

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย

FACTORS AFFECTING THAI OKRA (*Abelmoschus esculentus* L. Moench)

EXPORT



T123179



พิมลวรรณ เกตพันธ์

PIMOLWAN KATEPAN

ฉพ.
พ 725/
2555

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 123179
วัน,เดือน,ปี..... 15 ต.ค. 2555

b. 1244260
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2555

KMITL-2012-AMC-M-02-003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS AFFECTING THAI OKRA (*Abelmoschus esculentus* L. Moench)
EXPORT**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
AGRIBUSINESS AND FOOD INDUSTRY MANAGEMENT
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2012

KMITL-2012-AMC-M-02-003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2012

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย
FACTORS AFFECTING THAI OKRA (*Abelmoschus
esculentus* L. Moench) EXPORT

ชื่อนักศึกษา นางสาวพิมพ์วรรณ เกตพันธ์

รหัสประจำตัว 53641213

ปริญญา ธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ เมฆโหรา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ

| คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ | ลายมือชื่อ |
|---------------------------------------|--|
| รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ สิมังกูร |  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ เมฆโหรา |  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ |  |
| ดร.ชัยวัฒน์ คนจริง |  |

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 29 พฤษภาคม 2555 เวลา 9.30 – 12.30 น.

สถานที่สอบ ณ ห้องประชุม AMC 2 ชั้น 4 ตึกสำนักบริการคอมพิวเตอร์

KING MONSIEUR INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วิทยาลัยรับรองแล้ว



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและการจัดการ

วันที่ 13 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|---------------------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย |
| นักศึกษา | นางสาวพิมลวรรณ เกตพันธ์ |
| รหัสประจำตัว | 53641213 |
| ปริญญา | ธุรกิจมหาบัณฑิต |
| สาขาวิชา | การจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร |
| พ.ศ. | 2555 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ | ผศ.ดร.ธำรงค์ เมฆโหรา |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม | ผศ.ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ |

บทคัดย่อ

กระเจี๊ยบเขียวเป็นพืชผักส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยชนิดหนึ่ง ซึ่งร้อยละ 56.36 ของผลผลิตผักสดถูกส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานะความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวโดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ นำมาพัฒนาตัวแปรในแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างบริษัทที่ดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำนวน 33 รายจากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามระบบฮาร์โมนไนซ์ทั้งสิ้น 40 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนจากจำนวนปัจจัยทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ 81 ตัวแปร เพื่ออธิบายผลสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว (อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว) ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ สัดส่วนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี ซึ่งใช้แทนความสามารถของแรงงานในการผลิต 2) กลุ่มตัวแปรปัจจัยด้านอุปสงค์ ได้แก่ ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ อัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และอัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนี 3) กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศ 4) กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน ได้แก่ สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูป และบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า 5) กลุ่มตัวแปรด้านโอกาส ได้แก่ นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และ 6) กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

| | |
|--------------------------|---|
| Thesis | Factors Affecting Thai Okra (<i>Abelmoschus esculentus</i> L. Moench) Export |
| Student | Miss Pimolwan Katepan |
| Student ID. | 53641213 |
| Degree | Master of Business Administration |
| Program | Agribusiness and Food Industry Management |
| Year | 2012 |
| Thesis Advisor | Asst. Prof. Dr. Thamrong Mekhora |
| Thesis Co-Advisor | Asst. Prof. Dr. Panya Mankep |

ABSTRACT

Okra (*Abelmoschus esculentus* L. Moench) is an important item among Thailand's vegetable exports. Nearly 56.36 percent of fresh okra pod was exported to Japan. The objective of this research was to investigate and analyze factors affecting the advantage of Thailand's export fresh okra pod, using Porter's diamond theory. Data employed were from surveyed of 33 samples of okra export companies. Obtained 81 variables could be explained the success of export revenue. The application of stepwise multiple regression analysis under Porter's diamond theory framework showed factors affecting Thai okra for export including 1) the factor conditions, being expressed in terms of labors with higher Vocational Training or Bachelor Degree; 2) the demand condition, being the foreign consumers expect in quality and service higher than the domestic consumer, the proportion of okra consumption in Japan and the proportion of okra consumption in Germany; 3) the related and supporting industries, being the industrial manufacturing and packaging of okra in Thailand; 4) the firm strategy, being the proportion of okra export in unprocessed, and the production standards meeting customer demands; 5) the chance, being the policy of health and environment and 6) the government, being the exhibition both inside and outside the country.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร. ชำรงค์ เมฆโหรา ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้คำชี้แนะแก้ปัญหาตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ ที่กรุณาให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม พร้อมทั้งให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาที่ดีแก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ทิพวรรณ ลิ้มกฐร ที่กรุณาให้เกียรติเป็นประธาน และ ดร.ชัชวรินทร์ คนจริง ที่กรุณาให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ จนในที่สุดทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบคุณข้าราชการและพนักงาน กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร สำนักงานพัฒนา ระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช และห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ตลอดจนบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวทุกบริษัท ที่ให้การสนับสนุนและให้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณคุณนุจรีย์ อินอุดม เจ้าหน้าที่งานบัณฑิตศึกษา ฝ่ายวารสารเกษตรพระจอมเกล้า และคุณมูจลินท์ ม่วงยาน เจ้าหน้าที่วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ ที่ให้ความสนับสนุนช่วยเหลือในการยื่นเรื่องขอสอบวิทยานิพนธ์ขั้นสุดท้ายสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณคุณอุทธิพงษ์ นุบผาคี และคุณณัฐภาพ จรรย์พงษ์ ที่คอยช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้กับบิดามารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง ตลอดจนครูอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า

พิมลวรรณ เกศพันธ์

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | I |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | II |
| กิตติกรรมประกาศ | III |
| สารบัญ | IV |
| สารบัญตาราง | VI |
| สารบัญภาพ | VIII |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา | 5 |
| 1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย..... | 5 |
| 1.4 ขอบเขตการวิจัย | 6 |
| 1.5 สมมติฐานของการวิจัย | 6 |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 7 |
| 1.7 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ | 7 |
| | |
| บทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 9 |
| 2.1 ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) | 9 |
| 2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) | 13 |
| 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 15 |
| | |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 22 |
| 3.1 วิธีการศึกษา | 22 |
| 3.2 การรวบรวมข้อมูล | 22 |
| 3.3 เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ | 23 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 23 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลและการอภิปรายผล | 27 |
| 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 27 |
| 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของบริษัท | 29 |
| 4.3 ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว | 33 |
| 4.4 ทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่มีผลต่อการส่งออก กระเจียบเขียวของประเทศไทย | 34 |
| 4.5 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว ของประเทศไทย | 38 |
| 4.6 ทศนคติเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพของ ธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียวและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการส่งออก กระเจียบเขียวของประเทศไทย | 42 |
| 4.7 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย | 44 |
| 4.8 อภิปรายผลการวิจัย | 53 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา | 56 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 56 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ | 58 |
| บรรณานุกรม | 60 |
| ภาคผนวก | |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 63 |
| ภาคผนวก ข ผลการคำนวณค่าสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์..... | 74 |
| ภาคผนวก ค รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียว | 79 |
| ประวัติผู้เขียน | 82 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 1.1 | พื้นที่ปลูกรวมและผลิตผลกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 – 2545 2 |
| 1.2 | ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวฝักสดปีพ.ศ. 2544 – 2554 4 |
| 2.1 | สรุปการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ 21 |
| 4.1 | จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง และระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ 28 |
| 4.2 | ประเภทของบริษัทแบ่งตามลักษณะทุน จำนวนพนักงาน สัดส่วนพนักงาน จำแนกตามวุฒิการศึกษา มูลค่ายอดขายเฉพาะกระเจี๊ยบเขียว โดยรวมของบริษัท ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียว และสัดส่วนมูลค่าการ ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวต่อยอดขายโดยภาพรวมของบริษัท..... 30 |
| 4.3 | ประเทศผู้นำเข้ากระเจี๊ยบเขียวของไทยจำแนกตามปริมาณการส่งออก 31 |
| 4.4 | จำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทการส่งออกสินค้า และ ประเภทของกระเจี๊ยบเขียวที่ส่งออก..... 32 |
| 4.5 | ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำแนกตามค่าเฉลี่ยของ อัตรากำไรสุทธิของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว และอัตรากำไร จากการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2551-2554..... 33 |
| 4.6 | ทัศนคติเกี่ยวกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวซึ่งเกิดจาก เหตุการณ์ไม่คาดคิดภายในประเทศ..... 35 |
| 4.7 | ทัศนคติเกี่ยวกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ ไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้า..... 36 |
| 4.8 | ทัศนคติเกี่ยวกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ ไม่คาดคิดของประเทศคู่แข่ง..... 37 |
| 4.9 | ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย 39 |
| 4.10 | จำนวนและร้อยละของบริษัทก่อน โยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่ม ศักยภาพของธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียว 43 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรทั้ง 81 ตัวแปรเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย | 44 |
| 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวกับตัวแปรของโมเดลเพชร 81 ตัวแปร..... | 50 |



สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1.1 | กรอบแนวความคิดในการวิจัย..... | 5 |
| 2.1 | แนวคิดแบบจำลองเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Framework) | 10 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มนำแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 มาใช้ในปี พ.ศ. 2504 เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารที่ใช้เงินลงทุนน้อย ใช้วัตถุดิบภายในประเทศสูง และสามารถนำทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ในอุตสาหกรรมได้มาก ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อการลงทุน นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่น ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การผลิตกระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น อันนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้น

ด้านนโยบายของรัฐ ได้กำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) โดยจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมสาขาอาหาร เพื่อวางยุทธศาสตร์และตำแหน่งการแข่งขันของไทยในตลาดโลก (Global Niches) เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติร่วมกันทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล โดยกำหนดวิสัยทัศน์ไว้ดังนี้ ประการที่หนึ่ง ให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการส่งออกสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง สำหรับอาหาร 4 ประเภทตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ อาหารที่ผลิตจากสินค้าประมง ัญพืช ผลไม้ และเนื้อสัตว์ และประการที่สอง ให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการที่จะผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มจากน้ำตาลและมันสำปะหลังเพื่อการส่งออก (กระทรวงอุตสาหกรรม. 2545)

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้การส่งออกสินค้าอาหารของไทยได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง โดยผลการวิเคราะห์ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2544) พบว่า การส่งออกอาหารลดลงในอัตราร้อยละ 1 จะส่งผลทำให้ภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบมูลค่ากว่า 17,000 ล้านบาท การจ้างงานรวมทุกสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องลดลงประมาณ 99,000 คน และเกิดการสูญเสียผลประโยชน์ประมาณ 6,000 ล้านบาท ประกอบกับอุตสาหกรรมอาหารไทยกำลังเผชิญกับสภาพเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศใหญ่ในโลกเริ่มถดถอยลง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารให้มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustained Competitive Advantage) ให้เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ โดยมีเป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจนและต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและเอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นประเด็นไปที่ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว เนื่องจากกระเจี๊ยบเขียวเป็นพืชผักส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยชนิดหนึ่ง แหล่งผลิตกระเจี๊ยบเขียวของโลก ได้แก่ แแถบชายฝั่งทะเลแคริบเบียน ทวีปแอฟริกา โดยเฉพาะในประเทศชูดาน อียิปต์ ไนจีเรียและในประเทศเขตเอเชีย ได้แก่ ไทย จีน และฟิลิปปินส์ ผลผลิตของกระเจี๊ยบเขียวของโลก (ทุกพันธุ์) มีประมาณ 5-6 ล้านตันหรือราวร้อยละ 1.5 ของการผลิตผักของโลก โดยการส่งออกส่วนใหญ่เป็นการส่งออกฝักสดซึ่งร้อยละ 56.36 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดถูกส่งไปประเทศญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นนิยมบริโภคกระเจี๊ยบเขียวมาก เนื่องจากมีคุณค่าทางอาหารและมีคุณค่าทางสมุนไพรรักษาโรค สำหรับคนไทยบริโภคกระเจี๊ยบเขียวมานานแล้ว เพราะเป็นผักพื้นบ้าน (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2537) ปกติคนไทยใช้ฝักอ่อนบริโภคในรูปต้ม เผาเป็นผักจิ้ม ชุบแป้งทอด แกงและยำ (สุขสันต์ สุทธิผลไพบูลย์. 2538) และเป็นพืชที่มีคุณค่าทางอาหารสูง อุดมไปด้วยธาตุแคลเซียมและวิตามินซี (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2537)

จากบันทึกประวัติการปลูกกระเจี๊ยบเขียวเพื่อส่งออกของประเทศไทย พบว่า มีการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 โดยมีการปลูกกันในระบบตลาดแบบข้อตกลงล่วงหน้า กล่าวคือ ก่อนปลูกเกษตรกรต้องติดต่อหาผู้รับซื้อที่แน่นอน มีเงื่อนไขการซื้อขายที่ดีและทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า มิฉะนั้นผู้ปลูกไม่สามารถหาตลาดได้หรือถูกกดราคา ส่วนบริษัทผู้ส่งออกต้องพิจารณาหาที่ตั้งจุดรับซื้อด้วยการให้เกษตรกรปลูกรวมกันมีพื้นที่อย่างน้อย 30-50 ไร่จึงจะคุ้มทุน การทำธุรกิจ บริษัทส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำนวนมากทำการส่งออกทั้งฝักสดแช่เย็น ฝักสุกแช่แข็ง และบรรจุกระป๋อง ต่างมีระบบการส่งเสริมเกษตรกรของตนเองด้วยการสนับสนุนปัจจัยการผลิต กำหนดมาตรฐานการรับซื้อผลิตผล (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2545)

สำหรับพื้นที่ปลูกกระเจี๊ยบเขียวมีรายงานในปีเพาะปลูก 2541/42-2544/45 ซึ่งเริ่มต้นจากวันที่ 1 พฤษภาคม - 30 เมษายน (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2550) พบว่า ปีเพาะปลูก 2541/42 มีพื้นที่ปลูกรวม 3,887 ไร่ ได้ผลิตผล 6,755 ตัน และพื้นที่เพาะปลูกได้ขยายเพิ่มขึ้นเป็น 8,522 ไร่, 10,342 ไร่ และ 14,236 ไร่ ในปีเพาะปลูก 2542/43, 2543/44 และ 2544/45 ตามลำดับ ในขณะที่ผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 12,211 ตัน ถัดจากนั้น 9,552 ตัน, 12,031 ตัน ในปีเพาะปลูก 2542/43, 2543/44 และ 2544/45 ตามลำดับ (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 พื้นที่ปลูกรวมและผลิตผลกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 - 2545

| รายการ | 2541/42 | 2542/43 | 2543/44 | 2544/45 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|
| พื้นที่ปลูก (ไร่) | 3,887 | 8,522 | 10,342 | 14,236 |
| ผลิตผล (ตัน) | 6,755 | 12,211 | 9,552 | 12,031 |

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร (2550)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแหล่งที่ปลูกที่สำคัญ ได้แก่ อำเภอเมือง กำแพงแสน บางเลน ดอนตูม จังหวัด นครปฐม อำเภอเมือง คำเนินสะดวก โพธาราม และบางแพ จังหวัดราชบุรี อำเภอเมือง ค่านมะขาม- เตี้ย เลาช่วญ และท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี อำเภออุ้มทองและศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อำเภอ ไซโย วิเศษชัยชาญ และโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดนนทบุรี มีพื้นที่ปลูกรวม 14,236 ไร่ ผลผลิตรวม 12,000 ตันเศษ ผลผลิตเฉลี่ย 4,500 กก./ไร่ แต่มีผลผลิตที่ตรงตามมาตรฐานการส่งออก เพียงร้อยละ 40 เท่านั้น สาเหตุสำคัญคือ ปัญหาการระบาดของโรคและแมลงและปัญหาสารเคมี ตกค้างจึงทำให้ปริมาณการส่งออกกระเจียบเขียวไปประเทศญี่ปุ่น เกาหลี ฯลฯ ลดน้อยลง (กรม ส่งเสริมการเกษตร. 2536)

ในปีเพาะปลูก 2546/47 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกระเจียบเขียว 12,259 ไร่ คิดเป็นผลผลิต 9,899 ตัน การผลิตกระเจียบเขียวของประเทศไทยส่วนใหญ่ส่งออกไปยังต่างประเทศในรูป กระเจียบเขียวฝักสดและแช่แข็งปริมาณปีละประมาณ 300 ล้านบาท โดยตลาดหลักคือประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเดือนตุลาคม-พฤษภาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่ประเทศญี่ปุ่นผลิตกระเจียบเขียวในประเทศได้ ไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งมีข้อได้เปรียบคือราคาต่อ กิโลกรัมต่ำกว่าของประเทศไทย แต่คุณภาพของประเทศไทยดีกว่า (กรมวิชาการเกษตร. 2545)

การส่งออกกระเจียบเขียวฝักสดของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2550 มี ปริมาณลดลงจากปี พ.ศ. 2549 (ตารางที่ 1.2) เนื่องจากประสบปัญหาประเทศญี่ปุ่นระงับการนำเข้า กระเจียบเขียวทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการประกาศใช้ระบบ Positive List เมื่อวันที่ 29 พ.ค. 2549 ซึ่งระบบ Positive List เป็นระบบเกี่ยวกับค่าสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานที่ประเทศ ญี่ปุ่นใช้ตรวจสอบสินค้าอาหารนำเข้าจากทุกประเทศทั่วโลก รวมทั้งกระทรวงสาธารณสุขแรงงาน สวัสดิการของประเทศญี่ปุ่น ได้ตรวจสอบพบสารเคมีทางการเกษตรที่ใช้สำหรับป้องกันกำจัดแมลง ประเภท EPN รวมทั้งตรวจพบสารเคมีป้องกันที่มีชื่อว่า Dino tefuran ตกค้างในกระเจียบเขียว สูงกว่าค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ คือ 0.01 ppm. ในผลผลิตกระเจียบเขียวที่มาจากประเทศไทย ทำให้ ประเทศญี่ปุ่นดำเนินมาตรการกักกันกระเจียบเขียวนำเข้าทั้งหมดที่ส่งมาจากประเทศไทย เพื่อ วิเคราะห์หาความปลอดภัยก่อนที่จะอนุญาตให้นำเข้าได้ (Department of Food Safety. JAPAN. 2006)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตร ได้ ประสานงานกับประเทศญี่ปุ่นในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยส่งการไปยังสำนักงานเกษตรจังหวัด ให้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการผลิตกระเจียบเขียวที่ปลอดภัยจากสารพิษตกค้างและปลอดภัย จากศัตรูพืช เช่น การป้องกันกำจัดศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสาน เป็นต้น หากมีความจำเป็นต้องใช้สารเคมี ควรใช้อย่างถูกต้องให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกกระเจียบเขียวเพื่อส่งออก รวมทั้งขอความร่วมมือจาก เกษตรกรผู้ผลิตกระเจียบเขียวให้มีความระมัดระวังในการใช้สารเคมีทางการเกษตรให้ถูกต้องตาม ความต้องการของประเทศคู่ค้ามากขึ้น เพื่อมิให้เกิดปัญหาการส่งออกกระเจียบเขียวที่ซ้ำซ้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงเป็นเหตุให้ปริมาณการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไปประเทศญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้นในปีถัดมา (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2550)

ตารางที่ 1.2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวฝักสดปี พ.ศ. 2544-2554

| Year | Export Statistics | | | |
|------|----------------------------|------------------|-------------------------------|------------------------------|
| | Export Okra to Japan (KGM) | FOB Value (Baht) | Grand Total Export Okra (KGM) | Grand Total FOB Value (Baht) |
| 2001 | 3,273,835 | 248,189,811 | 3,327,707 | 253,208,975 |
| 2002 | 3,931,384 | 344,162,616 | 3,991,191 | 350,090,760 |
| 2003 | 3,030,152 | 264,023,004 | 3,121,367 | 273,650,779 |
| 2004 | 4,097,406 | 410,845,782 | 4,191,652 | 422,418,515 |
| 2005 | 3,522,232 | 372,087,735 | 3,581,292 | 378,633,032 |
| 2006 | 3,055,205 | 319,226,854 | 3,092,073 | 323,205,044 |
| 2007 | 1,850,671 | 104,809,304 | 2,013,154 | 113,319,405 |
| 2008 | 1,681,333 | 107,594,134 | 1,848,438 | 113,489,411 |
| 2009 | 1,321,415 | 91,887,154 | 1,369,232 | 94,126,289 |
| 2010 | 1,268,002 | 78,830,606 | 1,295,459 | 80,204,623 |
| 2011 | 1,781,298 | 119,099,931 | 1,822,283 | 121,914,037 |

ที่มา : กรมศุลกากร (2555)

จากประเด็นปัญหาการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวฝักสดของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2550 มีปริมาณลดลงจากปี พ.ศ. 2549 และปริมาณการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีการปรับเพิ่มสูงขึ้นใหม่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจ Porter (2000) ได้เสนอทฤษฎีโมเดลเพชร (Diamond Model) มีปัจจัยองค์ประกอบ 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยที่หนึ่ง เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยที่สอง เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ปัจจัยที่สาม อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยที่สี่ กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน ปัจจัยที่ห้า โอกาส ปัจจัยที่หก บทบาทของภาครัฐ ซึ่งถ้าธุรกิจใดมีองค์ประกอบดังกล่าวอย่างสมบูรณ์ จะสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดีในระดับประเทศ เพราะ โมเดลดังกล่าว สามารถทำการวิเคราะห์เริ่มตั้งแต่ระบบการจัดการการผลิต การบริหารองค์การ การตลาด การกระจายสินค้า การรับรองสินค้าจากธุรกิจ สภาวะอุตสาหกรรม แนวนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเหตุการณ์ภายนอกต่าง ๆ ที่อาจเกิด และไม่สามารถควบคุมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์

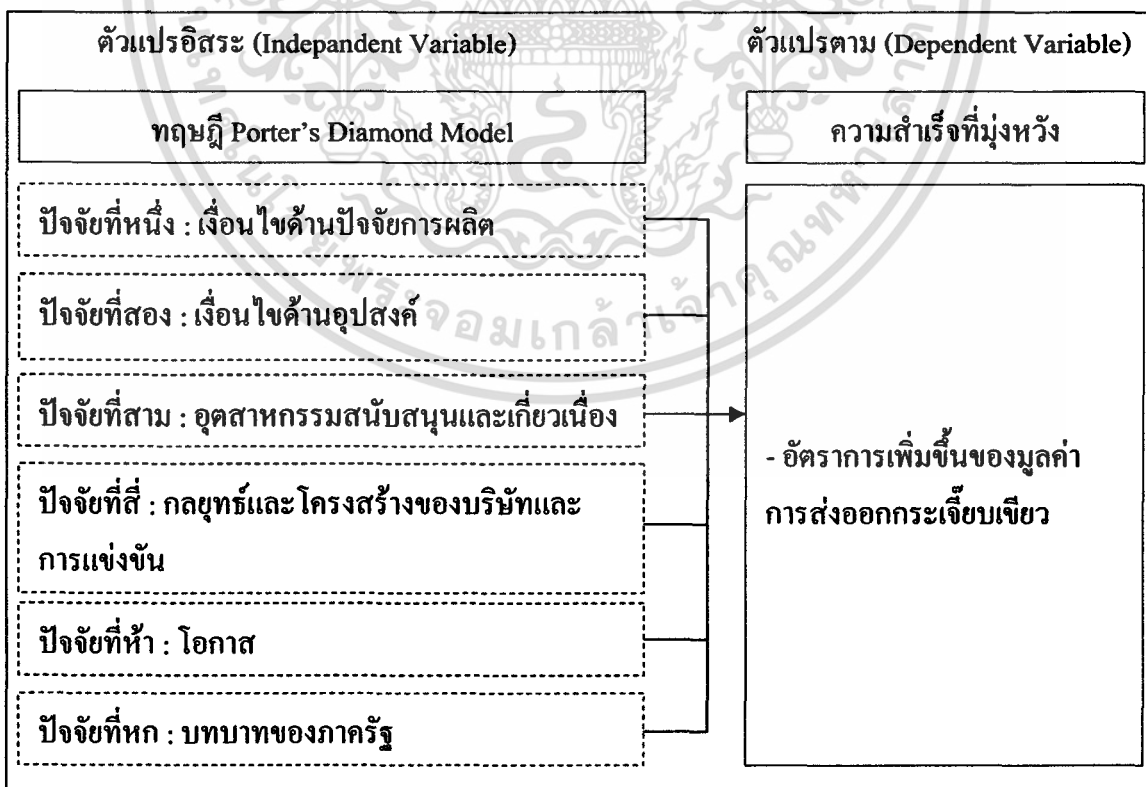
1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การจัดการผลผลิตของรัฐกิจส่งออกและการตลาด กระเจียบเขียวของไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทยตามทฤษฎี โมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model)

1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการส่งออกกระเจียบเขียวฝักสดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 มีปริมาณ ลดลงจากปี พ.ศ. 2549 เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นระงับการนำเข้ากระเจียบเขียวทั้งหมด ทำให้มูลค่า ใน การส่งออกกระเจียบเขียวไปประเทศญี่ปุ่นลดลง รวมทั้งปริมาณการส่งออกกระเจียบเขียวมีการปรับ เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2554

ดังนั้นการศึกษานี้ จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย โดยทำการศึกษาภายใต้กรอบทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ และใช้อัตราการเพิ่มขึ้นของ มูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเป็นเครื่องแสดงผลสำเร็จของการส่งออกกระเจียบเขียว (ภาพที่ 1.1) เพื่อให้สามารถระบุและใช้เป็นตัวปัจจัยหลักในการสร้างข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันใน ระดับประเทศในยุคปัจจุบันต่อไป



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทยในครั้งนี้ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตของสินค้า

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยเฉพาะกระเจียบเขียวที่ส่งออกในรูปแบบฝักสด แช่เย็นหรือแช่แข็ง และอบกรอบหรือแปรรูปเท่านั้น ไม่รวมถึงกระเจียบเขียวเพื่อการบริโภคในท้องถิ่นหรือเพื่อการบริโภคภายในประเทศไทย

1.4.2 ขอบเขตของประชากร

ประชากรในการวิจัยนี้คือ บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวจำนวน 33 รายจากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกกระเจียบเขียวของไทยจำแนกตามระบบฮาร์โมนไนซ์ (H.S. Code) ระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม 2553 ทั้งหมด 40 ราย (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554)

1.4.3 ขอบเขตของเนื้อหา

เนื้อหาประกอบด้วย ข้อมูลการผลิตและการจัดการผลผลิตของธุรกิจส่งออกมูลค่าการส่งออกและปัจจัยองค์ประกอบภายใต้ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ทั้ง 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่หนึ่ง เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยที่สอง เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ปัจจัยที่สาม อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยที่สี่ กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขันปัจจัยที่ห้า โอกาส ปัจจัยที่หก บทบาทของภาครัฐ โดยค่าผลลัพธ์ของรายได้หรือผลตอบแทนที่ได้แสดงให้เห็นถึงส่วนเกินทุน หรือผลต่างระหว่างรายได้กับต้นทุน (กำไรหรือผลประโยชน์สุทธิ) สูงสุด

1.5 สมมติฐานของการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ และขอบเขตการวิจัยสามารถตั้งสมมติฐานเพื่อเป็นกรอบในการวิจัยดังนี้

- 1.5.1 เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต ไม่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย
- 1.5.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ไม่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย
- 1.5.3 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ไม่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย
- 1.5.4 กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน ไม่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย
- 1.5.5 โอกาสไม่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย
- 1.5.6 บทบาทของภาครัฐไม่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย โดยนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์ วางแผน และพัฒนาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกกระเจียบเขียวอย่างมีประสิทธิภาพ

1.6.2 แนวทางในการดำเนินงานวางแผนและนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมด้านการส่งออกกระเจียบเขียวออกสู่ต่างประเทศ และกำหนดนโยบายด้านการตลาดที่เหมาะสมแก่เกษตรกรเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาดที่แท้จริง

1.7 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1.7.1 กระเจียบเขียว หมายถึง กระเจียบเขียวที่ปลูกเลี้ยงเพื่อมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งออกทั้งในรูปของกระเจียบเขียวฝักสด แช่เย็นหรือแช่แข็ง และอบกรอบหรือแปรรูป

1.7.2 ผลสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียว หมายถึง อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว โดยมีค่าเฉลี่ยของอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวในปี พ.ศ. 2552-2554 (Three-year Average Sales Growth for Year 2009-2011) มีค่าเท่ากับร้อยละ 12.61 จากบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียว 33 ราย ซึ่งถือได้ว่าการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย มีความสำเร็จในการส่งออก

1.7.3 ปัจจัยตามทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ 6 ปัจจัย

แบบจำลองเพชรของ Michael E. Porter ประกอบด้วย

(1) ปัจจัยที่หนึ่ง ปัจจัยเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ การมีวัตถุดิบเพียงพอและหาได้ง่าย แรงงานมีราคาถูก เทคโนโลยีในการผลิต

(2) ปัจจัยที่สอง ปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ได้แก่ ความต้องการในประเทศ ความคาดหวังของผู้บริโภค การแข่งขันภายในประเทศ กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ

(3) ปัจจัยที่สาม ปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ ระบบการเงินการธนาคาร ระบบส่งเสริมการลงทุน ระบบการประกันภัย ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ

(4) ปัจจัยที่สี่ ปัจจัยกลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน ได้แก่ การวางแผนการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด นโยบายการส่งออกของแต่ละบริษัท

(5) ปัจจัยที่ห้า ปัจจัยโอกาส ได้แก่ ภาวะสงคราม อุทกภัย โรคระบาด การก่อการร้าย ความผันผวนของราคาน้ำมัน นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล

(6) ปัจจัยที่หก ปัจจัยบทบาทของภาครัฐ ได้แก่ ค่าเงินบาทของประเทศไทยแข็งขัน การจัดประชุมเอเปค (APEC) การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ การมีผู้แทนการค้าเข้ามาเยี่ยมชมตลาดส่งออกอย่างสม่ำเสมอ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวเคราะห์ข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในผลิตภัณฑ์เป้าหมาย ได้ใช้แนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม แนวความคิดทางทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำกรวิจัย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำมาใช้เป็นหลักในการกำหนดกรอบความคิด หลักการทฤษฎี ตัวแปรของการศึกษา รวมทั้งการกำหนดประเด็นคำถามในการสร้างเครื่องมือ การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และการอภิปรายผล การศึกษาครั้งนี้ จึงประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

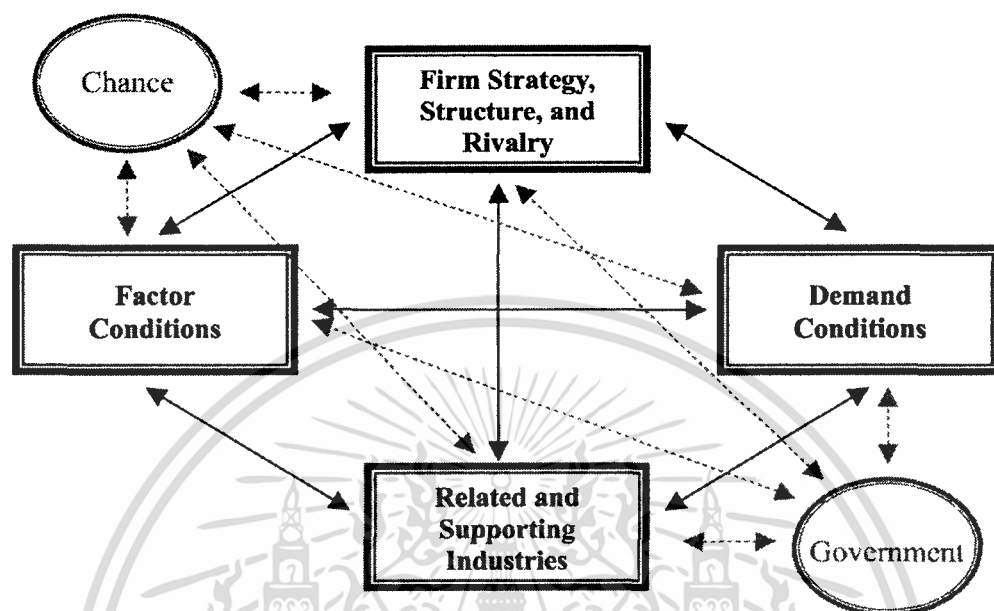
1. ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model)
2. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Porter's Diamond Model)

ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ เป็นตัวแบบที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดในการส่งออกให้มีความพร้อมที่จะเผชิญวิกฤตเพื่อความอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ทั้งนี้เพราะตัวแบบได้แสดงถึงองค์ประกอบหลักและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศใดประเทศหนึ่งอันมีผลต่อการพัฒนาและการปรับตัวของอุตสาหกรรมนั้น (Hill, C. 1998) โดยจากตัวแบบมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมได้ นอกจากนี้ยังมีอีก 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบทั้ง 4 สามารถส่งผลกระทบต่อทั้งในด้านบวกหรือลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของชาติ ตัวแบบโมเดลเพชรได้แสดงถึงปัจจัยที่มีความเกี่ยวเนื่องกันซึ่งมีผลต่อการสร้างข้อได้เปรียบในระดับชาติ จึงเป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศร่วมสมัย มุ่งเน้นไปที่การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงปัจจัยที่แต่ละประเทศมีอยู่ โดยประกอบด้วยที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน และสภาพขนาดของความต้องการภายในประเทศ Porter (2000) กล่าวว่า นอกจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ประเทศต่าง ๆ ยังสามารถสร้างปัจจัยเพิ่มเติมได้อีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบด้วย ทักษะด้านแรงงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความรู้พื้นฐานในด้านต่าง ๆ การสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ โดยได้เสนอรูปแบบจำลองที่เรียกว่าแบบจำลองเพชร (Diamond Model) เพื่อใช้พิจารณาข้อได้เปรียบในระดับประเทศ (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 แนวคิดแบบจำลองโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Framework)

ที่มา : Porter, M.E. (2000)

องค์ประกอบของ Diamond Framework สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต คือ ความสามารถของชาติในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางอุตสาหกรรม โดยปัจจัยการผลิตประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยก้าวหน้า ปัจจัยพื้นฐานเป็นปัจจัยที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ หรือสามารถสร้างขึ้นมาได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือลงทุนมาก เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ท่าเลที่ตั้ง แรงงานพื้นฐาน เป็นต้น ส่วนปัจจัยก้าวหน้านั้น เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า การจะสร้างขึ้นได้ต้องใช้ความพยายาม ตั้งใจ และต้องมีการลงทุนทั้งโดยผู้ประกอบการและภาครัฐ ปัจจัยการผลิตก้าวหน้าประกอบด้วยบุคลากร ได้แก่ แรงงานฝีมือนักออกแบบ วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัย วัตถุประสงค์ เทคโนโลยี ฐานข้อมูล องค์ความรู้ ข้อมูล เงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน ห้องวิจัย และสถาบันศึกษาเฉพาะทาง

1.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

เงื่อนไขด้านอุปสงค์หรือสภาพของตลาดในประเทศ ปริมาณและระดับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ ซึ่งสภาพของตลาดและความต้องการในประเทศนี้มีส่วนสำคัญมากในการที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อมุ่งสู่ตลาดต่างประเทศ และลักษณะหรือสภาพความต้องการในประเทศที่สำคัญประกอบด้วย 3 ส่วนคือ องค์ประกอบของตลาด (Segment or Composition of Market) ขนาดและแนวโน้มการเติบโตของตลาด และความนิยมในประเทศที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

1.3 อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Related and Supporting Industries)

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง คือ คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในการค้าจุนสถานภาพการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก โดยถ้าอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีคุณภาพสามารถผลิตวัตถุดิบและอุปกรณ์เครื่องจักร สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสายการผลิตแล้ว จะทำให้เกิดข้อได้เปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดได้

1.4 กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

กลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน คือ กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญและส่งผลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม และเป็นเงื่อนไขทางวัฒนธรรมของแต่ละชาติที่แตกต่างกันไป โดยกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กรของผู้ประกอบการเอง เช่น ความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จุดมุ่งหมายขององค์กรและของพนักงานเองและการที่พนักงานจะมีความทุ่มเทให้กับงาน เป็นต้น รวมทั้งยังขึ้นอยู่กับภาพพจน์ของอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ เป็นต้น โดยสภาพการแข่งขันในประเทศมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ถ้าหากเป็นการแข่งขันในเชิงสร้างสรรค์มิใช่การมุ่งทำลายล้างกัน

1.5 โอกาส (Chance)

โอกาสเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อ 4 องค์ประกอบหลักของตัวแบบ แต่ไม่ได้เป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทหรือของชาติโดยตรง เพราะโอกาสพัฒนามาจากนอกระบบหรืออยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือรัฐบาล เช่น เทคโนโลยีหลักพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ภาวะขาดแคลนน้ำมัน ภัยพิบัติ สงคราม การก่อการร้าย การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจากภายนอกและความต้องการของตลาดต่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปมาก เป็นต้น แต่ทั้งนี้ โอกาสมีผลต่อองค์ประกอบทั้ง 4 ที่เป็นตัวกำหนดศักยภาพทางการแข่งขัน โดยโอกาสจะมีผลต่อความแน่นอนหรือไม่แน่นอนของศักยภาพทางการแข่งขันของแต่ละประเทศ เพราะโอกาสอาจจะสร้างเสริมศักยภาพทางการแข่งขันให้กับชาติหนึ่ง ในทางกลับกันสามารถที่จะลดล้างความได้เปรียบที่ได้เคยสร้างมาของอีกชาติหนึ่งได้ ดังนั้น โอกาสจึงมีความสำคัญเนื่องจากสามารถกำหนดได้ว่า โครงสร้างทางอุตสาหกรรมจะคงรูปหรือเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างไร

1.6 บทบาทของภาครัฐ (Government)

รัฐบาลในทุกระดับของชาติสามารถที่จะพัฒนาหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชาติได้ ถึงแม้ภาครัฐจะไม่ใช่องค์ประกอบโดยตรงที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่นโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบและพิธีการต่าง ๆ ที่กำหนดโดยภาครัฐสามารถมีผลกระทบกับองค์ประกอบทั้ง 4 ของตัวแบบ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่อไปได้ อาทิเช่น นโยบายป้องกันการผูกขาดอาจมีผลต่อการแข่งขันภายในประเทศได้ กฎระเบียบต่าง ๆ อาจทำให้เงื่อนไขทางอุปสงค์ในประเทศเปลี่ยนแปลงไป หรือการลงทุนของรัฐบาลในการศึกษาสามารถเปลี่ยนเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตได้ รวมทั้งการใช้จ่ายของภาครัฐสามารถกระตุ้นหรือมีผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องได้ ดังนั้นการปฏิบัติตามนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐต้องคำนึงถึงอิทธิพลเหล่านี้ที่อาจส่งผลในทางบวกหรือทางลบต่อองค์ประกอบทั้ง 4 ตามตัวแบบซึ่งเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของชาติคือองค์ประกอบทั้ง 4 รวมทั้งอีก 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นระบบคานาคัวแบบข้างต้น จะสามารถปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมของการแข่งขันให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นได้ โดยในระดับองค์การหรือบริษัทจะสามารถใช้ตัวแบบนี้ในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันภายในประเทศตลอดจนในระดับโลกและในระดับชาติ ซึ่งตัวแบบจะเป็นเครื่องมือช่วยในการกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์เพื่อที่จะพัฒนาข้อได้เปรียบอย่างมั่นคงในทางการแข่งขันในระดับโลกต่อไป

สรุปได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงของแต่ละประเทศจะต้องดูจากผลิตภาพและผลิตภาพนั้นทำให้แต่ละประเทศสามารถสนับสนุนค่าแรงที่สูง ค่าเงินที่แข็ง และผลตอบแทนจากเงินทุน อันจะนำไปสู่มาตรฐานการดำรงชีวิตที่สูงและผลิตภาพน่าจะเป็นเป้าหมายหลักของแต่ละประเทศมากกว่าการส่งออกเพียงอย่างเดียว (Prahalad C.K. and Hamel G. 1990)

2. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน เป็นการศึกษาความสัมพันธ์หรือบทบาทของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม และของทุกตัวที่มีต่อตัวแปรตามระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เพื่อทราบถึงทิศทางความสัมพันธ์และระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2543) มีแบบจำลองของการวิเคราะห์เมื่อมีตัวแปร k ตัว ดังนี้

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

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e$$

เมื่อ Y คือ ตัวแปรอิสระ

$b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient)

e เป็นค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งเป็นค่าแตกต่างระหว่างค่าประมาณของ Y และค่าที่วัดจริง

ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

1) Measurement Scale หมายถึง ระดับของตัวแปรเป็นเงื่อนไขที่สำคัญประการแรกของการวิเคราะห์การถดถอย ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยกำหนดไว้ว่า ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ต้องเป็นตัวแปรระดับช่วงหรือระดับอัตราส่วน แต่อนุโลมให้แปลงตัวแปรอิสระที่เป็นระดับกลุ่มให้เป็นตัวแปรหุ่นได้ (โดยกำหนดให้กลุ่มที่ผู้วิจัยสนใจศึกษามีค่าเป็น 1 และกลุ่มอื่น ๆ มีค่าเป็น 0)

2) Normality ประชากรมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) เนื่องจากการศึกษาสถิติเป็นการศึกษาถึงลักษณะที่สำคัญของประชากร แต่ข้อมูลส่วนใหญ่ที่เก็บรวบรวมได้เป็นข้อมูลตัวอย่าง (บางส่วนของประชากร) ดังนั้นจึงต้องวิเคราะห์ว่าข้อมูลตัวอย่างที่ได้มานั้นเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรหรือไม่ ตรวจสอบได้โดยการดูกราฟฮิสโตแกรม หรือวิธีการทางสถิติ เช่น ใช้ Kolmogorov-Smirnov Test ในกรณีที่ไม่ทราบค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของประชากร จะใช้ค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างแทน หรือใช้ Shapiro Wilk Test ในกรณีที่ทราบหรือไม่ทราบค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของประชากรก็ได้ แต่กลุ่มตัวอย่างต้องมีขนาดไม่เกิน 50 ตัวอย่าง (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2543) หรือ Lilliefors Test เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการที่ปรับปรุงมาจากวิธีของ Kolmogorov-Smirnov แต่วิธีนี้จะให้ค่าความน่าจะเป็นในการทดสอบน้อยกว่าวิธีของ Kolmogorov-Smirnov (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551)

3) Linearity คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ต้องเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ตรวจสอบได้โดยใช้วิธีการทางสถิติ เช่น โดยการสร้างแผนภาพกระจายระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ โดยให้แกน Y คือตัวแปรตาม และแกน X คือตัวแปรอิสระ เพื่อให้เห็นแนวโน้มความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสอง เป็นต้น

4) Homoscedasticity หมายถึง ความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรตาม ต้องคงที่ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551) ตรวจสอบได้โดยการสร้างกราฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับตัวแปรตาม หรือค่าความคลาดเคลื่อนกับตัวแปรอิสระ โดยมีข้อสมมุติว่าความสัมพันธ์ต้องไม่มีรูปแบบ (ความแปรปรวนมีค่าคงที่) แต่ถ้าความสัมพันธ์มีรูปแบบหรือแนวโน้มไปในทางเดียวกันแสดงว่าความแปรปรวนไม่คงที่ อาจก่อให้เกิดปัญหาการกระจายของความแปรปรวนไม่เท่ากัน (Heteroscedasticity) ตรวจสอบโดยการสร้างกราฟระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับตัวแปรตาม หรือกับตัวแปรอิสระ หรือใช้วิธีการทางสถิติเช่น Non-Constant Variance Score Test หรือ The Spearman Rank-Correlation Test หรือ The Goldfeld and Quandt Test เป็นต้น

5) Autocorrelation หมายถึง ความสัมพันธ์เชิงอัตโนมัติ เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลที่เป็นอนุกรมเวลา โดยตัวแปรแต่ละตัวอาจผูกพันในเชิงเวลา เช่น ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงในปีนี้ มักจะมีแนวโน้มว่าจะมีค่าสูงในปีต่อ ๆ ไป เป็นต้น ทำให้เกิดความผิดพลาดในการคาดประมาณของตัวแปรตาม การตรวจสอบมี 2 วิธีคือ 1) การสร้างกราฟค่าความคลาดเคลื่อน และ 2) การใช้สถิติทดสอบ คือ Durbin-Watson โดย

- ถ้ามีค่าระหว่าง 1.65-2.35 แสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงอัตโนมัติ
- ถ้ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.21-1.65 หรือ 2.35-2.79 อาจเกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงอัตโนมัติ
- แต่ถ้ามีค่าอยู่นอกเหนือจากที่กล่าวมา แสดงว่ามีปัญหาความสัมพันธ์เชิงอัตโนมัติแน่นอน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540)

6) การแจกแจงปกติของค่าความคลาดเคลื่อน เพื่อตรวจสอบว่า ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้สามารถอ้างอิงลักษณะของประชากรได้ ซึ่งค่าความคลาดเคลื่อน (Error) ต้องมีการตรวจสอบการแจกแจงปกติเช่นกัน วิธีการตรวจสอบมีหลายวิธีคือ การสร้างกราฟฮิสโตแกรม การทดสอบไคสแควร์ และการทดสอบเคเอส (K-S Test) เป็นต้น

7) Multicollinearity หมายถึง ตัวแปรที่นำมาใช้พยากรณ์ไม่ควรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป ซึ่งเป็นเงื่อนไขประการสำคัญของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เพราะถ้าตัวแปรอิสระสองตัวมีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับสูงจะมีผลต่อการวิเคราะห์การถดถอย ตรวจสอบได้ด้วยการดูกราฟ หรือด้วยวิธีการทางสถิติ เช่น ดูจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ถ้าตัวแปรคู่ใดมีความสัมพันธ์ร่วมกันมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ต้องตัดตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งออกไป หรือดูจากค่า Variance Inflation Factors (VIF) หรือค่า Tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่ง เป็นต้น โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

- ค่า VIF: ไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง
- ค่า Tolerance: หากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity
- ค่า Eigen Value: หากค่า Eigen Value ตัวที่มากที่สุด มีค่า ≥ 10 แสดงว่าเกิด Multicollinearity

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติ ตันพรหม (2549) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย และความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่ออุตสาหกรรม และให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต ศึกษาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ร่วมกับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) และแนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศตามทฤษฎีโมเดลเพชร (Diamond Model) เพื่อบอกถึงปัจจัยที่เอื้ออำนวยและที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการแข่งขันของอุตสาหกรรมซึ่งได้ศึกษาเม็ดพลาสติกที่สำคัญ 3 ชนิด คือ เม็ดพลาสติก LDPE, PC และ POM จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยสามารถส่งออกเม็ดพลาสติก LDPE, PC และ POM ได้เพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาดส่งออก โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเม็ดพลาสติก LDPE มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงในตลาดจีน และเม็ดพลาสติก PC มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงมากในตลาดฮ่องกง จีน และอินเดีย ส่วนเม็ดพลาสติก POM นั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงในตลาดสหรัฐอเมริกา และอิตาลี โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นในตลาดเหล่านี้ คือ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่เพิ่มขึ้นและการขยายตัวของตลาดโลก ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและเม็ดพลาสติกของไทย คือ ในการผลิตเม็ดพลาสติกของประเทศยังคงมีการใช้แอฟราเป็นหลักซึ่งมีราคาสูงกว่าก๊าซธรรมชาติ ปัญหาเทคโนโลยีในการผลิต และปัญหาด้านแรงงานฝีมือที่ยังมีไม่เพียงพอ แต่โดยรวมแล้วอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย จัดอยู่ในเกณฑ์ดีทั้งปัจจัยภายในที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล และปัจจัยภายนอกที่ตลาดต่างประเทศมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

กนิษฐา นาวารัตน์ (2549) ศึกษาเรื่องการพัฒนา รูปแบบและกลยุทธ์การส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ 2) วิเคราะห์บริบทของการศึกษานานาชาติในประเทศไทย ศักยภาพของประเทศไทย และบทบาทความเป็นผู้นำในการเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3) พัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการส่งเสริมประเทศไทยให้ เป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสำรวจ การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ส่งแบบสำรวจไป ได้แก่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานทูตมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย เขมร พม่า ลาว เวียดนาม บรูไน และฟิลิปปินส์ประจำประเทศไทย เพื่อสำรวจรูปแบบการส่งเสริมการศึกษานานาชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 12 ท่านจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน หน่วยงานของรัฐและองค์กรต่างประเทศ การส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารหลักสูตรนานาชาติของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง 63 สถาบัน โดยจัดประชุมผู้ทรงคุณวุฒิและตรวจสอบรูปแบบและกลยุทธ์เพื่อความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ประมวลผลจากการวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค จุดแข็ง-จุดอ่อน การใช้แรงผลักดันทั้ง 5 ของ Porter ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันและการวิเคราะห์ศักยภาพ ศึกษาโดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของ Porter ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบที่เหมาะสมในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) ภายใน 5 ปี พันธกิจที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างหลักสูตรนานาชาติให้ได้มาตรฐานสากล การสร้างผลงานวิจัยและนวัตกรรมในภูมิภาค การสร้างความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันทั้งในและต่างประเทศ และการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชาติ โดยเป้าหมายหลัก ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพบัณฑิตให้มีสมรรถภาพสากลและการพัฒนาหลักสูตรนานาชาติ องค์ประกอบของรูปแบบและกลยุทธ์ การส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ (P.I.L.L.A.R. Model) ได้แก่ นโยบาย ระบบสารสนเทศ ผู้มีบทบาทหลัก กฎหมายและระเบียบ การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร โดยกลยุทธ์แบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับองค์กร แผน โครงการ และกลยุทธ์เพื่อนำไปปฏิบัติ กลยุทธ์เพื่อนำไปปฏิบัติมี 3 ระดับด้วยกัน ได้แก่ ระดับรัฐบาลและกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งควรปรับนโยบายและทิศทางให้ชัดเจน และให้การสนับสนุนมหาวิทยาลัยไทยทั้งความตกลงร่วมมือกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ ระดับสถาบันอุดมศึกษา การรวมตัวกันสร้างความร่วมมือของสถาบันอุดมศึกษาที่มีหลักสูตรนานาชาติในประเทศไทย (Consortium of International Education Thailand: COET) เพื่อผลักดันกิจกรรมวิชาการต่างๆ และระดับหน่วยงานส่งเสริมการศึกษานานาชาติ (Study in Thailand Agency: SITA) ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระ ให้บริการนักศึกษาต่างชาติอย่างครบวงจร (One-Stop Service) และประสานงานการดำเนินการและกิจกรรมของ COET ตลอดจนทำการประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

รชนิกร วุฒิเศรษฐไพบูลย์ (2547) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออก ศึกษาโดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม และทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของ Michael E. Porter รวมทั้งใช้แนวคิดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) นอกจากนี้ทำการวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน จากการสำรวจข้อมูลพบว่ามีโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 19 แห่ง โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 17 แห่ง เป็นโรงงานขนาดเล็กทั้งหมด โดยมีโรงงานที่ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินอย่างเดียว 3 ราย ที่เหลือ 14 ราย ผลิตเครื่องประดับเงินร่วมกับเครื่องเงินประเภทอื่น ผลของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชร พบว่า ด้านปัจจัยการผลิตมีข้อได้เปรียบคือ แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือ พึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างชาติ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย แรงงานมีระดับการศึกษาต่ำ ขาดนักออกแบบที่มีคุณภาพ ด้านปัจจัยสนับสนุนมีข้อได้เปรียบ คือ มีธุรกิจปลายน้ำอยู่ในพื้นที่ มีสถาบันส่งเสริมสนับสนุนพร้อม มีข้อด้อยคือ ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและสถาบันส่งเสริมสนับสนุนมีค่อนข้างน้อย ด้านปัจจัยอุปสงค์มีข้อด้อยคือ ลูกค้ามีความรู้เรื่องหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย ส่วนด้านกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขันมีข้อได้เปรียบคือ มีกลยุทธ์การผลิต มีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีการแข่งขันสูงด้านรูปแบบและคุณภาพ แต่มีข้อด้อยคือ ขาดความรู้ทางด้านการตลาดและการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้เป็นเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเพียงแหล่งธุรกิจที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา ซึ่งขาดความเชื่อมโยงและความร่วมมือกัน อย่างไรก็ตามสามารถพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่พัฒนาและยั่งยืนได้ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น การสร้างกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการ การมีผู้ประกอบการประสานงาน การให้รู้จักประเมินตนเองในด้านต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำระบบติดตามและประเมินผลเป็นต้น

พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข (2546) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก : กรณีศึกษา เซรามิกศิลาดล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงหัตถอุตสาหกรรมเซรามิกประเภทศิลาดล หรือ เซลาดอน (Celadon) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออก ศึกษาโดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม และทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของ Michael E. Porter รวมทั้งใช้แนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) นอกจากนี้ทำการวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยแนวทางคลัสเตอร์ (Cluster) ว่าหัตถอุตสาหกรรมเซรามิกศิลาดลเป็นคลัสเตอร์หรือไม่ และสามารถใช้นโยบายคลัสเตอร์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้หรือไม่ จากการสำรวจข้อมูลพบว่ามีโรงงานเซรามิกประเภทศิลาดล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงแก้ไข หรือเผยแพร่ข้อมูลข้างต้นไปยังเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งสิ้นในจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 20 แห่ง ซึ่งมีโรงงานที่ยังทำการผลิตอยู่ 15 โรงงาน สามารถจำแนกเป็นโรงงานขนาดกลาง 7 โรงงาน และขนาดเล็ก 8 โรงงาน ทั้งสามารถแบ่งตามลักษณะการผลิตคือ มี 8 โรงงานที่ทำการผลิตศิลาคลทั้งหมด และอีก 7 โรงงานทำการผลิตศิลาคลร่วมกับเซรามิกทั่วไป ผลของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรตามองค์ประกอบทั้งสี่พบว่า ด้านปัจจัยการผลิตมีข้อได้เปรียบคือ มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือคุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่ ระดับการศึกษาของแรงงานต่ำ ขาดนักออกแบบ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านปัจจัยสนับสนุน มีข้อได้เปรียบคือ มีอุตสาหกรรมต้นน้ำถึงปลายน้ำครบวงจร มีสถาบันส่งเสริม สนับสนุนและให้ความรู้ในพื้นที่ ข้อด้อยคือขาดความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตด้วยกันและหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านปัจจัยอุปสงค์มีข้อได้เปรียบคือ ความต้องการของลูกค้าในประเทศมีความละเอียดและพิถีพิถันในตัวศิลาคล แต่มีข้อด้อยตรงที่ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับศิลาคลน้อยในด้านคุณค่าและกระบวนการผลิต ส่วนด้านกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน มีข้อได้เปรียบเกี่ยวกับกลยุทธ์การผลิต เช่น มีเทคนิค ภูมิปัญญา กลยุทธ์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การแข่งขันสูงด้านรูปแบบและคุณภาพ เป็นต้น แต่มีข้อด้อยคือ ขาดความรู้กลยุทธ์การตลาดและการส่งเสริมการตลาด ขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า หัตถอุตสาหกรรมเซรามิกศิลาคลในเชียงใหม่ไม่ได้เป็นคลัสเตอร์ เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการเป็นคลัสเตอร์โดยธรรมชาติ หรือเป็นคลัสเตอร์ที่ยังไม่พัฒนา ซึ่งขาดความเชื่อมโยงและความร่วมมือ ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น สร้างกิจกรรมระหว่างผู้ผลิตศิลาคล จัดหาผู้ประกอบการเพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลาง จัดทำระบบติดตามและประเมินผลคลัสเตอร์เซรามิกศิลาคล เป็นต้น จะสามารถพัฒนาเป็นคลัสเตอร์สมบูรณ์ที่ยั่งยืนได้

Ravadee Surisrabhan (1999) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทดสอบการใช้ทฤษฎีการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศตามทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ ในการอธิบายความสำเร็จของการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารไทย 2) ตัดสินว่าทฤษฎีดังกล่าวสามารถอธิบายความสำเร็จของการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารไทยได้ในระดับใด 3) ค้นหาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารไทย และ 4) เสนอแนะวิธีการปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสอบถามข้อมูลผู้บริหารกิจการส่งออกอาหารในประเทศไทย จำนวน 135 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 12.47 ของจำนวนแบบสอบถามที่ได้ส่งออกไป การศึกษานี้ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารไทย คือ ปัจจัยเงื่อนไขด้านการผลิต ปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ กลยุทธ์ของบริษัท และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน โดยสภาพความต้องการและการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แข่งขันภายในประเทศไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออก โดยปัจจัยพื้นฐานคือ วัตถุดิบและแรงงานมีความสำคัญต่อผลประกอบการการส่งออกมากกว่ากลยุทธ์ของบริษัท และปัจจัยขั้นสูงคือ ทรัพยากรบุคคลและเทคโนโลยีการผลิต ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการประกอบการการส่งออก เริ่มจากทรัพยากรบุคคลตามด้วยการผลิต เทคโนโลยีและกลยุทธ์ของบริษัท และให้ข้อเสนอแนะบริษัทว่า บริษัทควรปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการส่งออกระยะสั้นด้วยการใช้กลยุทธ์ที่เกี่ยวกับการวางแผนเพิ่มยอดขาย การวางแผนเพิ่มลูกค้า การบริการ การควบคุมปริมาณและการควบคุมคุณภาพ บริษัทควรมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ด้วยการพัฒนาบุคลากรทางด้านการศึกษาและการพัฒนาสินค้า การเพิ่มความสามารถของบุคลากร และจัดการฝึกอบรมบุคลากรซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร บริษัทควรมีการลงทุนในด้านการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต ด้วยการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต และนวัตกรรมการผลิต รัฐบาลสามารถเพิ่มศักยภาพให้บริษัทส่งออกอาหารด้วยการสนับสนุนผ่านสถาบันที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัยและพัฒนาในด้านการผลิตอาหาร ขบวนการผลิตอาหาร การพัฒนาประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการผลิต การให้ข้อมูลด้านการผลิต และการค้าสำหรับตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

จากการทบทวนงานวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้ทราบว่าองค์ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการทำธุรกิจ คือ การมองหาแนวทางการสร้างและการพัฒนาข้อได้เปรียบเชิงการค้า ซึ่งทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์เป็นต้นแบบที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ ดังนั้นหากผู้ประกอบการรายใดหรืออุตสาหกรรมในประเทศใดมีปัจจัยต่าง ๆ ตามต้นแบบโมเดลเพชรที่แข็งแกร่งแล้ว ดัชนีชี้วัดต่าง ๆ ควรจะมีความแข็งแกร่งตามไปด้วย โดยทฤษฎีโมเดลเพชรประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

1. ปัจจัยเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) โดยปัจจัยการผลิตประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยก้าวหน้า ปัจจัยพื้นฐานเป็นปัจจัยที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ หรือสามารถสร้างขึ้นมาได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือลงทุนมาก ได้แก่ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศและภูมิประเทศ ส่วนปัจจัยก้าวหน้าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า การจะสร้างขึ้นได้ต้องใช้ความพยายาม ตั้งใจและต้องมีการลงทุน ทั้งโดยผู้ประกอบการและภาครัฐ เช่น แรงงานฝีมือนักออกแบบ วิศวกร วัตถุดิบ เครื่องจักร เทคโนโลยี เป็นต้น

2. ปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) หมายถึง อุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่ ความต้องการในประเทศ และความคาดหวังของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้

3. ปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Related and Supporting Industries) หมายถึง คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุน หรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในการ

คำจูนสถานภาพการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก จำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภายในประเทศนั้น ๆ และระบบการแข่งขัน

4. ปัจจัยกลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) คือ กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญ ซึ่งอาจเป็นในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม และเป็นเงื่อนไขทางวัฒนธรรมของแต่ละชาติที่แตกต่างกันไป โดยกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กรของผู้ประกอบการ เช่น ความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และจุดมุ่งหมายขององค์กรและของพนักงานเอง เป็นต้น

5. ปัจจัยโอกาส (Chance) โอกาสเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อ 4 องค์ประกอบหลักของตัวแบบ แต่ไม่ได้เป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทหรือของชาติโดยตรง เพราะโอกาสพัฒนามาจากนอกระบบหรืออยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทหรือรัฐบาล เช่น เทคโนโลยีหลักพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ภาวะสงคราม อุทกภัย โรคระบาด และการก่อการร้าย เป็นต้น

6. ปัจจัยบทบาทของภาครัฐ (Government) รัฐบาลในทุกระดับของชาติสามารถที่จะพัฒนาหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชาติได้ ถึงแม้ภาครัฐจะไม่ใช่องค์ประกอบโดยตรงที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่นโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบต่าง ๆ ที่กำหนดโดยภาครัฐสามารถมีผลกระทบต่อองค์ประกอบทั้ง 4 ของตัวแบบซึ่งส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม เช่น โครงการอาหารปลอดภัย แนวทางการดำเนินการด้านสิ่งมีชีวิตที่ได้จากการเปลี่ยนถ่ายหน่วยพันธุกรรม (Genetically Modified Organism, GMO) เป็นต้น

งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น นำไปใช้ในการกำหนดตัวแปรต้นที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลเพชร เพื่ออธิบายผลของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย โดยตัวชี้วัดที่สามารถใช้วัดผลสำเร็จของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยได้คือ อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว การศึกษานี้จะพัฒนาตามแบบจำลององค์ประกอบที่สนับสนุนความสำเร็จในการทำธุรกิจ โดยทำการปรับปรุงงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัย สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันมากขึ้น

ตารางที่ 2.1 สรุปการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาศึกษาในครั้งนี้

| ผู้ศึกษา | พ.ศ. | ชื่อเรื่อง | การนำไปใช้ประโยชน์ |
|-------------------------|------|--|--|
| กิตติ ตันพรหม | 2549 | การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย | ใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลเพชอร์ทั้ง 6 ปัจจัย |
| กนิษฐา นาวารัตน์ | 2549 | ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ | ใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลเพชอร์ทั้ง 6 ปัจจัย |
| รัชนิกร วุฒิสรรฐไพบุลย์ | 2547 | ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ | ใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลเพชอร์ทั้ง 6 ปัจจัย |
| พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข | 2546 | ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก : กรณีศึกษา เซรามิกศิลาดล | ใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลเพชอร์ทั้ง 6 ปัจจัย |
| Ravadee Surisrabha | 1999 | ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย | ใช้ในการกำหนดตัวแปรอิสระที่เป็นองค์ประกอบของโมเดลเพชอร์ทั้ง 6 ปัจจัย |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.1 วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ประเภทคือ

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยวางแผนการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามกับประชากร 40 บริษัท แต่มีบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวให้ข้อมูลจากการสอบถามด้วยแบบสอบถามเพียง 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 82.5 โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.1.1.1 แจกเรื่องผ่าน ไปยังฝ่ายบุคคลของบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ในการขอสัมภาษณ์พนักงานตำแหน่งผู้บริหาร ในบริษัทด้วยแบบสอบถาม

3.1.1.2 เข้าสัมภาษณ์พนักงานในบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียว จำนวน 1 ราย ต่อ 1 บริษัท ในช่วงเดือนมีนาคม 2555

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ วารสาร บทความ ข้อมูลสถิติต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตลาดของกระเจี๊ยบเขียวในประเทศญี่ปุ่น การผลิตและการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น และผลงานวิจัยที่มีผู้ทำการศึกษาไว้แล้ว เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์

3.2 การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของบริษัทหรือตัวแทนบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำนวน 33 ราย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและบริษัท

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่มีผลต่อการส่งออก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลอัตราการขยายตัวหรือหดตัวของมูลค่าการส่งออกและอัตรากำไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก

ส่วนที่ 5 ข้อมูลนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออก และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการส่งออก เช่น การใช้นโยบายส่งเสริมการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย การใช้นโยบายสินค้าออร์แกนิก เป็นต้น

3.3 เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ

3.3.1 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม

3.3.2 การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

3.3.2.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหา ตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัย โดยอ้างอิงจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Ravadee S. 1999) ที่ผ่านมา

3.3.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบเนื้อหา แก่ไขภาษาที่เหมาะสมกับเครื่องมือ และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดแต่ละตัวกับผลสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียว และการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย

3.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวกับตัวแปร 81 ตัวแปร

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวกับตัวแปร 81 ตัวแปรจากองค์ประกอบของโมเดลเพชร ตัวแปรต้นเหล่านี้จะนำไปอธิบายผลสำเร็จของการส่งออกกระเจียบเขียว (อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว: Growth) ดังนี้

3.4.1.1 กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิต (FC) ประกอบด้วยตัวแปร 19 ตัวแปร ได้แก่ สัดส่วนของพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี (FC1) จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท (FC2) สัดส่วนของพนักงานวุฒิปริญญาตรี (FC3) สัดส่วนของพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาหรือปวช. (FC4)

สัดส่วนของพนักงานวุฒิปริญญาโทหรือสูงกว่า (FC5) ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออก (FC6) ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว (FC7) วัตถุดิบมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย (FC8) วัตถุดิบในการส่งออกกระเจียบเขียวมีราคาต่ำ (FC9) วัตถุดิบในการส่งออกกระเจียบเขียวมีคุณภาพดี (FC10) แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย (FC11) แรงงานมีราคาถูก (FC12) แรงงานมีทักษะความรู้และฝีมือดี (FC13) บริษัทมีบุคลากรหรือผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง (FC14) บริษัทมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง (FC15) บริษัทมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง (FC16) บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (FC17) บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง (FC18) และบริษัทมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง (FC19)

3.4.1.2 กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ (DC) ประกอบด้วยตัวแปร 16 ตัวแปร ได้แก่ ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ (DC1) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น (DC2) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนี (DC3) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในอังกฤษ (DC4) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในจีน (DC5) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในมาเลเซีย (DC6) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในฝรั่งเศส (DC7) การแข่งขันในประเทศผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก (DC8) ถ้าไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ (DC9) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในไต้หวัน (DC10) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา (DC11) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในฮ่องกง (DC12) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในสิงคโปร์ (DC13) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเนเธอร์แลนด์ (DC14) อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในรัสเซีย (DC15) และอัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในประเทศอื่น ๆ (DC16)

3.4.1.3 กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (R&S) ประกอบด้วยตัวแปร 12 ตัวแปร ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียวภายในประเทศ (R&S1) ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย (R&S2) ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (R&S3) ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ (R&S4) ระบบสาธารณูปโภค (R&S5) ระบบการเงินการธนาคาร (R&S6) ระบบการประกันภัย (R&S7) อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ (R&S8) อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย (R&S9) ระบบการบริหารงานบุคลากร (R&S10) ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี (R&S11) และระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก (R&S12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.1.4 กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (FS) ประกอบด้วยตัวแปร 22 ตัวแปร ได้แก่ สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูป (FS1) บริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า (FS2) ปีพ.ศ. ที่บริษัทก่อตั้งขึ้นในประเทศไทย (FS3) สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิตแปรรูป (FS4) สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปฝักสด (FS5) สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแช่เย็นหรือแช่แข็ง (FS6) สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปอบกรอบหรือแปรรูป (FS7) บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง (FS8) บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก (FS9) การผ่านการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ (ISO) (FS10) บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขายตัวของการส่งออก (FS11) บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกในตลาดต่างประเทศ (FS12) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด (FS13) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด (FS14) บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน (FS15) บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน (FS16) บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน (FS17) บริษัทใช้ชื่อเสียง (Brand Name) ยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย (FS18) บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นจุดขาย (FS19) ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทของคนไทย (FS20) ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทต่างชาติ (FS21) และชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ (FS22)

3.4.1.5 กลุ่มตัวแปรด้านโอกาส (CS) ประกอบด้วยตัวแปร 7 ตัวแปร ได้แก่ นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (CS1) การสนับสนุนทางการค้าและเศรษฐกิจของไทย (CS2) การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐในปัจจุบัน (CS3) ความผันผวนของราคาน้ำมันในไทย (CS4) การเกิดอุทกภัยในไทย (CS5) การเกิดภัยแล้งในไทย (CS6) และนโยบายอัตราแลกเปลี่ยน (CS7)

3.4.1.6 กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ (GM) ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ (GM1) ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น (GM2) การมีผู้แทนการค้าเพื่อเยี่ยมชมตลาดการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ (GM3) การจัดประชุมเอเปค (APEC) (GM4) และการจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลไทยประจำในต่างประเทศ (GM5)

ตัวแปรต้นข้างต้น จะนำไปอธิบายผลสำเร็จของการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว ซึ่งตัวแปรผลความสำเร็จนี้มีหน่วยวัดเป็นคะแนน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.61 ค่าสูงสุดเท่ากับ 55.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ -6.00 ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดแต่ละปัจจัยกับผลสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวด้วยวิธี Stepwise ได้รูปแบบของแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดอยู่ในรูปของสมการเชิงเส้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Growth} = & b_0 + b_1 \sum_{i=1}^{19} \alpha_i \text{FC}_{t-i} + b_2 \sum_{i=1}^{16} \alpha_i \text{DC}_{t-i} + b_3 \sum_{i=1}^{12} \alpha_i \text{R\&S}_{t-i} + b_4 \sum_{i=1}^{22} \alpha_i \text{FS}_{t-i} \\ & + b_5 \sum_{i=1}^7 \alpha_i \text{CS}_{t-i} + b_6 \sum_{i=1}^5 \alpha_i \text{GM}_{t-i} \end{aligned} \quad (3.1)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยนั้น ใช้วัดทัศนคติตามทฤษฎีของ Likert Scale ด้วยสเกลแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ช่วงคะแนน จาก 1 ถึง 5 คือ ก่อนข้างน้อย ก่อนข้างมาก ปานกลาง กลาง และ มาก ซึ่งกำหนดน้ำหนักของแต่ละคะแนนในแต่ละระดับ คือ

| | | |
|---------------------------------------|-----------|-------|
| น้ำหนักผู้ตอบแบบสอบถามให้มากที่สุด | คิดเป็น 5 | คะแนน |
| น้ำหนักผู้ตอบแบบสอบถามให้ก่อนข้างมาก | คิดเป็น 4 | คะแนน |
| น้ำหนักผู้ตอบแบบสอบถามให้ปานกลาง | คิดเป็น 3 | คะแนน |
| น้ำหนักผู้ตอบแบบสอบถามให้ก่อนข้างน้อย | คิดเป็น 2 | คะแนน |
| น้ำหนักผู้ตอบแบบสอบถามให้น้อย | คิดเป็น 1 | คะแนน |

โดยผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผล โดยคำนวณจากสูตรอัตราภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

| | | |
|-----------------------|---------|-------------------------------------|
| คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 | หมายถึง | ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญน้อยที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 | หมายถึง | ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญน้อย |
| คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 | หมายถึง | ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 | หมายถึง | ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญมาก |
| คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 | หมายถึง | ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญมากที่สุด |

แนวคิดการวัดทัศนคติและการวิเคราะห์ผลนี้ ได้ถูกประยุกต์ใช้ในงานวิจัยของอภิญาพร มาลีวรรณ (2540) มาลัยทิพย์ ปรักมะวงศ์ (2544) จินตนา พงษ์ศรีทอง (2546) และศลิลา ภู่อี่ยม (2546)

บทที่ 4

ผลและการอภิปรายผล

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 33 ราย ดำรงตำแหน่งในบริษัทแตกต่างกัน โดยร้อยละ 24.24 เป็นตำแหน่ง Acting หรือผู้จัดการฝ่ายส่งออกและตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการตลาด รองลงมาร้อยละ 18.18 เป็นตำแหน่งผู้ช่วยหรือกรรมการผู้จัดการและตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ส่วนที่เหลือเป็นตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการผลิต ประธานวิสาหกิจ และผู้จัดการแผนกพัฒนาธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออกเฉลี่ย 13.21 ปี โดยร้อยละ 39.39 มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออก 1-5 ปี รองลงมาร้อยละ 33.33 มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออก 6-10 ปี ส่วนที่เหลือมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออก 11-15 ปีและมากกว่า 20 ปี

ในส่วนของประสบการณ์ในธุรกิจการส่งออกกระเจียบเขียว ผู้ตอบแบบสอบถาม มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียวเฉลี่ย 10.36 ปี โดยร้อยละ 48.48 มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว 6-10 ปี รองลงมาร้อยละ 24.24 มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว 11-15 ปี ส่วนที่เหลือมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียวมากกว่า 20 ปี 1-5 ปี และ 16-20 ปี (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง และระยะเวลาในการ
ดำเนินธุรกิจ

| รายการ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-----------|---------------|
| ตำแหน่ง | | |
| 1. ผู้ช่วยหรือกรรมการผู้จัดการ | 6 | 18.18 |
| 2. ประธานวิสาหกิจ | 1 | 3.03 |
| 3. ผู้จัดการทั่วไป | 6 | 18.18 |
| 4. Acting หรือผู้จัดการฝ่ายส่งออก | 8 | 24.24 |
| 5. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด | 8 | 24.24 |
| 6. ผู้จัดการฝ่ายการผลิต | 3 | 9.10 |
| 7. ผู้จัดการแผนกพัฒนาธุรกิจ | 1 | 3.03 |
| รวม | 33 | 100.00 |
| ประสบการณ์ในธุรกิจการส่งออกกระเจียบเขียว | | |
| 1. 1-5 ปี | 13 | 39.39 |
| 2. 6-10 ปี | 11 | 33.33 |
| 3. 11-15 ปี | 5 | 15.16 |
| 4. มากกว่า 20 ปี | 4 | 12.12 |
| รวม | 33 | 100.00 |
| ประสบการณ์ในธุรกิจการส่งออก | | |
| 1. 1-5 ปี | 2 | 6.06 |
| 2. 6-10 ปี | 16 | 48.48 |
| 3. 11-15 ปี | 8 | 24.24 |
| 4. 16-20 ปี | 1 | 3.03 |
| 5. มากกว่า 20 ปี | 6 | 18.19 |
| รวม | 33 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ข้อมูลพื้นฐานของบริษัท

บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวในการศึกษานี้ มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่งออกเฉลี่ย 13.21 ปี และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียวเฉลี่ย 10.36 ปี

เมื่อจำแนกบริษัทตามลักษณะทุน พบว่า ร้อยละ 93.94 เป็นบริษัทของคนไทย ส่วนที่เหลือเป็นบริษัทต่างชาติ (ประเทศญี่ปุ่น) และเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ (ประเทศญี่ปุ่น) มีจำนวนพนักงานเฉลี่ย 101.06 คน

เมื่อจำแนกสัดส่วนพนักงานตามวุฒิการศึกษา พบว่า ร้อยละ 50.59 เป็นพนักงานวุฒิประถมศึกษา ร้อยละ 28.95 เป็นพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 17.62 เป็นพนักงานวุฒิปริญญาตรี ส่วนที่เหลือเป็นพนักงานวุฒิปริญญาโทหรือสูงกว่า

บริษัทมีมูลค่าซื้อขายเฉพาะกระเจียบเขียวในปี พ.ศ. 2553 เฉลี่ย 94.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 110.61 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2554 โดยมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวต่อซื้อขายมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 75.67 ในปี พ.ศ. 2553 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 78.55 ในปี พ.ศ. 2554 (ตารางที่ 4.2)



ตารางที่ 4.2 ประเภทของบริษัทแบ่งตามลักษณะทุน จำนวนพนักงาน สัดส่วนพนักงานจำแนกตามวุฒิการศึกษา มูลค่ายอดขายเฉพาะกระเจี๊็บเขียวโดยรวมของบริษัท ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจี๊็บเขียว และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกกระเจี๊็บเขียวต่อยอดขายโดยภาพรวมของบริษัท

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ค่าต่ำสุด | ค่าสูงสุด |
|--|-----------|-----------|-----------|
| ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออก (ปี) | 13.21 | 3 | 38 |
| ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจี๊็บเขียว (ปี) | 10.36 | 2 | 38 |
| ประเภทของบริษัท โดยแบ่งตามลักษณะทุน (ร้อยละ) | | | |
| -บริษัทคนไทย | 93.94 | n.a. | n.a. |
| -บริษัทต่างชาติ | 3.03 | n.a. | n.a. |
| -บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ | 3.03 | n.a. | n.a. |
| รวม | 100.00 | n.a. | n.a. |
| จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท (คน) | 101.06 | 12 | 751 |
| สัดส่วนพนักงานจำแนกตามวุฒิการศึกษา (ร้อยละ) | | | |
| -วุฒิประถมศึกษา | 50.59 | n.a. | n.a. |
| -วุฒิมัธยมหรือปวช. | 28.95 | n.a. | n.a. |
| -วุฒิปริญญาตรี | 17.62 | n.a. | n.a. |
| -วุฒิปริญญาโทหรือสูงกว่า | 2.84 | n.a. | n.a. |
| มูลค่ายอดขายเฉพาะกระเจี๊็บเขียว โดยภาพรวมของบริษัท (ล้านบาท) | | | |
| -ปี พ.ศ. 2553 | 94.85 | 4 | 513 |
| -ปี พ.ศ. 2554 | 110.61 | 4 | 565 |
| สัดส่วนมูลค่าการส่งออกกระเจี๊็บเขียวต่อยอดขายโดยรวมของบริษัท(ร้อยละ) | | | |
| -ปี พ.ศ. 2553 | 75.67 | 5 | 100 |
| -ปี พ.ศ. 2554 | 78.55 | 5 | 100 |

ในปี พ.ศ. 2554 บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊็บเขียวทำการส่งออกกระเจี๊็บเขียวไปยังประเทศต่าง ๆ รวม 13 ประเทศ โดยประเทศญี่ปุ่นมีการนำเข้ากระเจี๊็บเขียวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.36 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด รองลงมาคือจีนและไต้หวัน (ตารางที่ 4.3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 ประเทศผู้นำเข้ากระเจียบเขียวของไทยจำแนกตามปริมาณการส่งออก

| ปริมาณการส่งออกกระเจียบเขียวไปยังประเทศผู้ซื้อ | ร้อยละ | ลำดับที่ |
|--|--------|----------|
| ญี่ปุ่น | 56.36 | 1 |
| จีน | 9.70 | 2 |
| ไต้หวัน | 7.27 | 3 |
| ฝรั่งเศส | 4.85 | 4 |
| สิงคโปร์ | 4.55 | 5 |
| ฮ่องกง | 3.94 | 6 |
| สหรัฐอเมริกา | 3.03 | 7 |
| มาเลเซีย | 2.73 | 8 |
| เยอรมนี | 2.42 | 9 |
| รัสเซีย | 2.12 | 10 |
| อังกฤษ | 1.52 | 11 |
| เนเธอร์แลนด์ | 1.21 | 12 |
| ประเทศอื่น ๆ ในทวีปตะวันออกกลาง | 0.30 | 13 |
| รวม | 100.00 | |

บริษัทส่งออกกระเจียบเขียวจำแนกตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ 3 ประเภท ได้แก่ การส่งออกกระเจียบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูปร้อยละ 60.61 การส่งออกกระเจียบเขียวในรูปผลผลิตแปรรูปร้อยละ 36.36 ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกกระเจียบเขียวทั้งผลผลิตไม่แปรรูปและแปรรูป

เมื่อจำแนกตามประเภทของกระเจียบเขียว พบว่า มีการส่งออกในรูปของฝักสดร้อยละ 54.55 ในรูปของขนมอบกรอบหรือแปรรูปร้อยละ 27.27 ในรูปแช่เย็นหรือแช่แข็งร้อยละ 15.15 ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกทั้งในรูปฝักสดและแช่เย็นหรือแช่แข็ง (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของบริษัทจำแนกตามประเภทการส่งออกสินค้า และประเภทของ
กระเจียบเขียวที่ส่งออก

| รายการ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ผลิตภัณฑ์กระเจียบเขียวที่ส่งออกจำแนกตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ | | |
| - ผลผลิต ไม่แปรรูป | 20 | 60.61 |
| - ผลผลิตแปรรูป | 12 | 36.36 |
| - ผลผลิต ไม่แปรรูปและแปรรูป | 1 | 3.03 |
| รวม | 33 | 100.00 |
| ผลิตภัณฑ์กระเจียบเขียวที่ส่งออกจำแนกตามประเภทของกระเจียบเขียว | | |
| - ฝักสด | 18 | 54.55 |
| - แช่เย็นหรือแช่แข็ง | 5 | 15.15 |
| - อบกรอบหรือแปรรูป | 9 | 27.27 |
| - ทั้งฝักสดและแช่เย็นหรือแช่แข็ง | 1 | 3.03 |
| รวม | 33 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียว

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวทั้ง 33 ราย มีอัตราการขยายตัวหรือหดตัวของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2552-2554 คิดเป็นร้อยละ 13.48, 15.30 และ 13.27 ตามลำดับ และมีอัตรากำไรหรือขาดทุนจากการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2552-2554 คิดเป็นร้อยละ 10.97, 12.15 และ 12.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำแนกตามค่าเฉลี่ยของอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว และอัตรากำไรจากการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2552-2554

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ค่าต่ำสุด | ค่าสูงสุด |
|--|-----------|-----------|-----------|
| อัตราการขยายตัวหรือหดตัวของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว (ร้อยละ) | | | |
| - อัตราการขยายตัว หรือ หดตัวในปี พ.ศ. 2552 | 13.48 | -30 | 100 |
| - อัตราการขยายตัว หรือ หดตัวในปี พ.ศ. 2553 | 15.30 | -50 | 66 |
| - อัตราการขยายตัว หรือ หดตัวในปี พ.ศ. 2554 | 13.27 | -50 | 70 |
| อัตรากำไรหรือขาดทุนจากการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว (ร้อยละ) | | | |
| - อัตราผลกำไรหรือขาดทุนในปี พ.ศ. 2552 | 10.97 | -30 | 100 |
| - อัตราผลกำไรหรือขาดทุนในปี พ.ศ. 2553 | 12.15 | -50 | 70 |
| - อัตราผลกำไรหรือขาดทุนในปี พ.ศ. 2554 | 12.09 | -50 | 80 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย

4.4.1 ทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดภายในประเทศที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวมีทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดภายในประเทศในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นแรกคือการสนับสนุนความร่วมมือทางการค้าและเศรษฐกิจของไทยภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ธุรกิจร้อยละ 84.85 เห็นว่าการสนับสนุนทางการค้าและเศรษฐกิจของไทยไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สองคือนโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจร้อยละ 51.52 เห็นว่านโยบายด้านนี้ไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว ซึ่งตรงข้ามกับความคาดหวังเนื่องจากเมื่อรัฐบาลมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวต้องเพิ่มมาตรฐานในการผลิตและการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลง ในขณะที่ร้อยละ 30.30 เห็นว่าทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่สามคือการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลไทยในปัจจุบัน ธุรกิจร้อยละ 75.76 เห็นว่าการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลในปัจจุบันไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สี่คือนโยบายอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว (Managed Floated Exchange Rate) ธุรกิจร้อยละ 45.45 เห็นว่าการนโยมนโยบายอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว ในขณะที่ร้อยละ 30.30 เห็นว่าทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ห้าคือการเกิดความผันผวนของราคาน้ำมันในประเทศไทย ธุรกิจร้อยละ 69.70 เห็นว่าการเกิดความผันผวนของราคาน้ำมันในประเทศไทยไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่หกคือการเกิดอุทกภัยในประเทศไทย ธุรกิจร้อยละ 90.91 เห็นว่าการเกิดอุทกภัยในประเทศไทยทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลง

ประเด็นสุดท้ายคือการเกิดภัยแล้งในประเทศไทย ธุรกิจร้อยละ 72.73 เห็นว่าการเกิด

ภัยแล้งในประเทศไทยมีผลทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลง (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ทศนคติที่เกี่ยวกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว ซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดภายในประเทศ

| เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด | สัดส่วนทศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว (ร้อยละ) | | | รวม |
|--|--|---------|-----------|--------|
| | ลดลง | ไม่มีผล | เพิ่มขึ้น | |
| 1. การสนับสนุนทางการค้าและเศรษฐกิจของไทย | 9.09 | 84.85 | 6.06 | 100.00 |
| 2. นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น | 18.18 | 51.52 | 30.30 | 100.00 |
| 3. การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐในปัจจุบัน | 0.00 | 75.76 | 24.24 | 100.00 |
| 4. นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน | 24.25 | 45.45 | 30.30 | 100.00 |
| 5. ความผันผวนของราคาน้ำมันในไทย | 30.30 | 69.70 | 0.00 | 100.00 |
| 6. การเกิดอุทกภัยในไทย | 90.91 | 0.00 | 9.09 | 100.00 |
| 7. การเกิดภัยแล้งในไทย | 72.73 | 21.21 | 6.06 | 100.00 |

4.4.2 ทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้าที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวมีทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้าในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นแรกคือการลดค่าเงินของประเทศผู้นำเข้า ธุรกิจร้อยละ 69.70 เห็นว่าการลดค่าเงินของประเทศผู้นำเข้าไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สองคือการเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้า (มาตรการภาษีขาเข้า โควตา ฯลฯ) ของประเทศผู้นำเข้า ธุรกิจร้อยละ 64.75 เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้าไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สามคือการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ธุรกิจร้อยละ 96.97 เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่สี่คือการเกิดสงครามในประเทศผู้นำเข้า ธุรกิจร้อยละ 85.15 เห็นว่าการเกิดสงครามในประเทศผู้นำเข้า ไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นสุดท้ายคือการเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศผู้นำเข้า ธุรกิจร้อยละ 36.36 เห็นว่าการเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศผู้นำเข้าทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ร้อยละ 33.33 เห็นว่าทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลง (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ทศนคติเกี่ยวกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้า

| เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด | สัดส่วนทศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว (ร้อยละ) | | | รวม |
|--|--|---------|-----------|--------|
| | ลดลง | ไม่มีผล | เพิ่มขึ้น | |
| 1. การลดค่าเงินของประเทศนำเข้า | 27.27 | 69.70 | 3.03 | 100.00 |
| 2. การเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้า (มาตรการภาษีนำเข้าของประเทศนำเข้า) | 22.12 | 64.75 | 13.13 | 100.00 |
| 3. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง | 3.03 | 96.97 | 0.00 | 100.00 |
| 4. การเกิดสงครามในประเทศนำเข้า | 7.27 | 85.15 | 7.58 | 100.00 |
| 5. การเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศนำเข้า | 33.33 | 30.31 | 36.36 | 100.00 |

4.4.3 ทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดของประเทศคู่แข่งที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวมีทศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดของประเทศคู่แข่งในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นแรกคือการลดค่าเงินของประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 69.70 เห็นว่าการลดค่าเงินของประเทศคู่แข่ง ไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สองคือการเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ในประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 85.15 เห็นว่าการเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ในประเทศคู่แข่ง ไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สามคือการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 94.55 เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศคู่แข่งไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่สี่คือการเกิดสงครามในประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 82.12 เห็นว่าการเกิดสงครามในประเทศคู่แข่งไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นที่ห้าคือการเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 57.88 เห็นว่าการเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศคู่แข่งไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว ในขณะที่ร้อยละ 30.30 เห็นว่าทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่หกคือการเกิดภัยพิบัติในประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 90.91 เห็นว่าการเกิดภัยพิบัติในประเทศคู่แข่งไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว

ประเด็นสุดท้ายคือการเกิดภัยพิบัติในประเทศคู่แข่ง ธุรกิจร้อยละ 96.97 เห็นว่าการเกิดภัยพิบัติในประเทศคู่แข่งไม่มีผลต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ทิศนคติเกี่ยวกับผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกซึ่งเกิดจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดของประเทศคู่แข่ง

| เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด | สัดส่วนทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียว (ร้อยละ) | | | รวม |
|--|---|---------|-----------|--------|
| | ลดลง | ไม่มีผล | เพิ่มขึ้น | |
| 1. การลดค่าเงินของประเทศคู่แข่ง | 21.21 | 69.70 | 9.09 | 100.00 |
| 2. การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ในประเทศคู่แข่ง | 8.79 | 85.15 | 6.06 | 100.00 |
| 3. การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศคู่แข่ง | 4.24 | 94.55 | 1.21 | 100.00 |
| 4. การเกิดสงครามในประเทศคู่แข่ง | 7.27 | 82.12 | 10.61 | 100.00 |
| 5. การเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศคู่แข่ง | 11.82 | 57.88 | 30.30 | 100.00 |
| 6. การเกิดภัยพิบัติในประเทศคู่แข่ง | 0.00 | 90.91 | 9.09 | 100.00 |
| 7. การขายสินค้าราคาต่ำในประเทศคู่แข่ง | 3.03 | 96.97 | 0.00 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว พบว่า กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยเงื่อนไขการผลิตที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัตถุประสงค์มีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) บริษัทพัฒนาหรือปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) บริษัทมีบุคลากรหรือผู้บริหารที่มีความรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.06) บริษัทปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.85) แรงงานมีทักษะและมีฝีมือดี (ค่าเฉลี่ย 3.67) และวัตถุประสงค์ในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีราคาต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งภาพรวมของกลุ่มตัวแปรนี้มีระดับความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.78)

กลุ่มตัวแปรปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่าการขายในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง ได้แก่ การแข่งขันในประเทศผลักดันให้ต้องทำการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.24) ซึ่งภาพรวมของกลุ่มตัวแปรนี้มีระดับความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.73) ระบบการขนส่งภายในไทย (ค่าเฉลี่ย 4.36) ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบโทรคมนาคมในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.18) อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ระบบการเงินการธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.12) ระบบสาธารณสุขโลก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ระบบยกเว้นและการคืนภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.00) อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.70) อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในไทย (ค่าเฉลี่ย 3.70) ระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และระบบการประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ซึ่งภาพรวมของกลุ่มตัวแปรนี้มีระดับความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.97)

กลุ่มตัวแปรด้านโครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัทที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.82) บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.76) บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูง (ค่าเฉลี่ย 4.58) บริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.55) และบริษัทใช้กลยุทธ์สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ค่าเฉลี่ย 4.30) ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก ได้แก่ บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริษัทมีหน่วยงานดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.88) บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก (ค่าเฉลี่ย 3.61) และบริษัทมีการวางแผนการตลาดให้เกิดการขยายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งภาพรวมของกลุ่มตัวแปรนี้มีระดับความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก ได้แก่ การมีผู้แทนการค้าเชื่อมชมตลาดส่งออกสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และค่าเงินบาทแข็งขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.76) และการจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.73) ซึ่งภาพรวมของกลุ่มตัวแปรนี้มีระดับความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย

| ปัจจัย | N = 33 | | ระดับทัศนคติ |
|---|-----------|------|--------------|
| | \bar{X} | S.D. | |
| 1. เงื่อนไขด้านการผลิต | | | |
| 1.1 ปัจจัยขั้นพื้นฐาน | | | |
| 1.1.1 วัตถุดิบมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย | 4.12 | 0.86 | มาก |
| 1.1.2 วัตถุดิบในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีราคาต่ำ | 3.58 | 1.35 | มาก |
| 1.1.3 วัตถุดิบในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีคุณภาพดี | 4.27 | 0.91 | มากที่สุด |
| 1.1.4 แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย | 4.24 | 1.09 | มากที่สุด |
| 1.1.5 แรงงานมีราคาถูก | 3.21 | 0.99 | ปานกลาง |
| 1.1.6 แรงงานมีทักษะและมีฝีมือ | 3.67 | 1.02 | มาก |
| 1.2 ปัจจัยขั้นสูง | | | |
| 1.2.1 บริษัทมีบุคลากรหรือผู้บริหารที่มีความรู้ | 4.06 | 1.03 | มาก |
| 1.2.2 บริษัทมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ | 3.03 | 1.13 | ปานกลาง |
| 1.2.3 บริษัทอบรมพนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง | 3.27 | 1.28 | ปานกลาง |
| 1.2.4 บริษัทปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง | 3.88 | 0.86 | มาก |
| 1.2.5 บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง | 3.85 | 0.87 | มาก |
| 1.2.6 บริษัทพัฒนาหรือปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง | 4.12 | 0.82 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ปัจจัย | N = 33 | | ระดับ ทัศนคติ |
|--|-----------|------|------------------|
| | \bar{X} | S.D. | |
| 1. เจือใจด้านการผลิต (ต่อ) | | | |
| Grand Mean | 3.78 | 1.02 | มาก |
| 2. เจือใจด้านอุปสงค์ | | | |
| 2.1 การแข่งขันในประเทศผลักดันให้ต้องทำการส่งออก | 3.24 | 1.23 | ปานกลาง |
| 2.2 ผู้บริโภคในต่างประเทศคาดหวังในคุณภาพและบริการ สูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ | 2.48 | 0.94 | น้อย |
| 2.3 กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่าการขายในประเทศ | 3.88 | 1.39 | มาก |
| Grand Mean | 3.20 | 1.19 | ปานกลาง |
| 3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง | | | |
| 3.1 ระบบการขนส่งภายในไทย | 4.36 | 0.55 | มากที่สุด |
| 3.2 ระบบขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ | 4.73 | 0.52 | มากที่สุด |
| 3.3 ระบบโทรคมนาคมในประเทศ | 4.18 | 0.64 | มาก |
| 3.4 ระบบสาธารณูปโภค | 4.03 | 0.81 | มาก |
| 3.5 ระบบการเงินการธนาคาร | 4.12 | 1.14 | มาก |
| 3.6 ระบบการประกันภัย | 3.55 | 1.33 | มาก |
| 3.7 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศ | 4.18 | 0.81 | มาก |
| 3.8 อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียว ในประเทศ | 3.70 | 0.95 | มาก |
| 3.9 อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในไทย | 3.70 | 1.29 | มาก |
| 3.10 ระบบบริหารงานบุคลากร | 3.39 | 1.22 | ปานกลาง |
| 3.11 ระบบยกเว้นและการคืนภาษี | 4.00 | 1.32 | มาก |
| 3.12 ระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก | 3.70 | 1.24 | มาก |
| Grand Mean | 3.97 | 0.99 | มาก |
| 4. โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัท | | | |
| 4.1 บริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงความต้องการของลูกค้า | 4.55 | 0.51 | มากที่สุด |
| 4.2 บริษัทมีหน่วยงานดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออก | 3.88 | 1.45 | มาก |
| 4.3 บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก | 4.00 | 1.35 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ปัจจัย | N = 33 | | ระดับ ทัศนคติ |
|--|-----------|------|------------------|
| | \bar{X} | S.D. | |
| 4. โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัท (ต่อ) | | | |
| 4.4 การผ่านการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ (ISO) | 2.70 | 1.33 | ปานกลาง |
| 4.5 บริษัทมีการวางแผนการตลาดให้เกิดการขายตัว | 3.58 | 0.79 | มาก |
| 4.6 บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก | 3.61 | 0.86 | มาก |
| 4.7 บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงเวลา | 4.76 | 0.44 | มากที่สุด |
| 4.8 บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงคุณภาพและปริมาณ | 4.82 | 0.39 | มากที่สุด |
| 4.9 บริษัทใช้กลยุทธ์ตั้งราคาสินค้าต่ำ | 2.82 | 1.10 | ปานกลาง |
| 4.10 บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูง | 4.58 | 0.61 | มากที่สุด |
| 4.11 บริษัทใช้กลยุทธ์สร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า | 4.30 | 0.98 | มากที่สุด |
| 4.12 บริษัทใช้ชื่อเสียงยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย | 3.33 | 1.08 | ปานกลาง |
| 4.13 บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศเป็นจุดขาย | 3.00 | 0.87 | ปานกลาง |
| Grand Mean | 3.84 | 0.90 | มาก |
| 5. บทบาทของภาครัฐ | | | |
| 5.1 การจัดประชุมเอเปค (APEC) | 2.00 | 1.03 | น้อย |
| 5.2 การจัดตั้งตัวแทนการค้า หรือกงสุลไทยในต่างประเทศ | 2.73 | 1.01 | ปานกลาง |
| 5.3 การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ | 2.76 | 1.06 | ปานกลาง |
| 5.4 ค่าเงินบาทแข็งขึ้น | 3.52 | 1.12 | มาก |
| 5.5 มีผู้แทนการค้าเยี่ยมชมตลาดส่งออกสม่ำเสมอ | 3.55 | 1.35 | มาก |
| Grand Mean | 2.91 | 1.11 | ปานกลาง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ทศนคติเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจส่งออก กระเจียบเขียว และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว

บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียว ร้อยละ 21.21 มีความเห็นว่ารัฐบาลควรใช้นโยบายส่งเสริมการส่งออกกระเจียบเขียวของไทยในสวนเกษตรกร ร้อยละ 9.09 มีความเห็นว่าควรใช้นโยบายสินค้าออร์แกนิก ร้อยละ 6.06 มีความเห็นเท่ากัน 5 นโยบายคือ นโยบายในการช่วยเจรจาต่อรอง เนื่องจากกระเจียบเขียวเป็นสินค้าที่มีข้อจำกัดเรื่องตัวสินค้าสูงทำให้การส่งออกถูกกีดกัน นโยบายจัดหาสารเคมีที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายทัดเทียมนานาชาติและให้ความรู้เกษตรกรในเรื่องการใช้สารเคมีอย่างถูกต้อง นโยบายลดค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์สารเคมีตกค้าง นโยบายปรับปรุงพันธุ์พืชให้มีความหลากหลายต่อการนำไปใช้ (การแปรรูป การแช่แข็ง) และนโยบายการโฆษณาให้มากขึ้น เนื่องจากปริมาณผลผลิตกระเจียบเขียวในประเทศมีมากสามารถแข่งกับประเทศอื่น ๆ ได้ซึ่งรัฐบาลควรขยายตลาดให้มากขึ้น และส่วนที่เหลือร้อยละ 3.03 มีความเห็นเท่ากัน 5 นโยบายคือ นโยบายในการปรับปรุงระบบ GAP ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นโยบายการควบคุมคุณภาพสินค้าและการดูแลควบคุมอัตราการขนส่ง นโยบายลดมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ นโยบายเพิ่มมาตรการยกเว้นหรือคืนภาษี และนโยบายการบริหารจัดการเพื่อลดอัตราภาษีการวิเคราะห์สารเคมีตกค้าง

ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวร้อยละ 18.18 มีข้อเสนอแนะว่าสินค้ามีคุณภาพมีผลผลิตตลอดทั้งปี ปลอดภัยสดชื่นและแมลงศัตรูมีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว ร้อยละ 9.09 มีข้อเสนอแนะว่านโยบายการค้าของภาครัฐและการส่งเสริมอย่างจริงจังมีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว ร้อยละ 6.06 มีข้อเสนอแนะเท่ากัน 4 ข้อเสนอคือ สินค้าประเภทออร์แกนิกของประเทศไทยสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ แต่การตรวจแปลงเพาะปลูกของกรมวิชาการเกษตรล่าช้าไม่ทันต่อธุรกิจ คุณภาพของสินค้าปลอดภัยสดชื่นและแมลงศัตรู คุณภาพและราคาวัตถุดิบ และคุณภาพของผลผลิตที่สูงแต่ราคาต่ำมีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว และส่วนที่เหลือร้อยละ 3.03 มีข้อเสนอแนะเท่ากัน 4 ข้อเสนอคือ กระบวนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเย็นตลอดเวลาจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค (Cold Chain) การยกระดับความรู้ของเกษตรกรให้เข้าใจถึงมาตรฐานการค้าโลกที่เปลี่ยนแปลง ความปลอดภัยของอาหาร และมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศมีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของบริษัทก่อนนโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว

| รายการ | จำนวนบริษัทที่เสนอแนะ | ร้อยละ |
|--|-----------------------|--------|
| นโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกกระเจียบเขียว | | |
| 1. ส่งเสริมการส่งออกกระเจียบเขียวของไทยในส่วนเกษตรกร | 7 | 21.21 |
| 2. ข้อจำกัดเรื่องตัวสินค้าสูงทำให้การส่งออกถูกกีดกัน รัฐบาลควรช่วยเจรจาต่อรอง | 2 | 6.06 |
| 3. สินค้าออร์แกนิก | 3 | 9.09 |
| 4. ระบบ GAP ควรมีประสิทธิภาพมากขึ้น | 1 | 3.03 |
| 5. รัฐบาลจัดหาสารเคมีที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายเทียบมามาในประเทศ และให้ความรู้เกษตรกรในเรื่องสารเคมีอย่างถูกต้อง | 2 | 6.06 |
| 6. การควบคุมคุณภาพสินค้าและการดูแลควบคุมอัตราการผลิต | 1 | 3.03 |
| 7. ลดค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์สารเคมีตกค้าง | 2 | 6.06 |
| 8. ปรับปรุงพันธุ์พืชให้มีความหลากหลายต่อการนำไปใช้ (การแปรรูป การแช่แข็ง) | 2 | 6.06 |
| 9. โฆษณาให้มากขึ้นเนื่องจากผลผลิตในประเทศมีมาก สามารถแข่งกับประเทศอื่น ๆ ได้รัฐบาลขยายตลาดให้มากขึ้น | 2 | 6.06 |
| 10. มาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ | 1 | 3.03 |
| 11. มาตรการยกเว้นหรือคืนภาษี | 1 | 3.03 |
| 12. การลดอัตราภาษีการวิเคราะห์สารเคมีตกค้าง | 1 | 3.03 |
| ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว | | |
| 1. นโยบายการค้าของภาครัฐและการส่งเสริมอย่างจริงจัง | 3 | 9.09 |
| 2. กระบวนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเย็นตลอดเวลาจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค (Cold Chain) | 1 | 3.03 |
| 3. คุณภาพสูงราคาต่ำ | 2 | 6.06 |
| 4. คุณภาพของสินค้าปลอดสารพิษตกค้างและแมลงศัตรู | 2 | 6.06 |
| 5. การยกระดับความรู้ของเกษตรกรให้เข้าใจถึงมาตรฐานการค้าโลกที่เปลี่ยนไป | 1 | 3.03 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| รายการ | จำนวน บริษัทที่ เสนอแนะ | ร้อยละ |
|--|-------------------------------|--------|
| ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียว (ต่อ) | | |
| 6. สินค้าประเภทอินทรีย์ (Organic) ของประเทศไทยสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ แต่การตรวจแปลงเพาะปลูกของกรมวิชาการเกษตรล่าช้า | 2 | 6.06 |
| 7. สินค้ามีคุณภาพ มีผลผลิตตลอดทั้งปี ปลอดภัยปราศจากสารพิษตกค้างและแมลงศัตรู | 6 | 18.18 |
| 8. คุณภาพและราคาวัตถุดิบ | 2 | 6.06 |
| 9. ความปลอดภัยของอาหาร | 1 | 3.03 |
| 10. มาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ | 1 | 3.03 |

4.7 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย

คุณสมบัติของตัวแปรจากองค์ประกอบของโมเดลเพชร 81 ตัวแปร แสดงในตารางที่

4.11

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรทั้ง 81 ตัวแปรเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจียบเขียวของประเทศไทย

| รายการ | หน่วยวัด | \bar{X} | S.D. | MAX | MIN |
|---|----------|-----------|--------|------|------|
| กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิต (FC) | | | | | |
| 1. สัดส่วนของพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี (FC1) | ร้อยละ | 17.62 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 2. จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท (FC2) | คน | 101.06 | 135.91 | 751 | 12 |
| 3. สัดส่วนของพนักงานวุฒิปริญญาโทหรือสูงกว่า (FC3) | ร้อยละ | 50.59 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 4. สัดส่วนของพนักงานวุฒิมัธยมหรือปวช. (FC4) | ร้อยละ | 28.95 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 5. สัดส่วนของพนักงานวุฒิปริญญาโทหรือสูงกว่า (FC5) | ร้อยละ | 2.84 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 6. ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออก (FC6) | ปี | 13.21 | 9.01 | 38 | 3 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| รายการ | หน่วยวัด | \bar{X} | S.D. | MAX | MIN |
|--|----------|-----------|------|-----|-----|
| กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิต (FC) (ต่อ) | | | | | |
| 7. ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออก กระเจียบเขียว (FC7) | ปี | 10.36 | 8.91 | 38 | 2 |
| 8. วัตถุดิบมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย (FC8) | คะแนน | 4.12 | 0.86 | 5 | 2 |
| 9. วัตถุดิบในการส่งออกกระเจียบเขียวมีราคาต่ำ (FC9) | คะแนน | 3.58 | 1.35 | 5 | 0 |
| 10. วัตถุดิบในการส่งออกกระเจียบเขียว มีคุณภาพดี (FC10) | คะแนน | 4.27 | 0.91 | 5 | 2 |
| 11. แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย (FC11) | คะแนน | 4.24 | 1.09 | 5 | 0 |
| 12. แรงงานมีราคาถูก (FC12) | คะแนน | 3.21 | 0.99 | 5 | 2 |
| 13. แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี (FC13) | คะแนน | 3.67 | 1.02 | 5 | 2 |
| 14. บริษัทมีบุคลากรหรือผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง (FC14) | คะแนน | 4.06 | 1.03 | 5 | 2 |
| 15. บริษัทมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียม หรือเหนือคู่แข่ง (FC15) | คะแนน | 3.03 | 1.13 | 5 | 1 |
| 16. บริษัทมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและ ผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง (FC16) | คะแนน | 3.27 | 1.28 | 5 | 1 |
| 17. บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่อง (FC17) | คะแนน | 3.88 | 0.86 | 5 | 3 |
| 18. บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือ สูงกว่าคู่แข่ง (FC18) | คะแนน | 3.85 | 0.87 | 5 | 3 |
| 19. บริษัทมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยี การผลิตอย่างต่อเนื่อง (FC19) | คะแนน | 4.12 | 0.82 | 5 | 3 |
| กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ (DC) | | | | | |
| 1. ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพ มาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ (DC1) | คะแนน | 2.48 | 0.94 | 4 | 1 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| รายการ | หน่วยวัด | \bar{X} | S.D. | MAX | MIN |
|--|----------|-----------|------|------|------|
| กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ (DC) (ต่อ) | | | | | |
| 2. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น (DC2) | ร้อยละ | 56.36 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 3. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนี (DC3) | ร้อยละ | 2.42 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 4. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในอังกฤษ (DC4) | ร้อยละ | 1.52 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 5. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในจีน (DC5) | ร้อยละ | 9.70 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 6. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในมาเลเซีย (DC6) | ร้อยละ | 2.73 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 7. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในฝรั่งเศส (DC7) | ร้อยละ | 4.85 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 8. การแข่งขันในประเทศผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก (DC8) | คะแนน | 3.24 | 1.23 | 5 | 1 |
| 9. กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ (DC9) | คะแนน | 3.88 | 1.39 | 5 | 1 |
| 10. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในไต้หวัน (DC10) | ร้อยละ | 7.27 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 11. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา (DC11) | ร้อยละ | 3.03 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 12. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในฮ่องกง (DC12) | ร้อยละ | 3.94 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 13. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในสิงคโปร์ (DC13) | ร้อยละ | 4.55 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 14. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเนเธอร์แลนด์ (DC14) | ร้อยละ | 1.21 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 15. อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในรัสเซีย (DC15) | ร้อยละ | 2.12 | n.a. | n.a. | n.a. |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| รายการ | หน่วยวัด | \bar{X} | S.D. | MAX | MIN |
|--|----------|-----------|------|------|------|
| กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ (DC) (ต่อ) | | | | | |
| 16. อัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในประเทศอื่น ๆ (DC16) | ร้อยละ | 0.30 | n.a. | n.a. | n.a. |
| กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (R&S) | | | | | |
| 1. อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศ (R&S1) | คะแนน | 3.70 | 0.95 | 5 | 2 |
| 2. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย (R&S2) | คะแนน | 4.36 | 0.55 | 5 | 3 |
| 3. ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (R&S3) | คะแนน | 4.73 | 0.52 | 5 | 3 |
| 4. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ (R&S4) | คะแนน | 4.18 | 0.64 | 5 | 3 |
| 5. ระบบสาธารณูปโภค (R&S5) | คะแนน | 4.03 | 0.81 | 5 | 3 |
| 6. ระบบการเงินการธนาคาร (R&S6) | คะแนน | 4.12 | 1.14 | 5 | 1 |
| 7. ระบบการประกันภัย (R&S7) | คะแนน | 3.55 | 1.33 | 5 | 1 |
| 8. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ (R&S8) | คะแนน | 4.18 | 0.81 | 5 | 3 |
| 9. อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในประเทศไทย (R&S9) | คะแนน | 3.70 | 1.29 | 5 | 1 |
| 10. ระบบการบริหารงานบุคลากร (R&S10) | คะแนน | 3.39 | 1.22 | 5 | 1 |
| 11. ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี (R&S11) | คะแนน | 4.00 | 1.32 | 5 | 1 |
| 12. ระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก (R&S12) | คะแนน | 3.70 | 1.24 | 5 | 1 |
| กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (FS) | | | | | |
| 1. สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูป (FS1) | ร้อยละ | 63.39 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 2. บริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า (FS2) | คะแนน | 4.55 | 0.51 | 5 | 4 |
| 3. ปีที่บริษัทก่อตั้งขึ้นในประเทศไทย (FS3) | พ.ศ. | n.a. | n.a. | 2553 | 2517 |
| 4. สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตแปรรูป (FS4) | ร้อยละ | 36.61 | n.a. | n.a. | n.a. |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| รายการ | หน่วยวัด | \bar{X} | S.D. | MAX | MIN |
|---|----------|-----------|------|------|------|
| กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (FS) (ต่อ) | | | | | |
| 5. สัดส่วนการส่งออกกระจับเขียวในรูปฝักสด (FS5) | ร้อยละ | 57.33 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 6. สัดส่วนการส่งออกกระจับเขียวในรูปแช่เย็นหรือแช่แข็ง (FS6) | ร้อยละ | 15.39 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 7. สัดส่วนการส่งออกกระจับเขียวในรูปอบกรอบหรือแปรรูป (FS7) | ร้อยละ | 27.27 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 8. บริษัทมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง (FS8) | คะแนน | 3.88 | 1.45 | 5 | 1 |
| 9. บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก (FS9) | คะแนน | 4.00 | 1.35 | 5 | 1 |
| 10. การผ่านการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ (ISO) (FS10) | คะแนน | 2.70 | 1.33 | 5 | 1 |
| 11. บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออก (FS11) | คะแนน | 3.58 | 0.79 | 5 | 2 |
| 12. บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกในตลาดต่างประเทศ (FS12) | คะแนน | 3.61 | 0.86 | 5 | 2 |
| 13. บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด (FS13) | คะแนน | 4.76 | 0.44 | 5 | 4 |
| 14. บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด (FS14) | คะแนน | 4.82 | 0.39 | 5 | 4 |
| 15. บริษัทใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน (FS15) | คะแนน | 2.82 | 1.10 | 5 | 4 |
| 16. บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน (FS16) | คะแนน | 4.58 | 0.61 | 5 | 3 |
| 17. บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน (FS17) | คะแนน | 4.30 | 0.98 | 5 | 2 |
| 18. บริษัทใช้ชื่อเสียง (Brand Name) ยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย (FS18) | คะแนน | 3.33 | 1.08 | 5 | 1 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

| รายการ | หน่วยวัด | \bar{X} | S.D. | MAX | MIN |
|--|----------|-----------|------|------|------|
| กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน (FS) (ต่อ) | | | | | |
| 19. บริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นจุดขาย (FS19) | คะแนน | 3.00 | 0.87 | 4 | 1 |
| 20. ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทของคนไทย (FS20) | ร้อยละ | 0.94 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 21. ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทต่างชาติ (FS21) | ร้อยละ | 0.03 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 22. ชนิดของบริษัทที่เป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ (FS22) | ร้อยละ | 0.03 | n.a. | n.a. | n.a. |
| กลุ่มตัวแปรด้านโอกาส (CS) | | | | | |
| 1. นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น (CS1) | ร้อยละ | 3.33 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 2. การสนับสนุนทางการค้าและเศรษฐกิจของไทย (CS2) | ร้อยละ | -1.82 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 3. การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐในปัจจุบัน (CS3) | ร้อยละ | 6.97 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 4. ความผันผวนของราคาน้ำมันในประเทศไทย (CS4) | ร้อยละ | -7.88 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 5. การเกิดอุทกภัยในประเทศไทย (CS5) | ร้อยละ | -26.25 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 6. การเกิดภัยแล้งในประเทศไทย (CS6) | ร้อยละ | -24.70 | n.a. | n.a. | n.a. |
| 7. นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน (CS7) | ร้อยละ | -1.52 | n.a. | n.a. | n.a. |
| กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ (GM) | | | | | |
| 1. การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ (GM1) | คะแนน | 2.76 | 1.06 | 5 | 1 |
| 2. ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น (GM2) | คะแนน | 3.52 | 1.12 | 5 | 1 |
| 3. การมีผู้แทนการค้าเพื่อเยี่ยมชมตลาดการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ (GM3) | คะแนน | 3.55 | 1.35 | 5 | 1 |
| 4. การจัดประชุมเอเปค (APEC) (GM4) | คะแนน | 2.00 | 1.03 | 4 | 1 |
| 5. การจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลไทยประจำในต่างประเทศ (GM5) | คะแนน | 2.73 | 1.01 | 5 | 1 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อจำกัดของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคือ ปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) ดังนั้นในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผลสำเร็จในการส่งออก กระเจียบเทียบกับตัวแปร 81 ตัวแปรจากองค์ประกอบของโมเดลเพชร จึงเลือกเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) และพบว่า ผลสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียวสามารถอธิบายด้วยตัวแปรของ โมเดลเพชร 9 ตัวแปร โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted Square) เท่ากับร้อยละ 88 ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.653 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์อัตโนมัติ (Autocorrelation) และค่า F-statistic มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แสดงถึงตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ไม่เท่ากับศูนย์ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวกับตัวแปรของโมเดลเพชร 81 ตัวแปร

| ตัวแปร | B | Std. Error | t | Sig. |
|------------|---------|------------|--------|----------|
| (Constant) | -8.998 | 14.994 | -0.600 | 0.555 |
| FC1 | 0.180 | 0.079 | 2.262 | 0.034** |
| DC1 | 19.027 | 1.991 | 9.557 | 0.000*** |
| DC2 | -0.276 | 0.046 | -6.050 | 0.000*** |
| DC3 | -0.322 | 0.113 | -2.852 | 0.009*** |
| R&S1 | -5.420 | 1.580 | -3.431 | 0.002*** |
| FS1 | 0.191 | 0.036 | 5.300 | 0.000*** |
| FS2 | 7.807 | 2.786 | 2.803 | 0.010** |
| CS1 | -0.201 | 0.048 | -4.179 | 0.000*** |
| GM1 | -14.133 | 1.859 | -7.602 | 0.000*** |

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

*** is significant at the 0.01 level (2-tailed)

$$R^2 = 0.913$$

$$F\text{-value} = 25.591***$$

$$R^2 - \text{Adj} = 0.877$$

$$\text{SEE} = 5.754$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.653$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ของอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวกับตัวแปรอิสระ แสดงในรูปของสมการดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Growth} = & -9 + 0.18\text{FC1} + 19.03\text{DC1} - 0.28\text{DC2} - 0.32\text{DC3} - 5.42\text{R\&S1} + 0.19\text{FS1} \\ & (2.262^{**}) (9.557^{***}) (-6.050^{***}) (-2.852^{***}) (-3.431^{***}) (5.300^{**}) \\ & + 7.81\text{FS2} - 0.20\text{CS1} - 14.13\text{GM1} \\ & (2.803^{**}) (-4.179^{**}) (-7.602^{***}) \end{aligned}$$

*** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ค่าในวงเล็บคือค่า t-value ของค่าสัมประสิทธิ์

อธิบายผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ของสัดส่วนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี (FC1) มีเครื่องหมายใน ทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อมีสัดส่วนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรีเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.18 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรีจัดเป็นแรงงานที่มีทักษะความรู้และฝีมือดี ดังนั้นเมื่อบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวมีสัดส่วนของพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรีเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าสัมประสิทธิ์ของผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ (DC1) มีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อคะแนนของผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.03 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการที่สูงขึ้น จะส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวสามารถเจาะตลาดต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นปริมาณการส่งออกกระเจียบเขียวไปยังตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น (DC2) มีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลงร้อยละ 0.28 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากบริษัทผู้

ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวทั้ง 33 ราย ต่างมีความเห็นตรงกันว่าตลาดกระเจี๊ยบเขียวในประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดประจำซึ่งมีการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเป็นอันดับหนึ่ง จึงให้ความสำคัญกับการเปิดตลาดใหม่ในประเทศอื่น ๆ มากกว่า ดังนั้นเมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงซึ่งตรงข้ามกับความคาดหวัง

ค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนี (DC3) มีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนีเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 0.32 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศเยอรมนีนิยมบริโภคกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบของกระเจี๊ยบเขียวแปรรูปหรืออบกรอบซึ่งมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงกว่ากระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปหรือฝักสด ดังนั้นเมื่ออัตราความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนีเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าสัมประสิทธิ์ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศ (R&S1) มีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่อคะแนนของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 5.42 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคในต่างประเทศมีความต้องการบริโภคกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวต้องเร่งเดินเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ทำให้มีต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้น รวมทั้งรัฐบาลไม่ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านของอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศเท่าที่ควร จึงส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าสัมประสิทธิ์ของสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูป (FS1) มีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.19 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากผลผลิตกระเจี๊ยบเขียวร้อยละ 60.61 ถูกส่งออกไปยังตลาดโลกในรูปแบบของผลผลิตไม่แปรรูป เมื่อสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปแบบผลผลิตไม่แปรรูปเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าสัมประสิทธิ์ของบริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า (FS2) มีเครื่องหมายในทิศทางบวก แสดงว่า เมื่อคะแนนของบริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.81 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากเมื่อบริษัท มีมาตรฐานการผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า จะส่งผลให้ผู้บริโภคในต่างประเทศ มีความต้องการในสินค้าเพิ่มขึ้น ดังนั้นปริมาณการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยจึงเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ค่าสัมประสิทธิ์ของนโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (CS1) มีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่อมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 0.20 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากเมื่อรัฐบาลมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวต้องเพิ่มความมาตรฐานในการผลิต และการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

ค่าสัมประสิทธิ์ของการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ (GM1) มีเครื่องหมายในทิศทางลบ แสดงว่า เมื่อคะแนนของการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงร้อยละ 14.13 โดยเฉลี่ยเมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่นมีค่าคงที่ เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศถือเป็นการเปิดตลาดสินค้าภายในได้ นโยบายขององค์การการค้าโลก ส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทยทุกรายมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งในกระบวนการบริหารจัดการ ในโซ่อุปทานของกระเจี๊ยบเขียวซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง ดังนั้นเมื่อมีการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

4.8 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นที่สำคัญที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

1. กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยเงื่อนไขการผลิตที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัตถุดิบในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีคุณภาพดี และแรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก ได้แก่ วัตถุดิบมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย บริษัทพัฒนาหรือปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง บริษัทมีบุคลากรหรือผู้บริหารที่มีความรู้ บริษัทปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง แรงงานมีทักษะและมีฝีมือดี วัตถุดิบในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีราคาต่ำ แต่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว ในขณะที่ตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปานกลาง คือ สักส่วนของพนักงานวุฒิปวส. หรือปริญญาตรี มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออก กระเจียบเขียวและส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของรชนิกร วุฒิสรรฐไพบุลย์ (2547) ที่พบว่า แรงงานมีทักษะและมีฝีมือดี เป็นข้อได้เปรียบที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

2. กลุ่มตัวแปรปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับมาก ได้แก่ อัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และกำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่าการขายในประเทศ กลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับปานกลาง ได้แก่ การแข่งขันในประเทศผลักดันให้ต้องทำการส่งออก แต่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจียบเขียว ยกเว้นอัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจียบเขียว ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับน้อย ได้แก่ ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ และอัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนี มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจียบเขียว โดยผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการ สูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวเพิ่มขึ้น ส่วนอัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในญี่ปุ่น และอัตราความต้องการบริโภคกระเจียบเขียวของผู้บริโภคในเยอรมนีส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลง

3. กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและระบบการขนส่งภายในไทย ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับมาก ได้แก่ ระบบโทรคมนาคมในประเทศ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศ ระบบการเงินการธนาคาร ระบบสาธารณสุขปลอดภัย ระบบยกเว้นและการคืนภาษี อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียวในประเทศ อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในไทย ระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออกและระบบการประกันภัย แต่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจียบเขียว ยกเว้นอุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจียบเขียวภายในประเทศ มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจียบเขียวและส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจียบเขียวลดลง

4. กลุ่มตัวแปรด้านโครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัทที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงคุณภาพและปริมาณ บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงเวลา บริษัทใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูง บริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงความต้องการของลูกค้า และบริษัทใช้กลยุทธ์สร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจียบเขียวในระดับมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ สักส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูป บริษัทมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก บริษัทมีหน่วยงานดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออก บริษัทมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกและบริษัทมีการวางแผนการตลาดให้เกิดการขยายตัว แต่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว ยกเว้นสักส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูปและบริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงความต้องการของลูกค้า มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวและส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข (2546) ที่พบว่า การมีเทคนิคและกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรเป็นข้อได้เปรียบที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

5. กลุ่มตัวแปรด้าน โอกาสที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง ได้แก่ การเกิดอุทกภัยในประเทศไทย และการเกิดภัยแล้งในประเทศไทย แต่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว ในขณะที่กลุ่มตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับน้อย ได้แก่ นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวและส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

6. กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมาก ได้แก่ การมีผู้แทนการค้าเยี่ยมชมตลาดส่งออกสม่ำเสมอ และค่าเงินบาทแข็งขึ้น ส่วนกลุ่มตัวแปรที่มีที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ และการจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลในต่างประเทศ แต่ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว ยกเว้นการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีนัยสำคัญทางสถิติกับการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวและส่งผลให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

5.1 สรุปผลการศึกษา

การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การจัดการผลผลิตของธุรกิจส่งออกและการตลาดกระเจี๊ยบเขียว และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยตามทฤษฎี โมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ ประกอบด้วย ปัจจัยเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยกลยุทธ์และโครงสร้างของบริษัทและการแข่งขัน ปัจจัยโอกาส และปัจจัยบทบาทของภาครัฐ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวจำนวน 33 ราย ด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ในการวัดความถูกต้องและความเป็นไปได้ของตัวชี้วัด รวมถึงระดับความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดและทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

การส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีความจำเป็นต้องพัฒนาความได้เปรียบในทุก ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มรายได้ และเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่ง Acting หรือผู้จัดการฝ่ายส่งออกและผู้จัดการฝ่ายการตลาดมีประสบการณ์ในธุรกิจการส่งออกส่วนใหญ่ 6-10 ปี และมีประสบการณ์ในธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวส่วนใหญ่ 1-5 ปี โดยบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียว มีระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกเฉลี่ย 13.21 ปี และมีระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเฉลี่ย 10.36 ปี โดยบริษัทส่วนใหญ่เป็นบริษัทของคนไทย (93.94%) มีจำนวนพนักงานเฉลี่ย 101.06 คน มีสัดส่วนพนักงานวุฒิประถมศึกษามากที่สุดร้อยละ 50.59 มีมูลค่ายอดขายเฉพาะกระเจี๊ยบเขียวโดยภาพรวมของบริษัทในปี พ.ศ. 2553 เท่ากับ 94.85 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2554 เท่ากับ 110.61 ล้านบาท มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวต่อยอดขายโดยภาพรวมของบริษัทในปี พ.ศ. 2553 คิดเป็นร้อยละ 75.67 และในปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นร้อยละ 78.55 บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวทั้ง 33 ราย มีการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวไปยังประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.85 รองลงมาคือจีนและไต้หวัน โดยการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในลักษณะผลผลิตไม่แปรรูปในรูปแบบของกระเจี๊ยบเขียวฝักสด มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2552-2554 คิดเป็นร้อยละ 13.48, 15.30 และ 13.27 ตามลำดับต่อปี มีอัตรากำไรจากการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในปี พ.ศ. 2552-2554 คิดเป็นร้อยละ 10.97, 12.15, 12.09 ตามลำดับต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีทัศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดภายในประเทศในประเทศต่าง ๆ พบว่า เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมและนโยบายอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งตรงข้ามกับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผลสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวกับตัวแปรจากองค์ประกอบของโมเดลเพชร เนื่องจากเมื่อรัฐบาลมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงมากที่สุด คือ การเกิดอุทกภัยในประเทศไทย สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่ไม่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมากที่สุด คือ การสนับสนุนทางการค้าและเศรษฐกิจของไทย

ทัศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดของประเทศผู้นำเข้าในประเทศต่าง ๆ พบว่า การเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศนำเข้า คือ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นและลดลงมากที่สุด ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่ไม่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมากที่สุด คือ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

ทัศนคติเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิดของประเทศคู่แข่งในประเทศต่าง ๆ พบว่า เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ การเกิดอุทกภัยหรือแผ่นดินไหวในประเทศคู่แข่ง ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่มีผลทำให้มูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลงมากที่สุด คือ การลดค่าเงินของประเทศนำเข้า ส่วนเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่ไม่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมากที่สุด คือ การขายสินค้าราคาต่ำในประเทศคู่แข่ง

การวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย พบว่า ทุกปัจจัยมีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับมากที่สุด มาก และปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิตคือบริษัทมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริษัทอบรมพนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง 2) กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์คือการแข่งขันในประเทศผลักดันให้ต้องทำการส่งออก 3) กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องคือระบบบริหารงานบุคลากร 4) กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขันคือการผ่านการรับรองระบบมาตรฐานคุณภาพ (ISO) บริษัทใช้กลยุทธ์ตั้งราคาสินค้าต่ำ บริษัทใช้ชื่อเสียงยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย และบริษัทใช้ชื่อเสียงของประเทศเป็นจุดขาย และ 5) กลุ่มตัวแปรบทบาทของภาครัฐคือการจัดตั้งตัวแทนการค้า หรือกงสุลไทยในต่างประเทศและการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยในระดับน้อย ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์คือผู้บริโภคในต่างประเทศคาดหวังใน

คุณภาพและบริการสูงกว่าผู้บริโภครภายในประเทศ และ 2) กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐคือ การจัดประชุมเอเปค (APEC)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย พบว่า จากปัจจัยทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ 81 ตัวแปร สามารถอธิบายผลสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว (อัตรา การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียว) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบ ขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า 1) กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยการผลิตได้แก่ สักส่วนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรี 2) กลุ่มตัวแปรด้านอุปสงค์ได้แก่ผู้บริโภครในต่างประเทศ มีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภครภายในประเทศ อัตราความต้องการ บริโภครกระเจี๊ยบเขียวของผู้บริโภครในญี่ปุ่น และอัตราความต้องการบริโภครกระเจี๊ยบเขียวของ ผู้บริโภครในเยอรมนี 3) กลุ่มตัวแปรด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ได้แก่อุตสาหกรรม เครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระเจี๊ยบเขียวภายในประเทศ 4) กลุ่มตัวแปรด้านกลยุทธ์ โครงสร้างของบริษัทและการแข่งขันได้แก่สัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิต ไม่แปรรูป และบริษัทมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า 5) กลุ่มตัวแปร ด้านโอกาสได้แก่ นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และ 6) กลุ่มตัวแปรด้านบทบาทของภาครัฐ ได้แก่การจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ล้วนมีความสัมพันธ์กับการส่งออก กระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับ บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียว นำไปพิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและการผลิต เพื่อให้ อัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวมีค่าสูงขึ้นในด้านต่าง ๆ ดังนี้

5.2.1.1 ควรเพิ่มจำนวนพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรีในบริษัทให้มากขึ้น เนื่องจากพนักงานวุฒิปวส.หรือปริญญาตรีจัดเป็นแรงงานที่มีทักษะความรู้และฝีมือดี

5.2.1.2 ควรจงใจให้ผู้บริโภครในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการที่สูงขึ้น เนื่องจากเมื่อผู้บริโภครในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการ ที่สูงขึ้น จะส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวสามารถเจาะตลาดต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

5.2.1.3 ควรให้ความสำคัญกับการเปิดตลาดใหม่ในประเทศอื่น ๆ มากกว่าการเปิด ตลาดส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในประเทศญี่ปุ่นและเยอรมนี เนื่องจากตลาดกระเจี๊ยบเขียวในประเทศ ญี่ปุ่นเป็นตลาดประจำ และผู้บริโภครในประเทศเยอรมนีนิยมบริโภครกระเจี๊ยบเขียวในรูปของ

กระเจี๊ยบเขียวแปรรูปหรืออบกรอบซึ่งมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงกว่ากระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูปหรือฝักสด

5.2.1.4 ควรเพิ่มสัดส่วนการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในรูปผลผลิตไม่แปรรูปให้มากขึ้น เนื่องจากเนื่องจากผลผลิตกระเจี๊ยบเขียวร้อยละ 60.61 ของปริมาณส่งออกทั้งหมดถูกส่งออกไปยังตลาดโลกในรูปของผลผลิตไม่แปรรูป

5.2.1.5 ควรเพิ่มมาตรฐานการผลิตให้ตรงตามความต้องการของลูกค้านำมากขึ้น เนื่องจากเมื่อบริษัทมีมาตรฐานการผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า จะส่งผลให้ผู้บริโภคในต่างประเทศมีความต้องการในสินค้าเพิ่มขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาล

จากผลการศึกษารายงานพบว่า ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาอัตราการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวลดลง ดังนี้

5.2.2.1 ด้านนโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP เป็นต้น เนื่องจากเมื่อรัฐบาลมีการบังคับใช้นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวต้องเพิ่มความมาตรฐานในการผลิตและการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตเพิ่มขึ้น

5.2.2.2 ด้านการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศถือเป็นการเปิดตลาดสินค้าภายในนโยบายขององค์การการค้าโลก ส่งผลให้บริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทยทุกรายมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งในกระบวนการบริหารจัดการในโซ่อุปทานของกระเจี๊ยบเขียวซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง

นอกจากนี้ ภาครัฐควรให้การส่งเสริมสินค้าออร์แกนิกในส่วนเกษตรกร ควรช่วยเจรจาต่อรองกับประเทศผู้นำเข้ากระเจี๊ยบเขียวของประเทศไทย เนื่องจากกระเจี๊ยบเขียวเป็นสินค้าที่มีข้อจำกัดสูงทำให้การส่งออกถูกกีดกัน ควรจัดหาสารเคมีที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายทัดเทียมนานาประเทศ และให้ความรู้เกษตรกรในเรื่องสารเคมีอย่างถูกต้อง ควรปรับปรุงพันธุ์พืชให้มีความหลากหลายต่อการใช้งานไปใช้ (การแปรรูป การแช่แข็ง) ควรลดค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์สารเคมีตกค้าง และควร โฆษณาให้มากขึ้นเนื่องจากผลผลิตกระเจี๊ยบเขียวในประเทศไทยมีมาก สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ ดังนั้นรัฐบาลควรขยายตลาดให้มากขึ้น

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาสินค้าเกษตรส่งออกประเภทอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยการเปลี่ยนชนิดของสินค้าเกษตรที่ประเทศไทยส่งออก เช่น หน่อไม้ฝรั่ง ชิง ข่า เป็นต้น เนื่องจากประเทศไทยมีสินค้าประเภทผัก ผลไม้ที่ดำเนินธุรกิจส่งออกหลายชนิด ซึ่งผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการบริหารงาน และเพื่อเพิ่มความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเขียวในประเทศไทย. (เอกสารอัดสำเนา).
- กรมวิชาการเกษตร. 2545. เกษตรดีที่เหมาะสมสำหรับกระเจียบเขียว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2536. กระเจียบเขียว. [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://www.doae.go.th/library/html/veget_all.html. [20/01/2555].
- _____. 2537. เอกสารสรุปการสัมมนาเรื่องกระเจียบเขียว. (เอกสารอัดสำเนา).
- _____. 2550. เอกสารสรุปสถานการณ์การส่งออกกระเจียบเขียวของไทย. (เอกสารอัดสำเนา).
- กรมศุลกากร. 2555. ปริมาณและมูลค่าของการส่งออกกระเจียบเขียว ไปประเทศญี่ปุ่น. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://internet1.customs.go.th/ext/Statistic/StatisticIndex2550.jsp>. [16/03/2555].
- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2545. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาอาหาร). [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.oie.go.th/Policy7/65.html>. [05/03/2554].
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- กิตติ ดันพรหม. 2549. การวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนิษฐานาวรัตน์. 2549. การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตนา พงษ์ศรีทอง. 2546. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความยุติธรรมในองค์กรกับความพึงพอใจในงาน ศึกษากรณีการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. 2551. การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กภาพสินธุ์: โรงพิมพ์ประสานการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. 2546. ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก: กรณีศึกษาเซรามิกศิลาดล. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลัยทิพย์ ปรีกมะวงศ์. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการส่งอาหารถึงที่ (Delivery) ศึกษาเฉพาะธุรกิจอาหารที่ใช้เบอร์โทรศัพท์หมายเลขเดียวส่งทั่วกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนิกร วุฒิสรรพ โปบลีย์. 2547. ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2551. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ. : โรงพิมพ์วี.พรินท์ 1991.
- สลิลนา ภู่อี่ยม. 2546. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2544. กลุ่มอาหารส่งออก. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สุขสันต์ สุทธิผล โปบลีย์. 2538. สถานการณ์การผลิตและการตลาดกระเจี๊ยบเขียว. เกษตรก้าวหน้า. ปีที่ 10 ฉบับที่ 6: 33-42.
- สุวิชา มิ่งขวัญ. 2546. การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.manager.co.th/politics/PoliticsView.asp?NewsID=4584179360269>. [26/11/2546].
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540. เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เลียงเชียง.
- อภิญาพร มาลีวรรณ. 2540. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายเครื่องจักรกลเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Department of Food Safety. JAPAN. 2006. **Positive List System**. [Online]. Available:
<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/introduction.html>.
 [22/3/2555].
- Hill, C. 1998. **Strategic Management**. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Porter, M.E. 2000. **The Competitive Advantage of Nations**. [Online]. Available:
<http://www.themanager.org/pdf/diamond.pdf>. [20/01/2011].
- Prahalad, C.K. and Hamel, G. 1990. **The Core Competence of Corporation**. Havard Business Review. 50; 70-91.
- Ravadee, S. 1999. **The Determinants of Export Success : The Case of Thai Food Industry**. Ph.D. (International Business). Chulalongkorn University. Bangkok. (Thailand).



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ***)

หมายเลขแบบสอบถามเลข



แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียวของไทยในตลาดโลก”

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้น เพื่อมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียวของไทยในตลาดโลก โดยมุ่งสำรวจตัวแปร 6 กลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน ระบบการขนส่ง
2. ผลกระทบของตลาดในประเทศต่อการส่งออก โดยรวมถึงลักษณะของผู้บริโภค และคู่แข่งในประเทศ
3. โครงสร้างและกลยุทธ์การส่งออกของบริษัทผู้ส่งออก
4. ผลกระทบจากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและต่อเนื่องกับการส่งออกกระเจียบเขียว
5. ผลกระทบจากนโยบายของภาครัฐ รวมถึงหน่วยงานของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนการส่งออกกระเจียบเขียว
6. ผลกระทบจากปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือความคาดหมาย

การทำวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกแก่ผู้บริหารธุรกิจส่งออกกระเจียบเขียว หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออก

ข้อมูลจากท่านผู้ร่วมวิจัยจะถูกนำไปสรุปผลรวมโดยวิธีการทางสถิติ ข้อมูลรายบุคคลนั้นจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ในกรณีที่ท่านต้องการบทสรุปผลการวิจัย โปรดแนบนามบัตรหรือชื่อที่อยู่ เพื่อจัดส่งให้เมื่อการวิจัยเสร็จสมบูรณ์แล้ว ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จประมาณเดือนมีนาคม 2555

น.ส. พิมลวรรณ เกตพันธ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ***)

โปรดเติมข้อความ หรือใส่เครื่องหมาย X ลงในช่อง ()

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม -

1. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง
2. ท่านมีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเป็นเวลา ปี
3. ท่านมีประสบการณ์เกี่ยวกับการส่งออกเป็นเวลา ปี

- ข้อมูลของบริษัทผู้ส่งออกกระเจี๊ยบเขียว -

4. ชนิดของบริษัทจำแนกตามลักษณะของผู้ลงทุน
 - () บริษัทคนไทย
 - () บริษัทต่างชาติ : ประเทศ สัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ %
 - () บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ สัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ %
5. บริษัทตั้งขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. หรือ ปี ค.ศ.
6. จำนวนพนักงานทั้งหมดในบริษัท คน
7. สัดส่วนของพนักงานทั้งหมดในบริษัทโดยจำแนกตามระดับการศึกษา (โปรดระบุเป็น % หรือ จำนวนคน)
 - (1) ประถมศึกษา _____ % หรือ _____ คน
 - (2) มัธยม/ปวช. _____ % หรือ _____ คน
 - (3) ปวส./ปริญญาตรี _____ % หรือ _____ คน
 - (4) ปริญญาโท/ปริญญาเอก _____ % หรือ _____ คน
8. บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกเป็นเวลา ปี
9. บริษัทดำเนินการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวเป็นเวลา ปี
10. มูลค่ายอดขายรวมของบริษัท ในปี 2553 ล้านบาท
ในปี 2554 ล้านบาท
11. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อยอดขายรวมของบริษัท ในปี 2553 %
ในปี 2554 %
12. ประเทศผู้ซื้อ สัดส่วนมูลค่าการส่งออกที่บริษัทส่งกระเจี๊ยบเขียวไปจำหน่าย (รวม 100%) และ คู่แข่งสำคัญในตลาดนั้น ๆ

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ***)

13. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกแยกโดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือจำนวน ล้านบาท)

- ผลผลิตไม่แปรรูป (Unprocessed) เช่น ฝักสด% หรือ ล้านบาท

- ผลผลิตแปรรูป (Processed) เช่น กระเจี๊ยบเขียวแปรรูป/อบกรอบ % หรือล้านบาท

14. สัดส่วนมูลค่าการส่งออกแยกตามประเภทของกระเจี๊ยบเขียว (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือจำนวนล้านบาท)

| ชนิด/ประเภท | ฝักสด | แช่เย็น/แช่แข็ง | อบกรอบ/แปรรูป | รวม (100%) |
|----------------|-------|-----------------|---------------|------------|
| กระเจี๊ยบเขียว | | | | |

15. โปรดระบุผลกระทบเป็น % ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อปัจจัยนอกเหนือความคาดหมายที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทยที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของบริษัทของท่าน

| ปัจจัยที่เกิดขึ้นในประเทศไทยที่เป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐบาล | ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของท่าน | | |
|---|----------------------------------|----------------------|------------------------------|
| | ส่งออกลดลง (โปรดระบุ %) | ไม่มีผล (โปรดระบุ %) | ส่งออกเพิ่มขึ้น (โปรดระบุ %) |
| 1. การสนับสนุนความร่วมมือทางการค้าและเศรษฐกิจของไทยภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เช่น AFTA, APEC | | | |
| 2. นโยบายด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การบังคับใช้ GMP, HACCP ในโรงงานอุตสาหกรรม | | | |
| 3. การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลไทยในปัจจุบัน (ไทยรักไทย) | | | |
| 4. การปรับเปลี่ยนนโยบายการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนจากระบบคงที่ (Fixed exchange rate) มาเป็นอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว (Managed floated exchange rate) | | | |
| 5. การเกิดความผันผวนของราคาน้ำมัน | | | |
| 6. การเกิดอุทกภัยในประเทศไทย | | | |
| 7. การเกิดภัยแล้งในประเทศไทย | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(***) ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด (***)

16. โปรตระบุผลกระทบเป็น % ลงในช่องที่เหมาะสมต่อปัจจัยนอกเหนือความคาดหมายที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของการส่งออกกระเจียบเขียวของบริษัทของท่าน

| ปัจจัยที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้า | ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของท่าน | | |
|--|----------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| | ส่งออกลดลง (โปตระบุ %) | ไม่มีผล (โปตระบุ %) | ส่งออกเพิ่มขึ้น (โปตระบุ %) |
| 1. การลดค่าเงินของประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ | | | |
| 2. การเปลี่ยนแปลงมาตรการการนำเข้า (มาตรการภาษีนำเข้า โควตา ฯลฯ ของประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ | | | |
| 3. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ระบุประเทศ | | | |
| 4. การเกิดสงครามในประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ | | | |
| 5. การเกิดอุทกภัย/แผ่นดินไหวในประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ | | | |
| 6. ปัจจัยอื่น โปตระบุ | | | |
| 7. ปัจจัยอื่น โปตระบุ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปตระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ***)

17. โปรระบุผลกระทบเป็น % ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อปัจจัยที่นอกเหนือความคาดหมายที่เกิดขึ้นในประเทศคู่แข่งการส่งออก ที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นลดลงของการส่งออกกระเจียบเขียวของบริษัทของท่าน

| ปัจจัยที่เกิดขึ้นในประเทศคู่แข่งการส่งออก | ผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของท่าน | | |
|--|----------------------------------|------------------------|--------------------------------|
| | ส่งออกลดลง (โปรระบุ %) | ไม่มีผล (โปรระบุ %) | ส่งออกเพิ่มขึ้น (โปรระบุ %) |
| 1. การลดค่าเงินของประเทศผู้นำเข้า ระบุประเทศ | | | |
| 2. การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือนวัตกรรมใหม่ในประเทศคู่แข่ง ระบุ | | | |
| 3. การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ | | | |
| 4. การเกิดสงครามในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ | | | |
| 5. การเกิดอุทกภัย/แผ่นดินไหวในประเทศคู่แข่ง ระบุประเทศ | | | |
| 6. ปัจจัยอื่น โปรระบุ | | | |
| 7. ปัจจัยอื่น โปรระบุ | | | |

18. อัตราการขยายตัว หรือ หดตัวของมูลค่าการส่งออก (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือมูลค่าการส่งออกจำนวนล้านบาท)

| ปี | อัตราการขยายตัว / หดตัวของมูลค่าการส่งออก | | กรรมาระบุ เหตุผลของการขยายตัวหรือหดตัว เช่น การบังคับใช้ Positive List ในประเทศญี่ปุ่น ฯลฯ |
|------|---|------------------------|--|
| | +/- เป็น % จากปีที่ผ่านมา | หรือ +/- มูลค่าล้านบาท | |
| 2551 | | | |
| 2552 | | | |
| 2553 | | | |
| 2554 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(***) ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด (***)

19. อัตราผลกำไร / ขาดทุนจากการส่งออก (โปรดใส่จำนวนร้อยละ หรือ มูลค่าจำนวนล้านบาท)

| ปี | อัตราการขยายตัว / หักตัวของมูลค่าการส่งออก | | กรณาระบุ เหตุผลของการขยายตัว หรือ หักตัว เช่น การลดค่าเงินบาท ฯลฯ |
|------|--|-------------------------|---|
| | +/- เป็น % จาก การส่งออก | หรือ +/- มูลค่า ล้านบาท | |
| 2551 | | | |
| 2552 | | | |
| 2553 | | | |
| 2554 | | | |

ใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออกของท่าน

ระดับความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก: 1= สำคัญน้อยที่สุด... 5 = สำคัญมากที่สุด

| ปัจจัย | ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก | | | | |
|--|-----------------------------------|---|---|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | สำคัญน้อยที่สุด | | | | สำคัญมากที่สุด |
| ปัจจัยที่หนึ่ง เงื่อนไขด้านการผลิต | | | | | |
| 20. วัตถุดิบมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย | | | | | |
| 21. วัตถุดิบในการส่งออกกระเจียบเขียวมีราคาต่ำ | | | | | |
| 22. วัตถุดิบในการส่งออกกระเจียบเขียวมีคุณภาพดี | | | | | |
| 23. แรงงานมีปริมาณเพียงพอและหาได้ง่าย | | | | | |
| 24. แรงงานมีราคาถูก | | | | | |
| 25. แรงงานมีทักษะความรู้และมีฝีมือดี | | | | | |
| 26. บริษัทท่านมีบุคลากร/ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(***) ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด (***)

| ปัจจัย | ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก | | | | |
|---|-----------------------------------|---|---|---|------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | สำคัญ น้อย ที่สุด | | | | สำคัญ มาก ที่สุด |
| ปัจจัยที่หนึ่ง เงื่อนไขด้านการผลิต (ต่อ) | | | | | |
| 27. บริษัทท่านมีหน่วยงานและบุคลากรด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมหรือเหนือคู่แข่ง | | | | | |
| 28. บริษัทท่านมีการอบรมพัฒนาความรู้พนักงานและผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| 29. บริษัทท่านมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| 30. บริษัทท่านมีเทคโนโลยีการผลิตเท่าเทียมหรือสูงกว่าคู่แข่ง | | | | | |
| 31. บริษัทท่านมีการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง | | | | | |
| ปัจจัยที่สี่ โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัท | | | | | |
| 32. บริษัทท่านมีมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 33. บริษัทท่านมีหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการตลาดเพื่อการส่งออกโดยตรง | | | | | |
| 34. บริษัทท่านมีนโยบายมุ่งมั่นในการส่งออก | | | | | |
| 35. บริษัทท่านมีการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของ การส่งออก | | | | | |
| 36. บริษัทท่านมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกในตลาดต่างประเทศ | | | | | |
| 37. บริษัทท่านให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ***)

| ปัจจัย | ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก | | | | |
|--|-----------------------------------|---|---|---|------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | สำคัญ น้อย ที่สุด | | | | สำคัญ มาก ที่สุด |
| ปัจจัยที่สี่ โครงสร้างการบริหารและกลยุทธ์ของบริษัท (ต่อ) | | | | | |
| 38. บริษัทท่านให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามคุณภาพและปริมาณที่กำหนด | | | | | |
| 39. บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าต่ำในการแข่งขัน | | | | | |
| 40. บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าคุณภาพสูงในการแข่งขัน | | | | | |
| 41. บริษัทท่านใช้กลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าในการแข่งขัน | | | | | |
| 42. บริษัทท่านใช้ชื่อเสียง (Brand Name) ยี่ห้อของบริษัทเป็นจุดขาย | | | | | |
| 43. บริษัทท่านใช้ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นจุดขาย | | | | | |
| ปัจจัยที่สอง เงื่อนไขด้านอุปสงค์ | | | | | |
| 44. การแข่งขันในประเทศผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องทำการส่งออก | | | | | |
| 45. ผู้บริโภคในต่างประเทศมีการคาดหวังในคุณภาพมาตรฐานและบริการสูงกว่าผู้บริโภคภายในประเทศ | | | | | |
| 46. กำไรจากการส่งออกมีสัดส่วนสูงกว่ากำไรจากการขายในประเทศ | | | | | |
| ปัจจัยที่ห้า บทบาทของภาครัฐ | | | | | |
| 47. การจัดประชุมเอเปค (APEC) | | | | | |
| 48. การจัดตั้งตัวแทนการค้าหรือกงสุลไทยประจำในต่างประเทศ | | | | | |
| 49. การผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพ (ISO.....) | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(***) ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด (***)

ใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่เหมาะสม ต่อความเห็นลักษณะสภาพปัจจุบันและระดับความสำคัญของปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการส่งออกของท่าน
ระดับความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก การจัดอันดับ : 1 = สำคัญน้อยที่สุด5 = สำคัญที่สุด

| ปัจจัย | ความสำคัญต่อความสำเร็จในการส่งออก | | | | |
|--|-----------------------------------|---|---|---|------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | สำคัญ น้อย ที่สุด | | | | สำคัญ มาก ที่สุด |
| ปัจจัยที่ห้า บทบาทของภาครัฐ (ต่อ) | | | | | |
| 50. การจัดงานแสดงสินค้า ASIA ทั้งภายในและภายนอกประเทศ | | | | | |
| 51. ค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้น | | | | | |
| 52. การมีผู้แทนการค้าเพื่อเยี่ยมชมตลาดการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ | | | | | |
| ปัจจัยที่สาม อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง | | | | | |
| 53. ระบบการขนส่งสินค้าภายในประเทศไทย | | | | | |
| 54. ระบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ | | | | | |
| 55. ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ | | | | | |
| 56. ระบบสาธารณูปโภค | | | | | |
| 57. ระบบการเงินการธนาคาร | | | | | |
| 58. ระบบการประกันภัย | | | | | |
| 59. อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ | | | | | |
| 60. อุตสาหกรรมเครื่องจักรการผลิตและบรรจุภัณฑ์กระดาษเย็บเย็บภายในประเทศ | | | | | |
| 61. อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพในไทย | | | | | |
| 62. ระบบการบริหารงานศุลกากร | | | | | |
| 63. ระบบการยกเว้นและการคืนภาษี | | | | | |
| 64. ระบบส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(***) ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด (***)

65. นโยบายภาครัฐที่รัฐบาลควรใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบการส่งออกกระเจียบเขียว.....

.....

.....

.....

66. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียว

.....

.....

67. ปัจจัยที่ท่านใช้ในการวัดความสำเร็จในการส่งออกกระเจียบเขียวของบริษัทท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

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

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

กรุณาส่งแบบสอบถามนี้คืนในซองที่แนบมา หรือที่

น.ส. พิมลวรรณ เกตพันธ์

226 ซอย 20 มิถุนาแยก 5 ถนนสุทธิสาร เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ ๑ 10320

E-Mail: aon_advanceagro@hotmail.com

หากท่านสนใจสรุปผลการวิจัยโปรดแนบนามบัตรหรือระบุที่อยู่ของท่าน

ชื่อ :

ที่อยู่ :

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(*** ในกรณีที่ข้อมูลไม่ชัดเจน โปรดระบุข้อมูลประมาณการที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด ***)



ภาคผนวก ข.
ผลการคำนวณค่าสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของมูลค่าการส่งออกและตัวแปรอิสระทั้ง 81 ตัวแปร

Model Summary^j

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .497 ^a | 0.247 | 0.222 | 14.483 | |
| 2 | .660 ^b | 0.435 | 0.396 | 12.757 | |
| 3 | .736 ^c | 0.542 | 0.493 | 11.69 | |
| 4 | .828 ^d | 0.685 | 0.639 | 9.866 | |
| 5 | .865 ^e | 0.748 | 0.699 | 9.005 | |
| 6 | .891 ^f | 0.793 | 0.744 | 8.311 | |
| 7 | .922 ^g | 0.851 | 0.807 | 7.208 | |
| 8 | .939 ^h | 0.882 | 0.841 | 6.556 | |
| 9 | .955 ⁱ | 0.913 | 0.877 | 5.754 | 1.653 |

a. Predictors: (Constant), R&S1

b. Predictors: (Constant), R&S1, DC1

c. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1

d. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1, GM1

e. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1, GM1, FC1

f. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1, GM1, FC1, DC2

g. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1, GM1, FC1, DC2, FS1

h. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1, GM1, FC1, DC2, FS1, DC3

i. Predictors: (Constant), R&S1, DC1, CS1, GM1, FC1, DC2, FS1, DC3, FS2

j. Dependent Variable: Diff growth

Coefficients

| Model | | Un-standardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|------------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 44.617 | 10.414 | | 4.284 | 0.000 | | |
| | R&S1 | -8.510 | 2.714 | -0.497 | -3.135 | 0.004 | 1.000 | 1.000 |
| 2 | (Constant) | 29.184 | 10.429 | | 2.798 | 0.009 | | |
| | R&S1 | -9.439 | 2.409 | -0.551 | -3.918 | 0.001 | 0.985 | 1.016 |
| | DC1 | 7.555 | 2.430 | 0.437 | 3.110 | 0.004 | 0.985 | 1.016 |
| 3 | (Constant) | 37.310 | 10.072 | | 3.704 | 0.001 | | |
| | R&S1 | -11.072 | 2.299 | -0.646 | -4.817 | 0.000 | 0.909 | 1.101 |
| | DC1 | 6.991 | 2.237 | 0.405 | 3.125 | 0.004 | 0.975 | 1.026 |
| | CS1 | -0.187 | 0.073 | -0.343 | -2.556 | 0.016 | 0.907 | 1.102 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Continue) Coefficients

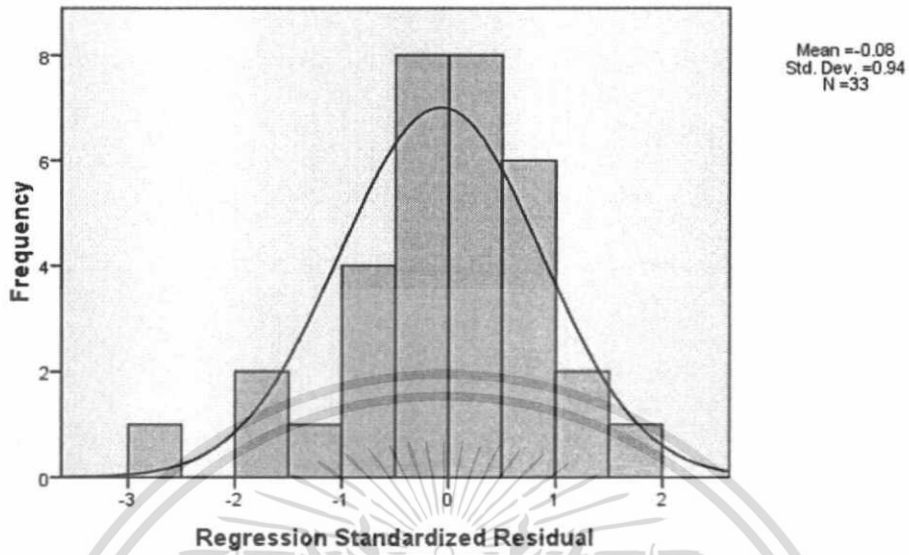
| Model | | Un-standardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|------------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 4 | (Constant) | 40.708 | 8.555 | | 4.758 | 0.000 | | |
| | R&S1 | -9.275 | 2.006 | -0.541 | -4.623 | 0.000 | 0.849 | 1.177 |
| | DC1 | 11.854 | 2.342 | 0.686 | 5.061 | 0.000 | 0.634 | 1.578 |
| | CS1 | -0.251 | 0.064 | -0.461 | -3.900 | 0.001 | 0.834 | 1.199 |
| | GM1 | -8.098 | 2.308 | -0.520 | -3.509 | 0.002 | 0.530 | 1.886 |
| 5 | (Constant) | 39.942 | 7.815 | | 5.111 | 0.000 | | |
| | R&S1 | -10.487 | 1.893 | -0.612 | -5.540 | 0.000 | 0.795 | 1.258 |
| | DC1 | 10.201 | 2.235 | 0.591 | 4.564 | 0.000 | 0.580 | 1.725 |
| | CS1 | -0.259 | 0.059 | -0.476 | -4.406 | 0.000 | 0.832 | 1.202 |
| | GM1 | -6.590 | 2.189 | -0.423 | -3.010 | 0.006 | 0.491 | 2.037 |
| | FC1 | 0.297 | 0.117 | 0.268 | 2.531 | 0.018 | 0.863 | 1.159 |
| 6 | (Constant) | 46.488 | 7.731 | | 6.013 | 0.000 | | |
| | R&S1 | -9.850 | 1.768 | -0.575 | -5.572 | 0.000 | 0.776 | 1.288 |
| | DC1 | 12.785 | 2.337 | 0.740 | 5.469 | 0.000 | 0.451 | 2.215 |
| | CS1 | -0.217 | 0.057 | -0.399 | -3.798 | 0.001 | 0.750 | 1.333 |
| | GM1 | -9.636 | 2.400 | -0.619 | -4.015 | 0.000 | 0.348 | 2.875 |
| | FC1 | 0.275 | 0.109 | 0.249 | 2.530 | 0.018 | 0.857 | 1.167 |
| | DC2 | -0.118 | 0.050 | -0.282 | -2.351 | 0.027 | 0.573 | 1.745 |
| 7 | (Constant) | 29.702 | 8.688 | | 3.419 | 0.002 | | |
| | R&S1 | -6.381 | 1.911 | -0.372 | -3.338 | 0.003 | 0.499 | 2.002 |
| | DC1 | 16.327 | 2.338 | 0.945 | 6.982 | 0.000 | 0.339 | 2.947 |
| | CS1 | -0.138 | 0.056 | -0.254 | -2.469 | 0.021 | 0.589 | 1.699 |
| | GM1 | -11.805 | 2.201 | -0.758 | -5.364 | 0.000 | 0.311 | 3.213 |
| | FC1 | 0.181 | 0.099 | 0.164 | 1.831 | 0.080 | 0.774 | 1.292 |
| | DC2 | -0.202 | 0.052 | -0.484 | -3.919 | 0.001 | 0.407 | 2.455 |
| | FS1 | 0.116 | 0.038 | 0.346 | 3.039 | 0.006 | 0.479 | 2.090 |
| 8 | (Constant) | 28.229 | 7.925 | | 3.562 | 0.002 | | |
| | R&S1 | -5.254 | 1.798 | -0.307 | -2.921 | 0.008 | 0.467 | 2.142 |
| | DC1 | 17.451 | 2.176 | 1.010 | 8.020 | 0.000 | 0.324 | 3.084 |
| | CS1 | -0.154 | 0.051 | -0.282 | -2.996 | 0.006 | 0.580 | 1.725 |
| | GM1 | -13.269 | 2.089 | -0.852 | -6.352 | 0.000 | 0.286 | 3.499 |
| | FC1 | 0.194 | 0.090 | 0.175 | 2.145 | 0.043 | 0.772 | 1.296 |
| | DC2 | -0.251 | 0.051 | -0.602 | -4.925 | 0.000 | 0.345 | 2.900 |
| | FS1 | 0.147 | 0.037 | 0.438 | 3.975 | 0.001 | 0.423 | 2.362 |
| | DC3 | -0.315 | 0.129 | -0.213 | -2.452 | 0.022 | 0.684 | 1.463 |
| 9 | (Constant) | -8.998 | 14.994 | | -0.600 | 0.555 | | |
| | R&S1 | -5.420 | 1.580 | -0.316 | -3.431 | 0.002 | 0.466 | 2.145 |
| | DC1 | 19.027 | 1.991 | 1.101 | 9.557 | 0.000 | 0.298 | 3.352 |
| | CS1 | -0.201 | 0.048 | -0.369 | -4.179 | 0.000 | 0.509 | 1.966 |
| | GM1 | -14.133 | 1.859 | -0.908 | -7.602 | 0.000 | 0.278 | 3.598 |
| | FC1 | 0.180 | 0.079 | 0.162 | 2.262 | 0.034 | 0.769 | 1.301 |
| | DC2 | -0.276 | 0.046 | -0.661 | -6.050 | 0.000 | 0.332 | 3.015 |
| | FS1 | 0.191 | 0.036 | 0.571 | 5.300 | 0.000 | 0.342 | 2.925 |
| | DC3 | -0.322 | 0.113 | -0.217 | -2.852 | 0.009 | 0.683 | 1.463 |
| | FS2 | 7.807 | 2.786 | 0.241 | 2.803 | 0.010 | 0.535 | 1.867 |

a. Dependent Variable: Diff growth

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Histogram

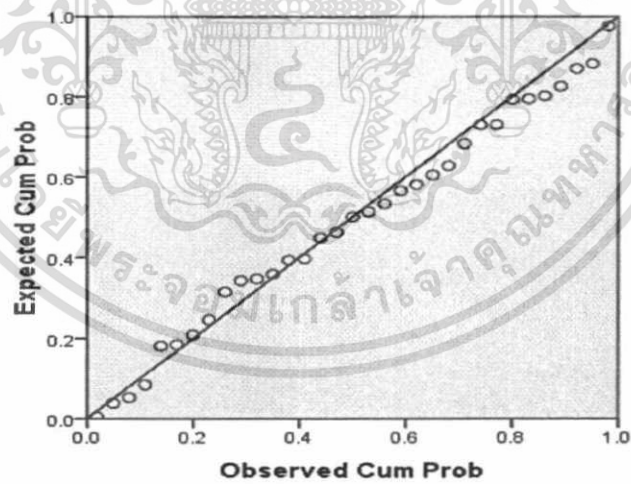
Dependent Variable: Diffgrowth



Regression Standardized Residual

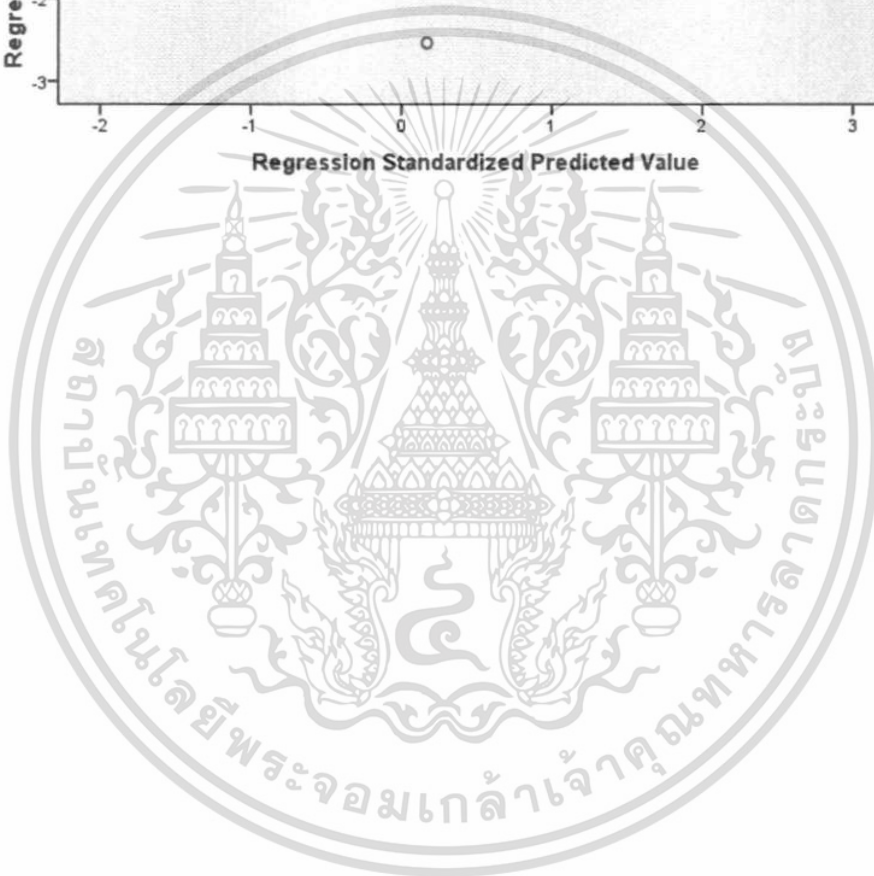
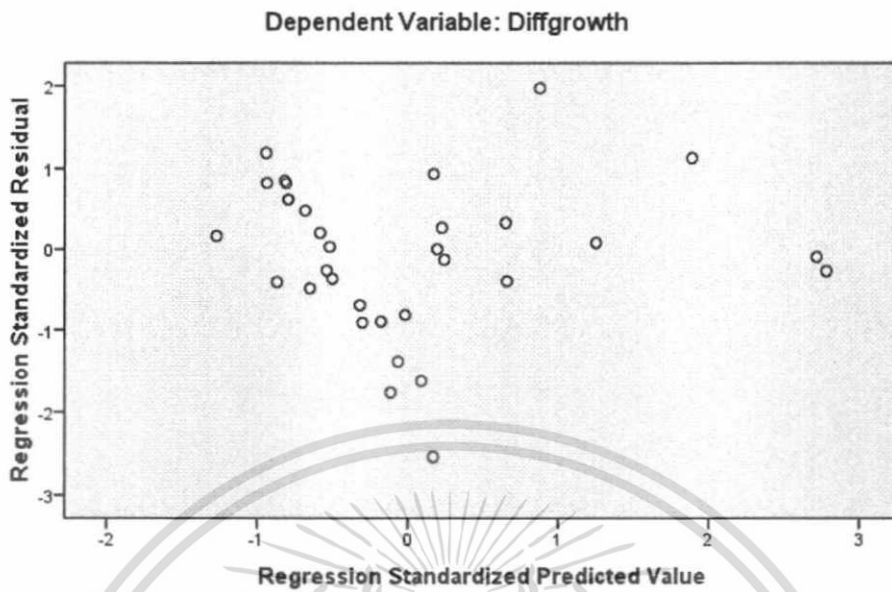
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Diffgrowth



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Scatterplot



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.
รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกกระเจียบเจียวของไทยจำแนกตาม
ระบบฮาร์โมนไนซ์ เดือนมกราคม-ธันวาคม 2553

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. บริษัท ทิม ฟู้ด จำกัด
2. บริษัท เฮช.ซี.ออคิด คอร์ปอเรชั่น จำกัด
3. บริษัท สวิฟท์ จำกัด
4. บริษัท พลอินเตอร์โกรเวอร์ จำกัด
5. บริษัท ธาณียามา สยาม จำกัด
6. บริษัท ริเวอร์แคว อินเตอร์เนชั่นแนล อุตสาหกรรมอาหาร จำกัด
7. บริษัท อกริเฟิร์ช จำกัด
8. บริษัท ชัชวาล ออรัลดี จำกัด
9. บริษัท ยูนิซีดส์ จำกัด
10. บริษัท มิราเคิลเกรนส์ จำกัด
11. บริษัท เรียบชอร์ส จำกัด
12. บริษัท เคอร์เนออร์ อะโกร เอ็กซ์พอร์ต เซ็นเตอร์ จำกัด
13. บริษัท ยูเซ ฟู้ดส์ จำกัด
14. บริษัท ยูเนี่ยน เฟรช (2003) จำกัด
15. บริษัท เกรซ ฟู้ด จำกัด
16. บริษัท บลู ริเวอร์ โปรดัคส์ จำกัด
17. บริษัท โจตี้เฟมิลี่ จำกัด
18. Greenday Global Co., Ltd
19. วิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์
20. บริษัท ฟรุ้ตเทค จำกัด
21. บริษัท PDI Treading จำกัด
22. บริษัท ปรีนเซสฟู้ดส์ จำกัด
23. บริษัท วาย.เอส.เค เทรคคิง
24. RUNGRUANG ADVANCE CO., LTD.
25. Green Q CO., LTD.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

26. บริษัท เอ็กซ์โอเรียนส์ จำกัด
27. SIAM FRUIT AND HERB CO., LTD.
28. บริษัท นพเกษตรคิง จำกัด
29. บริษัท สยามโอไทย จำกัด
30. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เซอร์เฟรชฟรุคแอนด์เวจเทเบิล
31. บริษัท สตาร์ เฟรช เทรคคิง จำกัด
32. บริษัท แพลนทา เฟรช จำกัด
33. บริษัท ลีโอฟู้ดส์ จำกัด
34. บริษัท ปาล์ม เอสเซน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
35. บริษัท โอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด
36. บริษัท เอ็กซ์เซล ฟรุคส์ จำกัด
37. บริษัท เฟรช โก อินเตอร์เทรด จำกัด
38. บริษัท เฟรช เวจเทเบิล จำกัด
39. บริษัท สยาม เอ็กซ์พอร์ต มาร์ท จำกัด
40. บริษัท เฮง เฮง อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

| | |
|--------------------|---|
| ชื่อ-นามสกุล | นางสาวพิมลวรรณ เกตพันธ์ |
| วัน เดือน ปีเกิด | 6 กันยายน 2527 ที่กรุงเทพมหานคร |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 226 ซอย 20 มิถุนาแยก 5 ถนนสุทธิสาร เขตห้วยขวาง กรุงเทพ ฯ 10320 |
| ประวัติการศึกษา | พ.ศ. 2534-2539 ระดับประถมศึกษา โรงเรียนประชากรราษฎร์บำรุง กรุงเทพฯ พ.ศ. 2540-2542 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนกุนนทีรุทธaramวิทยาคม กรุงเทพฯ ฯ พ.ศ. 2543-2545 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกุนนทีรุทธaramวิทยาคม กรุงเทพฯ ฯ พ.ศ. 2546-2550 ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตรบัณฑิต (พืชไร่) คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ประสบการณ์การทำงาน | พ.ศ. 2550-2553 ตำแหน่ง Procurement Officer บริษัท คับเบิ้ล เอ เอทานอล จำกัด 1 หมู่ 2 ตำบลท่าตูม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี 25140 พ.ศ. 2554 ตำแหน่ง Secretary of General Manager บริษัท ที แมชชีนเนอร์รี่ (ประเทศไทย) จำกัด 126 หมู่ 6 ถนนวัดศรีวารีน้อย - ลาดกระบัง (บางนาตราด กม. 18) ตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้