหม่ และผู้ประกอบการที่กำลังประสบปัญหาต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียนให้ประสบความสำเร็จ ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการส่งออกของประเทศไทยที่มีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมั่นคง

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา (Objective of the Study)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Significance of the Study)

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน
3. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ความรู้ทางวิชาการให้กับผู้ที่สนใจทั่วไป

### ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา (Scope and Limitation)

การศึกษานี้จะทำการศึกษากับผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสดที่ประสบความสำเร็จในเรื่องปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การประกอบกิจการส่งออกทุเรียนประสบความสำเร็จ รวมถึงปัญหาและอุปสรรค โดยใช้การสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ การศึกษานี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2549 ถึง เดือนมีนาคม 2550 เป็นระยะเวลา 9 เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## นิยามศัพท์ปฏิบัติการ (Operational Definition of Terms)

**ผู้ประกอบการ** หมายถึง ผู้ที่จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสดไปยังตลาดต่างประเทศกับกรมวิชาการเกษตร

**การส่งออก** หมายถึง การขายผลผลิตทุเรียนโดยมีตลาดต่างประเทศเป็นตลาดเป้าหมายที่สำคัญ

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ** หมายถึง พื้นฐาน มูลเหตุ เช่น คุณลักษณะบริษัท ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ หรืออะไรก็ตามที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

**ความสำเร็จ** หมายถึง อายุการดำเนินงานของกิจการในการส่งออกทุเรียน มากกว่า 5 ปี

**คุณลักษณะบริษัท** หมายถึง คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับบริษัทโดยตรง เช่น ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน สถานที่ตั้งของโรงงาน ภาพพจน์และชื่อเสียง การจดทะเบียนผู้ส่งออก

**ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ปัจจัยที่ควบคุมได้ภายในบริษัท ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ** หมายถึง ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ในระดับการดำเนินงานซึ่งอยู่ภายในประเทศ เช่น ผู้ผลิต แรงงาน ลูกค้า รัฐบาล เป็นต้น

**ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ** หมายถึง ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ภายนอกประเทศหรือระหว่างประเทศ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี และการแข่งขันระหว่างประเทศ

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร (Review of Related Literature)

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน ผู้วิจัยได้ ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อแบ่งเป็น 7 ส่วน คือ

1. ข้อมูลโดยทั่วไปของทุเรียน
2. การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม
3. สถานการณ์การผลิตและตลาดการส่งออกทุเรียนในปัจจุบัน
4. มาตรฐานคุณภาพทุเรียน
5. การส่งออกทุเรียน
6. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน
7. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกทุเรียน
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ข้อมูลโดยทั่วไปของทุเรียน

คนไทยชอบกินทุเรียนมาไม่น้อยกว่า 300 ปี และทุเรียนปลูก (*Durio zibethinus* Murr.) มีแหล่งกำเนิดในสุมาตรา หรือบอร์เนียว สกุล *Durio* นั้นมีอยู่ 27 ชนิด และในจำนวนนี้มีอยู่ในสุมาตรา 7 ชนิด บอร์เนียว 19 ชนิด มาลายา 11 ชนิด ไทย พม่า ซีลอน (ศรีลังกา) และฟิลิปปินส์ ประเทศละ 1 ชนิด แต่จากหลักฐานกรมป่าไม้รายงานว่า ไทยมีอยู่ 4 ชนิด คือ ทุเรียนปลูก (*D. zibethinus* Murr.) ทุเรียนดอน (*D. malaccensis* Planch. Ex Mast.) ทุเรียนนก (*D. griffithii* (Mast.) Bakh.) และทุเรียนป่า (*D. pinanginan* Ridley) (หิรัญ หิรัญประดิษฐ์, 2541)

#### พันธุ์ทุเรียน

ทุเรียนที่พบในประเทศนั้นมีจำนวนมากกว่า 200 พันธุ์ แต่พันธุ์ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและได้รับการส่งเสริมให้ปลูกเพื่อการค้ามีเพียง 4 พันธุ์ ได้แก่

1.1 พันธุ์หมอนทอง เป็นทุเรียนที่ผู้บริโภคนิยมมาก ลักษณะลำต้นสูงใหญ่ ทรงกรวยคว่ำ ลักษณะผลยาวและใหญ่ น้ำหนักประมาณ 2.5-5 กิโลกรัม ขั้วใหญ่ก้นผลแหลม หามห่าง เมล็ดลีบเป็นส่วนใหญ่ เนื้อหนาสีเหลืองไม่เข้มจัด รสหวานมันพอเหมาะ กลิ่นไม่แรงเท่ากับพันธุ์อื่นๆ เมื่อสุกเต็มที่แล้วสามารถเก็บไว้ได้นานกว่าพันธุ์อื่นๆ โดยที่เนื้อยังแข็งแห้ง เป็นทุเรียนที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีปริมาณเนื้อมากที่สุด คุณภาพเนื้อเหมาะสำหรับการแปรรูป เช่น กวน แซ่แข็ง เป็นต้น หมอนทองเป็นพันธุ์ที่ได้รับการนิยมปลูกกันมากในจังหวัดทางภาคตะวันออก และภาคใต้

1.2 พันธุ์ชะนี เป็นพันธุ์ทุเรียนในตระกูลลวง<sup>1</sup> มีคุณภาพดีเป็นที่นิยมทั่วไปของผู้บริโภค เจริญเติบโตรวดเร็ว และง่ายต่อการบำรุงรักษา ให้ผลผลิตจำนวนมากและติดผลทุกปี ลักษณะผลค่อนข้างยาวและใหญ่ ตรงกลางป่อง ก้นผลแบน ส่วนหัวเรียว ขนาดพูไม่สม่ำเสมอ หนามค่อนข้างใหญ่ น้ำหนักผลประมาณ 2-3 กิโลกรัม เนื้อละเอียดและเหนียวปานกลาง เมื่อสุกมีสีเหลืองเข้ม การสุกของเนื้อในผลเดียวกันค่อนข้างสม่ำเสมอ กลิ่นค่อนข้างแรง รสหวานมัน ทนทานต่อโรคโคนเน่ารากเน่าได้ดี

1.3 พันธุ์ก้านยาว เป็นพันธุ์ที่ดูแลรักษายาก ไม่ติดผลทุกปี ลักษณะผลกลมได้สัดส่วน ก้านผลยาวกว่าพันธุ์อื่นๆ หนามค่อนข้างถี่ และเล็กสม่ำเสมอทั้งผล เนื้อละเอียดถึงเหนียว เส้นใยของเนื้อน้อย สภาพเนื้อเมื่อสุกคงรูปนำรับประทาน งามแล้วเนื้อไม่แฉะ สีเนื้อสม่ำเสมอ

1.4 พันธุ์กระดุม เป็นทุเรียนที่มีผลขนาดเล็ก เส้นผ่าศูนย์กลางโดยเฉลี่ยประมาณ 11-12 เซนติเมตร ยาวประมาณ 14-15 เซนติเมตร น้ำหนักผลประมาณ 1-2 กิโลกรัม หัวเล็ก ค่อนข้างยาว ผลค่อนข้างกลมแบน เมล็ดค่อนข้างใหญ่ มีเนื้อประมาณร้อยละ 33 ของน้ำหนักผล เนื้อสีเหลืองอ่อน กลิ่นไม่ค่อยฉุน รสไม่ค่อยหวานนัก เนื้อบางละเอียด อ่อนนุ่ม และง่ายเมื่อสุกจัดสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ก่อนพันธุ์อื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีพันธุ์ทุเรียนที่กำลังได้รับความสนใจจากชาวสวนอีกพันธุ์หนึ่งคือ พันธุ์พวงมณี เป็นพันธุ์ทุเรียนดั้งเดิมที่ปลูกกันมานาน เป็นพันธุ์ที่ขายได้ราคาดี และน่าที่จะส่งเสริมให้ทำเป็นการค้าอีกพันธุ์หนึ่ง เนื่องจากมีผลขนาดพอเหมาะ สามารถรับประทานได้หมดในมือเดียว และ/หรือคนเดียวต่อหนึ่งหรือสองผล มีกลิ่นน้อย โดยมีน้ำหนักผลเฉลี่ยประมาณ 2 กิโลกรัม ลักษณะทรงผลรูปไข่คล้ายลูกวัว<sup>1</sup> ทรงผลต่างไปจากพันธุ์อื่นๆ เนื้อในมีสีส้มสวยงาม คือ มีสีจ้ำปอมส้ม เนื้อบางกว่าพันธุ์กระดุม รสชาติหวานมัน เนื้อละเอียดและเหนียว ไม่แฉะเละ แม้ว่าจะสุกเกินไป การติดดอกเหมือนพันธุ์ชะนี เป็นพันธุ์ที่เหมือนกับพันธุ์ของประเทศมาเลเซีย และมาเลเซียนำเข้าเพื่อการบริโภคในราคาที่สูงกว่าพันธุ์ชะนีและหมอนทอง (hiranyu hiranyu prachitsi<sup>1</sup>, 2541)

<sup>1</sup> ตระกูลลวง หมายถึง ตระกูลหนึ่งของพันธุ์ทุเรียน ลักษณะของผลค่อนข้างยาว รูปรี ฐานและปลายผลสอบ ผิวสีเขียวอ่อนหรือเขียวปนน้ำตาลอ่อน หนามเล็ก ไม่สม่ำเสมอ สั้นและยาว มีพูใหญ่เรียกว่าพูเอก นอกนั้นเป็นพูรอง ส่วนผู้ที่สืบเรียกว่าพูดอก ส่วนบริเวณหัว เนื้อสีเหลืองจ้ำปอมส้มหรือค่อนข้างแดง เนื้อหนา รสหวานมากกว่ามัน กลิ่นค่อนข้างฉุน พันธุ์ทุเรียนที่อยู่ในตระกูลนี้เช่น พันธุ์ลวงทอง พันธุ์หมูปูศรี พันธุ์ชะนี พันธุ์สายหยุด เป็นต้น (ทุเรียน, 2549)

## 2. การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม

หลักสำคัญในการผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ได้ทุเรียนที่มีคุณภาพ (การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม, 2549) มีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับทุเรียน

ทุเรียนสามารถเจริญเติบโตและให้ผลผลิตได้ในพื้นที่ความสูงที่ไม่มีน้ำท่วมถึง ดินเป็นดินร่วนปนทรายมีความอุดมสมบูรณ์สูง ระบายน้ำดี ความเป็นกรดต่างของดิน 5.5-6.5 อุณหภูมิ 10-46 องศาเซลเซียส มีการกระจายตัวของฝนดี มีช่วงแล้งต่อเนื่องน้อยกว่า 3 เดือน/ปี ความชื้นสัมพัทธ์มากกว่าร้อยละ 30 มีความต้องการน้ำในการเจริญเติบโต 600-800 ลูกบาศก์เมตร/ทุเรียน 1 ไร่

2.2 โรคพืชและการป้องกันกำจัด การระบาดของโรครากเน่า-โคนเน่า เป็นปัญหาที่สำคัญในการผลิตทุเรียนในการส่งออก โดยเชื้อรา *Phytophthora palmivora* จะทำให้เกิดอาการเน่าที่โคนหรือลำต้น รากเน่าและผลเน่า ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อสวนทุเรียนอันเนื่องมาจากการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้อง และส่งผลเสียต่อการผลิตทุเรียนเป็นปริมาณมาก (กรมวิชาการเกษตร, 2549)

2.3 การเก็บเกี่ยว ผลทุเรียนที่มีลักษณะสมบูรณ์ดังภาพที่ 1 สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้จากการบ่งบอกของรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 2.3.1 ดัชนีการเก็บเกี่ยว

2.3.1.1 นับอายุผล ตั้งแต่วันดอกบานจนถึงวันเก็บเกี่ยว ซึ่งเป็นประมาณ 90-100 วัน สำหรับพันธุ์กระดุม 105-110 วัน สำหรับพันธุ์ชะนี และ 120-135 วัน สำหรับพันธุ์หมอนทอง

2.3.1.2 สังเกตก้านผล เมื่อผลทุเรียนเริ่มแก่ก้านผลจะแข็งและมีสีเข้มขึ้น เมื่อสัมผัสจะรู้สึกสากมือบริเวณปากปลิงจะบวมโต เห็นรอยต่อชัดเจน เมื่อจับก้านผลแล้วแกว่งผลทุเรียน จะรู้สึกว่า ก้านผลมีสปริงมากขึ้น

2.3.1.3 สังเกตหนาม ปลายหนามจะแห้ง สีน้ำตาลเข้ม เปราะและหักง่าย หนามกางออก ร่องหนามห่าง เมื่อบีบหนามเข้าหากัน จะรู้สึกว่าไม่มีสปริง

2.3.1.4 สังเกตรอยแยกระหว่างพู ผลทุเรียนที่แก่จัด จะสังเกตเห็นรอยแยกบนพูได้อย่างชัดเจนยกเว้นบางพันธุ์ที่ลักษณะดังกล่าว ไม่ปรากฏชัดเจน เช่น พันธุ์ก้านยาว

2.3.1.5 การเคาะเปลือก เมื่อเคาะผลทุเรียนที่แก่จัดจะมีเสียงดังไปรั้งๆ เสียงหนักหรือเบาแตกต่างกันไปขึ้นกับพันธุ์ทุเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1.6 สังเกตสีเนื้อ สีเนื้อทุเรียนจะเปลี่ยนจากสีขาวเป็นสีเหลืองอ่อน หรือเหลืองเข้ม ตามลักษณะประจำของแต่ละพันธุ์ และความแก่ที่ต่างกัน

2.3.1.7 การปล่อยให้ผลทุเรียนร่วง ปกติดอกทุเรียนแต่ละรุ่นในต้นเดียวกัน จะบานไม่พร้อมกัน(แตกต่างกันไม่เกิน 10 วัน) ดังนั้นเมื่อมีผลทุเรียนบนต้นเริ่มแก่ ลูก และร่วง ก็เป็นสัญญาณเตือนว่า ทุเรียนที่เหลือบนต้นเริ่มแก่สามารถเก็บเกี่ยวได้แล้ว

2.3.1.8 การชิมปลิง เมื่อตัดขั้วผลหรือปลิงของผลทุเรียนแก่จัด จะพบว่า มีน้ำใส ไม่ข้นเหนียวเหมือนในทุเรียนอ่อน และเมื่อชิมดูจะมีรสหวาน



ภาพที่ 1 ภาพแสดงลักษณะภายนอกของทุเรียน  
ที่มา : มกอช. (2546)

2.3.2 วิธีการเก็บเกี่ยว ใช้มีดคมๆ ตัดก้านผลส่วนที่อยู่เหนือปากปลิง เพื่อให้ผลหลุดจากต้น และส่งลงมาให้คนที่รออยู่ใต้ต้น ใช้กระสอบป่านตัวด้รับผลหรือใช้วิธีโยยเชือกลงมา วางผลลงในเข่งไม้ไผ่ หรือในพื้นที่ที่เตรียมไว้พยายาม หลีกเลี่ยงการวางผลทุเรียนบนพื้นดินในสวนโดยตรง เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของเชื้อราที่อยู่ในดิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว แยกเป็น 2 ส่วน (การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม, 2549) คือ

2.4.1 การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวในสวน โดยเก็บเกี่ยวผลทุเรียนจากต้นแล้ว ควรปฏิบัติ ดังนี้

2.4.1.1 คัดแยกผลที่ตกกระแทกพื้น ช้ำหัก หรือมีตำหนิจากโรคและแมลง และการเก็บเกี่ยวแยกไว้ต่างหาก

2.4.1.2 ขนย้ายผลทุเรียนไปยังโรงคัดแยกของสวน ด้วยความระมัดระวัง และวางเรียงให้เป็นระเบียบบนแท่นรองรับสินค้า (Pallet) หรือเรียงบนพื้นที่สะอาด เพื่อรอการขนส่งไปยังโรงคัดบรรจุ

2.4.2 การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวที่โรงคัดบรรจุ

2.4.2.1 คัดเลือกผลผลิตที่ดีอยู่คุณภาพด้วยสายตา เช่น ทุเรียนอ่อน มีตำหนิโรคและแมลงเป็นต้น แยกไว้ต่างหาก

2.4.2.2 คัดขนาดและคัดคุณภาพ ตามมาตรฐานคุณภาพของทุเรียน

2.4.2.3 ทำความสะอาดผลทุเรียนที่คัดคุณภาพแล้วโดยใช้แรงลมเป่าเพื่อกำจัดเศษวัสดุและแมลงบางชนิดออกจากผิวผล จากนั้นจุ่มผลทุเรียนในสารละลายของสารเคมีเบนโนมิลและกรดฟอสฟอรัสเพื่อป้องกันโรคผลเน่า

2.4.2.4 จุ่มผลทุเรียนในสารละลายเอทธิฟอน 1,000-2,000 ppm หรือจุ่มเฉพาะส่วนก้านผลในสารละลายเอทธิฟอน 10,000 ppm ในกรณีที่ต้องขนส่งทุเรียนทางอากาศ ซึ่งใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน ก่อนถึงผู้บริโภค เพื่อให้ผลทุเรียนสุกเสมอกัน

2.4.2.5 ผึ่งผลให้แห้งบนแท่นรองรับสินค้า

2.4.1.6 เมื่อผลทุเรียนแห้งแล้วจึงติดป้ายชื่อสินค้าที่ขั้วผลทุเรียน แล้วจึงบรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูก ขนาดบรรจุ 10 กก.ต่อกล่อง แล้วขนย้ายด้วยรถพ่วงสินค้าห้องเย็นไปยังท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน เพื่อจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ หรือเก็บรักษาที่อุณหภูมิตั้งแต่ 15 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 85-90 เพื่อรอการขนส่งไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศต่อไป

## 2.5 การเก็บรักษา

2.5.1 ผลทุเรียนที่เก็บเกี่ยวมาแล้ว สามารถเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิ 30 องศาเซลเซียส ได้นาน 2-9 วันและที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส ได้นาน 5-12 วัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 เก็บรักษาผลทุเรียนที่อุณหภูมิ 15 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 85-90 จะเก็บรักษาผลทุเรียนได้นานประมาณ 2 สัปดาห์ ทั้งนี้แล้วแต่ความแก่ของทุเรียน

2.5.3 ผลทุเรียนดิบจะแสดงอาการสะท้อนหนาว (Chilling injury) ถ้าเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส โดยผิวผลจะเป็นสีดำ หรือสีน้ำตาลบริเวณร่องหนาม และแผ่ขยายจนทั่วผล เนื้อไม่สุกและมีอาการยุบตัวของเนื้อ

### 3. สถานการณ์การผลิตและตลาดการส่งออกทุเรียนในปัจจุบัน

#### 3.1 สถานการณ์การผลิตทุเรียน

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตทุเรียนรายใหญ่ของโลก โดยมีแหล่งผลิตสำคัญอยู่ในภาคตะวันออกและภาคใต้ ในปี 2547 มีพื้นที่ปลูกรวม 844,000 ไร่ และเป็นพื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้ว 720,000 ไร่ (ตารางที่ 1) ในปี 2548 มีปริมาณผลผลิตทุเรียน ประมาณ 0.640 ล้านตัน ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 22.7 จากการลดลงของพื้นที่ให้ผล ประกอบกับสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการออกดอก รวมทั้งประสพภาวะภัยแล้งในช่วงติดผล ส่งผลให้ผลผลิตลดลง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2549)

โดยมีการปลูกทุเรียนเป็นจำนวนมากในทุกภาคของประเทศไทย เช่น ภาคเหนือที่ อ.ลับแล จ.อุตรดิตถ์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ จ.นครพนม ภาคกลางที่ จ.นนทบุรี อัญญา ลพบุรี และสระบุรี ภาคใต้ที่สำคัญ ได้แก่ จ.ชุมพร สุราษฎร์ธานี นราธิวาส และตรัง ภาคตะวันออกที่สำคัญ ได้แก่ จ.จันทบุรี ระยอง ปราจีนบุรี และตราด เป็นต้น จากสถิติการเพาะปลูกและพื้นที่ จังหวัดที่ผลิตได้มากที่สุด คือ จังหวัดจันทบุรี ผลิตได้ประมาณร้อยละ 50 ของผลผลิตทั้งประเทศ รองลงมาได้แก่ ระยอง ชุมพร และตราด พันธุ์ที่นิยมปลูก ได้แก่ หมอนทอง กระดุมทอง ชะนี พวงมณี และก้านยาว (ตารางที่ 2)

ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา เกษตรกรได้นำสารเคมีประเภท “แพคโคบิวทาโซล” มาใช้ในการปลูกทุเรียน เพื่อให้ได้ผลผลิตทุเรียนนอกฤดูกาล ทำให้ทุเรียนออกดอกได้เร็วกว่าธรรมชาติ ส่งผลให้ฤดูกาลออกผลผลิตของทุเรียน ทั้งในภาคตะวันออก และภาคใต้เปลี่ยนไป ซึ่งทำให้ผลผลิตทุเรียนพันธุ์หมอนทองออกมาใกล้กับพันธุ์ชะนี และพันธุ์กระดุม เนื่องจากตลาดต้องการพันธุ์หมอนทอง ทำให้ทุเรียนพันธุ์กระดุมและพันธุ์อื่นๆ มีราคาตกต่ำ ดังนั้น ในอนาคตมีการคาดการณ์ว่าทุเรียนในตลาดจะมีแต่พันธุ์หมอนทองเท่านั้น (นพรัตน์ รุ่งอุทัยศิริ, 2546)

ตารางที่ 1 ทูเรียน : เนื้อที่ ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ราคาและมูลค่าของผลผลิตตามราคา  
เกษตรกรขายได้ ปี พ.ศ. 2538-2547

ปี	เนื้อที่ยืนต้น	เนื้อที่ให้ผล	ผลผลิต	ผลผลิตต่อไร่	ราคา	มูลค่าผลผลิต
	(1,000 ไร่)	(1,000 ไร่)	(1,000 ตัน)	(กก.)	เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)	ตามราคาเกษตรกรขายได้(ล้านบาท)
2538	659	582	850	1,460	22.72	19,311
2539	672	611	918	1,501	21.52	19,749
2540	678	616	916	1,487	23.82	21,820
2541	693	620	464	748	30.77	14,275
2542	701	635	781	1,230	21.52	16,805
2543	761	648	649	1,002	21.68	14,068
2544	808	667	883	1,323	16.87	14,900
2545	816	690	961	1,393	15.59	14,982
2546	833	705	736	1,044	14.27	10,500
2547	844	720	828	1,151	11.72	9,740

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลผลิตทางวิชาการกับผลผลิตของเกษตรกรตามแหล่งปลูก

พันธุ์	ผลผลิตทางวิชาการ * (กก./ไร่)	ผลผลิตเฉลี่ยของเกษตรกร ** (กก./ไร่)	แหล่งปลูก
ชะนี	1,000-2,000	1,557	จันทบุรี
		1,590	ระยอง
		1,192	ตราด
		461	ยะลา
		524	นราธิวาส
		รวม	1,065
กระดุม	1,000-1,800	1,552	จันทบุรี
		987	ตราด
		1,093	ระยอง
		1,019	นครศรีธรรมราช
		999	สตูล
		รวม	1,030
หมอนทอง	1,000-1,800	1,695	จันทบุรี
		1,446	ชุมพร
		1,957	ระยอง
		1,116	นครศรีธรรมราช
		1,465	สุราษฎร์ธานี
		รวม	1,536

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

พันธุ์	ผลผลิตทางวิชาการ * (กก./ไร่)	ผลผลิตเฉลี่ยของเกษตรกร ** (กก./ไร่)	แหล่งปลูก	
ก้านยาว	1,000-1,600	409	ยะลา	
		539	นราธิวาส	
		1,559	จันทบุรี	
		1,055	ชุมพร	
		รวม	624	ปัตตานี
		อื่นๆ	628	อุดรดิตถ์
		1,121	นครศรีธรรมราช	
		907	พังงา	
		597	ยะลา	
		รวม	446	นราธิวาส
เฉลี่ย	1,000-1,800	740	1,040	

ที่มา : กรมวิชาการเกษตร (2549)

\*ข้อมูลงานค้นคว้าวิจัย สถาบันวิจัยพืชสวน \*\* ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2 ตลาดการส่งออกทุเรียน

ในบรรดาผลไม้สดที่ส่งออกนั้นผลไม้ที่ได้รับความนิยม และมียุทธศาสตร์การส่งออกสูง ห้าอันดับแรกในปี พ.ศ. 2542 ได้แก่ ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง และส้มโอ ตามลำดับ โดยทุเรียนมีมูลค่าส่งออกเป็นอันดับหนึ่ง ของผลไม้สดส่งออกทั้งหมด มีผู้นิยมบริโภคทุเรียนกันมาก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในเขตเมืองหนาว เพราะทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีแคลอรีสูง บริโภคแล้วทำให้ร่างกายอบอุ่น ปริมาณการซื้อขายทุเรียนจึงเพิ่มขึ้นทุกปี นับว่าเป็นไม้ผลที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศตลอดมา แสดงให้เห็นว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่ทำรายได้ให้กับประเทศค่อนข้างมากเพื่อเทียบกับผลไม้อื่นๆ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542)

ปริมาณสินค้าทุเรียน และผลิตภัณฑ์ที่ส่งขายต่างประเทศตลอดปี 2548 คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 2,666.25 ล้านบาท โดยส่งออกในรูปแบบทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง และทุเรียนอบแห้ง (ตารางที่ 3)

ผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มชาวเอเชีย ตลาดที่สำคัญได้แก่ ตลาดเอเชีย (มูลค่า 2,195.5 ล้านบาท ในปี 2544) เช่น ไต้หวัน (มูลค่า 816.9 ล้านบาท) ฮองกง (มูลค่า 1,160.6 ล้านบาท) จีน (มูลค่า 40.1 ล้านบาท) เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ ตลาดอเมริกา (มูลค่า 354.4 ล้านบาท) และออสเตรเลีย (มูลค่า 55.0 ล้านบาท) ที่มีชาวเอเชียที่คุ้นเคยกับผลไม้เมืองร้อนอพยพไปอาศัยอยู่ โดยนิยมบริโภคในรูปแบบผลสด แช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ตามลำดับ (กรมวิชาการเกษตร, 2549)

ตลาดส่งออกผลไม้สดและแปรรูปที่สำคัญของไทยได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ ออสเตรเลีย และสหภาพยุโรป ซึ่งแต่ละแห่งมีกฎระเบียบ ข้อบังคับเกี่ยวกับการนำเข้าและการตรวจสอบคุณภาพสินค้าแตกต่างกันดังนี้ (ทิศทางการส่งออกและลงทุน, 2543)

ตลาดญี่ปุ่น มีกฎหมายเกี่ยวกับการกักกันพืช (Plant Quarantine Laws) กำหนดให้ผลไม้ที่นำเข้าต้องผ่านการตรวจสอบว่าปลอดจากแมลงหรือโรคพืช ซึ่งสถานีกักกันโรคพืชที่ทำการตรวจสอบจะออกใบรับรองการตรวจโรค (Certificate of Inspection) ให้ ภายใต้กฎหมายนี้ ญี่ปุ่นอนุญาตให้นำเข้าผลไม้สดจากไทย 5 ชนิด คือ กัลลวย ทุเรียน มะพร้าว สับปะรดและองุ่น ส่วนผลไม้อื่นๆต้องผ่านการกำจัดโรคพืชและแมลงหรือต้องแปรรูปก่อนที่จะสามารถนำเข้าได้ เช่น มังคุดต้องผ่าซีกและแช่แข็งก่อนจึงจะนำเข้าได้

ตลาดสหรัฐฯ มีกฎหมายเกี่ยวกับการกักกันพืชที่เข้มงวดเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคพืชที่อาจติดไปกับผลไม้สด

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือน : ทุเรียนสด แช่แข็ง และอบแห้ง

ปริมาณ : ตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	2544		2545		2546		2547		2548		2549	
	เดือน	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
ม.ค.	7,361	118.9	6,053	114.14	3,931	73.75	2,766	52.43	6,614	112.04	3,507	89.12
ก.พ.	6,600	105	4,067	74.5	1,746	27.24	2,292	61.79	2,891	49.08	6,339	143.47
มี.ค.	7,010	147.97	5,042	133.61	10,022	165.46	3,953	96.35	10,599	158.92	6,180	144.03
เม.ย.	25,118	489.57	12,589	232.85	20,152	372.28	15,784	315.09	29,025	466.51	13,650	294.33
พ.ค.	38,395	730.64	32,703	624.87	5,259	109.76	26,862	505.19	25,442	424.52	31,738	610.72
มิ.ย.	12,466	242.33	15,032	302.64	8,503	161.61	9,736	191.88	21,298	386.47	24,922	468.16
ก.ค.	4,265	80.56	11,675	234.46	14,728	300.3	9,687	180.86	18,520	344.82	24,988	627.82
ส.ค.	18,404	308.3	12,409	208.47	14,685	247.76	11,953	214.95	20,280	374.87	18,378	330.26
ก.ย.	11,677	189.68	5,127	104.63	7,851	163.78	14,278	249.39	6,928	146.8	13,277	239.05
ต.ค.	7,264	129.95	1,965	64.74	7,038	125.29	7,481	135.12	3,908	89.52	3,018	74.78
พ.ย.	1,915	37	3,290	120.04	5,365	116.54	4,998	83.79	2,090	52.31	3,058	71.52
ธ.ค.	3,171	63.56	3,529	106.75	7,569	135.85	8,561	140.2	2,538	60.39	4,882	100.83
รวม	143,646	2,643.46	113,481	2,321.70	106,849	1,999.62	118,351	2,227.04	150,133	2,666.25	153,932	3,191.09

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของ กรมศุลกากร (2550) ปรับปรุงครั้งสุดท้ายเมื่อ 29/01/2550

ตลาดออสเตรเลีย มีกฎหมายเกี่ยวกับการกักกันพืชเพื่อควบคุมการระบาดของโรคพืชที่อาจติดไปกับผลไม้สดเช่นเดียวกับญี่ปุ่นและสหรัฐฯ โดยออสเตรเลียห้ามการนำเข้าผลไม้สด แต่อนุญาตให้นำเข้าผลไม้ที่ผ่านการแปรรูปได้

ตลาดสหภาพยุโรป สินค้าประเภทผลไม้สดและแปรรูปจะต้องผ่านการตรวจสอบ 2 ขั้นตอน คือ

3.2.1 การตรวจสอบในประเทศผู้ส่งออก ก่อนที่จะส่งผลไม้ไปจำหน่ายในสหภาพยุโรปการตรวจสอบนี้ทำโดยหน่วยงานราชการที่เป็นตัวแทนในประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศไทยคือ กรมวิชาการเกษตร ซึ่งจะทำการตรวจสอบผู้ผลิตและตัวสินค้าก่อนจะออกใบรับรอง (Inspection Certificate) ให้สินค้านั้น

3.2.2 การตรวจสอบในสหภาพยุโรป โดยเจ้าหน้าที่ของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป ที่นำเข้าจะทำการตรวจสอบอีกครั้งเมื่อสินค้าไปถึง ณ ที่นำเข้าด้วยการเก็บตัวอย่างสินค้าไปตรวจสอบ

#### 4. มาตรฐานคุณภาพทุเรียน

ทุเรียนจัดเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย แต่ละปีจะมีการส่งทุเรียนจากแหล่งผลิตไปจำหน่ายทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่าหลายพันล้านบาทต่อปี เท่าที่ผ่านมา ทุเรียนจากประเทศไทยได้รับการยอมรับจากตลาดต่างประเทศว่ามีคุณภาพดีกว่าทุเรียนจากประเทศอื่น จึงสามารถครองตลาดต่างประเทศได้เป็นอันดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มักประสบปัญหาเมื่อทุเรียนที่ซื้อมามีคุณภาพด้อยกว่าที่ควร ทั้งนี้ เนื่องจากว่าผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางไม่คำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพของผลผลิตที่จะออกจำหน่าย มีการให้ราคาตามความพอใจของพ่อค้า ซึ่งก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมของระบบการตลาด รวมทั้งมีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าที่จำหน่ายในท้องตลาด กล่าวคือ สินค้าจะมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอหรือไม่ได้มาตรฐานตามที่ตลาดต่างประเทศบางกลุ่มต้องการ จึงจะเห็นได้ว่ามาตรฐานคุณภาพเป็นสิ่งที่จำเป็น ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศแล้ว มาตรฐานคุณภาพยังก่อให้เกิดความเชื่อถือระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายตลอดจนส่งเสริมการผลิต การส่งออก และลดความสูญเสียของคุณภาพผลผลิตอีกด้วย (หิรัญ หิรัญประดิษฐ์, 2541)

#### 4.1 การกำหนดมาตรฐานคุณภาพของทุเรียน

จากหลักเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพ กระแสโลกาภิวัตน์ และเรื่องอื่น ๆ ที่ได้กล่าวถึงข้างต้น การกำหนดมาตรฐานสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นในส่วนของการตลาด อย่างไรก็ตามข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดมาตรฐานของผักและผลไม้สดนั้นมิได้อยู่จำกัดและกระจัดกระจาย ข้อมูลที่จำเป็น ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น เช่น ลักษณะทั่วไป ลักษณะเฉพาะตัว วิธีการบรรจุหีบห่อที่มีประสิทธิภาพ วิธีการเก็บตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ ฯลฯ ข้อมูลดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยีการผลิต วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว วิธีการขนส่งและวิธีการเก็บรักษา รสนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งกฎและระเบียบของตลาดเป้าหมาย

การกำหนดมาตรฐาน ต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบ หากผิดพลาดจะเกิดความเสียหายอย่างมาก ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เช่น เกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ผู้ประกอบการขนส่ง นักวิชาการทางด้านการเกษตร ด้านการค้า เพื่อจะได้ร่วมกันพิจารณาปัญหาได้ทั่วถึงทุกด้าน ข้อควรคำนึงในการกำหนดมาตรฐานสรุปได้ดังนี้ (หิรัญ หิรัญประดิษฐ์ , 2541)

4.1.1 ควรเป็นไปรูปเดียวกัน เหมือนๆ กัน สม่่าเสมอ

4.1.2 ไม่ควรมีข้อกำหนดมากเกินไปสำหรับผู้ผลิต ซึ่งจะทำให้เพิ่มค่าใช้จ่าย

โดยใช่เหตุ

4.1.3 ไม่ควรมีข้อกำหนดที่เกินขีดความสามารถทางเทคโนโลยี

4.1.4 ต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้บริโภค

#### 4.2 มาตรฐานทุเรียนของประเทศไทย

เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพ การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภค จึงก่อให้เกิดการกำหนดมาตรฐานขึ้น (มกช. ,2546) โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 4.2.1 นิยามของผลิตภัณฑ์

มาตรฐานนี้ใช้กับ “ทุเรียน” (Durian) พันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้าซึ่งมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า “*Durio zibethinus* Marr.” อยู่ในวงศ์ Bombacaceae สำหรับการบริโภคสด

##### 4.2.2 บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาตินี้ มีดังต่อไปนี้

- 4.2.2.1 แกน หมายถึง ลักษณะเนื้อทุเรียนที่แข็งเป็นไต
- 4.2.2.2 เต่าเผา หมายถึง ลักษณะของเนื้อทุเรียนบางส่วนที่มีสีน้ำตาล หรือน้ำตาลไหม้
- 4.2.2.3 ไล่ซีม หมายถึง ใต้กลางของผลแฉะ และอาการนี้อาจจะลามไปถึงเนื้อ
- 4.2.2.4 พุสมบูรณ์ คือ ลักษณะภายนอกของทุเรียนที่เป็นพุ่มเต็มตลอดความยาวของผล

#### 4.2.3 ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

##### 4.2.3.1 คุณภาพขั้นต่ำ

- ทุเรียนทุกชั้นมาตรฐานต้องมีคุณภาพดังต่อไปนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้

- เป็นผลทุเรียนสดทั้งผลพร้อมขั้วที่สมบูรณ์และอาจมีก้านผล
- สภาพภายนอกมีความสมบูรณ์ไม่เน่าเสีย
- ไม่มีตำหนิที่เห็นเด่นชัดและไม่มีผลกระทบถึงคุณภาพภายใน
- ไม่มีศัตรูพืช ที่มีผลต่อรูปลักษณะทั่วไปของผลิตผล
- ไม่มีความเสียหายของผลิตผลเนื่องจากศัตรูพืช
- ปลอดภัยจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำหรืออุณหภูมิสูง
- ปลอดภัยจากกลิ่นและรสชาติแปลกปลอม หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง
- สภาพความสมบูรณ์ภายในเมื่อสุก ไม่มีอาการผิดปกติของเนื้อได้แก่ แกน เต่าเผา ไล่ซีม ถ้ามีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันต้องไม่เกินร้อยละ 5 ของส่วนที่บริโภคได้

- ผลทุเรียนต้องแก่ได้ที่เหมาะสมกับพันธุ์และพื้นที่ปลูก กล่าวคือผลสามารถพัฒนาเป็นผลสุกได้หลังเก็บเกี่ยวจากต้นแล้ว มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และผลอยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง

##### 4.2.3.2 การแบ่งชั้นคุณภาพ ทุเรียนตามมาตรฐานนี้ แบ่งเป็น 3 ชั้น

คุณภาพดังนี้

- ชั้นพิเศษ ("Extra" Class) ทุเรียนชั้นนี้มีคุณภาพดีที่สุด ตรงตามพันธุ์ จำนวนพูสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 4 พู ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพูสมบูรณ์ 5 พู มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ ปลายหนามไม่แตก ปลอดภัยจากตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในด้านรูปลักษณะทั่วไปของผล รวมทั้งคุณภาพภายใน ต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษาและการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

- ชั้นหนึ่ง (Class I) ทุเรียนชั้นนี้มีคุณภาพดี ตรงตามพันธุ์ จำนวนพูสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 3 พู และพูไม่สมบูรณ์อีก 2 พู และไม่ทำให้รูปทรงทุเรียนเสียไป ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพูสมบูรณ์ 4 พู มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ ปลายหนามไม่แตก มีตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และตำหนิดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในด้านรูปลักษณะทั่วไปของผล รวมทั้งต่อคุณภาพภายใน ต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

- ชั้นสอง (Class II) ชั้นนี้รวมทุเรียนที่ไม่เข้าชั้นที่สูงกว่าแต่มีคุณภาพชั้นต่ำตามข้อ 4.2.3.1 มีคุณภาพตรงตามพันธุ์ จำนวนพูสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 2 พู และพูไม่สมบูรณ์อีก 2 พู ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพูสมบูรณ์ 3 พู และพูไม่สมบูรณ์อีก 2 พู มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ มีตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่ตำหนิดังกล่าวต้องไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อทุเรียน

4.2.4 ข้อกำหนดเรื่องขนาด ผลทุเรียนแต่ละพันธุ์ต้องมีน้ำหนักต่อผลดังนี้

4.2.4.1 พันธุ์ชะนี ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4 กิโลกรัม

4.2.4.2 พันธุ์หมอนทอง ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 6 กิโลกรัม

4.2.4.3 พันธุ์ก้านยาว ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม

4.2.4.4 พันธุ์กระดุมทอง ไม่น้อยกว่า 1.3 กิโลกรัม

ข้อกำหนดเรื่อง การกำหนดรหัสขนาดมีรายละเอียดตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ข้อกำหนดเรื่องรหัสขนาดของทุเรียน

รหัสขนาด	น้ำหนักต่อผล (กิโลกรัม)
1	>4
2	>3-4
3	>2-3
4	>1.3-2

ที่มา : มกอช. (2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.5 ข้อกำหนดเรื่องเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพที่ยอมให้มีได้ในแต่ละรุ่นของการส่งมอบ สำหรับผลิตผลที่ไม่เข้าขั้นที่ระบุไว้มีดังนี้

#### 4.2.5.1 เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ

- ชั้นพิเศษ ("Extra" Class) ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบที่คุณภาพไม่เป็นไปตามที่กำหนดของชั้นพิเศษ แต่เป็นไปตามคุณภาพชั้นหนึ่ง หรือคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นหนึ่ง

- ชั้นหนึ่ง (Class I) ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบที่คุณภาพไม่เป็นไปตามที่กำหนดของชั้นหนึ่ง แต่เป็นไปตามคุณภาพชั้นสอง หรือคุณภาพยังอยู่ในเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนของคุณภาพชั้นสอง

- ชั้นสอง (Class II) ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบที่คุณภาพไม่เป็นไปตามที่กำหนดของชั้นสอง แต่ต้องไม่มีผลเน่าเสียหรือสภาพไม่เหมาะสมต่อการบริโภค

#### 4.2.5.2 เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาด

ทุเรียนทุกชั้นมีทุเรียนขนาดใหญ่หรือเล็กกว่าชั้นถัดไปหนึ่งชั้นปนมาได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนผลในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบ

#### 4.2.6 ข้อกำหนดเรื่องการบรรจุและการจัดเรียงเสนอ

4.2.6.1 ความสม่ำเสมอ ทุเรียนที่บรรจุในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบ มีความสม่ำเสมอในเรื่องของพันธุ์และคุณภาพ

4.2.6.2 การบรรจุหีบห่อ บรรจุทุเรียนในลักษณะที่สามารถเก็บรักษาทุเรียนได้เป็นอย่างดี วัสดุที่ใช้ในการบรรจุต้องใหม่ สะอาด และมีคุณภาพเพื่อป้องกันความเสียหายอันจะมีผลต่อทุเรียน การใช้วัสดุโดยเฉพาะกระดาษหรือตราประทับที่มีข้อกำหนดทางการค้าสามารถทำได้หากมีการพิมพ์หรือมีการแสดงฉลากโดยใช้หมึกพิมพ์หรือกาวที่ไม่เป็นพิษ

#### 4.2.7 การแสดงเครื่องหมายหรือฉลาก

4.2.7.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่ง แต่ละหีบห่อต้องประกอบด้วยข้อความ ซึ่งจะระบุในเอกสารกำกับสินค้า หรือฉลากหรือแสดงไว้ที่ภาชนะบรรจุก็ได้ ข้อความต้องอ่านได้ชัดเจนไม่หลุดลอก โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลผู้ขายส่ง ชื่อและที่ตั้งของผู้ขายส่ง ผู้บรรจุ และหมายเลขรหัสสินค้า (ถ้ามี)

- ประเภทของผลิตผล ข้อความว่า "ทุเรียน" และหรือ "ชื่อพันธุ์ทุเรียน"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ข้อมูลแหล่งผลิต ประเทศที่ผลิต และหรือแหล่งผลิตในประเทศ
- ข้อมูลเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ชั้นคุณภาพ ขนาด และน้ำหนักสุทธิเป็นระบบ

เมตริก

4.2.7.2 ภาษา ฉลากของทุเรียนต้องมีข้อความเป็นภาษาไทย กรณีฉลากทุเรียนที่ผลิตเพื่อส่งออกจะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้

4.2.7.3 เครื่องหมายการตรวจสอบทางราชการหรือเครื่องหมายรับรอง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของหน่วยตรวจหรือหน่วยรับรองที่ได้รับการยอมรับจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4.2.8 สารปนเปื้อน ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติเรื่องสารปนเปื้อน

4.2.9 สารพิษตกค้าง ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และข้อกำหนดของมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติเรื่องสารพิษตกค้าง

4.2.10 สุขลักษณะ การเก็บเกี่ยว การปฏิบัติต่อทุเรียนในขั้นตอนต่างๆ รวมถึงการเก็บรักษา และการขนส่งทุเรียนต้องปฏิบัติตามสุขลักษณะ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนที่จะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค

4.2.11 การวิเคราะห์และชักตัวอย่าง

4.2.11.1 วิธีตรวจสอบความแก่ของผลทุเรียน

- ลักษณะภายนอกของผลทุเรียนแก่ได้ที่ ชั่วผลแข็ง สีเข้ม เมื่อสัมผัสผิวชั่วจะรู้สึกสากมือ บริเวณรอยต่อระหว่างชั่วผลและก้าน ผล ซึ่งเรียกว่าปากปลิงบวมโต เมื่อจับชั่วผลแล้วแกว่งผลทุเรียนจะรู้สึกชั่วผลแข็ง และมีสปริงมากขึ้น ร่องหนามห่าง เมื่อบีบปลายหนามเข้าหากันจะรู้สึกว่ามีสปริง ปลายหนามเริ่มแห้ง มีสีน้ำตาล และสังเกตเห็นรอยเป็นแนวยาวบนสันพูได้ชัดขึ้น ยกเว้นพันธุ์ก้านยาว

- ลักษณะภายในของผลทุเรียนแก่ได้ที่ของแต่ละพันธุ์ ต้องเป็นไปตามรายละเอียดในตารางที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 5 ลักษณะภายในชั้นต่ำของผลทุเรียนแก่ได้ที่ของแต่ละพันธุ์<sup>1</sup>

พันธุ์	ลักษณะภายในของผลทุเรียนแก่ได้ที่ (ผลดิบ)	น้ำหนักเนื้อแห้งชั้นต่ำ (ร้อยละ)
กระดุมทอง <sup>2</sup>	เนื้อสีเหลือง ผิวเมล็ดสีน้ำตาล	27
ชนะนี้ <sup>2</sup>	เนื้อสีเหลือง ผิวเมล็ดสีน้ำตาลปนครีม	30
หมอนทอง <sup>3</sup>	เนื้อสีขาวปนเหลืองอ่อน ผิวเมล็ดสีครีมปนน้ำตาล	32

ที่มา : มกอช. (2546)

<sup>1</sup> เทียบเท่ากับข้อกำหนดในการค้าขายสำหรับทุเรียนที่มีความแก่ร้อยละ 75

<sup>2</sup> จำนวนวันสุกหลังการเก็บเกี่ยว ในสภาพธรรมชาติ ประมาณ 4-5 วัน

<sup>3</sup> จำนวนวันสุกหลังการเก็บเกี่ยว ในสภาพธรรมชาติ ประมาณ 6-9 วัน

4.2.11.2 วิธีวิเคราะห์หีนอกเหนือจากข้อ 4.2.11.1 และวิธีชักตัวอย่าง ให้

เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้องและข้อกำหนดของมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องวิธีวิเคราะห์และชักตัวอย่าง

### 5. การส่งออกทุเรียน

เมื่อได้ผลผลิตทุเรียนแล้ว ขั้นตอนสำคัญต่อไปคือ การส่งออก การปฏิบัติในขั้นตอนนี้มีความสำคัญมากต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ (กฤติกา งามกัณหา, 2546) โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 การบรรจุหีบห่อ ต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

5.1.1 ความแข็งแรงของภาชนะบรรจุ โดยเฉพาะความสามารถในการรับแรงกดเมื่อเรียงซ้อนกัน และทนต่อการสั่นสะเทือน

5.1.2 ขนาดของภาชนะที่ใช้บรรจุ จะต้องได้มาตรฐานเหมาะสมกับปริมาณที่บรรจุที่ตลาดต้องการและใช้เนื้อที่การขนส่งได้อย่างเต็มที่

5.1.3 ธรรมชาติของผลผลิต ที่เกี่ยวกับการหายใจ การคายน้ำ และการระบายความร้อน รูปทรงและสีสันที่สวยงามของภาชนะบรรจุ เพื่อแสดงตัวและเสริมสร้างภาพจน์ของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและตรงต่อความต้องการของตลาด

5.2 การขนส่ง การขนส่งทุเรียนไปขายยังตลาดต่างประเทศ จะใช้อยู่ 2 ทาง คือ ทางเรือ และทางอากาศ การขนส่งทางเรือหรือทางอากาศภายใต้อุณหภูมิ 15 องศาเซลเซียส ที่ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 85-90 จะส่งเป็นทุเรียนผลสดแช่เย็น แต่ถ้าขนส่งทางอากาศภายใต้อุณหภูมิ -20 องศาเซลเซียส จะส่งเป็นทุเรียนแช่เยือกแข็งทั้งผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 **ขั้นตอนและกระบวนการส่งออกทุเรียนสด** จากการมีผู้สนใจประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นจำนวนมาก ซึ่งบางครั้งอาจมีปัญหาในเรื่องขั้นตอนการปฏิบัติและวิธีดำเนินการส่งออกสินค้าเกษตรในกลุ่ม Product Champion ดังนั้นศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก จึงได้จัดทำคู่มือการจดทะเบียนผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรในกลุ่มนี้ขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วขึ้น ซึ่งขั้นตอนและกระบวนการส่งออกได้แสดงไว้ดังภาพที่ 2 และมีขั้นตอนดังนี้

#### 5.3.1 การจดทะเบียนพาณิชย์

เจ้าของกิจการมีหน้าที่ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนพาณิชย์ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้ประกอบกิจการ เจ้าของกิจการใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท และปรับต่อเนื่องวันละไม่เกิน 100 บาท จนกว่าจะได้จดทะเบียนพาณิชย์ต้องเสียค่าธรรมเนียม 50 บาท

#### 5.3.2 การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. 01) ได้แก่ กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง สถานที่รับจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการให้ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามแบบ ภ.พ. 01 ณ สถานที่ดังต่อไปนี้

กรณีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนได้ดังนี้

5.3.2.1 สำนักงานสรรพากรเขต สำนักงานสรรพากรเขต(สาขา) หรือสำนักงานสรรพากรที่สถานประกอบการตั้งอยู่

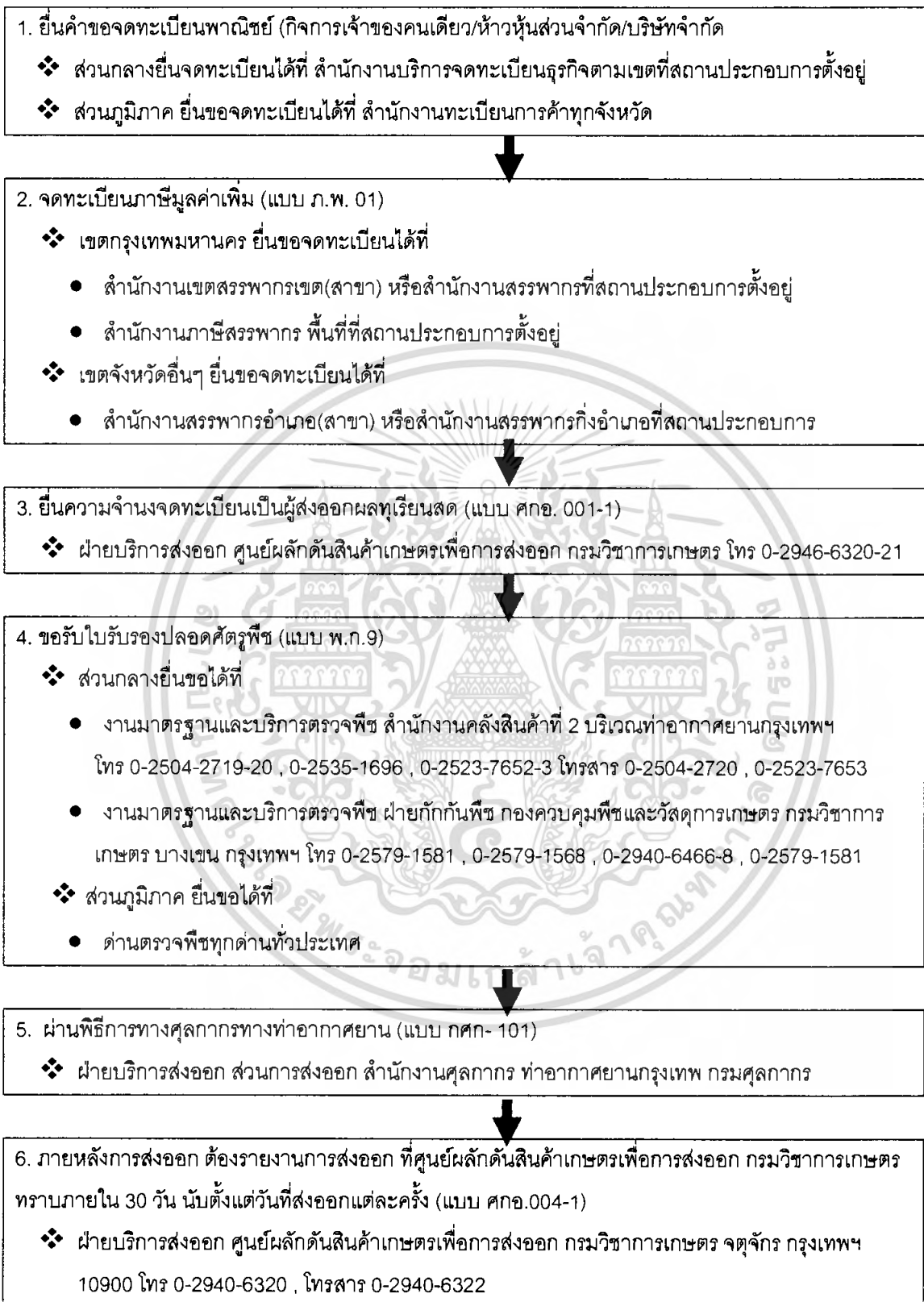
#### 5.3.2.2 สำนักงานภาษีสรรพากรพื้นที่ที่สถานประกอบการตั้งอยู่

กรณีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตจังหวัดอื่น ให้ยื่นคำขอจดทะเบียนที่สำนักงานสรรพากรอำเภอ สำนักงานอำเภอ(สาขา) หรือสำนักงานสรรพากรกิ่งอำเภอที่สถานประกอบการตั้งอยู่

#### 5.3.3 การจดทะเบียนผู้ที่จะส่งสินค้าเกษตรประเภท Product Champion

เนื่องจากทุเรียนเป็น 1 ใน 4 สินค้า Product Champion ที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้รับมอบหมายจากคณะรัฐมนตรีให้ดูแล ตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตไปจนถึงการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีกรมวิชาการเกษตรเป็นผู้ดำเนินงาน ซึ่งศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก (ศกอ.) เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้กรมวิชาการเกษตร และรับผิดชอบในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการส่งออกและผู้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งสินค้าเกษตรประเภท Product Champion จะได้รับสิทธิต่างๆ จากหน่วยงานของรัฐ เช่น เป็นสมาชิกของศูนย์ข้อมูลเพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาพที่ 2 ขั้นตอนและกระบวนการส่งออกทุเรียนสด

ที่มา : กฤติกา งามกัณหา (2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งออกสินค้าเกษตรด้านข้าวสารไม่ว่าจะเป็นข้าวสารการวิเคราะห์สภาวะตลาดทางด้านการเกษตรของโลก ข้อจำกัดที่ใช้ในการกีดกันการค้าใหม่ๆ ของประเทศคู่ค้า กฎและระเบียบต่าง ฯลฯ

#### 5.3.4 การออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช

การส่งออกสินค้าทางด้านการเกษตรไปสู่ตลาดต่างประเทศจะมีกฎระเบียบและข้อบังคับการนำเข้า รวมทั้งการตรวจสอบคุณภาพสินค้าของประเทศผู้นำเข้า จะกระทำอย่างเข้มงวดมากในปัจจุบันจะใช้รูปแบบตามการจัดข้อกำหนดด้านกักกันพืชขององค์การอาหารและเกษตรแห่งชาติ (Food and Agriculture Organization : FAO) เนื่องจากเป็นข้อกำหนดเพื่อป้องกันการระบาดของโรคพืช เพราะศัตรูพืชบางชนิดมีศักยภาพที่ทำให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจของประเทศได้ ดังนั้นสินค้านำเข้าจะต้องได้รับอนุญาตให้นำออกได้และต้องมีใบอนุญาตการนำเข้าด้วย นอกจากนี้ยังต้องกำหนดให้มีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate : PC) กำกับที่สินค้าด้วย

#### 5.3.5 พิธีการศุลกากร

เนื่องจากปัญหาเรื่องคุณภาพในการส่งออกทุเรียนที่ไม่ได้คุณภาพ โดยเฉพาะการส่งทุเรียนอ่อนไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น การกีดการค้ารับซื้อส่งผลกระทบต่อให้ราคาทุเรียนในประเทศมีราคาตกต่ำ โดยสาเหตุหลักเกิดจากผู้ส่งออกบางราย ได้ร่วมมือกับชาวสวนจัดให้มีการส่งทุเรียนอ่อนออกจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ดังนั้นจึงได้มีการประชุมหารือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและกำหนดเป็นเงื่อนไขเพิ่มเติมให้ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตาม เช่น การติดฉลากหรือป้าย (Sticker) ซึ่งกรมวิชาการเกษตรออกแบบและอนุญาตให้ติดขึ้นก่อนการส่งออกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำการตรวจสอบ ซึ่งในส่วนของกรมศุลกากรจะมีหน้าที่ดังนี้

5.3.5.1 ตรวจสอบ หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน เป็นผู้ส่งออกทุเรียนสด ไปนอกราชอาณาจักรอย่างเข้มงวด

5.3.5.2 สุ่มตรวจการติดสติ๊กเกอร์ที่ขั้วผล

5.3.5.3 แจงรายชื่อผู้ส่งออกและผู้นำเข้าทุเรียนให้กรมวิชาการเกษตรทราบ

5.3.5.4 จัดทำรายงานปริมาณ และมูลค่าการส่งออก ประเทศผู้นำเข้า ส่งมายังกรมวิชาการเกษตรทุกสัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3.6 การรายงานการส่งออก

ภายหลังการส่งออกจะต้องรายงานการส่งออกที่ศูนย์ผลักตันสินค้าเกษตร เพื่อการส่งออก กรมวิชาการเกษตร ทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ส่งออกแต่ละครั้ง โดยมีหลักฐานและเอกสารประกอบการส่งออกแต่ละครั้ง ดังนี้

#### 5.3.6.1 แบบ ศกอ. 004-1

5.3.6.2 ใบกำกับสินค้า (Invoice) ที่ผ่านพิธีการทางศุลกากร ซึ่งระบุ ปริมาณ ชนิด ราคาต่อกิโลกรัม จำนวนเชิงหรือกล่อง มูลค่า ชื่อผู้ซื้อ และเมืองที่ส่ง

5.3.6.3 ใบตราส่งสินค้า (Bill of Landing หรือ Airway Bill) หรือเอกสาร อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน

### 5.4 ข้อกำหนดและมาตรการการค้าระหว่างประเทศ

ข้อกำหนดและมาตรการการค้าระหว่างประเทศ เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อ ป้องกันอันตรายที่อาจเกิดแก่ผู้บริโภคและบางประเทศยังใช้มาตรการกีดกันทางการค้า โดย แต่ละประเทศจะนำมาบังคับใช้กับประเทศคู่ค้า เพื่อหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามข้อตกลงของ องค์การการค้าโลกหรือ WTO ซึ่งมีการกำหนดขอบเขตไว้อย่างกว้างๆ เช่น

#### มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช

เป็นกิจกรรมควบคุมคุณภาพ โดยเริ่มตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูกจนถึงผู้บริโภค ระบบ ประกันคุณภาพจะครอบคลุมถึงปัจจัยที่มีผลก่อนการเก็บเกี่ยวและปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว ได้แก่ การใช้สารเคมีก่อนการเก็บเกี่ยวของเกษตรกรและแผนคุณภาพ การตรวจสอบย้อนกลับของ ผลผลิต ข้อตกลงสุขภาพและสุขอนามัยพืช (SPS Agreement) ผลตกค้างของสารกำจัดแมลง การใช้สารเคมีหลังการเก็บเกี่ยว การเฝ้าติดตาม การควบคุมอุณหภูมิ ฯลฯ โดยปกติแล้ว มาตรการที่นำมาใช้ควรจะเป็นมาตรฐานทุกขั้นตอนเริ่มตั้งแต่ เกษตรกร ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย/ ผู้ดำเนินการ และผู้มีอำนาจในการออกกฎระเบียบ

จากข้อกำหนดต่างๆ ที่เป็นมาตรฐาน ผู้ปฏิบัติงานควรนำแนวทางเหล่านี้ไปทำการ ประเมินตนเองเพื่อให้สามารถพัฒนากระบวนการผลิต การจัดการที่เหมาะสมและมีความคุ้ม ต้นทุนและทำเป็นตารางตรวจสอบ (Check Sheet) เพื่อเป็นการประกันคุณภาพและได้มาตรฐาน ทางด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน

การส่งออกทุเรียนสามารถแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีผลต่อการส่งออกทุเรียน ซึ่งปัจจัยภายในประกอบด้วย คุณลักษณะบริษัท และปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วยปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งมีผลต่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 6.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท

คุณลักษณะบริษัทมีอิทธิพลต่อการส่งออกในระดับปานกลาง (กฤติกา งามกัณหา, 2546) โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้

6.1.1 ด้านภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัท จะมีความสำคัญมาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการส่งออกในระดับสูง ซึ่งภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัทนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความเชื่อถือและไว้วางใจซึ่งกันและกัน เช่น การติดต่อค้าขายมาเป็นเวลานาน การมีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง การมีผู้บริหารเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการมานาน เป็นต้น แต่ก็ยังพบว่าบริษัทจำนวนมากไม่น้อยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่น้อยมาก และยังมีบริษัทอีกจำนวนมากที่ทำการจดทะเบียนใหม่แต่สถานที่ดำเนินการยังคงเดิม ซึ่งอาจเป็นบริษัทที่มีปัญหาในการดำเนินกิจการในระยะเวลาที่ผ่านมา กรณีเช่นนี้ไม่เป็นผลดีต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เนื่องจากไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าได้

6.1.2 ด้านการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนส่วนใหญ่เห็นว่ามีผลต่อการส่งออกทุเรียนในระดับสูง กรณีเช่นนี้จะเห็นได้ว่าบางครั้งลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศถ้าไม่ได้ทำธุรกิจกันมาก่อนก็จะไม่รู้จักหรือให้ความเชื่อมั่นต่อกัน ดังนั้นเมื่อภาครัฐเข้ามาเป็นตัวกลางในการประสานงาน โดยผู้ที่สามารถทำธุรกิจในการส่งออกทุเรียนได้จะต้องมีการจดทะเบียนกับทางราชการ และทางราชการให้การรับรองว่า เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ที่สามารถทำธุรกิจด้านการส่งออกทุเรียนได้ ก็จะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและสามารถสร้างความเชื่อถือให้แก่ลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศต่อผู้ที่ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนของประเทศไทยได้

6.1.3 ด้านสถานที่ตั้งของโรงงานบรรจุหีบห่อ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าจะมีผลต่อการส่งออกในระดับสูง ซึ่งอุตสาหกรรมทางการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยจะใช้การขนส่งทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อากาศ แต่แหล่งผลิตทุเรียนของประเทศไทยจะอยู่ที่ภาคตะวันออกและภาคใต้ของประเทศไทย ทำให้ต้องใช้เวลาในการขนย้ายผลผลิตทุเรียน ซึ่งบางครั้งทำให้เกิดความล่าช้า อันเนื่องมาจากระยะทางในการขนส่ง ความติดขัดด้านการจราจร ปัญหาทางด้านการตรวจสอบคุณภาพทุเรียน ปัญหาที่เกิดจากกระบวนการศุลกากร ทำให้เกิดความล่าช้าและเสียหายต่อผลผลิตทุเรียนที่ทำการส่งออกบางครั้งประเทศผู้นำเข้าก็ปฏิเสธการรับสินค้าอันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความล่าช้าทำให้ทุเรียนไม่ได้มาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

6.1.4 ด้านจำนวนพนักงานในบริษัทที่เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนจะมีจำนวนพนักงานไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะมีพนักงานประมาณ 5-6 คน เนื่องจากบริษัทที่ทำการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยยังเป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก ยกเว้นกรณีของบริษัทใหญ่ซึ่งจะเป็นบริษัทที่ทำการส่งออกผลไม้หลายชนิด ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะส่งออกผลไม้ตลอดทั้งปีแล้วแต่ฤดูกาลว่าจะเป็นผลไม้ไทยชนิดใด ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยมีความเห็นว่างานพนักงานจะมีผลต่อการส่งออกในระดับปานกลาง

6.1.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทส่วนใหญ่แล้ว จะมีระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ยประมาณ 5 ปี แต่บริษัทส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาประมาณ 2-3 ปี แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกทุเรียนเป็นธุรกิจที่ไม่มีความมั่นคง คือ มีการตั้งเป็นบริษัทและดำเนินงานได้เพียงระยะสั้นๆ แล้วก็เลิกกิจการไป ในขณะที่เดียวกันก็จะมีที่ตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมาเรื่อยๆ จากความไม่มั่นคงในการดำเนินธุรกิจนั้น เป็นผลให้ระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทมีน้อย ประสบการณ์ก็น้อยตามไปด้วย ทำให้ไม่เกิดแบรนด์ที่เป็นที่หือบริษัทที่ได้รับการเชื่อถือจากลูกค้า เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ในขณะที่เดียวกันบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมานานกว่าย่อมเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง ภาพพจน์และลูกค้าให้ความเชื่อมั่นมากกว่าอีกด้วย ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาดำเนินกิจการมีผลต่อการส่งออกในระดับปานกลาง

6.1.6 ธุรกิจที่ดำเนินการด้านการส่งออกทุเรียนส่วนใหญ่จะจดทะเบียนอยู่ในรูปของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ และมีทุนจดทะเบียนที่ไม่มากนัก คือ โดยเฉลี่ยแล้วจะมีทุนจดทะเบียนเพียงบริษัทละประมาณ 5 ล้านบาท และบริษัทส่วนใหญ่จะมีทุนจดทะเบียนอยู่ประมาณ 1 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นได้ว่า บริษัทที่ทำการส่งออกทุเรียนเป็นบริษัทที่มีขนาดเล็ก และเป็นธุรกิจแบบครอบครัว จะไม่มีการรวมกลุ่มกัน ทำให้ไม่มีศักยภาพในการต่อรองทางด้านการค้า โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนส่วนใหญ่จะเห็นว่าทุนจดทะเบียนมีผลต่อบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนในระดับปานกลางเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไทย โดยมีหลายปัจจัยด้วยกัน (กฤติกา งามกันหา, 2546) แต่ปัจจัยที่สำคัญได้แก่

6.2.1 ผลิตรภัณฑ์ทุเรียนที่ส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นทุเรียนสด รองลงมาเป็นทุเรียนแช่แข็งและทุเรียนแปรรูป และพันธุ์ที่นิยมได้แก่ พันธุ์หมอนทองและชะนี ในขณะที่บริษัทส่งออกทุเรียนมักจะไม่ทำการผลิตทุเรียนเองแต่จะใช้วิธีการไปซื้อที่ตลาดกลาง และส่งตัวแทนไปซื้อตามสวนเพื่อทำการส่งออก ทำให้บางครั้งไม่สามารถทำการยืนยันแหล่งผลิตได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากจะต้องทำการรวบรวมจากแหล่งผลิตหลายแหล่งให้ครบจำนวนก่อน จึงทำการส่งออก พบว่าปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนเห็นว่ามีอิทธิพลอยู่ในระดับแรกได้แก่ด้านคุณภาพของการผลิต ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ที่มีระดับอิทธิพลสูงมาก

6.2.2 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนจะใช้วิธีการตั้งราคาโดยใช้ต้นทุนเป็นหลัก และตามด้วยการตั้งราคาโดยใช้การแข่งขันเป็นหลักเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งกรณีนี้จะส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนที่ต้องไปหาแหล่งผลิตที่มีต้นทุนต่ำหรือไม่ก็ต้องทำการกดราคาในการรับซื้อผลผลิตทุเรียน ทำให้เกษตรกรผู้ผลิตจะขายทุเรียนได้ราคาต่ำ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของทุเรียนที่ทำการส่งออก ในขณะที่การตั้งราคาโดยใช้การแข่งขันเป็นหลักก็จะทำให้ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนจะตัดราคาเพื่อทำการส่งออก เป็นผลให้เกิดการตกต่ำทางด้านราคาของผลผลิตทุเรียนตลอดฤดูกาล ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้ตลาดต่างประเทศกดราคารับซื้อผลผลิตทุเรียนของประเทศไทย

6.2.3 การจัดจำหน่ายก็มีผลต่อการส่งออกทุเรียนอย่างสูง เนื่องจากตลาดส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ยังกระจุกตัวอยู่ในทวีปเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ประเทศที่นำเข้าไปที่สำคัญได้แก่ ฮองกง จีน ไต้หวัน เป็นต้น ส่วนทวีปอื่นๆ ยังมีการส่งออกทุเรียนน้อย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตลาดส่งออกทุเรียนของไทย ยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก ซึ่งทั้งภาครัฐ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนเอง จะต้องหันมาร่วมมือกันในการหาช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ โดยที่ต้องกระจายไปยังตลาดอื่นๆ เช่น ตลาดในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย เป็นต้น เพื่อไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของตลาดอยู่เฉพาะในทวีป ซึ่งกลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายจะมีผลต่อการส่งออกทุเรียนอย่างมาก

6.2.4 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม มีความเห็นว่าภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ โดยจะต้องใช้หน่วยงานของรัฐที่ตั้งอยู่ทั่วทุกภูมิภาคในโลกทำการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ผลผลิตทุเรียนไทยให้ชาวโลกได้รู้จัก และปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารก็เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว จึงควรทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพื่อให้ทั่วโลกได้รู้จัก ก่อนจะทำการตลาดเพื่อทำการส่งออกทุเรียนในเชิงรุกต่อไป

6.2.5 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนโดยการวิจัยและพัฒนา นั้นจะเป็นการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและรวมไปถึงกระบวนการที่จะสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าด้วย ดังเช่น วิธีการรักษาคุณภาพทุเรียน ลักษณะของการบรรจุหีบห่อ เทคโนโลยีการผลิต ขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่สามารถติดตามได้ กระบวนการประเมินในขั้นตอนต่างๆ ตลอดจนการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศด้วย

### 6.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ

ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ มีผลต่อการส่งออกทุเรียนมาก (กฤติกา งามภักดิ์หา, 2546) มีปัจจัยสำคัญดังนี้

6.3.1 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียน มีความเห็นว่า การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียน จะต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นลำดับแรก กรณีเช่นนี้ภาครัฐจะต้องอำนวยความสะดวกทางด้านการส่งออกทุเรียนไทย รวมทั้งการหาตลาดเพื่อรองรับ ซึ่งอาจเป็นการซื้อขายหรือใช้วิธีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันระหว่างรัฐต่อรัฐก็ได้

6.3.2 จำนวนลูกค้าในอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนจะมีผลต่อการส่งออกทุเรียนในระดับสูง เนื่องจากปัจจุบันตลาดนำเข้าทุเรียนส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในทวีปเอเชีย และมีเพียงไม่กี่ประเทศที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ ทำให้การส่งออกมีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนควรจะร่วมมือกันในการหาตลาดใหม่ เนื่องจากจำนวนประเทศผู้นำเข้าทุเรียนเมื่อเทียบกับจำนวนประเทศในโลกนี้จะเห็นว่ามีน้อยมาก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าตลาดส่งออกทุเรียนของประเทศไทยยังมีความสามารถที่จะขยายไปได้อีกอย่างไม่จำกัด

6.3.3 จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนจะมีผลต่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยในระดับสูง โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการจะมีตลาดเป้าหมายอยู่ในตลาดเดียวกันคือ ในทวีปเอเชียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ ฮองกง จีน ไต้หวัน แต่ถ้าจะมองในทวีปอเมริกาเหนือ คือ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา แล้วยังถือได้ว่าการส่งออกไปยังสองประเทศนี้น้อยมาก และผู้ประกอบการก็มุ่งไปยังตลาดที่เป็นพื้นที่เดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ควรจะหาตลาดให้กระจายและครอบคลุมพื้นที่ในประเทศต่างๆ และกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ ของทวีปให้มากขึ้นเพื่อลดความรุนแรงในการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกของไทยด้วยกันเอง

6.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ (กฤตติกา งามกัณหา, 2546) ได้แก่

6.4.1 มาตรการการกีดกันทางการค้า เป็นปัจจัยภายนอกประเทศปัจจัยแรกที่มีความสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียน ดังนั้นภาครัฐจะต้องจัดการเจรจาเพื่อลดข้อกีดกันทางการค้าในเรื่องมาตรฐานของการนำเข้าของประเทศคู่ค้า และดำเนินการแก้ไขปัญหากรณีการนำเข้าที่เกิดขึ้นของประเทศคู่ค้าเพื่อลดข้อกีดกันทางการค้า และสามารถแก้ไขปัญหาค่าได้ทันต่อสถานการณ์อันจะขยายการส่งออกได้มากขึ้น

6.4.2 การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ จะมีผลต่อการส่งออกทุเรียนในระดับสูง ทั้งนี้การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยจะไม่ได้ส่งออกเป็นเงินบาท แต่อาจส่งออกในรูปของเงินดอลลาร์หรือเงินของประเทศคู่ค้า แต่ในการหาซื้อผลผลิตและต้นทุนต่างๆ ที่ดำเนินการในประเทศไทยจะเสียในรูปของเงินบาท แต่การชำระเงินในกรณีการส่งออกอาจจะมีระยะเวลาการให้เครดิตระหว่างกัน ซึ่งอาจเป็นเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงค่าของเงินตรา เช่น กรณีของเงินบาทแข็งขึ้นก็จะทำให้เงินตราต่างประเทศจำนวนนั้นสามารถนำมาแลกเงินบาทได้น้อยลง ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการขาดทุนจากธุรกิจการส่งออกได้

6.4.3 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยด้วย เนื่องจากปัจจุบันการผันผวนของเศรษฐกิจโลกทำให้แต่ละประเทศประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นทุกประเทศจึงมีการบริหารทางการเงินของประเทศอย่างระมัดระวัง ในบางครั้งก็มีการออกกฎระเบียบ เพื่อกีดกันการนำสินค้าเข้าประเทศ เพื่อรักษาความมั่นคงของสภาพเศรษฐกิจของประเทศไว้ ส่งผลให้ผลกระทบต่อการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยด้วย

## 7. ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการผลิตทุเรียน

การส่งออกทุเรียนในปัจจุบัน ยังมีการพบปัญหาอุปสรรคทำให้ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนมีความเสี่ยงที่พัฒนาการผลิตทุเรียนเพื่อให้ได้ผลลัพธ์เต็มที่เพื่อการส่งออก ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดอาจสรุปได้ดังนี้ (หิรัญ หิรัญประดิษฐ์, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.1 การส่งออกในรูปผลไม้สด ซึ่งมีแนวโน้มที่ดีมาก แต่ประเทศไทยยังไม่พร้อม ในด้านการเตรียมการพื้นที่ ทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์เต็มที่จากการลงทุนเพื่อการส่งออก

7.2 อุตสาหกรรมแปรรูป ไม่ได้ผลเต็มที่เช่นกัน เนื่องจากการพัฒนาการผลิตทุเรียนเป็นการพัฒนาเพื่อรับประทานสดให้อร่อยมากกว่าพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูป นอกจากนี้การลงทุนด้านแปรรูปยังไม่ได้ทำงานให้เป็นระบบครบวงจรในรูปธุรกิจอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสับปะรดแล้ว จะเห็นได้ชัดเจนว่า การพัฒนาสับปะรดเป็นการพัฒนาโดยมุ่งตรงเข้าสู่สภาพอุตสาหกรรมแปรรูปบรรจุกระป๋อง ผลลัพธ์ที่ได้จึงเต็มเม็ดเต็มหน่วยติดอันดับโลก

7.3 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากตัวผลไม้เอง

ทุเรียนมีอายุการเก็บรักษา (Shelf life) สั้นมากในรูปของผลไม้สด คุณภาพไม่สม่ำเสมอ เช่น มีอาการแกนไส้ซึม เต่าเผา เป็นต้น การตรวจสอบคุณภาพเพื่อคัดผลที่ไม่ได้คุณภาพออกกระทำได้อย่างยาก ทุเรียนมีกลิ่นเฉพาะตัวที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ยอมรับ มีปัญหาในด้านการขนส่ง มีช่วงฤดูการผลิตสั้น ทำให้ผู้บริโภคขาดความต่อเนื่อง ฯลฯ

7.4 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากตัวผู้บริโภค

ผู้บริโภคชาวต่างประเทศไม่รู้จักและไม่เข้าใจในวิธีการบริโภค มีอคติ เนื่องจากได้ยินกิตติศัพท์ที่ไม่ดี เช่น เรื่องกลิ่นและรสชาติของทุเรียน เป็นต้น ทำให้ปิดกั้นตัวเองไม่ยอมทดลองบริโภค

7.5 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากเกษตรกรผู้ผลิต

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ทำต่อเนื่องด้านการผลิต และจัดจำหน่ายหน้าสวน หรือมีผู้มาขอซื้อล่วงหน้า และไม่สนใจว่าผลไม้เหล่านั้นจะเดินทางไปทางไหน ดังนั้นปัจจัยสำคัญ คือ "รายได้" ที่เข้ามาจะเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ มากกว่าการคำนึงถึงระยะยาวในเรื่องตลาดและความต้องการที่มีส่วนร่วมพัฒนาเทคนิคและตลาดให้ได้มากขึ้นในรูปของผลไม้เพิ่มมูลค่า

7.6 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากระเบียบและกฎหมาย

ปัญหานี้ได้แก่ กฎหมายควบคุมวัสดุการเกษตรแต่ละประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้นำเข้าที่พยายามควบคุมมิให้มีการนำเข้าของโรคและแมลง ตลอดจนสารพิษตกค้างที่อาจมีโทษต่อสุขภาพของประชาชนในภายหลัง

### 7.7 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากการขนส่ง การจำหน่ายจ่ายแจก

การขนส่งทุเรียน ส่วนใหญ่โดยทางอากาศ ซึ่งมีระวางการขนส่งจำกัด และค่าใช้จ่ายสูง การขนส่งทางเรือยังมีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายต่อหน่วย ตลอดจนปัญหาในด้านการยืดอายุการเก็บรักษาของทุเรียน ให้คงสภาพสดในระหว่างเดินทางจนถึงผู้บริโภคปลายทาง

### 7.8 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากขาดการพัฒนาอุตสาหกรรมเสริม

อุตสาหกรรมเสริม ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตหีบห่อเฉพาะด้านผลไม้ เครื่องมือคัดเลือกและบรรจุผลไม้ อุตสาหกรรมห้องเย็น ฯลฯ

### 7.9 ปัญหาและข้อจำกัดด้านอุตสาหกรรมแปรรูป

สืบเนื่องจากช่วงฤดูการผลิตทุเรียนในแต่ละปีมีเพียง 4 เดือน จึงมีวัสดุสำหรับป้อนโรงงานอุตสาหกรรมเฉพาะในช่วงฤดูการผลิตเท่านั้น ประกอบกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนมีจำกัด และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนก็จำกัดอยู่เฉพาะภายในประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมแปรรูปไม่สามารถขยายตัวรองรับผลผลิตที่มีเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีได้เท่าที่ควร

### 7.10 ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากระบบการตลาด

รัฐบาลไม่มีแผนการตลาดระยะยาวเพื่อพัฒนาตลาดผลไม้สด และผลไม้แปรรูป ด้วยกลยุทธ์ที่ทันสมัยทำให้การค้าเป็นเรื่องของปีต่อปี เป็นไปตามยถากรรมไม่สามารถกำหนดปริมาณการส่งออกได้เด่นชัด มีการเก็งกำไรและต่อสู้กันด้านราคาระหว่างตลาดภายในประเทศ และตลาดส่งออก เกิดภาวะแข่งขันตัดราคาตัวเอง ขาดความเป็นธรรมชาติจรรยาบรรณ รวมทั้งไม่มีการกำหนดและบังคับใช้มาตรฐานคุณภาพ

### 7.11 ปัญหาและข้อจำกัดด้านวิชาการและเทคโนโลยี

ขาดระบบงานวิจัยที่เป็นระบบครบวงจร ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ระบบราชการล่าช้า ขาดสิ่งจูงใจ มีระเบียบและขั้นตอนมากเกินไปจนความจำเป็น ทำให้ไม่ทันเหตุการณ์ รวมทั้งเกิดปัญหาสมองไหล

### 7.12 ปัญหาการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายอื่น

ที่ผ่านมา การแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายอื่นยังไม่รุนแรง แต่ในอนาคตเป็นเรื่องที่ประเทศไทยต้องจับตามอง และหากกลวิธีในการแข่งขันไว้ให้ดีทั้งนี้ เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) และการรวมกลุ่มของประชาคมในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น สำหรับประเทศที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย โดยในพื้นที่ทั้งหมดมีพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศเขตร้อนคิดเป็นร้อยละ 40 ของพื้นที่ทั้งหมด และประมาณครึ่งหนึ่งของ

พื้นที่ดังกล่าวเป็นเขตปลอดน้ำค้างแข็ง (Frost free) ซึ่งสามารถปลูกไม้ผลเมืองร้อนได้หลายชนิด

สำหรับผู้ผลิตรายอื่น เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ก็คงยึดหลักการคล้ายกับออสเตรเลีย และมีโอกาสพัฒนาขึ้นมาเป็นประเทศผู้ผลิตทุเรียนแข่งกับประเทศไทยได้ในอนาคต

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤติกา นามกันหา (2546) การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน ได้แก่ คุณลักษณะบริษัท ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยภายนอกกิจการในระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ รวมทั้งศึกษาส่วนแบ่งตลาด มูลค่าการส่งออกและแนวโน้มการส่งออกทุเรียน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) และแจกจ่ายให้แก่บริษัทที่ประกอบกิจการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยและทำการวิเคราะห์เป็นรูปแบบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 230 ราย

ผลการศึกษาวิจัยพบว่าบริษัทผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทส่งออกขนาดเล็ก และมีระยะเวลาในการประกอบกิจการไม่นานเพียง 1-2 ปี มีทุนในการจดทะเบียนบริษัทน้อย และไม่ได้ทำการผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกด้วยตนเอง ต้องไปรับซื้อจากแหล่งผลิตเพื่อทำการส่งออก โดยจะทำการส่งออกในรูปแบบผลสดเป็นส่วนใหญ่ พันธุ์ที่ทำการส่งออกมากที่สุดได้แก่พันธุ์หมอนทอง การขนส่งส่วนใหญ่จะขนส่งทางอากาศ ตลาดที่ส่งออกจะอยู่ในทวีปเอเชีย โดยเน้นตลาด ฮองกง จีนและไต้หวันเป็นหลัก

โชติช่วง เยี่ยมฉวี (2546) ได้ศึกษาปัญหาการส่งออกทุเรียนไปยังไต้หวัน พบว่า ทุเรียนปลายทางมีคุณภาพต่ำซึ่งเกิดจากทุเรียนอ่อน ทุเรียนสุกเกินไป และโรคผลเน่าหลังการเก็บเกี่ยว ทำให้ผู้นำเข้าไต้หวันลดการนำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยในบางขณะ ส่งผลให้ทุเรียนตกค้างอยู่ในตลาดมากและราคาทุเรียนตกต่ำ จึงได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพทุเรียนที่ส่งออกไปยังไต้หวัน ได้แก่ สภาพแหล่งที่มาของทุเรียน คุณภาพทุเรียนต้นทาง และสภาพการขนส่ง เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้างต้นกับคุณภาพของทุเรียนปลายทางพบว่า ผลทุเรียนที่มาจากแหล่งที่ไม่มีการจัดการด้านความสะอาดภายในสวนเกิดโรคผลเน่ามากเมื่อถึงปลายทาง ผลทุเรียนต้นทางที่มีปริมาณน้ำหนักแห้งของเนื้อต่ำกว่าร้อยละ 30 ลงไปพบว่า คุณภาพทุเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลายทางมีคุณภาพต่ำคือ ไม่มีกลิ่นหอม มีความหวานน้อยแต่มีความแน่นเนื้อต่ำกว่าผลที่มีน้ำหนักแห้งสูงกว่าเมื่อผลสุก ในด้านการขนส่งทุเรียนพบว่า ถ้าอุณหภูมิภายในตู้ต่ำสุดสูงกว่า 16 องศาเซลเซียส หรืออุณหภูมิภายในผลต่ำสุดมากกว่า 17 องศาเซลเซียส หรือระยะเวลาในการลดอุณหภูมิถึงจุดต่ำสุดมากกว่า 60 ชั่วโมง หรือใช้ระยะเวลาในการขนส่งมากกว่า 8 วัน ผลทุเรียนมีคุณภาพต่ำคือผลทุเรียนแตกมาก และสีผิวเปลี่ยนเป็นสีเหลืองมาก เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยข้างต้นทั้ง 3 ปัจจัยกับคุณภาพปลายทางเปรียบเทียบกันพบว่า สภาพการขนส่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพปลายทางของทุเรียนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ คุณภาพทุเรียนต้นทาง และสภาพแหล่งที่มาของทุเรียนตามลำดับ

พิเชษฐ เข็มทอง (2543) ได้ศึกษานโยบายการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นนโยบายทางการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน บทบาทของนโยบายการเปิดเสรีการค้าสินค้าเกษตรไม่แปรรูปตามข้อตกลงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศในเขตการค้าเสรีอาเซียน พบว่า สินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่ประเทศสมาชิกอาเซียนให้ความคุ้มครองมากที่สุด การเปิดเสรีสินค้าเกษตรของไทยส่วนใหญ่จะนำไปสู่การเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างกัน และจากผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกทุเรียนในช่วงปี 2523-2540 ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) พบว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของมาเลเซีย สิงคโปร์ และอาเซียนก่อนการใช้นโยบายลดภาษีมีค่าเท่ากับ 1.2590 0.5545 และ 1.5002 และหลังใช้นโยบายลดภาษีมีค่าเท่ากับ 1.5262 0.6284 และ 1.5438 ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ก่อนใช้นโยบายลดภาษีมีค่าเท่ากับ 5.1793 2.5153 และ 0.7979 และหลังใช้นโยบายมีค่าเท่ากับ 3.5754 5.4550 และ 0.9396 ตามลำดับ อาจกล่าวได้ว่านโยบายการเปิดเสรีทางการค้ามีผลต่อปริมาณการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทยอยู่บ้าง เมื่อเปรียบเทียบจากค่าความยืดหยุ่นต่อราคาและค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวมีค่าเพิ่มขึ้นหลังจากใช้นโยบายเปิดเสรีการค้า ในมาเลเซียและอาเซียนนั้นค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่ามากกว่าหนึ่ง ราคาส่งออกที่เปลี่ยนแปลงจะมีผลต่อปริมาณการส่งออก ในกรณีสิงคโปร์นั้นค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าน้อย นโยบายด้านราคาอาจจะไม่ทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นควรใช้นโยบายไม่ใช่ราคา เช่น ปรับปรุงคุณภาพของทุเรียนส่งออก ส่วนความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่ามากกว่าหนึ่งในตลาดมาเลเซียและสิงคโปร์ ควรใช้การส่งเสริมการขาย เช่น การจัดแสดงสินค้าต่างประเทศ การปรับปรุงคุณภาพ สี กลิ่น ให้สอดคล้องกับบรรณนิยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รารากร ตี๋ย้ง (2544) ได้ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตและการจำหน่ายทุเรียน ในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง โดยศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรตัวอย่าง ความรู้ทั่วไปในการผลิตทุเรียน การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนจากการผลิตและการจำหน่ายทุเรียน พร้อมทั้งนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางพัฒนาการผลิตทุเรียนของเกษตรกรผู้ปลูกในอำเภอแก่ง จังหวัดระยอง จำนวน 96 รายจากผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายทุเรียน เฉลี่ยไร่ละ 13,937.40 บาท หรือกิโลกรัมละ 13.35 บาท แยกเป็นต้นทุนในการผลิตเฉลี่ยไร่ละ 13,611.65 บาท หรือกิโลกรัมละ 13.04 บาท และค่าใช้จ่ายในการขายเฉลี่ยไร่ละ 325.75 บาท หรือกิโลกรัมละ 0.31 บาท ในต้นทุนการผลิตประกอบด้วยต้นทุนผันแปรร้อยละ 72.02 และต้นทุนคงที่ร้อยละ 25.64 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดซึ่งต้นทุนการผลิตยังสูงอยู่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย (Research Methodologies)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ส่งออกผลทุเรียนสดทั้งหมดที่ขึ้นทะเบียนในกรมวิชาการเกษตรจากฐานข้อมูลในเว็บไซต์ [www.doa.go.th/onestop](http://www.doa.go.th/onestop)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยการเลือกจากประชากรที่มีอยู่แบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียนโดยมีอายุการดำเนินงานของกิจการ มากกว่า 5 ปี เป็นจำนวน 8 ราย เนื่องจากระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัทส่งออกทุเรียนที่มั่นคงจะมีอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 5 ปี (กฤติกางามกัณฑ์, 2546)

#### 2. เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และใช้แบบโครงร่างคำถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสอบถามข้อมูลของกิจการในอดีตถึงปัจจุบัน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เคยประสบ พร้อมแนวทางการแก้ไข และปัจจัยต่างๆที่เป็นมูลเหตุแห่งความสำเร็จ

2.2 แหล่งที่มาของข้อมูลได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท

2.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนที่ประสบความสำเร็จ 8 ราย

2.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องข้อมูลโดยทั่วไปของทุเรียน การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม สถานการณ์การผลิตและตลาดการส่งออกทุเรียนในปัจจุบัน มาตรฐานคุณภาพทุเรียน การส่งออกทุเรียน ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกทุเรียน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

### 2.3 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพมาวิเคราะห์เนื้อหาพร้อมกับข้อมูลทฤษฎีมาแล้วนำมาอธิบายในเชิงพรรณนาเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์

### 3. ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยเริ่มต้นตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2549 ถึง เดือนมีนาคม 2550 ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล และลงภาคสนามเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 9 เดือน

### 4. งบประมาณที่ใช้ในการวิจัย

การทำวิจัยในครั้งนี้มีงบประมาณที่ใช้ในการวิจัยประมาณ 5,000 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายด้านเอกสาร ค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Findings and Result)

การวิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้างคำถามที่ผู้วิจัยได้เตรียมไว้ล่วงหน้า ร่วมกับคำถามแบบไม่มีโครงสร้างประกอบ ทั้งในเรื่องข้อมูลทั่วไปของบริษัทส่งออกทุเรียน วิธีการดำเนินงานในการส่งออกทุเรียน รวมถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการ ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียน รวมถึงแนวทางในการแก้ปัญหา

ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน ที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นั้น มีจำนวน 8 ท่าน ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทส่งออกทุเรียนที่ประสบความสำเร็จ จากการมีอายุการดำเนินงานของกิจการมากกว่า 5 ปี โดยมีรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ มีดังต่อไปนี้

#### 1. บริษัท วัชมนพุด จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 15/1 หมู่ 8 ถนนเทพกษัตร 2 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยคุณวิภาวี วัชรากร (ภาพที่ 3) ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท วัชมนพุด จำกัด ได้ให้รายละเอียดว่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2530 มีอายุการดำเนินงาน 20 ปี เป็นบริษัทขนาดกลาง มีพนักงานจำนวน 70 คน โดยเริ่มแรกบริษัททำผลไม้ คือ แตงโม แล้วประสบปัญหาผลผลิตล้นตลาดในประเทศ จึงขยายตลาดไปประเทศฮ่องกงเป็นตลาดแรก หลังจากนั้นจึงทดลองนำสินค้าเกษตรชนิดอื่นๆ เช่น ลำไย ทูเรียน ส้มโอ ลิ้นจี่ มะม่วง ตามความต้องการของลูกค้าไปขยายตลาด แต่ที่ทูเรียนเป็นสินค้าหลักเพราะทูเรียนสามารถผลิตได้ตลอดทั้งปี ส่วนผลไม้ตัวอื่นจะเป็นไปตามฤดูกาล โดยบริษัทส่งออกทูเรียนในรูปแบบผลสดเป็นหลัก ส่วนทูเรียนอบแห้งและทูเรียนแช่แข็งส่งออกในปริมาณน้อยมาก ผลผลิตทูเรียนได้จากการเหมาสวนหลายๆสวน พันธุ์ทูเรียนที่ส่งออกมากที่สุด คือ พันธุ์หมอนทอง เพราะได้รับความนิยมมาก ส่วนพันธุ์ชะนี กระจุม ก้านยาว ส่งออกในปริมาณน้อยเพราะขายได้ในราคาถูก การส่งออกจะใช้วิธีการส่งทางเรือเท่านั้นเพราะสะดวกเนื่องจากตลาดเป็นตลาดเอเชีย ต้นทุนต่อหน่วยจึงต่ำกว่าทางเครื่องบิน และสามารถแบกรับน้ำหนักของทูเรียนซึ่งมีน้ำหนักมากได้ ซึ่งมีปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ย 1 ตู้คอนเทนเนอร์/ครั้ง โดย 1 ตู้ สามารถส่งออกได้ 18 ตัน และทางบริษัทส่งออกทูเรียนไปยังประเทศอินโดนีเซีย จีน และฮ่องกง ซึ่งตลาดใน 3 ประเทศนี้มีการนำเข้าทูเรียนเป็นจำนวนมาก โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทเป็นประเทศอินโดนีเซียและจีน อย่างละร้อยละ 40 ฮ่องกง ร้อยละ 10 และประเทศอื่นๆ ร้อยละ 10 บริษัทเคยมีการขยายการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ เช่น ใต้หวัน ที่เป็นตลาดทูเรียนรายใหญ่เช่นกัน แต่เกิดปัญหาการทำธุรกิจกับคู่ค้าจึงไม่ดำเนินธุรกิจต่อ

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

#### 1.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทูเรียน

1.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องความซื่อตรงกับคู่ค้า ไม่ว่าจะเรื่องราคา คุณภาพ ความตรงต่อเวลา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากคู่ค้าในการทำธุรกิจ โดยคู่ค้าจะดูประสบการณ์ในการดำเนินงานของบริษัทในการส่งออกรวมถึงการมีโรงงานบรรจุหีบห่อ (Packing house) เป็นของตัวเอง ส่วนในเรื่องการบริหารจัดการนั้น บุคลากรมีความสำคัญมาก การมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานดียิ่งขึ้น

“คู่ค้าบางรายต้องการดู Packing house ซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งของบริษัทที่มีส่วนจัดการด้านการส่งออก ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทแม่ ว่าเป็นของเราหรือไม่ ค่าจะได้เชื่อมั่นว่าได้ผลผลิตจากต้นตอ ซึ่งจะได้ราคาที่ดีที่สุด ไม่ได้เป็นราคาของนายหน้า โดยคู่ค้าส่วนใหญ่ก็จะบินมาเพื่อ

ดูสวน โรงงาน และ Packing house เองเลย การทำงานก็จะเป็นแบบ Partnership ซึ่งมีโอกาสโต "ไปด้วยกัน" (วิภาวี วัชรากร, สัมภาษณ์)

1.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของผลผลิต โดยรูปทรงต้องสวย ไม่มีตำหนิ ผลมีสีเหลือง หากเขียวจะดูเป็นทุเรียนดิบ กลิ่นและความสุกพอดี น้ำหนักเป็นไปตามการตกลงกับลูกค้า ถ้าผลสุกมากน้ำหนักของผลทุเรียนจะลดลง ซึ่งในตอนนี้เป็นหน้าที่ของโรงงานบรรจุหีบห่อในการวิจัยและพัฒนา โดยใช้ระยะเวลากว่า 10 ปีในการศึกษาอายุการเก็บรักษา (Shelf life) ผลผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปริมาณในการจุ่มน้ำยาที่ส่งผลกระทบต่อรสชาติของผลผลิตในการส่งออก รวมถึงคุณภาพผลผลิตตามมาตรฐานของบริษัทด้วย หากบริษัทมีสินค้าที่มีคุณภาพก็จะเป็นที่นิยมของตลาด ทำให้เกิดยี่ห้อที่ติดตลาดของบริษัท และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคตลอดมา

การตั้งราคาผลผลิตของบริษัทจะคิดจากต้นทุนการผลิต บวกค่าใช้จ่ายในการส่งออก และกำไร โดยคิดกำไรประมาณร้อยละ 10 แล้วเสนอราคาต่อลูกค้า หากมีการตกลงก็จะดำเนินการซื้อขายตามปกติ

ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน บริษัทมีตลาดรองรับที่เพียงพอ หากมีความต้องการของลูกค้าสูงก็ต้องดูความพร้อมของบริษัท ซึ่งบริษัทสามารถส่งออกได้ปริมาณเต็มที่ 5 ตู้คอนเทนเนอร์ / ครั้ง ในการส่งออกทางเรือ

การส่งเสริมด้านการตลาดของบริษัท นอกจากการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทผ่านทางเว็บไซต์ [www.vachamon.thailand.com](http://www.vachamon.thailand.com) แล้ว บริษัทได้มีการจัดแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ในงานผลไม้ต่างๆ เช่น งาน Thai fair ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐ

“ในเรื่องยี่ห้อ ถ้าเราสามารถทำให้ติดตลาดก็จะได้ราคาดีกว่ารายอื่นประมาณ 4-5 บาท ต่อกล่อง ยี่ห้อสร้างยากแต่โดนทำลายง่าย การจะมียี่ห้อติดตลาดต้องสงของดีๆ หากได้รับความนิยม ทางผู้นำเข้าหรือห้างก็就会有ความต้องการสูง แต่หากส่งไปเกิดการผิดพลาดสัก 2 ครั้ง ยี่ห้อก็จะโดนทำลายทันทีซึ่งเป็นเรื่องที่ยากมากในการควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน” (วิภาวี วัชรากร, สัมภาษณ์)

1.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ การศึกษาถึงแหล่งที่มาของผลผลิตนั้นมีความสำคัญ เช่น ทุเรียนทางภาคใต้ จะมีลักษณะเปลือกหนา รูปทรงไม่สวย เนื้อน้อย ราคาแพง และมีปริมาณน้อยกว่าทางจังหวัดจันทบุรี ซึ่งทำให้กำลังการซื้อของลูกค้าน้อยลง โดยปกติทางบริษัทจะรับซื้อผลผลิตจากจังหวัดจันทบุรี ชุมพร อุตรดิตถ์ เป็นต้น แต่จะมีการตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตเสมอและเข้มงวด โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพผลผลิตตั้งแต่หน้าสวน ซึ่งผลผลิตที่คัดเลือกมาจะมีคุณภาพดี เพราะเกษตรกรจะทำทุกวิถีทางให้ผลผลิตออกมามีคุณภาพเหมาะสมต่อการส่งออก ทำให้จำนวนลูกค้ามีปริมาณเพิ่มขึ้น และมีการขยายตัวจากการสนับสนุนของรัฐบาล โดยมีการช่วยเหลือในด้านเงินสนับสนุนบ้าง ซึ่งบางครั้งเงินที่ได้บริษัทจะเอาไปเพื่อเป็นส่วนลดราคาให้ห้างที่นำเข้า นอกจากนี้รัฐได้มีการจัดการส่งเสริมด้านการตลาดต่าง ๆ เช่น การจัดงาน Thai fair ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการขยายตลาดเรื่องคู่แข่งในธุรกิจการส่งออก จากปัญหาการตัดราคากัน และคุณภาพสินค้าของบริษัทคู่แข่ง หากคู่แข่งขายสินค้าต่ำกว่าราคาทุนของบริษัท ทางบริษัทก็ไม่สามารถขายสินค้าได้ หากส่งผลให้บริษัทขาดทุน และหากคู่แข่งมีสินค้าคุณภาพดีกว่า ทางบริษัทต้องพยายามควบคุมคุณภาพให้ดีตามมาตรฐานในการส่งออกด้วย

1.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ประชากรของประเทศคู่ค้า เช่น ตลาดประเทศจีน ผู้บริโภคทุเรียนส่วนใหญ่อยู่ทางตอนใต้ เช่น กวางเจา เซินเจิ้น หากมีการขยายด้านวัฒนธรรมการบริโภค จนเกิดกลุ่มผู้บริโภครายใหม่ๆ ก็จะสามารถขยายตลาดการส่งออกได้ โดยรวมถึงการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ และความพร้อมด้านโลจิสติกส์ของประเทศด้วย ในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีความสำคัญมาก อัตราแลกเปลี่ยนควรมีความเสถียร เช่น หากเราตกลงราคาซื้อที่ 38 บาท ก็ควรได้รับเงินจากการซื้อขายไม่ต่ำกว่า 38 บาท หากได้น้อยกว่าที่ตกลงก็จะส่งผลต่อการขาดทุนของบริษัท ส่วนภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหากในช่วงที่ประชากรมีกำลังการซื้อลดลง ผู้นำเข้าก็จะมีคำสั่งซื้อน้อยลง แต่หากเป็นช่วงเทศกาลการนำเข้าจะมีปริมาณสูงขึ้น ส่วนเรื่องมาตรการกีดกันทางการค้าประเทศคู่ค้าในเอเชียไม่เข้มงวดมาก เช่น ประเทศจีนต้องมีมาตรฐาน GAP ประเทศอินโดนีเซียมีอัตราค่าภาษีสูง ทำให้ทุเรียนราคาแพง กลุ่มผู้บริโภคจึงต้องเป็นกลุ่มคนมีเงิน ส่วนตลาดออสเตรเลียต้องมีมาตรฐาน HACCP ตลาดสหภาพยุโรปต้องมีมาตรฐาน Euro GAP ซึ่งทางบริษัทไม่ได้มีการจัดการตั้งแต่ฟาร์มถึงมือผู้บริโภค ซึ่งในเมืองไทยยังไม่มีบริษัทส่งออกทุเรียนรายใดที่สามารถทำได้ เพราะมีการจัดการยาก ส่วนที่ทำได้จะเป็นพวกหน่อไม้ฝรั่ง และข้าวโพดอ่อน ซึ่งมีการจัดการที่ง่ายกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำเนิงานของบริษัท ปัญหาที่สำคัญคือ เรื่องเงินทุน เช่น เมื่อซื้อทุเรียนจากชาวสวนต้องจ่ายเงินสดทันทีที่รับผลผลิต แต่เมื่อขายผลผลิตให้กับลูกค้าจะมีการจ่ายเงินในรูปแบบสินเชื่อที่จ่ายเงินตามระยะเวลาที่ได้ตกลงกันไว้ (Credit term) ซึ่งลูกค้าบางรายมีการจ่ายเงินก่อนตู้คอนเทนเนอร์ออกร้อยละ 70 และเมื่อถึงจ่ายอีกร้อยละ 30 ซึ่งการจัดการเงินส่วนนี้ (Manage cash flow) ต้องใช้เงินทุนสูงมากและเป็นปัญหาหนึ่งในการจัดการของบริษัท รวมถึงปัญหาการตัดราคากันของคู่แข่งในธุรกิจการส่งออกทุเรียนดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ส่วนในเรื่องคุณภาพผลไม้ ซึ่งมีการควบคุมยาก ทั้งในเรื่องดินฟ้าอากาศ เช่น ฝนตกมากทำให้ทุเรียนใส่ซีมี เนื้อเละ และปัญหาการจัดการขนส่งจะมีความละเอียดอ่อนมาก ต้องควบคุมอุณหภูมิในตู้คอนเทนเนอร์ให้เหมาะสม

“การแก้ปัญหาในเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น หากเรารู้ว่าฝนตกแล้วการส่งออกไปจะมีปัญหาเรื่องคุณภาพ เราจะบอกปิดลูกค้าไปเลยว่าไม่ทำ หรือไม่ก็หาผลผลิตจากแหล่งที่ไม่มีฝนตก ถึงจะส่งออกไป ส่วนปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดการเราจะ list มาแล้วแก้ไขตามรายละเอียดต่างๆ ซึ่งก็สามารถแก้ปัญหาในจุดนี้ได้” (วิภาวี วัชรากร, สัมภาษณ์)

## 2. บริษัท ไชนีไฟร์ท จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 21/73 รอยัลซีดี อเวนิว ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โดยคุณชฎิล นิ่มนวล (ภาพที่ 4) ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายส่งออก บริษัท ไชนีไฟร์ท จำกัด ได้ให้รายละเอียดว่า



ภาพที่ 4 คุณชฎิล นิ่มนวล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2534 เริ่มแรกดำเนินงานเกี่ยวกับงานโฆษณา และได้เปลี่ยนเป็นบริษัทส่งออกผัก ผลไม้สดในปี พ.ศ.2543 มีอายุการดำเนินงาน 7 ปี เป็นบริษัทขนาดเล็ก โดยเริ่มเข้าสู่เส้นทางธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรได้ในช่วง พ.ศ.2540 ที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำ ธุรกิจโฆษณาเริ่มไม่ดี เลยเริ่มหาธุรกิจตัวอื่นมารองรับ และเป็นธุรกิจหลักในเวลาต่อมา นั่นคือ การส่งออกผัก ผลไม้สดทุกชนิด เพราะมีผลผลิตตามฤดูกาล โดยผลผลิตที่ส่งออกส่วนใหญ่ของบริษัท เช่น มะม่วง ทุเรียน เงาะ มังคุด ลำไย หน่อไม้ฝรั่ง ข้าวโพดอ่อน และผักสวนครัวอื่นๆ ในเรื่องทุเรียนทางบริษัทได้รับผลผลิตจากระบบการผลิตแบบข้อตกลงล่วงหน้า (Contract Farming) กับสวนที่ได้รับ GAP โดยการไปรับซื้อจากตัวแทนของบริษัท และผลผลิตอีกส่วนหนึ่งได้จากล้ง<sup>2</sup> ซึ่งเป็นผู้รับซื้อแล้วนำมาขายให้บริษัทตามมาตรฐานที่บริษัทต้องการ โดยรับผลผลิตช่วงต้นปีจากจังหวัดนครศรีธรรมราช ช่วงต่อมาเป็นจังหวัดระยองและจันทบุรี หลังจากนั้นเป็นจังหวัดชุมพร ส่วนในช่วงปลายปีเป็นจังหวัดยะลา ซึ่งมีผลผลิตตลอดทั้งปี บริษัทส่งออกทุเรียนในรูปทุเรียนสดเป็นส่วนใหญ่ และมีการแปรรูป โดยการอบกรอบจำนวนหนึ่ง พันธุ์ทุเรียนที่ส่งออกได้แก่ พันธุ์หมอนทอง ซึ่งมีผลผลิตตลอดทั้งปี เป็นที่นิยมของตลาดเนื่องจากรสชาติดี ลักษณะการเพาะปลูกเป็นเชิงพาณิชย์ มีการพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่อง ผลผลิตมีอายุการเก็บรักษายาวนาน ตลาดเป้าหมายของบริษัท คือ ตลาดสหภาพยุโรป เช่น ประเทศอัมสเตอร์ดัม อังกฤษ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ เดนมาร์ก เป็นต้น ตลาดประเทศแคนาดา โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นชาวเอเชียที่อพยพไปอยู่ในประเทศนั้นและมีตลาดซื้อขายขนาดใหญ่ เช่น China town และ Vietnam market เป็นต้น ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง เช่น ประเทศคูเวต อิหร่าน ซึ่งการส่งสินค้าไปกลุ่มประเทศดังกล่าวจะใช้ทางเครื่องบิน โดยมีปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ย 500-1,000 กิโลกรัม/ครั้ง และตลาดเอเชีย เช่น ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ จะใช้การขนส่งทางเรือ เพราะมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่าซึ่งมีปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ย 1-2 ตู้คอนเทนเนอร์/ครั้ง โดยในอนาคตทางบริษัทมีโอกาสขยายตลาดไปในประเทศเวียดนาม และอินโดนีเซีย เพราะมีผลผลิตต่างฤดูกัน ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ตามเป้าหมายประมาณร้อยละ 5-7

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

<sup>2</sup> ล้ง หมายถึง สถานที่ประกอบการเบื้องต้นที่ทำการรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรและส่งขายให้กับบริษัทส่งออกทุเรียนที่มีการสั่งซื้อผลผลิตตามมาตรฐานการส่งออก (ชฎิล นิ่มนวล, สัมภาษณ์)

## 2.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

2.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท การบริหารงานขององค์กรเป็นแบบสากล เน้นการมีส่วนร่วมของทุกแผนก การกำหนดนโยบายของบริษัท การเลือกตลาดของบริษัทและการมีทักษะของบุคลากรในการดำเนินงานเป็นส่วนสำคัญเพื่อส่งผลต่อคุณภาพของสินค้านำมาซึ่งภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีของบริษัท ในด้านสถานที่ตั้งของโรงงานบรรจุหีบห่อต้องใกล้แหล่งขนส่งสุดท้าย โดยโรงงานบรรจุหีบห่อของบริษัทอยู่ที่ตลาดไท ซึ่งใกล้ท่าเรือคลองเตย ท่าเรือแหลมฉบัง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทำให้มีความสะดวกในการขนส่ง

“บริษัทของเรามีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด เพราะเราให้ความสำคัญในการพัฒนาทุกด้าน มีการคิด ทำ ปฏิบัติแบบองค์รวม พนักงานต้องมีทักษะ มีการพัฒนาแบบบูรณาการ หากสามารถผลิตสินค้ามีคุณภาพมาก เมื่อขายก็ย่อมได้กำไร ส่งผลต่อการเกิดคำชมเชยและสวัสดิการที่ดีขึ้นของพนักงาน พนักงานก็จะพยายามผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้เกิดเป็นวัฏจักรเช่นนี้ต่อไป” (ชฎิล นิมนวล, สัมภาษณ์)

2.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด บริษัทให้ความสำคัญของผลผลิตในเรื่องคุณภาพทั้งทางด้านรูปปลั๊กชั่น รสชาติ และความต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญรวมถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นหน้าตาของบริษัท หากบริษัทสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าได้ ย่อมส่งผลต่อการเกิดความจงรักภักดี และการกลับมาซื้อใหม่ของผู้บริโภค ตลอดเวลาทางบริษัทได้มีการวิจัยและพัฒนาผลผลิต เพื่อให้ทุเรียนมีสายพันธุ์ที่ดีขึ้น มีคุณภาพคงที่ ซึ่งการบริหารจัดการส่วนนี้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ถึงร้อยละ 20

การกำหนดราคาในการส่งออกของบริษัทตั้งจากต้นทุนเป็นหลัก แต่หากมีต้นทุนเพิ่มราคาส่วนนี้ก็จะเพิ่มในราคาของผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่ายในการส่งออก เป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาซึ่งความสำเร็จ เพราะทางบริษัทจะมีการศึกษาว่าการขนส่งทางใดคุ้มค่า แต่ในปัจจุบันการส่งออกทุเรียนมีจำนวนมากขึ้นทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนเรือ และเครื่องบินในการขนส่ง ดังนั้นจึงต้องมีการจัดการที่ดี และการศึกษาถึงตลาดเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพด้วย

การส่งเสริมการตลาด บริษัทได้มีแนวทางในการขยายตลาด โดยการติดต่อหาลูกค้าโดยตรงหรือผ่านทางอีเมลล์ มีการจัดแสดงสินค้าในการประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐ โดยกรมส่งเสริมการส่งออกมีการสนับสนุนพื้นที่ในการจัดงานในต่างประเทศ

2.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ควรมีการคำนึงแหล่งผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อการได้มาซึ่งคุณภาพของผลผลิต รวมถึงการได้รับชื่อเสียงและความพึงพอใจจากผู้บริโภค โดยเกษตรกรควรมีความรู้ความชำนาญในเรื่องการผลิตเป็นอย่างดีด้วย ในปัจจุบันจำนวนคู่แข่งในธุรกิจส่งออกมีจำนวนมาก ดังนั้นการดำเนินงานของบริษัทที่ดีจะส่งผลต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจได้ และการมองหาตลาดที่เหมาะสม มีโอกาสขยายตัว เช่น ตลาดของประชากรประเทศจีนที่มีอยู่เกือบทั่วโลก ซึ่งหมายถึงการเพิ่มจำนวนลูกค้าในธุรกิจการส่งออกทุเรียนนั่นเอง ส่วนการสนับสนุนจากรัฐบาลยังมีข้อจำกัดทั้งเรื่องงบประมาณ และบุคลากร รวมถึงการกำหนดนโยบายที่ไม่ชัดเจนของภาครัฐด้วย

“รัฐบาลมีส่วนช่วยในระดับหนึ่ง เหล่านี้ต้องขึ้นอยู่กับองค์กรของเราด้วย ใครจะรู้ดีเท่าตัวเราเอง บริษัทจะประสบความสำเร็จได้ ก็อยู่ที่เราเป็นหลัก” (ชฎิล นิมนวล, สัมภาษณ์)

2.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นปัจจัยหนึ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งออก หากค่าเงินมีความเสถียรจะส่งผลดีต่อบริษัท หากค่าเงินผันผวนมากก็ต้องแจ้งให้ทางคู่ค้าทราบ จากประสบการณ์ของบริษัท ทำให้บริษัทสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ซึ่งหากประชากรในประเทศเหล่านั้นลดการบริโภคจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทางบริษัทก็ต้องจำกัดการส่งออกแล้วส่งในปริมาณคงที่ ในเรื่องมาตรการกีดกันทางการค้า เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ เนื่องจากการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ นโยบายของประเทศนั้นๆ มักให้ความใส่ใจในเรื่องคุณภาพชีวิตของประชากรจากการบริโภคสินค้าที่นำเข้า จึงมีการตั้งมาตรฐานสากลในปัจจุบัน บริษัทจึงเห็นด้วยกับการกำหนดมาตรการเหล่านี้ และมีความเห็นว่าไม่มีมาตรการใดสามารถกีดกันผลผลิตที่มีคุณภาพของบริษัทได้ และความสามารถทางการแข่งขันของประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม ที่มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ รวมถึงค่าจ้างแรงงาน ค่าน้ำมัน และการสนับสนุนของภาครัฐ จึงถือว่าประเทศเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญ เหล่านี้จึงผลักดันให้บริษัทต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

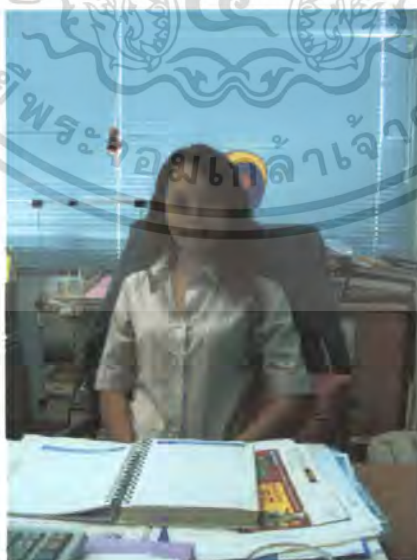
2.2.1 ปัญหาคุณภาพของสินค้า เกษตรกรและผู้ส่งออกต้องมีความรับผิดชอบในเรื่องคุณภาพ เช่น ไม่ตัดทุเรียนอ่อนขาย และไม่นำทุเรียนอ่อนส่งออก ก่อนการส่งออกทางบริษัทจึงต้องมีการตรวจสอบคุณภาพ โดยมีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) และใบรับรองปลอดสารพิษตกค้าง ประกอบในการส่งออก ซึ่งเกษตรกรและผู้ส่งออกต้องมีความรู้ความเข้าใจตั้งแต่เริ่มปลูกทุเรียน ไปจนถึงมือผู้บริโภคด้วย

2.2.2 ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสารพิษ มักมีเงื่อนไข และล่าช้า บริษัทจึงต้องเพิ่มต้นทุนเหล่านี้ไปในราคาของผู้บริโภค

2.2.3 ปัญหาเรื่องการขนส่ง ทั้งการมีต้นทุนสูง จำนวนเรือและเครื่องบินไม่เพียงพอในการขนส่งในช่วงฤดูกาล ซึ่งบริษัทต้องมีการจัดการด้านโลจิสติกส์ที่ดีจึงจะช่วยแก้ปัญหาในด้านนี้ได้

## 3. บริษัท สยามเอ็กซ์พอร์ตมาร์ท จำกัด

ตั้งอยู่ที่ บัมบางจากเก่า มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยคุณวิรัชรอง สงสังข์ (ภาพที่ 5) ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป บริษัท สยามเอ็กซ์พอร์ตมาร์ท จำกัด ได้ให้รายละเอียดว่า



ภาพที่ 5 คุณวิรัชรอง สงสังข์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2538 มีอายุการดำเนินงาน 12 ปี เป็นบริษัทขนาดกลาง มีพนักงานจำนวน 25 คน โดยเริ่มธุรกิจจากการไปศึกษาต่อที่ประเทศญี่ปุ่นของพี่ชาย แล้วพบว่าคนไทยในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมาก พี่ชายจึงได้เริ่มการนำเข้าผัก และผลไม้จากประเทศไทย เพื่อขายให้ผู้บริโภคคนไทย โดยเริ่มจากนำเข้าผักคะน้า ผักชี กะเพรา โหระพา ข่า และตะไคร้ ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลญี่ปุ่นยังไม่มีมาตรการต่างๆ ที่เข้มงวดกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ต่อมาได้เริ่มนำเข้าผลไม้ชนิดแรก คือ ทูเรียน โดยขายให้ผู้บริโภคคนไทย และร้านอาหารไทย หลังจากนั้นได้มีโอกาสพบกับบริษัทผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่นโดยบังเอิญที่สนามบิน นั่นจึงเป็นการเริ่มธุรกิจส่งออกทูเรียนให้ผู้นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นเป็นครั้งแรก และเริ่มลดการขายสินค้าให้กับคนไทยลง โดยมีการส่งมะม่วงและมังคุดร่วมด้วยในเวลาต่อมา ซึ่งผลผลิตของบริษัทได้จากแหล่งที่ไว้ใจได้คือ สั่งซื้อจากล้งประจำตามความต้องการของบริษัท ซึ่งทางบริษัทจะส่งพนักงานไปรับสินค้าและคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพด้วยตนเองจากผลผลิตในจังหวัดจันทบุรี ระยอง นครศรีธรรมราช และชุมพร โดยมีการส่งออกไปตลาดประเทศญี่ปุ่นในรูปผลสดเท่านั้น ผ่านทางเครื่องบินตามคำสั่งซื้อของลูกค้าซึ่งมีปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ย 1,000 กิโลกรัม/ครั้ง พันธุ์ทูเรียนที่ทำการส่งออก คือ พันธุ์หมอนทองเท่านั้นเพราะเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ทั้งเนื้อและรสชาติ และมีผลผลิตตลอดทั้งปี ถ้าพันธุ์ชะนีจะมีเนื้อน้อย ส่วนพันธุ์กระดุมและก้านยาวปริมาณผลผลิตน้อย โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทเฉพาะทูเรียนเป็นร้อยละ 20 ซึ่งมูลค่าการส่งออกค่อนข้างคงที่

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

### 3.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทูเรียน

3.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท ทางบริษัทให้ความสำคัญเรื่องการค้าเนื้องานซึ่งต้องมีเป้าหมายคือความสำเร็จ เช่น การกำหนดนโยบายเรื่องการทำยอดการส่งออก เพื่อให้บุคลากรมีเป้าหมายเดียวกัน รวมถึงการมีบุคลากรที่มีคุณภาพ เช่น มีความสามารถในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า สามารถฟังเสียงเคาะผลทูเรียนเพื่อแยกผลสุกก่อนสุกหลังได้ ทำให้สามารถส่งออกสินค้าที่มีมาตรฐานส่งผลต่อความไว้วางใจของบริษั และได้มาซึ่งชื่อเสียงของบริษัทนั่นเอง ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งโรงงานบรรจุหีบห่อเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะโรงงานของบริษัทอยู่ที่จังหวัดอยุธยา โดยเป็นสถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวกในการรับผลผลิตจากภาคใต้และภาคตะวันออก รวมทั้งไม่ไกลจากแหล่งขนส่งทางเครื่องบินอย่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ด้านคุณภาพ เป็นปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งคุณภาพของสินค้าในการส่งออกปศุภัณฑ์มีความ แข็งแรงดีมาก โดยทางบริษัทจะดูในเรื่องของความแก่ รูปทรงสวย มีจำนวนหู 3 พูขึ้นไป และ รสชาติต้องดีด้วย ในเรื่องบรรจุกฎเป็นบริษัทเดียวที่มีการทำกระเป๋าทูเรียนเพื่อความสะดวกใน การซื้อ ซึ่งจากการมีคุณภาพสินค้าที่ดีทำให้บริษัทสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ ส่วนการ กำหนดราคานั้นทางบริษัทคิดจากต้นทุนเป็นหลัก แต่จะมีการปรับราคาเป็นช่วงตามฤดูกาล ซึ่ง ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนล่วงหน้า ส่วนในเรื่องช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ถือเป็นหน้าที่หลักของบริษัทผู้นำเข้า

“บริษัทเราเป็นบริษัทเดียวที่ทำกระเป๋าส่งผลทูเรียน เพราะสะดวกในการซื้อ ตาม พฤติกรรมของคนญี่ปุ่น คือเมื่อเอาทูเรียนออกจากกล่องมาวางบน Shelf ผู้ซื้อก็สามารถหิ้ว กระเป๋าทูเรียนออกไปได้เลย โดยช่วยเพิ่มมูลค่าการขายได้ จากลูก 2.5 กิโลกรัม ต้นทุน 420 บาท สามารถขายได้ 580-600 บาท” (วิริงรอง สงสังข์, สัมภาษณ์)

3.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ แหล่งผลิตวัตถุดิบต้อง เป็นแหล่งที่เชื่อถือได้ ถึงแม้ว่าทางบริษัทรับผลผลิตจากลิ่ง แต่ทางบริษัทก็ต้องตรวจสอบด้วย เช่น ในฤดูของทูเรียนทางได้บริษัทต้องเลือกจากแหล่งที่ดีที่สุด คือ ทูเรียนหลังสวน รองมาเป็นทูเรียน นครศรีธรรมราช แต่ทางบริษัทจะไม่เอาทูเรียนเกาะสมุยและยะลา โดยสวนที่ส่งผลผลิตให้กับ บริษัทต้องได้รับมาตรฐาน GAP

3.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ในปัจจุบันเรื่อง ค่าเงินบาทนั้นสำคัญมาก เพราะมีผลต่อต้นทุนการผลิต ส่วนเรื่องมาตรการกีดกันทางการค้าที่ แข็งแรงดีมาก นั้นส่งผลต่อคุณภาพเพราะสินค้าต้องได้รับการตรวจสอบเคมีและแมลงก่อน จึงจะ สามารถส่งออกได้ ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น จากการทำทูเรียนมีวิธีการแกะรับประทานยาก ทำให้ทางบริษัทเกิดการบริโภคจากลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ดังนั้นจึงต้องมีการแสดงรายละเอียดวิธีการ บริโภคแก่ผู้บริโภคเพื่อขยายตลาด

“เรื่องค่าเงินบาท ทำให้เราต้องขาดทุน เพราะเมื่อ 2 เดือนที่แล้วเราตั้งราคาไว้แต่เมื่อเงิน บาทแข็งตัวเงินที่เราได้รับก็น้อยลง” (วิริงรอง สงสังข์, สัมภาษณ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

3.2.1 ปัญหาเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศ ในช่วงฤดูหนาวของประเทศญี่ปุ่น อุณหภูมิประมาณ 9 ถึง 15 องศาเซลเซียส ซึ่งมีผลต่อการสุกของทุเรียนที่เข้ามา เราจึงต้องส่งทุเรียนที่สุกแต่ไม่มากไป หรือหากมีทุเรียนแก่อยู่ทางบริษัทจะเลื่อนวันส่งออกเพื่อให้มีการสุกเพิ่มขึ้น

3.2.2 ปัญหาเรื่องการขนส่ง จากการมีสายการบินในการส่งออกทุเรียนที่จำกัด เพราะสายการบินส่วนใหญ่มีทัศนคติไม่ดีต่อกลิ่นของทุเรียน มีเพียงสายการบินฮอลันดาแอร์ไลน์ ซึ่งเป็นสายการบินเดียวที่ขนส่งทุเรียนของบริษัทในการส่งออก

## 4. บริษัท จี ออล ซีซั่น จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 1093/28, ชั้น 10 อาคารเซ็นทรัลซิตีทาวเวอร์ 1, บางนา กรุงเทพมหานคร โดยคุณพรพรรณ รุ่งกิจวิทย์ (ภาพที่ 6) ดำรงตำแหน่งในฝ่ายส่งออกและฝ่ายขาย บริษัท จี ออล ซีซั่น จำกัด ได้ให้รายละเอียดว่า



ภาพที่ 6 คุณพรพรรณ รุ่งกิจวิทย์

บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2540 มีอายุการดำเนินงาน 10 ปี เป็นบริษัทขนาดกลาง มีพนักงานจำนวน 56 คน โดยเริ่มแรกเป็นอุตสาหกรรมส่งออกในครอบครัว ต่อมาเมื่อการเกษตรพัฒนาสามารถมีผลผลิตได้ทั้งปี กอปรกับสามารถนำหัวลากตู้คอนเทนเนอร์เข้ามาถึงโรงงานบรรจุภัณฑ์ได้ ธุรกิจจึงมีการขยายตัวมากขึ้น โดยสินค้าเกษตรหลักที่ส่งออกของบริษัทคือ ทุเรียน รองมาเป็นมะพร้าวอ่อน มังคุด เงาะ ลำไย และมะม่วง ผลผลิตที่ได้โดยการเหมาสวน และจากระบบการเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตหนาไปไซ้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตแบบซ็อกตกลวงหน้ากับเกษตรกร รวมถึงจัดทำโควตาให้เกษตรกรที่ผลผลิตมีคุณภาพดี การส่งออกทุเรียนของบริษัทอยู่ในรูปผลสด แช่แข็ง และแปรรูปเป็นไอศกรีม และแยม มีการส่งออกทุเรียนทุกพันธุ์ แต่ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทอง เพราะรสชาติดี อายุการเก็บรักษาอยู่ได้นานกว่าพันธุ์อื่น บริษัทส่งออกทุเรียนทางเรือ เพราะมีต้นทุนต่ำ ส่งออกในปริมาณมากโดยเฉลี่ย 3 ตู้คอนเทนเนอร์/ครั้ง ตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่อยู่ในเอเชีย ได้แก่ ประเทศฮ่องกง จีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย เกาหลี รวมถึงตลาดประเทศอเมริกา ออสเตรเลีย และแคนาดา ซึ่งในอนาคตทางบริษัท มีโครงการจะขยายตลาดไปในประเทศตะวันออกกลาง และยุโรป โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทถือได้ว่า เป็น 1 ใน 3 ของบริษัทส่งออกทุเรียนทั้งหมด

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

#### 4.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

4.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท บริษัทให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานมาก พนักงานต้องเป็นผู้มีความรู้ และประสบการณ์ เพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จากการดำเนินกิจการของบริษัทมาเป็นเวลานานย่อมเห็นได้ว่า บริษัทมีการดำเนินงานอยู่บนมาตรฐานที่ดี สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี เพราะธุรกิจด้านสินค้าเกษตรนั้นมาจากธรรมชาติ มีความละเอียดอ่อน มักเกิดความไม่แน่นอน การบริหารจัดการจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่สร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท

“บุคลากรเปรียบเสมือนรถจักรที่ดี หากเราทำงานเป็น Team work ก็ย่อมประสบความสำเร็จไปด้วยกัน ซึ่งบุคลากรไม่ใช่แค่เรื่องการผลิตอย่างเดียว แต่ต้องมีประสบการณ์ในการคัดสรร เลือกสินค้า ดูแลการผลิต ไม่คอร์รัปชัน การกำหนดนโยบายต่างๆ จะประสบความสำเร็จได้ก็ต้องพึ่งบุคลากร” (พรพรรณ รุ่งกิจวิทย์, สัมภาษณ์)

4.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด บริษัทให้ความสำคัญในทุกด้านของกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน ในเรื่องคุณภาพนั้นย่อมสำคัญเป็นที่สุด ทางบริษัทมีการผลิตตามคำสั่งซื้อ จึงมีหีบห่อและการบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของผู้นำเข้า แต่มีการส่งออกเป็นหีบห่อของบริษัทด้วยเหมือนกัน ด้านการกำหนดราคา บริษัทตั้งราคาจากต้นทุนและความต้องการซื้อของลูกค้าเป็นหลัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ต้องให้เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนในการส่งออก และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผ่านมา เช่น มีการจัดแสดงสินค้า ปัจจุบันรัฐบาลได้จัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทส่งออกทุเรียน

4.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ การให้ความสำคัญในเรื่องแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ซึ่งต้องเป็นส่วนที่ได้รับมาตรฐาน GAP รวมถึงการที่เกษตรกรมีความรู้ความชำนาญในการปลูกจะส่งผลให้บริษัทได้รับวัตถุดิบที่ดี บริษัทก็จะให้โควตาการรับซื้อแก่เกษตรกรในคราวต่อไปอีก การเพิ่มจำนวนลูกค้าในอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนนั้นเป็นการขยายฐานธุรกิจซึ่งทางบริษัทเห็นว่าตลาดในตะวันออกกลาง และยุโรปมีความน่าสนใจมาก

“ส่วนที่ได้รับ GAP ในปัจจุบันยังไม่ได้มีการปฏิบัติตาม 100 % เพราะเกษตรกรยังขาดความเข้าใจในการปฏิบัติตามคำสั่งของภาครัฐ ซึ่งภาครัฐก็ยังไม่ได้พัฒนาอย่างจริงจัง” (พรพรรณ รุ่งกิจวิทย์, สัมภาษณ์)

4.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ในเรื่องการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสำคัญมาก หากค่าเงินบาทอ่อนตัวจะส่งผลดีต่อการส่งออก หากค่าเงินบาทแข็งตัวต้นทุนการส่งออกก็จะสูงขึ้น ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อการส่งออก ที่จะทำให้เกิดการขาดทุนจากการแลกเปลี่ยนเงินตราได้ ส่วนมาตรการกีดกันทางการค้ามักเป็นเงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามประเทศนั้นๆ มาตรการต่างๆ ยังต้องปรับปรุง และพัฒนา เพราะรัฐบาลมักตกลงทำสัญญาให้ประเทศคู่ค้ามีความได้เปรียบมากกว่าประเทศตน ในปัจจุบันความสามารถทางการแข่งขันของประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะประเทศเวียดนามนั้นเป็นที่น่าจับตามองมาก เพราะการส่งออกของเวียดนามได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้มีการเติบโตมาก ราคาในการส่งออกถูกกว่าประเทศไทย แต่ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบจากการมีที่ดินในการเพาะปลูกที่อุดมสมบูรณ์ ส่งผลต่อสายพันธุ์และรสชาติที่ดีกว่า และพฤติกรรมในการบริโภคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่มีความรู้ในเรื่องการรับประทาน ทำให้ตลาดอยู่ในวงจำกัด เราจึงควรมีวิธีการบริโภคทุเรียนบอกผู้บริโภคไว้ที่บรรจุภัณฑ์

## 4.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

4.2.1 ปัญหาเรื่องการทำเอกสารโดยกรมวิชาการเกษตร มักเกิดความล่าช้าในการออกเอกสาร ซึ่งจะส่งผลต่อความเสียหายในการขนส่ง ทั้งเรื่อง คุณภาพ ต้นทุน ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น โดยทางบริษัทยังคงประสบปัญหานี้อยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า ที่เกิดจากสภาพอากาศ ส่งผลให้เกิดโรคพืชตามมา โดยทางบริษัทจะคัดสรรผลผลิตที่มีคุณภาพจากสวนที่ได้รับมาตรฐาน GAP เท่านั้น รวมถึงมีการ กระแทกของผลผลิตจากการขนส่ง ซึ่งจะทราบเมื่อถึงปลายทาง

## 5. บริษัท ธรรมแสง อินเตอร์ ฟรุตส์ จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 31/99 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีโดยคุณสามารถ ธรรมโชติ (ภาพที่ 7) ตำแหน่งผู้บริหาร (Managing Director) บริษัท ธรรมแสง อินเตอร์ ฟรุตส์ จำกัด ได้ให้ รายละเอียดว่า



ภาพที่ 7 คุณสามารถ ธรรมโชติ

บริษัทมีอายุการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี เป็นบริษัทขนาดเล็ก มีพนักงานจำนวน 4 คน โดยธุรกิจเริ่มจากการค้าขายผลไม้ในสมัยรุ่นปู่ และรุ่นพ่อ จึงมีการทำอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็น ธุรกิจส่งออกในปัจจุบัน ซึ่งบริษัททำการส่งออกผลไม้สดทุกชนิด แต่ทุเรียนเป็นสินค้าหลัก ประมาณร้อยละ 70 ของสินค้าที่ส่งออก โดยผลผลิตได้มาจากหลายช่องทางไม่ว่าจะรับซื้อจากสวน ลังซื้อจากพ่อค้าคนกลาง และมีหน้าร้านรับซื้อผลผลิตของบริษัทเองด้วย และรับซื้อผลผลิตจากใน จังหวัดชุมพร จันทบุรี และระยอง บริษัทส่งออกทุเรียนในรูปแบบผลสด และแช่เยือกแข็ง พันธุ์ที่ส่งออก คือ พันธุ์ชะนี กระจุก รวมทั้งพันธุ์หมอนทองที่ส่งออกเป็นจำนวนมาก เพราะเป็นที่นิยมของตลาด ดังนั้น บริษัทจึงสามารถส่งออกได้ทั้งปีซึ่งมีปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ย 4 ตู้คอนเทนเนอร์/ครั้ง

โดยการส่งออกทางเรือที่ทำเรือแหลมฉบัง และท่าเรือกรุงเทพ ไปยังประเทศในแถบเอเชีย ได้แก่ เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันไวสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับอายุเกินอายุไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศจีน อินโดนีเซีย สิงคโปร์ มาเลเซีย และฮ่องกง ส่วนการส่งออกทางเครื่องบินจะเป็นประเทศในตะวันออกกลาง ซึ่งทางบริษัทมีแนวโน้มจะขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่มนี้ รวมถึงตลาดสหภาพยุโรป แต่ยังมีติดปัญหาเรื่องมาตรการกีดกันที่เป็นเงื่อนไขต่างๆ ในการนำเข้าอยู่ ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทลดลงเรื่อยๆ เพราะปัจจุบันมีผู้ประกอบการด้านการส่งออกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

### 5.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

5.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท บริษัทต้องมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการมีความรู้ความชำนาญของบุคลากรด้วย เพื่อการสร้างชื่อเสียงที่ดีให้แก่บริษัท ส่งผลให้ระยะเวลาในการดำเนินงานเกิดประสบการณ์ที่สำคัญของบริษัท ซึ่งในการทำธุรกิจต้องให้ความสำคัญในเรื่องความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าของเราด้วย รวมถึงการจดทะเบียนการส่งออกที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

5.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพย่อมเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่ต้องประกอบด้วยการบรรจุภัณฑ์ที่ดีมีการระบุมาตรฐาน GMP และ GAP รวมถึงการจัดการในขั้นตอนการส่งออกให้สินค้าไปถึงลูกค้าอย่างสมบูรณ์ จนเกิดเป็นยี่ห้อที่ติดตลาดของบริษัทในปัจจุบัน (ภาพที่ 8) ด้านการกำหนดราคาบริษัทตั้งราคาจากตลาดกลาง และต้นทุนการผลิตทั้งหมดของบริษัท ส่วนช่องทางในการจัดจำหน่ายในปัจจุบันมีจำนวนน้อยลงเพราะมีคู่แข่งในการประกอบการมากขึ้นเกิดความหลากหลายของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น รวมถึงการเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมต่อควรทำการค้าด้วย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่หลักของบริษัทนำเข้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
**ภาพที่ 8 บรรจุภัณฑ์ตรามงกุฎ**  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ด้านคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ และการขนส่งเป็นสิ่งที่จะต้องประกอบกัน หากเรามีของดีแต่แพ็คเกจไม่ดีก็เกิดการเสียหายได้ หากของดี แพ็คเกจดี แต่ขนส่งไม่ดีก็เกิดการเสียหายได้ แต่หากแพ็คเกจขนส่งดี แต่ของไม่ดีก็ต้องเกิดการเน่าเสียได้” (คุณสามารถ ธรรมโชติ, สัมภาษณ์)

5.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ผลผลิตของทางบริษัทรับจากภาคใต้ และภาคตะวันออก เนื่องจากบริษัทมีพื้นที่อยู่ในแหล่งผลิตจึงง่ายต่อการได้ผลผลิตจากสวนที่มี GAP และเกษตรกรในปัจจุบันเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ และก้าวหน้าในเรื่องการผลิต ซึ่งจะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ ส่วนในเรื่องคู่แข่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวนมากซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกของบริษัทดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

5.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ในขณะนี้ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพราะค่าเงินบาทแข็งส่งผลกระทบต่อส่งออก ซึ่งส่วนนี้ต้องเป็นหน้าที่ของรัฐบาลในการแก้ปัญหา ในเรื่องภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะตลาดประเทศจีน และอินโดนีเซีย เป็นตลาดที่มีความต้องการสินค้าสูงมาก แต่มีบางครั้งในตลาดประเทศอินโดนีเซียมีการนำเข้าน้อยลง เพราะสถานการณ์ทางการเมือง เช่น มีการประท้วง และภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น ส่วนมาตรการกีดกันทางการค้า โดยเฉพาะการมีกำแพงภาษีท้องถิ่นในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้า ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบหนึ่งในการส่งออกของประเทศไทยได้รับ ดังนั้นก่อนการส่งออกจึงต้องมีเอกสารรับรองในการนำเข้าของประเทศคู่ค้า ดังนี้ ใบรับรองปลอดศัตรูพืช ใบรับรองปลอดสารพิษตกค้าง ใบรับรองการตรวจผลอ่อนแก่ และใบแหล่งกำเนิด หากมีเอกสารครบทั้ง 4 ใบก็สามารถทำการส่งออกได้ และในเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค หากประชากรเข้าใจถึงวิธีการบริโภคทุเรียนแพร่หลายมากขึ้น ก็สามารถขยายตลาดในการส่งออกได้ต่อไป

## 5.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

5.2.1 ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายสูง ทั้งด้านภาษีปลายทาง การขนส่งจากวิกฤตการณ์น้ำมันแพง การขึ้นค่าระวางเรือของบริษัทเอกชนในช่วงฤดูกลาง เป็นต้น ซึ่งทางบริษัทต้องพยายามบริหารจัดการให้มีต้นทุนสูงน้อยที่สุด

## 6. บริษัท สยามฟู้ดส์ เอ็กซ์เพรส (ไทยแลนด์) จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 100/2 หมู่ 1 ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยตัวแทนจากบริษัท สยามฟู้ดส์ เอ็กซ์เพรส (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ให้รายละเอียดจากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ว่า บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2539 มีอายุการดำเนินงาน 11 ปี เป็นบริษัทขนาดกลาง มีพนักงานประจำ 10 คน โดยมีบริษัทแม่เป็นบริษัทนำเข้าไปในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้จัดตั้งบริษัทส่งออกในประเทศไทย เพื่อส่งออกทุเรียนไปยังบริษัทแม่ในประเทศญี่ปุ่น โดยก่อนหน้านี้บริษัทส่งออกมาม่วงและมังคุด บริษัทส่งออกทุเรียนในรูปแบบผลสด ซึ่งได้ผลผลิตจากการไปซื้อที่สวนในจังหวัดชุมพร จันทบุรี ระยอง และสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง โดยระบุคุณภาพที่ต้องการไป พันธุ์ทุเรียนที่ส่งออก คือ พันธุ์หมอนทอง เพราะเป็นที่นิยมและรสชาติดีกว่าพันธุ์อื่น ทางบริษัทใช้การขนส่งทางเครื่องบิน เพราะใช้เวลาในการขนส่งน้อยและส่งครั้งละไม่มากประมาณ 500-600 กิโลกรัม/ครั้ง ถ้าในช่วงฤดูกาล ปริมาณการส่งออกจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 1 ตัน และในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทค่อนข้างคงที่ เพราะบริษัททำการส่งออกตามคำสั่งซื้อของบริษัทในประเทศญี่ปุ่น

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

### 6.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

6.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท การบริหารจัดการของบริษัทนั้นมีความสำคัญและ การมีเงินทุนในการประกอบกิจการที่เหมาะสม เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ รวมถึง การศึกษาถึงสถานการณ์ตลาดในการส่งออกเสมอ และควรมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เรื่องคุณภาพของ ผลผลิต บริษัทจะคัดผลผลิตที่มีคุณภาพเกรดเอเท่านั้น การบรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ไม่แตกหรือ ฉีกขาดในขณะส่งออก เมื่อเรามีสินค้าคุณภาพดี ย่อมส่งผลต่อการติดตลาดของสินค้า จนเกิด ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงของกลุ่มผู้บริโภค

การกำหนดราคาทางบริษัทตั้งราคาตามราคาตลาด หรือสูงกว่าราคาตลาดเล็กน้อย รวมถึงความสามารถในการซื้อของผู้บริโภคด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของบริษัทแม่ในประเทศญี่ปุ่น

6.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ในปัจจุบันผู้ทำธุรกิจ ส่งออกทุเรียนมีจำนวนมาก แต่ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้า ราคา ย่อมมีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นต้อง ขึ้นอยู่กับการจัดการขององค์กรด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสำคัญ หากค่าเงินบาทแข็งตัวก็จะส่งผลกระทบต่อรายได้ในการส่งออก ในส่วนของภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เนื่องจากเป็นประเทศญี่ปุ่น สภาพเศรษฐกิจค่อนข้างแน่นอน การซื้อขายจึงมีอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันมาตรการกีดกันทางการค้ามีมาตรการและความเข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องสารพิษตกค้าง ทำให้ทางบริษัทต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมต่อการส่งออก

## 6.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

6.2.1 ปัญหาเรื่องความล่าช้าในการขนส่ง ทำให้บริษัทส่งสินค้าไปให้บริษัทรับจ้างขนส่งสินค้า (Shipping) ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิช้ากว่าปกติ ซึ่งทางบริษัทแก้ปัญหาโดยการเร่งเวลาในการบรรจุให้เร็วขึ้น เพื่อเผื่อเวลาในการเดินทาง

6.2.2 ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า เดิมมีปัญหาเรื่องสารพิษตกค้างบ่อย แต่เมื่อมีมาตรฐาน GAP ขึ้น ทำให้เกษตรกรปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ จนปัญหาเหล่านี้ลดน้อยลง

## 7. บริษัท อินเตอร์ ฟรุต เซ็นเตอร์ จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 90/103 หมู่ 4 แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร โดยคุณสมศักดิ์ ศุภธีรวงศ์ ตำแหน่ง ผู้จัดการ บริษัท อินเตอร์ ฟรุต เซ็นเตอร์ จำกัด ได้ให้รายละเอียดว่า บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2539 มีอายุการดำเนินงาน 11 ปี เป็นบริษัทขนาดเล็ก มีพนักงานจำนวน 50 คน โดยเริ่มธุรกิจจากการอยู่ในแวดวงการค้าผลไม้แล้วจึงขยายเป็นธุรกิจส่งออกในเวลาต่อมา โดยผลผลิตได้จากการเหมาสวนและรับซื้อจากเกษตรกรทั้งในจังหวัดชุมพร นครศรีธรรมราช และ จันทบุรี พันธุ์ทุเรียนที่ส่งออกหลักคือพันธุ์หมอนทองเพราะได้รับความนิยมและมีปริมาณมาก ส่วนพันธุ์ชะนีและกระดุมมีปริมาณน้อยเฉพาะในฤดู โดยส่งออกในรูปแบบผลสด ผ่านทางเรือเป็นส่วนใหญ่และทางเครื่องบินเป็นบางครั้งซึ่งมีปริมาณการส่งออกโดยเฉลี่ย 2 ตู้คอนเทนเนอร์/ครั้ง ประเทศที่ทำการส่งออกคือ ประเทศจีน อินโดนีเซีย และฮ่องกง ซึ่งเป็นตลาดที่มีผู้บริโภคทุเรียนเป็นจำนวนมาก และทางบริษัทมีโครงการจะขยายตลาดไปยังประเทศไต้หวัน ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

## 7.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

7.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท ทางบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทั้งในด้านการบริหารงานและการคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพ และการมีชื่อเสียงของบริษัทในการสร้างความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจ

7.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพนั้น เป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญมากที่สุด เพราะความสำเร็จจะได้มาจากการมีผลผลิตที่มีคุณภาพ ซึ่งทางบริษัททำการส่งออกทุเรียนคุณภาพดีมาตลอด ซึ่งส่งผลต่อการทำตลาดที่มีการขยายตัวขึ้น และเกิดยอดขายที่เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ด้านราคาทางบริษัทกำหนดจากหลายปัจจัยคือ ต้นทุน คู่ค้า และปริมาณการส่ง เพราะถ้าส่งในปริมาณมากราคาก็จะถูกลง

7.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ซึ่งผลผลิตที่มีคุณภาพ ย่อมต้องได้รับจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ ซึ่งพนักงานของบริษัทจะมีการตรวจสอบสารพิษตกค้างของผลผลิตจากสวนของเกษตรกร และจะไม่รับซื้อทุเรียนจากเกาะสมุยและยะลา เพราะมีปัญหาเรื่องโรคและแมลง ส่วนตัวเกษตรกรนั้นให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนการผลิตโดยลดปริมาณการใช้ปุ๋ยและยาบางชนิดที่ไม่จำเป็นลงซึ่งแสดงถึงการมีความรู้ของเกษตรกรในการปลูกทุเรียน ส่วนเรื่องลูกค้าเป็นตลาดเอเชียที่มีผู้บริโภคจำนวนมากและเหมาะสมต่อการขยายตลาดต่อไป ในด้านจำนวนคู่แข่งซึ่งต้องแข่งกันในเรื่องคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่ามาซึ่งความสำเร็จด้วย

7.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หากค่าเงินบาทแข็งจะส่งผลการส่งออก โดยทางบริษัททำการค้ากับประเทศจีน ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินหยวนที่มีความผันผวนไม่มากนัก

## 7.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

7.2.1 ปัญหาเรื่องการขาดความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพทุเรียน โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ในภาคใต้ ซึ่งจะส่งผลต่อตลาดโดยรวมหากมีสินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานถูกส่งออกไป แต่ทางบริษัทจะตรวจสอบสินค้าของตนไม่ให้เกิดการปลอมปนของคุณภาพต่ำ

## 8. บริษัท ซันไชน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ตั้งอยู่ที่ 43/20-21 หมู่ 7 ถนนลำลูกกา ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยคุณนงลักษณ์ ชำเจริญ ดำรงตำแหน่งในฝ่ายต่างประเทศ บริษัท ซันไชน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้ให้รายละเอียดจากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ว่า บริษัทก่อตั้งในปี พ.ศ.2536 มีอายุการดำเนินงาน 14 ปี ซึ่งนอกจากธุรกิจส่งออกทุเรียนเป็นหลักแล้ว ยังส่งออกมังคุด เงาะ ลำไย ลองกอง ลิ้นจี่ และมะม่วงร่วมด้วย โดยได้ผลผลิตจากการรับซื้อจากเกษตรกร โดยส่งออกในรูปแบบผลสดและแช่แข็ง โดยส่งออกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง เพราะผลมีเนื้อเยอะ เปลือกบาง รสชาติดี และทำการส่งออกทางเรือและเครื่องบินไปยังประเทศแคนาดา ออสเตรเลีย และเกาหลี โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทถือได้ว่า เป็น 1 ใน 3 ของบริษัทส่งออกทุเรียนทั้งหมด

โดยผู้ส่งออกได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และปัญหา อุปสรรค รวมถึงแนวทางในการแก้ไขดังนี้

### 8.1 ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

8.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท การมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นการแสดงถึงการมีสินค้าที่มีคุณภาพ และอีกประการหนึ่งคือ สถานที่ตั้งของโรงงานบรรจุหีบห่อของบริษัทที่ตั้งอยู่ในพื้นที่สวนที่ดีที่สุดในประเทศไทย คือ จังหวัดจันทบุรี รวมถึงประสบการณ์ในการทำงาน ความรู้ความสามารถของพนักงาน และการจดทะเบียนผู้ส่งออกเพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือคู่ค้าของเรา เหล่านี้ทำให้บริษัทมีมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น HACCP, ISO 9001, Q, GMP และรางวัลอื่นๆ เช่น 7<sup>th</sup> outstanding oversea Taiwanese SME award เป็นต้น

8.1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ทุกด้านมีความสำคัญ โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพของสินค้าและการบรรจุภัณฑ์ที่ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน จนเกิดเป็นยี่ห้อที่ติดตลาด รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในโรงงานบรรจุหีบห่อ การตั้งราคาของบริษัทจะตั้งจากต้นทุน ราคาของคู่แข่ง และความต้องการของคู่ค้าด้วย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางบริษัทมีบริษัทย่อยอยู่ในประเทศจีน และได้หัน ซึ่งทำหน้าที่ในการดูแลเรื่องการตลาดในประเทศคู่ค้าด้วย และทางบริษัทได้มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ [www.sunshineinternational.com](http://www.sunshineinternational.com)

8.1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ปัจจัยสำคัญที่สุดคือ จำนวนคู่แข่ง ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนเป็นจำนวนมาก และการได้ผลผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพราะจะทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ รวมถึงการให้ความสำคัญแก่เกษตรกรที่มีความรู้เพราะสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพด้วย ส่วนจำนวนลูกค้าที่มีเพียงพอและต่อเนื่องก็จะส่งผลให้ธุรกิจส่งออกนั้นมั่นคง

8.1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า หากอยู่ในภาวะที่ดีการส่งออกจะอยู่ในระดับที่ดี ส่วนเรื่องการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หากค่าเงินบาทแข็งตัวจะไม่ส่งผลดีต่อการส่งออก

## 8.2 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

8.2.1 ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้าที่ได้ไม่ตรงตามมาตรฐานทำให้ทางบริษัทต้องปฏิเสธคำสั่งซื้อออกไป เพื่อให้การส่งออกของบริษัทมีสินค้าตรงตามมาตรฐาน

จากผลการสัมภาษณ์ตัวแทนของบริษัทส่งออกทุเรียน 8 ท่าน ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปอันดับปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน จากผู้ที่มีความคิดเห็นตรงกันได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงการจัดอันดับปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	บ.วิชมนฟู๊ด	บ.ไซบีไฟร์ท	บ.สยามเอ็กซ์	พอร์ทมาร์ท	บ.จี ออล ซีซั่น	บ.ธรรมแสง	บ.สยามฟู๊ดส์	เอ็กซ์เพรส	บ.อินเตอร์ ฟู๊ด	บ.ชินไชน์
<b>1. ปัจจัยคุณลักษณะบริษัท</b>										
ความรู้ความชำนาญของบุคลากร	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
ภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัท	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการของบริษัท	✓				✓	✓	✓			✓
การบริหารงานขององค์กร		✓	✓	✓	✓	✓	✓			
สถานที่ตั้งโรงงานบรรจุหีบห่อ		✓	✓							✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	บ.วิชัยพันธุ์	บ.ไฮเน็คโฟรท์	บ.สยามเอ็กซ์พอร์ท์มาร์ท	บ.จี ออล ซีซั่น	บ.ธรรมแสง	บ.สยามฟู้ดส์ เอ็กซ์เพรส	บ.อินเตอร์ ฟู้ด	บ.ซีเอ็น
ความซื่อสัตย์	✓				✓			
การจัดทะเบียนผู้ส่งออก					✓			✓
เงินทุนในการประกอบการ						✓		
<b>2. ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด</b>								
กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการส่งออก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กลยุทธ์ทางด้านราคามีผลต่อการส่งออก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการส่งออก	✓	✓		✓	✓			✓
กลยุทธ์ทางด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการส่งออก	✓	✓		✓		✓		✓
<b>3. ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ</b>								
แหล่งผลิตที่มีความเชื่อถือได้	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
จำนวนคู่แข่งในธุรกิจการส่งออกทุเรียน	✓	✓			✓	✓	✓	✓
เกษตรกรมีความรู้ความชำนาญในการปลูก		✓		✓	✓		✓	✓
จำนวนลูกค้าในธุรกิจการส่งออกทุเรียน			✓	✓			✓	✓
การส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล	✓	✓						
<b>4. ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ</b>								
การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มาตรการกีดกันทางการค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	✓	✓			✓	✓		✓
พฤติกรรมของผู้บริโภค			✓	✓	✓			
ความสามารถทางการแข่งขันของประเทศคู่แข่ง		✓		✓				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ	บ.วัชรมนต์	บ.โซนิไฟร์ท	บ.สยามเอ็กซ์	พอร์ทมาร์ท	บ.จี ออล ซีซั่น	บ.ธรรมแสง	บ.สยามฟู้ดส์	เอ็กซ์เพรส	บ.อินเตอร์ ฟรீด	บ.ชันไนน์
อัตราการขยายตัวของประชากรของประเทศคู่ค้า	✓									
สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศคู่ค้า						✓				

จากผลการสัมภาษณ์ตัวแทนของบริษัทส่งออกทุเรียน 8 ท่าน ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปอันดับปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียนจากผู้ที่มีความคิดเห็นตรงกันได้ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงการจัดอันดับปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน

ปัญหาและอุปสรรค	บ.วัชรมนต์	บ.โซนิไฟร์ท	บ.สยามเอ็กซ์	พอร์ทมาร์ท	บ.จี ออล ซีซั่น	บ.ธรรมแสง	บ.สยามฟู้ดส์	เอ็กซ์เพรส	บ.อินเตอร์ ฟรீด	บ.ชันไนน์
1. ปัญหาคุณภาพของสินค้า		✓			✓		✓			✓
2. ปัญหาในการขนส่ง	✓	✓	✓				✓			
3. ปัญหาในเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศ	✓			✓						
4. ปัญหาเรื่องคู่แข่ง	✓									
5. ปัญหาการจัดการภายในบริษัท	✓									
6. ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสารพิษ		✓								
7. ปัญหาเรื่องความล่าช้าในการทำเอกสารรับรองต่างๆ ก่อนการส่งออก					✓					
8. ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการส่งออก						✓				
9. ปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพทุเรียน									✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิจารณ์ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการส่งออกทุเรียนตามความสำคัญจากการมีความคิดเห็นที่ตรงกันมากที่สุด คือ

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท โดยปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมากที่สุดในการดำเนินธุรกิจการส่งออกทุเรียน คือ การมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการคัดเลือกผลผลิต เพราะบริษัทส่งออกส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นผู้ผลิตทุเรียนเอง แต่จะมีการรับซื้อผลผลิตจากสวนของเกษตรกรที่มีมาตรฐาน GAP หรือผ่านพ่อค้าคนกลางที่ผลผลิตคุณภาพดี ดังนั้นเพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตที่มีคุณภาพแท้จริง ทางบริษัทจึงต้องมีบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการคัดเลือกผลผลิตไปตรวจสอบคุณภาพในขั้นตอนการรับซื้อผลผลิตเสมอ จึงถือเป็นส่วนประกอบของบริษัทที่สำคัญที่จะสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีให้แก่บริษัท จากการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีตามมาตรฐาน ส่งผลให้บริษัทเป็นที่รู้จักในแวดวงธุรกิจการส่งออกทุเรียน และสร้างความเชื่อถือกับคู่ค้าจนเกิดการทำธุรกิจกันอย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สอดคล้องกับข้อมูลของกฤติกา งามกัณหา (2546)

งานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า การดำเนินธุรกิจนั้นต้องมีการบริหารงานที่ดีขององค์กรร่วมด้วย ซึ่งในแต่ละบริษัทย่อมมีบุคลากรที่มีหน้าที่แตกต่างกัน แต่มีการดำเนินงานภายใต้เป้าหมายเดียวกันคือ การได้มาซึ่งความสำเร็จของบริษัท ดังนั้นต้องให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของบุคลากร มีการประสานงานที่ดี มีการแจกแจงรายละเอียดหน้าที่จากผู้บริหารอย่างชัดเจน เพราะการทำธุรกิจที่เป็นสินค้าจากธรรมชาติ มักมีความไม่แน่นอน ต้องใช้ความละเอียดอ่อนในการบริหารจัดการจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่แต่ละบริษัทกำหนดไว้

ความได้เปรียบในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนอย่างหนึ่งคือ การมีสถานที่ตั้งโรงงานบรรจุหีบห่อที่อยู่ใกล้ทั้งแหล่งรับซื้อผลผลิตที่มีคุณภาพ และแหล่งส่งออกทั้งทางเรือและเครื่องบิน ซึ่งหากโรงงานบรรจุหีบห่อมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม ก็จะสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิต และปัญหาต่างๆ ในการขนส่งได้

ส่วนการจดทะเบียนผู้ส่งออกนั้นเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจกับคู่ค้าของแต่ละบริษัท เพราะการจดทะเบียนผู้ส่งออกเป็นการขึ้นทะเบียนภายใต้หน่วยงานของรัฐบาล จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นอีกทางหนึ่งในการทำธุรกิจ รวมถึงมีโอกาสในการได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากรัฐบาลด้วย ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ตั้งโรงงานบรรจุหีบห่อและการจดทะเบียนผู้ส่งออกนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติกา งามกัณหา (2546)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ไม่ว่าจะทำธุรกิจใด สิ่งที่ควรยึดถือในการทำธุรกิจก็คือ การมีความซื่อสัตย์ทั้งกับตนเองและผู้อื่น เพราะเมื่อทางบริษัทมีการตกลงซื้อขายกับคู่ค้าแล้วก็ควรทำตามข้อตกลงนั้นๆ ปฏิบัติตามคำสั่งซื้อและขายสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อคู่ค้าในการทำธุรกิจต่อไป

2. ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยผู้บริโภคในปัจจุบันจะมีความใส่ใจในเรื่องคุณภาพมาก จึงมีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น ดังนั้นทุกบริษัทจึงให้ความสำคัญที่สุดเริ่มตั้งแต่การคัดสรรผลผลิตจากแหล่งที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากทุเรียนสามารถให้ผลผลิตทั้งปีบริษัทส่วนใหญ่จึงมีการวิจัยและพัฒนาในเรื่องคุณภาพทุเรียน และอายุการเก็บรักษาผลทุเรียนในการขนส่ง เพื่อให้ได้สินค้าที่มีมาตรฐานในการส่งออกสม่ำเสมอ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความแตกต่างและความสะดวกในการเลือกซื้อส่งผลให้เกิดียี่ห้อที่ติดตลาดของแต่ละบริษัทด้วย จากการคัดเลือกสินค้าที่เน้นด้านคุณภาพทำให้แต่ละบริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคาแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดราคาจากต้นทุน การแข่งขัน และความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งขึ้นอยู่กับประเทศเป้าหมายและปริมาณการส่งออก หากเป็นตลาดในกลุ่มประเทศเอเชีย เช่น จีน ฮองกง อินโดนีเซียมีปริมาณการส่งออกมาก จะใช้การขนส่งทางเรือเพราะช่วยลดต้นทุนด้านการขนส่งต่อหน่วยให้ต่ำลง ส่วนประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีการบริโภคไม่มากนัก และมีความเข้มงวดด้านมาตรการกีดกันทางการค้ากว่าประเทศอื่นในกลุ่มเอเชีย ปริมาณการส่งออกจึงเหมาะสมที่จะส่งออกทางเครื่องบิน เช่นเดียวกับประเทศในตลาดสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียที่มีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่เป็นชาวเอเชียที่อพยพไปอยู่ในแต่ละประเทศ

การขยายตลาดในปัจจุบัน บริษัทส่วนหนึ่งจะให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ในด้านการโฆษณา การจัดทำเว็บไซต์ การจัดแสดงสินค้าตามงานต่างๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐ เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างชื่อเสียงให้บริษัทในการทำธุรกิจ ซึ่งความสำเร็จเหล่านี้ต้องมีการผสมผสานอย่างลงตัว สอดคล้องกับข้อมูลของกฤตติกา งามกัณหา (2546)

3. ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ การได้ผลผลิตที่มีคุณภาพนั้นต้องมีการคำนึงถึงแหล่งผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ โดยทุกบริษัทต้องได้รับผลผลิตจากสวนที่มีมาตรฐาน GAP เพราะต้องระบุมาตรฐาน GAP กำกับไปในการส่งออกด้วย ดังนั้นไม่ว่าจะรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลผลิตจากแหล่งผลิตที่ถือได้ว่าดีที่สุดใน เช่น สวนทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีหรือผลผลิตจากพ่อค้าคนกลางหรือล้งที่มีคุณภาพดี ก็ต้องมีการตรวจสอบถึงแหล่งผลิตเสมอ ซึ่งจากจำนวนคู่แข่งในธุรกิจการส่งออกทุเรียนในปัจจุบันมีจำนวนมาก และยังมีตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นตลาดเอเชียเหมือนกัน ทำให้แต่ละบริษัทต้องสร้างสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีการขยายตลาดไปยังทวีปอื่นมากขึ้น เพื่อให้สามารถคงอยู่ในตลาดส่งออกได้ สอดคล้องกับข้อมูลของกฤติกา งามกัณหา (2546)

ปัจจุบันเกษตรกรมีความรู้ความชำนาญในการปลูกทุเรียน บริษัทส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญในด้านนี้ โดยคำนึงถึงความเอาใจใส่ของเกษตรกรที่มีต่อการดูแลและปฏิบัติด้วยวิธีที่ถูกต้องเหมาะสมจนเป็นส่วนที่ได้รับมาตรฐาน GAP ส่งผลต่อผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของบริษัทส่งออก จนสามารถขยายจำนวนลูกค้าในธุรกิจการส่งออกทุเรียนให้ที่มีจำนวนมากขึ้น สามารถขยายตัวไปยังตลาดสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย นอกจากนี้บริษัทควรพิจารณาถึงตลาดที่มีผู้บริโภคชาวเอเชียอาศัยอยู่ และมีการให้ความรู้ในเรื่องวิธีการบริโภคทุเรียน เพื่อให้สามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น การส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลมีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านการหาตลาดรองรับ กำหนดมาตรฐานสินค้าที่เป็นกรกำหนดคุณภาพ และการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยทั้งด้านจำนวนลูกค้าในธุรกิจการส่งออกทุเรียนและการส่งเสริม สนับสนุนจากรัฐบาลมีความสอดคล้องกับปัจจัยในการส่งออกของกฤติกา งามกัณหา (2546)

4. ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ได้แก่ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยบริษัทต้องมีการเตรียมความพร้อมในการเผชิญปัญหาเหล่านี้ โดยอัตราแลกเปลี่ยนที่ดีต้องมีความเสถียร เพราะเราต้องซื้อขายในรูปของเงินดอลลาร์หรือเงินของประเทศคู่ค้า หากค่าเงินมีความผันผวนในการตกลงซื้อขายกับคู่ค้ามากก็จะไม่ส่งผลดีต่อรายได้ในการส่งออก ส่วนมาตรการกีดกันทางการค้าที่เกิดจากความตึงเครียดเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคของประชากรในประเทศของต้นมีผลทำให้การส่งออกเป็นไปอย่างเข้มงวด เพราะทุกบริษัทต้องดำเนินการตามข้อตกลงต่างๆ ที่รัฐบาลได้เจรจาไว้ ดังนั้นรัฐบาลควรมีการเจรจาให้มีมาตรการที่ส่งผลดีต่อการส่งออกของประเทศไทย และสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ในการส่งออกได้ทันต่อสถานการณ์ รวมถึงการให้ความสำคัญในเรื่องภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า โดยภาวะเศรษฐกิจของคู่ค้าในประเทศเป้าหมายที่บริษัทตกลงทำการค้าควรมีเศรษฐกิจดีและมั่นคง มีความต้องการบริโภคสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลให้นำเข้าสินค้าเกษตรจากประเทศไทยสูงตามไปด้วย ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลของกฤตติกา งามกัณหา (2546)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่นิยมรับประทานทุเรียนเป็นชาวเอเชียที่มีความเข้าใจในวิธีการบริโภคอยู่แล้วแต่ยังถือว่าเป็นวิธีการที่ยากอยู่ และเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการขยายตลาดผู้บริโภค หากผู้บริโภคมีความรู้ในเรื่องการรับประทานทุเรียนอย่างถูกวิธี และมีการขยายวัฒนธรรมในการบริโภค ก็ส่งผลให้มีการพัฒนาสายพันธุ์ทุเรียนให้มีรสชาติดี ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะสามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น โดยในปัจจุบันความสามารถทางการแข่งขันของประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่น่าจับตามองคือ ประเทศเวียดนาม ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างดี สามารถผลิตทุเรียนในต้นทุนที่ต่ำ และใกล้เคียงบริโภคใหญ่ในเอเชีย คือ ประเทศจีน แต่ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบอยู่เนื่องจากผลผลิตในประเทศมีคุณภาพดีกว่าจึงทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นดังกล่าวยังไม่มีผู้ใดได้กล่าวถึงไว้ แต่อย่างไรก็ตามเราควรรักษาระดับคุณภาพของผลผลิต โดยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสำเร็จในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน จากการศึกษาพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคที่สอดคล้องกับข้อมูลของหิรัญ หิรัญประดิษฐ์ (2541) คือ ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่เกิดจากตัวผลไม้อเอง เช่น อายุในการเก็บรักษาที่จำกัด การเกิดโรคและแมลง เป็นต้น ปัญหาในการขนส่ง เช่น การควบคุมอุณหภูมิขณะการส่ง เรื่องความล่าช้า การมีต้นทุนการขนส่งโดยเฉพาะทางเครื่องบินที่มีต้นทุนสูงมากกว่าทางเรือ และปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการส่งออก เป็นต้น

ปัญหาเรื่องคู่แข่งในเรื่องการตัดราคากัน การมีคู่แข่งจำนวนมากยังส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทำให้ช่องทางการขนส่งแออัดเพิ่มขึ้น

ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสารพิษ และปัญหาเรื่องความล่าช้าในการทำเอกสารรับรองต่างๆ ก่อนการส่งออก ซึ่งเป็นปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากระเบียบและกฎหมาย ปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพทุเรียน ซึ่งเป็นปัญหาและข้อจำกัดด้านวิชาการและเทคโนโลยี

การศึกษาพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากข้อมูลของหิรัญ หิรัญประดิษฐ์ (2541) คือ ปัญหาในเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศที่เป็นปัญหาที่ยากต่อการควบคุม เช่น เมื่อฝนตกในปริมาณมากจะทำให้ทุเรียนได้สีเข้ม เนื้อและ ส่งผลให้ผลผลิตมีคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่ำ เป็นต้น และปัญหาการจัดการภายในบริษัท ซึ่งทุกปัญหามีแนวทางที่แก้ไขได้ โดยทุกบริษัทได้ยึดเรื่องของคุณภาพสินค้าเป็นหลัก หากเป็นปัญหาที่ส่งผลเสียต่อคุณภาพสินค้าทางบริษัทจะไม่ดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Conclusions and Recommendation)

#### สรุปผลการวิจัย

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบริษัทส่งออกทุเรียน ซึ่งแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะบริษัท ประกอบด้วยการมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ ในการคัดเลือกเพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตที่มีคุณภาพแท้จริง จึงถือเป็นหน้าที่สำคัญที่จะสร้าง ภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีให้แก่บริษัทตามมา ซึ่งได้มาจากการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีตาม มาตรฐาน และสร้างความเชื่อถือกับคู่ค้าจนเกิดการทำการธุรกิจกันอย่างยั่งยืน รวมถึงในการดำเนิน ธุรกิจนั้นต้องมีการบริหารงานที่ดีขององค์กรร่วมด้วย เพราะการทำธุรกิจที่เป็นสินค้าจาก ธรรมชาติ มักมีความไม่แน่นอน ต้องใช้ความละเอียดอ่อนในการบริหารจัดการจึงจะสามารถ บรรลุเป้าหมายที่แต่ละบริษัทกำหนดไว้ โดยความได้เปรียบในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนอย่าง หนึ่งคือ การมีสถานที่ตั้งโรงงานบรรจุหีบห่อที่อยู่ใกล้ทั้งแหล่งรับซื้อผลผลิตที่มีคุณภาพดี และ แหล่งส่งออกทั้งทางเรือและเครื่องบิน ซึ่งจะสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิต และปัญหาต่างๆ ใน การขนส่งลงได้ ส่วนการจดทะเบียนผู้ส่งออกภายใต้หน่วยงานของรัฐบาลนั้นเป็นการสร้างความ น่าเชื่อถือและความไว้วางใจกับคู่ค้าของแต่ละบริษัทและมีโอกาสในการได้รับความช่วยเหลือและ การสนับสนุนจากรัฐบาลด้วย และไม่ว่าจะทำการกิจใด สิ่งที่ควรยึดถือในการทำธุรกิจก็คือ การมี ความซื่อสัตย์ทั้งกับตนเองและผู้อื่น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อคู่ค้าในการทำธุรกิจต่อไป

1.2 ปัจจัยภายในกิจการด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์ ทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ทุกบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้า มีการคัดสรรผลผลิตจาก แหล่งที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ มีการวิจัยและพัฒนาผลผลิตเพื่อให้ได้สินค้าที่มีมาตรฐานในการ ส่งออกสม่ำเสมอ รวมถึงการบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีความเป็นเอกลักษณ์ ส่งผลให้เกิด ยี่ห้อที่ติดตลาดของแต่ละบริษัทด้วย ซึ่งจากการผลิตสินค้าที่เน้นด้านคุณภาพทำให้แต่ละบริษัทมี การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคาแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดราคาจากต้นทุน การแข่งขัน และความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ส่วนกลยุทธ์ด้านช่อง ทางการจัดจำหน่ายซึ่งขึ้นอยู่กับประเทศเป้าหมายและปริมาณการส่งออกที่มีความเหมาะสมต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขนส่งทางเรือหรือทางเครื่องบิน การขยายตลาดในปัจจุบันให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดร่วมด้วย โดยใช้กลยุทธ์ในด้านการโฆษณา การจัดแสดงสินค้าตามงานต่างๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐ เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างชื่อเสียงให้บริษัทในการทำธุรกิจ

1.3 ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ ประกอบด้วย การคำนึงถึงแหล่งผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ ต้องเป็นส่วนที่มีมาตรฐาน GAP เพราะต้องระบุมาตรฐาน GAP กำกับไปในการส่งออกด้วย ซึ่งจากจำนวนคู่แข่งในธุรกิจการส่งออกทุเรียนในปัจจุบันมีจำนวนมาก และยังมีตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นตลาดเอเชียเหมือนกัน ทำให้แต่ละบริษัทต้องสร้างสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีการขยายตลาดไปยังทวีปอื่นมากขึ้น และมีการคัดเลือกผลผลิตจากสวนที่เกษตรกรมีความรู้ความชำนาญในการปลูกทุเรียน มีความเอาใจใส่ในการดูแลและปฏิบัติด้วยวิธีที่ถูกต้องเหมาะสมจนเป็นส่วนที่ได้รับมาตรฐาน GAP ส่งผลต่อผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของบริษัทส่งออก จนสามารถขยายจำนวนลูกค้าในธุรกิจการส่งออกทุเรียนให้ที่มีจำนวนมากขึ้น และสามารถขยายตัวไปยังตลาดสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียได้ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลที่มีส่วนช่วยเหลือทั้งด้านการตลาดรองรับ กำหนดมาตรฐานสินค้าที่เป็นข้อกำหนดคุณภาพ ด้านเงินทุน และการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

1.4 ปัจจัยภายนอกประเทศระดับมหภาคในตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่ นอกเหนือการควบคุม ได้แก่ การเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยอัตรา การแลกเปลี่ยนที่ดีต้องมีความเสถียร หากค่าเงินมีความผันผวนในการตกลงซื้อขายกับคู่ค้ามากก็ จะไม่ส่งผลดีต่อรายได้ในการส่งออก ส่วนมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีผลทำให้การส่งออก เป็นไปอย่างเข้มงวด เพราะทุกบริษัทต้องดำเนินการตามข้อตกลงต่างๆ ที่รัฐบาลได้เจรจาไว้ ดังนั้นรัฐบาลควรมีการเจรจาให้มีมาตรการที่ส่งผลดีต่อการส่งออกของประเทศไทย และสามารถ แก้ปัญหาต่างๆ ในการส่งออกได้ทันต่อสถานการณ์ รวมถึงการให้ความสำคัญในเรื่องภาวะ เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า โดยภาวะเศรษฐกิจของคู่ค้าควรมีเศรษฐกิจดีและมั่นคง มีความ ต้องการบริโภคสูงส่งผลให้นำเข้าสินค้าเกษตรจากประเทศไทยสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ยังมี ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค หากผู้บริโภคมีความรู้ในเรื่องการรับประทานทุเรียนอย่างถูกวิธี และมีการขยายวัฒนธรรมในการบริโภค ซึ่งจะสามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น โดยในปัจจุบัน ความสามารถทางการแข่งขันของประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่น่าจับตามองคือ ประเทศเวียดนาม แต่ ผลผลิตในประเทศมีคุณภาพดีกว่าจึงทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน ได้แก่ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า เช่น อายุในการเก็บรักษาที่จำกัด การเกิดโรคและแมลง เป็นต้น ปัญหาในเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า ปัญหาในการขนส่ง เช่น การควบคุมอุณหภูมิขณะการส่งเรื่องความล่าช้า การมีต้นทุนการขนส่งโดยเฉพาะทางเครื่องบินที่มีต้นทุนสูงมากกว่าทางเรือ และปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการส่งออก เป็นต้น

ปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากระเบียบและกฎหมายซึ่งเป็นปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสารพิษ และปัญหาเรื่องความล่าช้าในการทำเอกสารรับรองต่างๆ ก่อนการส่งออก

โดยแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ทุกบริษัทได้ยึดเรื่องของคุณภาพสินค้าเป็นหลัก หากเป็นปัญหาที่ส่งผลเสียต่อคุณภาพสินค้าทางบริษัทจะไม่ดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการประกอบกิจการส่งออกทุเรียน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากบริษัทส่งออก ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงแนวโน้มการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยในอนาคตมีโอกาสอึมตัวเนื่องจากมีตลาดที่จำกัด ซึ่งรัฐบาลควรมีการสนับสนุนและเข้ามามีบทบาทอย่างจริงจัง จัดทำแผนแม่บทที่ชัดเจนของสินค้าเกษตรก็จะเป็นแนวทางผลักดันการส่งออกซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของประเทศ ซึ่งทุเรียนเป็นสินค้าเกษตรที่ทำรายได้จำนวนมากให้กับประเทศ ดังนั้นควรมีการให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างจริงจังในการผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม (GAP) เพื่อการสร้างแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีการกำหนดมาตรการต่างๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อการส่งออกของประเทศ มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศเพื่อลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยให้ต่ำที่สุด เป็นต้น หากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพเชื่อได้ว่าศักยภาพของสินค้าเกษตรไทยจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับการส่งออกของไทย และสามารถประสบผลสำเร็จในการทำธุรกิจในที่สุด รวมถึงผู้ส่งออกเองควรมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง พัฒนาการดำเนินงานขององค์กร สร้างสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีการเข้าฝึกอบรม หรือรวมจัดตั้งกลุ่ม เพื่อสร้างเครือข่ายในการเรียนรู้ ทั้งกับผู้ส่งออกรายอื่นและเกษตรกร เพื่อเป็นแนวทางในการมีสินค้าคุณภาพอย่างยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงานวิจัย

จากการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากบริษัทส่งออกทุเรียนซึ่งขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกทุเรียนของกรมวิชาการเกษตร (One stop service) จากรายชื่อทั้งหมดพบว่ามีความซ้ำซ้อน รายชื่อบริษัทจำนวนหนึ่งไม่ได้ประกอบการส่งออกทุเรียน อีกจำนวนหนึ่งไม่สามารถติดต่อได้ จึงไม่สามารถกำหนดจำนวนประชากรที่ถูกต้องได้ และเกิดความล่าช้าในการติดต่อผู้ส่งออก เมื่อได้สัมภาษณ์ผู้ส่งออกก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่ในช่วงฤดูกาลการส่งออกมีบางบริษัทที่ต้องสัมภาษณ์ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีเช่นกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการเกษตร. 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.doa.go.th>. [2549 สิงหาคม 3]  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2542. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.moac.go.th/acfs.html>. [2549 มิถุนายน 25]
- การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม. 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : [http://www.doa.go.th/gap/menu\\_gap.html](http://www.doa.go.th/gap/menu_gap.html). [2549 กรกฎาคม 22]
- กฤติกา งามกัณหา. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน : กรณีศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ส่งออก**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร.
- ชฎิล นิมนวล. 2550. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2550.
- โชติช่วง เยี่ยมฉวี. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพผลทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่ส่งออกไปยังไต้หวัน**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.
- ตัวแทนจากบริษัท สยามฟู้ดส์ เอ็กซ์เพรส (ไทยแลนด์) จำกัด. 2550. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2550.
- "ทุเรียน" 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก [http://mis.agri.cmu.ac.th/download/course/lec\\_359751\\_pomology\\_13.pdf](http://mis.agri.cmu.ac.th/download/course/lec_359751_pomology_13.pdf). [2549 สิงหาคม 21]
- ทิศทางการส่งออกและลงทุน. 2543. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : มปป.
- นงลักษณ์ ชำเจริญ. 2550. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2550.
- นพรัตน์ รุ่งอุทัยศิริ. 2546. **โครงการประเมินผลประสิทธิภาพการพัฒนการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ รุ่งกิจทวีทรัพย์. 2550. สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2550.
- พิเชษฐ เข็มทอง. 2543. **การวิเคราะห์การส่งออกสินค้าเกษตรไม่แปรรูปของไทยภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน : กรณีศึกษาทุเรียน**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.
- มกอช. 2546. **มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ทุเรียน**. สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วรากร ดิยง. 2544. **ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตและการจำหน่ายทุเรียนใน  
อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง. ปัญหาพิเศษระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยี  
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร.**

วิภาวี วัชรากกร. 2550. สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2550.

วิรัชรอง สงสังข์. 2550. สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2550.

สมศักดิ์ ศุภธีรวงศ์. 2549. สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2549.

สามารถ ธรรมโชติ. 2550. สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2550.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2549. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.oae.go.th>.

[2549 กรกฎาคม 7]

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของ กรมศุลกากร. 2550. [ออนไลน์] เข้าถึงได้  
จาก : <http://www.oae.go.th/statistic/export/1301DU.xls>. [2550 เมษายน 16]

หิรัญ หิรัญประดิษฐ์. 2541. **เทคโนโลยีการผลิตทุเรียน. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



12. โดยเฉลี่ยบริษัทส่งออกทุเรียนต่อครั้งเท่าไร.....

13. ในช่วง 5 ปี ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทเป็นอย่างไร.....

14. ท่านคิดว่าแนวโน้มการส่งออกทุเรียนไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไร จะสามารถขยายไป  
ตลาดยุโรปหรืออเมริกาได้หรือไม่.....

15. บริษัทให้ความสำคัญกับผลผลิตในด้านใด (ผลิตภัณฑ์/ คุณภาพ/ ราคา /ช่องทางการจัด  
จำหน่าย/ การส่งเสริมการตลาด) อย่างไร.....

16. การดำเนินงานในการส่งออกทุเรียนของบริษัทเป็นอย่างไร (กระบวนการส่งออกหลังจาก  
การเก็บเกี่ยวจนถึงส่งออกต่างประเทศ รวมถึงดูแลตลาดอย่างไร การจัดหาทุเรียนทำ  
อย่างไร การตรวจสอบมาตรฐานของผลผลิตหลังจากที่รับมา มาตรฐานด้านคุณภาพที่  
บริษัทมีและต้องให้ความสำคัญมีอะไรบ้าง การเข้ามาช่วยเหลือจากทางรัฐบาลเป็นอย่างไร  
ความสำคัญในเรื่องคู่แข่ง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17.ระหว่างการดำเนินงานมีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างในการส่งออกทุเรียน และมีวิธีการ  
แก้ไขปัญหาอย่างไร ปัจจุบันปัญหาในการส่งออกทุเรียนมีอะไรบ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้







### ภาพผนวกที่ 1 กระบวนการส่งออกทุเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้