

## บทที่ 1

### บทนำ

บทนี้เป็นบทนำซึ่งโดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย
- 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 1.3 สมมุติฐานของการวิจัย
- 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ
- 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

## 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยโดยสามารถปลูกได้ทุกภาคของประเทศ แต่แหล่งผลิตสำคัญที่สุดของไทยก็คือภาคเหนือ โดยเฉพาะ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนคือ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย พะเยา ลำปาง ตาก แพร่และน่าน อย่างไรก็ตามจังหวัดอื่นที่มีการผลิตลำไยในเชิงพาณิชย์ได้แก่อุดรดิตถ์ ตาก แม่ฮ่องสอน จันทบุรี โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกมาก3อันดับแรกได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ตามลำดับ

ความสำคัญทางเศรษฐกิจของลำไยที่มีต่อเกษตรกรทั่วประเทศมีมหาศาล กล่าวคือ ในปี 2549 ที่ผ่านมามีประเทศไทยมีการส่งออกลำไยสดมูลค่าถึง 2,000ล้านบาท ลำไยอบแห้งมูลค่า 1,600 ล้านบาท ไร่ละปลูกมูลค่า 400ล้านบาท สามารถนำรายได้เข้าประเทศไม่น้อยกว่า 4,000ล้านบาท ในปี 2550 ผลผลิตลำไยทั้งในและนอกฤดูมีปริมาณใกล้เคียงกับปี 2549 โดยมีปริมาณผลผลิตประมาณ 495,000ตัน ซึ่งแบ่งออกเป็นลำไยในฤดู 80% นอกฤดู 20% แต่ราคากลับต่ำลงเนื่องจากผลผลิตออกมาในช่วงเวลาเดียวกันทำให้กระจุกตัว การระบายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคไม่คล่องตัว แนวโน้มดังกล่าวแสดงไว้ในตาราง1.1 ด้านล่าง

**ตารางที่ 1.1** พื้นที่ให้ผลผลิต ผลผลิต และราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยได้รับ (ต่อ 1 กิโลกรัม)(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร: อ่างใน อภิชาติ, 2550)

ปี	พื้นที่ให้ผลผลิต(ไร่)	ผลผลิต(ตัน)	ราคา(บาท/กิโลกรัม)
2546	619,430	369,323	14.10
2547	680,294	597,272	13.02
2548	740,851	705,534	11.84
2549	781,872	471,892	17.14
2550	829,586	495,000	13.00

ตลาดส่งออกลำไยที่สำคัญของไทยได้แก่ จีนและฮ่องกง (75%) อินโดนีเซีย (16%) ซึ่งการส่งออกจะอยู่ในรูปแบบลำไยสดและลำไยอบแห้ง อย่างไรก็ตามบางประเทศมีความเข้มงวดในการนำเข้าผลไม้สดมาก เช่นนิวซีแลนด์ หากตรวจพบแมลงที่ติดมากับผลผลิตก็จะทำการเผาทำลายสินค้าทันที นอกจากนั้นการส่งออกลำไยไปจีนคงประสบปัญหาเนื่องจากจีนมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต จนสามารถผลิตลำไยคุณภาพดีทัดเทียมหรือดีกว่าประเทศไทย ก็จะลดการนำเข้าจากไทยในอนาคต (อภิชาติ, 2550: 4-1)

ปัจจุบันทุกประเทศที่นำเข้าลำไยสดจากไทยเน้นการจำกัดปริมาณสารเคมีตกค้างเช่น ปริมาณซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในเนื้อและเปลือกลำไย นอกจากนี้การใช้มาตรการการกีดกันทางการค้าในรูปแบบอื่นยังเป็นอุปสรรคในการส่งลำไยสดไปยังประเทศต่างๆ

ความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกผลไม้ไทยมีผลโดยตรงกับรายรับของประเทศ และเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ หากผู้ส่งออกผลไม้ไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดส่งออก ย่อมส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและแรงงานที่อยู่ในภาคการผลิตผลไม้จำนวนมาก ขณะเดียวกัน ผลไม้บางชนิดที่มีมูลค่าการส่งออกจำนวนมากในแต่ละปีเช่น ลำไย เป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของเชียงใหม่และลำพูน ทูเรียนและมังคุดเป็นผลไม้สำคัญของภาคตะวันออกและภาคใต้ จากตัวเลขมูลค่าการส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและผลไม้แห้ง ไปยัง 10 ประเทศเป้าหมาย ในปี 2552 มีมูลค่าถึง 391.97 ล้านเหรียญสหรัฐหรือราว 13,718.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2551 5% (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก) ขณะที่มูลค่าลำไยสดที่ส่งออกในปี 2551 มีปริมาณถึง 168,286 ตัน คิดเป็นมูลค่าถึง 2,613 ล้านบาทโดยส่งไปยังประเทศสำคัญคือ ฮองกง จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กลุ่มสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาซึ่งมูลค่าดังกล่าวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของเชียงใหม่และลำพูนซึ่งเป็นแหล่งผลิตสำคัญของประเทศเป็นอย่างยิ่ง

การเปิดเสรีทางการค้าหรือ Free Trade Area (FTA) เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อตลาดผลไม้ในประเทศไทย ทำให้เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการส่งออกและการแข่งขันของผู้ประกอบการ ผนวกกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านคู่แข่ง พฤติกรรมของลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ทดแทน ทำให้ผู้ส่งออกผลไม้ไทยจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันดังกล่าว ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ส่งออกผลไม้จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ส่งออกลำไยสดในเขตเชียงใหม่และลำพูน แก้ปัญหาที่ตนเองกำลังเผชิญ พร้อมทั้งทราบแนวทางในการรับมือกับการแข่งขัน โดยการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ตนเอง

จากประสบการณ์โดยตรงของผู้วิจัยในฐานะของผู้ผลิตผลไม้และผู้ประกอบการรับซื้อผลไม้รายย่อย พบว่าผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกจำนวนมากขาดความสามารถในการแข่งขัน และได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกธุรกิจจนทำให้ต้องเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก เป็นการเปิดโอกาสให้นักธุรกิจต่างชาติบางรายเข้ามาดำเนินธุรกิจในรูปการใช้ตัวแทน (nominee) โดยพยายามเข้ามาครอบครองตลาดผลไม้และนำไปสู่การกำหนดราคารับซื้อที่ไม่เป็นธรรม ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องชาวไทยดังที่ปรากฏในหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปี 2550 ที่เกษตรกรชาวไทย โดยเฉพาะผู้ปลูกลำไยภาคเหนือต้องเผชิญกับปัญหา

ราคาตกต่ำโดยราคารับซื้อลำไยสดกิโลกรัมละ 9-10 บาท ในขณะที่ต้นทุนอยู่ที่กิโลกรัมละ 12-17 บาท และลำไยมากกว่า 60% ต้องจำหน่ายในรูปลำไยร่วงเนื่องจากการจำหน่ายลำไยสดโดยการบรรจุลงในตระกร้าต้องใช้ค่าแรงในการเก็บเกี่ยวและเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะ ฝีมือและเวลา ทำให้ต้นทุนสูง เกษตรกรจำนวนมากจึงต้องจำหน่ายลำไยแบบรูดร่วง (รูดก้านออกเหลือแต่ผล) ต่อจากนั้นจึงนำมาจำหน่ายแก่ผู้รับซื้อเพื่อนำไปอบเป็นลำไยแห้ง ซึ่งราคาลำไยแห้งที่ส่งออกไปยังต่างประเทศถูกกำหนดโดยพ่อค้าชาวจีนทั้งหมด ที่มีกำหนดราคาต่ำ ทำให้ผู้รับซื้อลำไยร่วงต้องซื้อลำไยสดแบบรูดร่วงจากเกษตรกรในราคาต่ำ ซึ่งในบางปีอาจกำหนดราคารับซื้อเฉลี่ยที่กิโลกรัมละ 7-10 บาท เท่านั้น เกษตรกรจึงขาดทุนทุกระดับอย่างต่อเนื่อง การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจแก่ผู้ส่งออกผลไม้ไทย (ลำไยสด) ที่จะส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวางดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นเนื่องจากผู้ศึกษาเชื่อว่า หากผู้ส่งออกมีระบบการจัดการภายในองค์กรของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ รับมือกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรอย่างดี และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจของตนเองก็จะทำให้เกิดผลการประกอบการที่ดี เกิดการขยายปริมาณการส่งออกเนื่องจากการหาตลาดใหม่ๆ เพิ่ม ก็จะส่งผลโดยตรงต่อเกษตรกรชาวสวนลำไยต่อไปในอนาคต เนื่องจากประเทศไทยยังมีโอกาสในการส่งออกลำไยในรูปแบบต่างๆ ไปยังตลาดใหม่ โดยเฉพาะตลาดที่มีคนเอเชีย โพ้นทะเลเช่น คนจีน คนเวียดนามอาศัยอยู่

**ตารางที่ 1.2** แสดง ตลาดส่งออกลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลำไยแช่แข็งและลำไยกระป๋อง ของประเทศไทย (กรมศุลกากร: อ้างใน อภิชาติ, 2550)

ประเภท	ตลาดส่งออกลำไย
ลำไยสด	ฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์
ลำไยอบแห้ง	จีน ฮ่องกง เวียดนาม สิงคโปร์
ลำไยแช่แข็ง	สหรัฐอเมริกา
ลำไยกระป๋อง	มาเลเซีย

จากตาราง ลำไยสดมีตลาดส่งออกเก่า คือ ฮ่องกง มาเลเซีย และสิงคโปร์ สำหรับตลาดใหม่ ได้แก่ แคนาดา ฝรั่งเศส อังกฤษ เป็นตลาดที่ต้องการลำไยสูง มูลค่าในการสั่งซื้อและมีแนวโน้มในการส่งออกเพิ่มขึ้นเพราะการใช้เทคนิคการอบกัมมะถัน ทำให้ลำไยสดสามารถมีอายุการเก็บรักษาได้นานขึ้น

**ตารางที่ 1.3** แสดงให้เห็นถึงปริมาณและมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีทางการค้ากับอาเซียนในปี พ.ศ.2558 และการเข้ามาจับตลาดของนักธุรกิจต่างชาติในรูปแบบของตัวแทนทางการค้าที่เข้ามาแข่งขันกับนักธุรกิจชาวไทยตลอดจนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการเป็นสิ่งจำเป็นและเกิดประโยชน์ โดยตรงต่อตัวผู้ประกอบการและเกษตรกรจำนวนมากที่ทำการผลิตลำไยเพื่อการส่งออก

**ตารางที่ 1.3** แสดงปริมาณและมูลค่าการส่งลำไยสด แยกรายเดือนตั้งแต่ปี 2550-ปี 2554 (กรมศุลกากร อ้างจาก [www.agri.dit.go.th](http://www.agri.dit.go.th) กลุ่มงานพืชผักและผลไม้: สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ เข้าเมื่อ 16กรกฎาคม 2554)

ปริมาณ: ตัน มูลค่า: พันบาท

เดือน	ปี 2550		ปี 2551		ปี 2552		ปี 2553		ปี 2554 (ม.ค.- เม.ย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
มกราคม	14,351	273,968	21,677	323,326	22,230	331,102	23,969	390,498	43,365	690,313
กุมภาพันธ์	11,994	196,957	16,417	229,629	11,118	193,611	16,886	291,440	28,018	432,718
มีนาคม	13,699	242,497	15,644	213,833	14,377	229,437	16,538	245,579	25,421	409,521
เมษายน	7,302	139,083	6,920	96,683	6,111	110,341	11,256	181,077	12,128	178,416
พฤษภาคม	3,895	61,793	2,987	42,830	1,990	37,396	3,603	58,578		
มิถุนายน	3,895	72,518	11,830	207,428	8,122	131,248	11,155	187,270		
กรกฎาคม	30,244	397,545	27,954	451,255	56,459	829,301	38,803	656,389		
สิงหาคม	33,144	444,536	9,464	178,832	51,697	757,419	19,859	356,359		
กันยายน	11,678	157,434	10,028	188,043	11,547	201,515	10,295	175,591		
ตุลาคม	13,241	187,426	13,478	209,318	7,925	145,711	9,489	167,132		
พฤศจิกายน	6,264	100,345	13,190	193,399	11,511	203,308	25,238	365,461		
ธันวาคม	10,465	156,661	18,697	278,712	16,755	324,031	29,304	437,496		
รวม	160,137	2,430,763	168,286	2,613,261	219,841	3,494,420	216,395	3,512,870		

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. ศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

1.2.2. ศึกษาสภาพแวดล้อมภายในรวมถึงลักษณะองค์การ สมรรถนะ กลยุทธ์ทางการแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้รับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

1.2.3. เสนอแนะแนวทางการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

## 1.3 สมมุติฐานของการวิจัย

### สมมุติฐาน1

H<sub>0</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจไม่แตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ

H<sub>1</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจที่มีต่อธุรกิจแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ

### สมมุติฐาน2

H<sub>0</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจไม่แตกต่างกันตามรูปแบบของธุรกิจ

H<sub>1</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจที่มีต่อธุรกิจแตกต่างกันตามรูปแบบของธุรกิจ

### สมมุติฐาน3

H<sub>0</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจไม่แตกต่างกันตามประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

H<sub>1</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจที่มีต่อธุรกิจแตกต่างกันตามประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

### สมมุติฐาน4

H<sub>0</sub>ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจไม่แตกต่างกันตามผลการดำเนินธุรกิจ

H1ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจที่มีต่อธุรกิจแตกต่างกันผลการดำเนินงานธุรกิจ

### **สมมติฐาน5**

H0ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจไม่แตกต่างกัน ตามระดับความต้องการในการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

H1ผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่มีต่อธุรกิจที่มีต่อธุรกิจแตกต่างกัน ตามระดับความต้องการในการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

### **หรือเขียนสมมติฐานให้ถูกต้องตามหลักสถิติคือ**

**สมมติฐานที่ 1.1** ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง-กฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญ แตกต่างกัน (4 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่ 1.2** ขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงลักษณะ สมรรถนะ กลยุทธ์และปัจจัยอื่นๆ ขององค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อถ้าใช่สคเพื่อการส่งออกบนพื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า ด้านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม และด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน (2 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่ 2.1** รูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง-กฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญ แตกต่างกัน (4 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่ 2.2** รูปแบบของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงลักษณะ สมรรถนะ กลยุทธ์และปัจจัยอื่นๆ ขององค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อถ้าใช่สคเพื่อการส่งออกบนพื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า ด้านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม และด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน (2 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่ 3.1** ประสิทธิภาพทางธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการ มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง-กฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญ แตกต่างกัน (4 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่3.2** ประสบการณ์ทางธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการ มีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงลักษณะ สมรรถนะ กลยุทธ์และปัจจัยอื่นๆ ขององค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกบนพื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า ด้านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมและด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน (2 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่4.1** ผลประกอบการด้านยอดขายและกำไรทางธุรกิจ ที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง-กฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญแตกต่างกัน (4 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่4.2** ผลประกอบการด้านยอดขายและกำไรทางธุรกิจ ที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงลักษณะ สมรรถนะ กลยุทธ์และปัจจัยอื่นๆ ขององค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกบนพื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า ด้านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมและด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน (2 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่5.1** ความพึงพอใจในการส่งออกลำไยสดไปยังตลาดต่างประเทศ ที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเนินธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง-กฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญแตกต่างกัน (4 สมมติฐานย่อย)

**สมมติฐานที่5.2** ความพึงพอใจในการส่งออกลำไยสดไปยังตลาดต่างประเทศ ที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลทำให้ค่าเฉลี่ยของสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงลักษณะ สมรรถนะ กลยุทธ์และปัจจัยอื่นๆ ขององค์การที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกบนพื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า ด้านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมและด้านปัจจัยอื่นๆ แตกต่างกัน (2 สมมติฐานย่อย)

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทราบปัญหาในการดำเนินการของผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก เนื่องจากผลกระทบด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในธุรกิจ
- 1.4.2. ทราบปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
- 1.4.3. ทราบกลยุทธ์การแข่งขันและสามารถกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน
- 1.4.4. เผยแพร่แนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพแก่ผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน
- 1.4.5. ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรและแรงงานในธุรกิจการผลิตลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน
- 1.4.6. เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานของรัฐใช้ในการแก้ไขปัญหาและกำหนดนโยบายในการแก้ปัญหาและช่วยเหลือผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตเชียงใหม่และลำพูน
- 1.4.7. ประโยชน์ต่อการศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ** คือสภาพแวดล้อมภายใน (ควบคุมได้) และภายนอกองค์การ (ควบคุมไม่ได้) โดยสภาพแวดล้อมดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

**ความสามารถในการแข่งขัน หรือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน** คือความสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายของการแข่งขันเพื่อได้มาซึ่งส่วนแบ่งในตลาดที่ธุรกิจแข่งขัน” โดยสามารถวัดได้จากความสามารถในการทำกำไร (Profitability) หรือในอีกด้านหนึ่งอาจวัดได้จากอัตราการขยายตัว (Expansion) ของธุรกิจ (โกศล, 2548: 17-18) เช่น การเติบโตในส่วนแบ่งตลาด ความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงาน การเพิ่มยอดขาย แต่ในมุมมองของนักลงทุนจะพิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนในอนาคตมากกว่าการลดต้นทุน สอดคล้องกับพาสาลัดและแฮมเมล (Prahalad and Hamel, 1991, 3 อ้างใน ไพรยา จูวัฒน์สำราญ, 2549: 7) ที่กล่าวว่า หลักในการแข่งขันไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถถูกกำหนดไว้อย่างตายตัวได้ตลอดไป แต่ควรที่จะปรับเปลี่ยนเพื่อสามารถตอบสนองกับสถานะแวดล้อมของบริษัทที่เปลี่ยนแปลง ความสามารถหลักในการแข่งขันต้องเป็นสิ่งที่มีความยืดหยุ่นและมีวิวัฒนาการตลอดเวลาตามลักษณะของการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกันกับการปรับตัวธุรกิจนั่นเองซึ่งต้องทำการปรับตัวให้เข้ากับสถานะแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อย่างไม่รู้

ตาม ความสามารถในการแข่งขันในการวิจัยนี้คือ “ความสามารถที่โดดเด่น (Distinctive Competencies) และความสามารถหลักขององค์กร (Core Competencies)”

**สมรรถนะในการแข่งขัน** สมรรถนะเป็นความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคคลในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีผลงานได้ตามเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดหรือสูงกว่า สมรรถนะในการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีก่อให้เกิดความสามารถหรือความสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน

**ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน** โมเดลที่ใช้ในการศึกษานี้คือห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งแบ่งกิจกรรมการดำเนินงานออกเป็นสองประเภทคือกิจกรรมพื้นฐาน ได้แก่ การเก็บรักษาวัตถุดิบ การดำเนินการผลิต การเก็บรักษาสินค้า การตลาด การบริการ ส่วนกิจกรรมสนับสนุน คือ การจัดระบบสาธารณูปโภคให้องค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาด้านเทคโนโลยี และการจัดหาวัตถุดิบ ดังนั้นดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันคือผลการดำเนินงานในหน้าที่ทางธุรกิจต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าและผลการดำเนินงานด้านการเงินและปัจจัยด้านความพึงพอใจในการดำเนินธุรกิจ

**กลยุทธ์การแข่งขัน** รวมถึงกลยุทธ์ระดับบริษัทที่ผู้ประกอบการในธุรกิจรับซื้อลำไยสดใช้ เช่นกลยุทธ์มุ่งความเชี่ยวชาญในแนวคิดหลัง (Backward) เพื่อเข้าใกล้วัตถุดิบ และกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ ผู้นำราคา (Cost Leadership) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ผู้นำราคาในตลาดเฉพาะ (Cost Focus) และการสร้างความแตกต่างในตลาดเฉพาะ (Differentiation Focus)

**ผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก คือ**

- ผู้รับซื้อลำไยสดที่นำสินค้าส่งออกด้วยตนเองหรือผู้รับซื้อลำไยสดที่นำสินค้าของตนไปจำหน่ายแก่ผู้ส่งออกรายใหญ่อื่นๆ
- เป็นผู้ประกอบการชาวไทยที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่เชียงใหม่และลำพูน หรืออาจเป็นผู้ประกอบการจากจังหวัดอื่นเช่น กรุงเทพฯ และปริมณฑล ระบุของ จันทบุรี สงขลา นราธิวาสที่มารับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก ทั้งในและนอกฤดูกาลเป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 3 ปี
- อย่างไรก็ตาม ผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกบางรายอาจซื้อลำไยสดเพื่อการจำหน่ายในตลาดภายในประเทศเป็นบางส่วน แต่ปริมาณการจำหน่ายในประเทศนั้นมีปริมาณน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับการนำสินค้าส่งออกยังตลาดต่างประเทศ การศึกษาครั้งนี้จึงเน้นที่ผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกเป็นหลัก

**ซัพพลายเออร์ (Supplier)** เกษตรกรที่นำลำไยสดมาจำหน่ายโรงรับซื้อลำไย หรือพ่อค้าที่ไปปรับเหมาลำไยจากสวนของเกษตรกรเพื่อนำลำไยมาจำหน่ายยังโรงรับซื้อลำไย รวมถึงพ่อค้ารายย่อยที่รับซื้อลำไยจากเกษตรกรและนำลำไยมาส่งที่โรงรับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกที่ในวงการลำไยเรียกว่า “มือปืนรับจ้าง”

**โรงรับซื้อลำไย** ที่คนทั่วไปเรียกว่า “ล้ง ลำไย” โรงรับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกส่วนมากจะมีโรงรมกัมมะถันเพื่อเคลือบผิวลำไยให้สวยงามเป็นสีเหลืองทองของกัมมะถัน(ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์)ทำให้ลำไยผิวไม่ดำคล้ำ ดูสวยงามและอยู่ได้นาน เหมาะสำหรับการขนส่งเพื่อจำหน่ายยังตลาดปลายทาง

## 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาการวิจัยเกี่ยวกับการค้นหาตัวแปร หรือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานซึ่งกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนปัญหาการดำเนินงานที่ผู้ประกอบการการรับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนเผชิญ กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรและแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

### ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างได้จากการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตดังกล่าว โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 43 รายและสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 7 ราย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางรายที่มารับซื้อลำไยสดอาจเป็นผู้รับซื้อผลไม้จากท้องที่อื่นๆเช่นกรุงเทพฯและปริมณฑล จันทบุรี ระยอง และนราธิวาส ซึ่งผู้ประกอบการดังกล่าวจะซื้อผลไม้สดหลายประเภทตามฤดูกาลตลอดทั้งปี เช่นรับซื้อทุเรียน มังคุดและเงาะในช่วงเมษายนถึงมิถุนายน รับซื้อลำไยตั้งแต่ปลายมิถุนายนถึงสิงหาคม โดยมีการเดินทางไปรับซื้อผลไม้ตามแหล่งเพาะปลูกในภาคต่างๆทั่วประเทศ

ขอบเขตการศึกษาจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยการใช้รายชื่อผู้เข้ามารับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกจากกรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ รายชื่อผู้รมซัลเฟอร์ไดออกไซด์จากกรมวิชาการเกษตร และรายชื่อผู้รับซื้อลำไยสดจากรองศาสตราจารย์กมล บดินทร์ อากาศวิวัฒน์

จากนั้นจึงทำการตรวจสอบข้อมูลโดยการเช็คว่ารกรกิจเหล่านั้นยังดำเนินการอยู่หรือไม่และพบว่ามืรกรกิจที่ดำเนินการรับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนจำนวน 52 ราย ในเส้นทางหลักที่มีการรับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกคือ

1. ถนนสายสันป่าตอง-หนองตอง-ลำพูน อำเภอหางดง จ.เชียงใหม่
2. ถนนสายเชียงใหม่-ลำพูน อำเภอสารภี จ.เชียงใหม่ และ อ.เมือง จ.ลำพูน
3. ถนนสายริมปิง-หนองช้างค้ำ อ.เมือง จ.ลำพูน
4. ถนนสายป่าซาง-เวียงหนองล่อง อ.ป่าซางและอ.เวียงหนองล่อง จ.ลำพูน
5. ถนนสายเวียงหนองล่อง-บ้านโอง อ.เวียงหนองล่อง จ.ลำพูน
6. ถนนสายเชียงใหม่-ฮอด อ.จอมทองและอ.ฮอด จ.เชียงใหม่
7. ถนนเชียงใหม่-พร้าว อ.พร้าว จ.เชียงใหม่