

บรรณานุกรม

- กชกร สุรทรรเสริญกุล .(2550). การกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งออก
 สับปะรดกระป๋อง กรณีศึกษา บริษัทไทยฟู้ดส์ จำกัด.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2546). การสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ ฯ: วีระ
 ป้อมวรรณกรรม.
- จินตนา รัฐ เลิศลักษณ์วงศ์ .(2550). การศึกษาการดำเนินธุรกิจสิ่งทอเพื่อกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้าง
 ได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทซีเน็ค เทกซ์ไทล์ จำกัด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 หอการค้าไทย.
- จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2544). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร:
 บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด(มหาชน)
- จารุตร สมวงศ์. (2551). ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของไทยใน
 ประเทศจีนในช่วงระหว่างปี 2542-2549. (วิจัย).
- จำเนียร จวงตระกูล.(2551).การวิจัยเชิงคุณภาพ:เครื่องมือสร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาประเทศ
 (1):กระบวนการค้นคว้าทฤษฎีและวิธีการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศูนย์กฎหมายธุรกิจ
 อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด.
- เทื่อน ทองแก้ว www.competency.mju.ac.th/knowledge.php
- ชนชัย ยมจินดา. (2545). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุมใน
 ประมวลสาระชุดวิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม หน่วยที่ 1. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรม
 มาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชนกร เอกเผ่าพันธุ์. (2548). การประเมินผลการปฏิบัติงานแนวใหม่. วารสารวิชาการ
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปีที่ 25 (ฉบับที่ 1), 7 – 24.
- ชนรรจิต สีหาบุตร.(2547). ศักยภาพในการส่งออกผลไม้ของไทยในตลาดระหว่างประเทศ. ภาคนิพนธ์
 เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์. (วิจัย)
- นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2547). การบริหารเชิงกลยุทธ์: คู่มือสู่การปฏิบัติ. วารสารสังคมศาสตร์ และ
 มนุษย์ศาสตร์. 30,146-177.
- นฤมล กิตติโชติรัตน์ .(2542). การศึกษาการผลิตและการตลาดลำไยสดของไทยเพื่อการส่งออก. คณะ
 เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.(วิจัย)
- ประภรณ์ ศรีเพชร. (2545). การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกมังคุดของประเทศไทย
 ไปฮ่องกง. สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์(วิจัย).

ปิยพร ชัยชาญณรงค์. (2008). Factors Affecting Export Performance of Thai Garment Industry.
(Research)

พาวิน มะโนชัย, (2543) ลำไย พิมพ์ครั้งแรก , สาขาไม้ผล ภาควิชาพืชสวน คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พิบูล ทีปะपाल. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อมรการพิมพ์.

ภาวัฒน์ พันธุ์แพ. (2548). ผู้นำกับวัฒนธรรมองค์การ. วารสารสุทธิปริทัศน์. 19(58),43-57.

ยุทธ ไกยวรรณ และกุสุมา ผลาพรหม. (2553). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

สมานี นิลวิเศษ.(2546). ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของไทยใน
ประเทศนำเข้าที่สำคัญ.(วิจัย)

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2544). กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่6) .กรุงเทพฯ: มติชน.

สุภางค์ จันทวานิช.(2546).วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุพณี สฤษฏ์วานิช. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิดและทฤษฎี.พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร: โรง
พิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสนาะ ตีเยาว์. (2546). การบริหารกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธันวิน รุ่งเรืองฤทธิ์. (2546). การวิเคราะห์ความสามารถส่งออกและความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจ
ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย. สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

อารณี อินตะไพโร .(2544). ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลผลิตลำไยสดของภาคเหนือ
ของประเทศไทย. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อภิชาติ โสภางค์และคณะ. (2551). การศึกษาระบบการจัดการโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย.
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.).

อนันต์ ดำรงค์สุข, (2547) ลำไย, พิมพ์ครั้งที่สอง กรุงเทพมหานคร อักษรสยามการพิมพ์

ผลกระทบของFTAกับการส่งออกผลไม้ไทย. 3 มิถุนายน 2551. ออนไลน์ 21 พฤษภาคม 2552. จาก

www.dailynews.com

ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุลและสุภาพ นิตราภรณ์. (2553). การออกแบบการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่6.

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- Baldwin Timothy T., Bommer William H., and Rubin Roberts.(2006). *Developing Management Skills: What Great Managers Know and Do*. New York: Mc Graw Hill.
- Barney, J.B., and Hestery, W.S. (2010). *Strategic Management and Competitive Advantage*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bateman, Thomas S.& Zelthmal, Carl P.(1993). *Management Function & Strategy*. Homewood, IL : Richard D, Irwin, INC.
- Burt Nanus. (1992). *Visionary Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
- Cook Sarah, Macaulay Steve, and Coldicott Hilary. (2004). *Change Management Excellence: Using the four intelligences for successful organizational change*. London: Kogan Page Limited.
- Daft Richard L.(2008). *New Era of Management 2nd ed*. Mason, Ohio: South-Western: Thompson Corporation.
- Daft Richard L. and Lim (2004). *The Leadership Experience 3rd ed*, Canada: Thomson Corporation.
- David Fred R. (2009). *Strategic Management: Concepts and Cases. 12th ed*. New jersey: Pearson Education Inc.
- Dalton Maxine .(1997). Are competency models a waste. *Training & Development*. Alexandria: . Vol. 51, Iss. 10; pg. 46, 4 pgs
- Dess, Gregory., G. Lumpkin, T.G., and Eisner B. Alan. (2007). *Strategic Management text and case*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Evans James R. (2008). *Quality and Performance excellence: Management, Organization, and Strategy 5th ed*. Mason, Ohio. Thomson Higher Education.
- Gabriel Ogunmokun, Simone Ng Poole.(2004).Factors Influencing Export Performance in International Marketing: A Study of Australian Firms. *International Journal of Management: Jun*. Vol. 21, Iss. 2; pg. 172
- Gomez Mejia, Balkin David B. and Cardy Robert L. (2008). *Management: People, Performance, Change 3rd ed*. New York: Mc Graw-Hill companies.
- Grimwade Nigel S . (2009).Competitive advantage. *The Princeton Encyclopedia of the World Economy*. Princeton:Vol. 1 pg. 208, 6 pgs.
- Hays John. (2002). *The Theory and Practice of change Management*. Great Britain: Antony Rowe Ltd.

- Hill Charles W.L. and Jones Gareth R. (2004). *Strategic Management An Integrated Approach*. Massachusetts: Houghton Mifflin Company.
- Hitt Michael A., Ireland Duane R., and Hoskisson Robert E. (2005). *Strategic Management Competitiveness and globalization: Concepts and Cases. 6th ed.* Ohio: Thomson Corporation.
- Ich-Jen Shieh, I-Ming Wang(2010). A Study of the Relationships between Corporate Core Competency, Management Innovation and Corporate culture. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*. Hobe Sound: Vol. 2, Iss. 3; pg. 395
- Jones Gareth R. and George Jennifer M. (2008). *Contemporary Management 5th ed.* New York: Mc Graw Hill.
- Jongwoo Jeon.(2009).Success Factors for a Lessons-Learned System *in* a Construction Organization. *Cost Engineering*. Morgantown: Vol. 51, Iss. 5; pg. 13, 8 pgs
- Kongkiti Phusavat, Rapee Kanchana. (2007). Competitive priorities of manufacturing firms in Thailand. *Industrial Management + Data Systems*. Wembley: 2007. Vol. 107, Iss. 7; pg. 979
- Kongkiti Phusavat, Rapee Kanchana.(2008).Future competitiveness: viewpoints from manufacturers and service providers.. *Industrial Management + Data Systems*. Wembley: Vol. 108, Iss. 2; pg. 191
- Liu Wei.(2006). *Competitive Strategies of China's Pharmaceutical Industry*. (Research).
- Li Dai .(2008).Maximizing Cooperation *in* a Competitive Environment . *Competition Forum*. Indiana: Vol. 6, Iss. 1; pg. 63, 12 pgs
- Lou Anne Barclay.(2005). The Competitiveness of Trinidad and Tobago and Manufacturing Firms in an Increasingly Liberalised Trading Environment. *Journal of Eastern Caribbean Studies*. Cave Hill: Vol. 30, Iss. 2; pg. 41, 35 pgs.
- Lussier, R. N. (2003). *Management Fundamentals: Concepts, Applications, Skill Development*, 2nd.ed. Ohio. Thomson South-Western.
- Lussier ,Robert N. (2004). *Leadership Theory , Application, Skill Development*. Eagan,Minnesota: Thompson Corporation.
- Mc. Dermott,A.M. (2003). *An Emirical Investigation of Core Competence and Firm Performance*. Phd, Dissertation, State University of New York at Albany,USA.
- Merriam, Sharan B.(2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco; California: Jossey-Bass.
- Michael Elisha James, Robert L Johnson.(2009). An Assessment of the International *Competitiveness*

- of Jamaican Manufacturing Firms. . *The Business Review, Cambridge*. Vol. 14, Iss. 1; pg. 17, 9 pgs.
- Myers, Michael D. (2009). *Qualitative Research in Business and Management*. Singapore: SAGE Publications Asia-Pacific Pte Ltd.
- Nelson Debra L. and Quick James Campbell. (2006). *Organization Behavior: Foundations, Realities and Challenges. 5th ed.* Willard, Ohio: R.R. Donnelley Thomson Corporation.
- Prahalad, C.K., and Hael, G.(1994). *Competing for the Future*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Pfeffer Jeffrey. (1994). *Competitive Advantage through People: Unleashing the Power of the Work Force*. Boston Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Pitts, Robert.,A. Lei, David. (2003). *Strategic Management Building and Sustaining Competitive Advantage*. Printed in Canada : Thomson Learning.
- Porter, Michael E. (4 May 2003). **สรุปประเด็นสำคัญการบรรยายของ Professor Michael E. Porter.** สืบค้นเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2552, จาก <http://mkpayap.payap.ac.th/course/mk361/Homepages/Prof/>
- Porter, Michael E. (1998). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Rajesh K Singh, Suresh K Garg, S G Deshmukh. (2008). Strategy development by SMEs for *competitiveness*: a review *Benchmarking*. Bradford:. Vol. 15, Iss. 5; pg. 525.
- Robbins Stephen, Bergman Rolf, Stagg Ian, and Coulter Marry. (2006). *Management 4th ed.* Frenchs Forest: Pearson Australia Grand ltd.
- Shermon Ganesh. (2004). *Competency based HRM: A strategic resource for competency mapping, assessment and development centers*. Delhi: McGraw-Hill Publishing Company Limited.
- Sim Sokhem. (2003). *Factors Affecting Cambodia's Garment Industry*. (Research).
- Singh, R.K. , Garg, S.K. and Deshmukh, S.G. (2007). Strategy Development for Competitiveness: a Study on Indian Auto Component Sector. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(4), 285-304.
- Stoner, J. A. F., R. E. Freeman., and D. R. Gilbert. (1995). *Management*. Englewood Cliffs N. J: Prentice-Hall.

- Stewart Greg L., Manz Charles C. and Sims Henry P. (1999). *Team Work and Group Dynamics*. New York: John Willey and Sons, Inc.
- Wagner John A. and Hollenbeck John R. (2005). *Organization Behavior: Securing Competitive Advantage 5th ed.* Ohio: Thomson Learning Corporation.
- Wheelen Thomas L. and Hunger David J. (2008). *Strategic Management and Business Policy 11th ed.* New Jersey: Pearson Education Inc.
- Wilcox King Adelaide , Sally W Fowler, Carl P Zeitham I.(2001). Managing organizational competencies for competitive advantage: The middle-Management edge. *The Academy of Management Executive*. Briarcliff Manor. Vol. 15, Iss. 2; pg. 95, 12 pgs.
- Xiaoling Zhang, Liyin Shen, Yuzhe Wu, Linda C N Fan *Vilnius*. (2009). Competitiveness Assessment for Real Estate Enterprises in China: A model procedure. *International Journal of Strategic Property Management*.: Vol. 13, Iss. 3; pg. 229, 17 pgs.
- Yukl, Gary. (1994). *Leadership in Organization*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc.

ภาคผนวก

1. รายชื่อ ผู้รับซื้อลำไยเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน (ข้อมูลจากกรมการค้าภายใน จ.ลำพูน รศ. จงกลบดินทร์ แสงอากาศวิริยะ รายชื่อผู้ร่วมชัลเฟอร์โคออดิเนตเพื่อการส่งออก และการสังเกตตามแหล่งรับซื้อลำไยบนถนนสายสำคัญในเขตอ. หางดง สันป่าตอง เมืองลำพูน ป่าซาง เวียงหนองล่อง บ้านโฮ้ง จอมทอง ฮอด พร้าว)

รายชื่อผู้รับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก				
จ.เชียงใหม่ อ.จอมทอง				
ลำดับ	บริษัท	ที่ตั้ง	เบอร์โทรศัพท์	สำนักงาน
1	ไทยเฟรช อิมพอร์ต เอ็กพอร์ต จำกัด	281 ม.7 ถ.เชียงใหม่-ฮอด อ.จอมทอง ต.แม่สอย	053-361483, 081-8839166	
2	แกรนเวิลด์ จำกัด นายจรูญ ครหาพันธ์	184 ม.16 บ.โฮ้งมะค่า ต.บ้านแปะ อ.จอมทอง	053-461193, 081-7644724	
3	หจก.เชียงใหม่อุทัยพืชผล	130/2 หมู่ 2 ต.บ้านแปะ	081-8824367	
4	เชียงใหม่ธนากรการเกษตร	178 ม.3 ต.แม่สอย ถ.เชียงใหม่-ฮอด	053-246923	
5	บ.สยามกรีน เฟรช ฟรุตส์ จำกัด (โกดังOP)	128 ม.1 ต.แม่สอย อ.จอมทอง จ.ชม.	081-8189888	
6	บ.อินเตอร์เฟรช จำกัด (โกดังชินฮั่ว)	293 ม.13 ต.สบเตี๊ยะ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	053-361432	
7	บ.ฟ้าเจริญพร อินเตอร์ จำกัด	258 ม.8 บ้านห้วยโจ้ ถ.เชียงใหม่-ฮอด	053-361432	
8	บ.หยวนฟง จำกัด	69 ม.16 ต.สบเตี๊ยะ	053-361297	
9	บ.โอเค อินเตอร์ เฟรช เทรดคิง (Thailand)	98 ม.15 ต.สบเตี๊ยะ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	081-9519588 / 081-8828478	
10	สหกรณ์การเกษตรเพื่อการ	93 ม.15 ต.สบเตี๊ยะ	053-217081 /	

	พัฒนาลูกค้า		089-4302599	
11	ไทยฮงผลไม้	382 ม.6 ต.สบเตี๊ยะ	053-361352	
12	นายกฤตภาส อมรจตุพร	159 ม.15 ต.สบเตี๊ยะ	053-361051	
13	ร้อยโทอภิชาติ นิตกุลเกยูร	88 ม.16 ต.สบเตี๊ยะ	053-361051	
14	ลิ่งพีซผล	370 ม.16 ต.แป๊ะ	053-461243	
15	Best Fruit (เจ๊อ้อย)	291 ม.1 ต.ช่วงเปา อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่		
16	บ.P.C. Forword	225/1 ม.3 ถ.ชม.-ฮอด ต.ช่วงเปา อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	081-8816401	
จ.เชียงใหม่ อ.หางดง				
1	หจก.สุริยาไทย ฟรุ๊ตส์	241 ม.2 ถ.สันป่าตอง- ลำพูน ต.หนองตอง	053-832851	
2	บ.ซีเคน อินเตอร์เทรด	199 ม.13 ต.หนองตอง อ.หางดง	053-464728	
3	บ.Skytext	8/1 ม.6 ต.หนองตอง	053-832669	
4	บ.บิลเลียนฟาร์ม	143 ม.4 ต.หนองตอง	053-464085 / 089-814974	
5	นางสาวลัทภษณ์ กิจเฟื่องฟู	911 ม.9 ต.หนองตอง อ.หางดง	053-464388 / 081-8836004	
6	นายณรงค์ ปมุง	139 ม.4 ต.หนองตอง	053-464107	
จ.เชียงใหม่ อ.สันป่าตอง – คอยหล่อ				
1	บ.ไทยพีซผล อิมพอร์ต	417 ม.20 ต.คอยหล่อ อ.คอยหล่อ	053-369140	225 ม.5 ถ. เชียงใหม่- ลำปาง ต.หนอง ป่าครั่ง อ.เมือง จ.เชียงใหม่

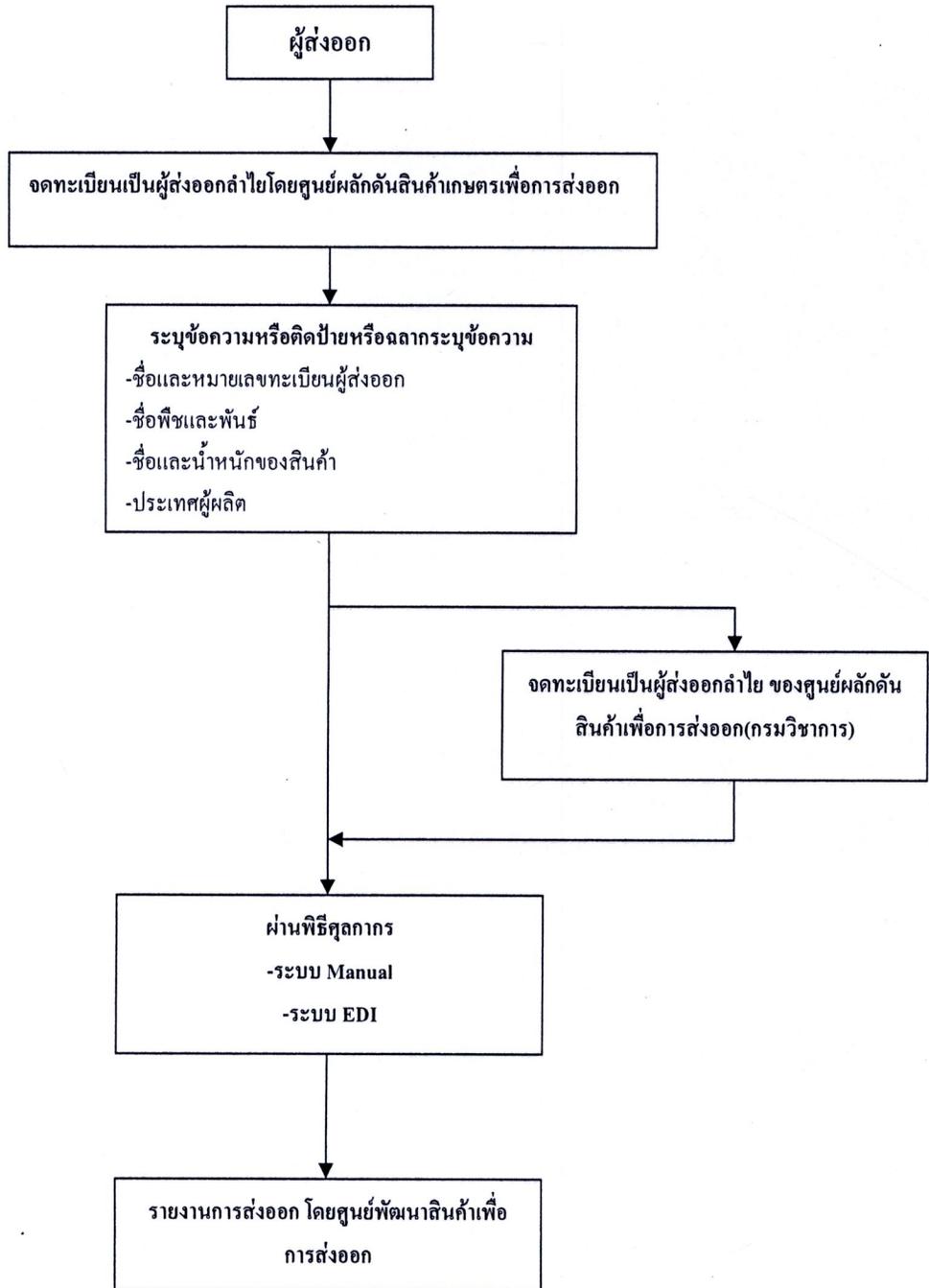
2	นางแสงจันทร์ คมขำ	271 ม.3 ต.คอยหล่อ	053-367724 / 081-993584	
จ.ลำพูน อ.สารภี				
1	นายชูชาติ ปิงชัย	28 ม.8 ต.สันทราย	053-966213	
2	สหกรณ์การเกษตรสารภี	29 ต.ยางเนิ้ง	053-321118	
จ.ลำพูน อ.เมือง ต.ประตู่ป่า				
1	มาโนชการคำ(อุ๊ด - ราณี)	84/1 ม.4 ต.ประตู่ป่า อ.เมือง จ.ลำพูน	081-7245940	
2	วิเชียร อ้วนวรรณ	95 ม.8 ถ.ริมปิง-ป่าหว ประตู่ป่า	053-512137 / 081-9520535	
3	นางจิราภรณ์ ดวงวงษา	33/4 ม.2 ต.ประตู่ป่า อ.เมือง	081-9520425	โกดังสุพรรณ - ทิตย
จ.ลำพูน อ.เมือง ต.ริมปิง				
1	หจก.สินเที่ยง อินเตอร์	215 ม.6 บ้านสันริมปิง ต.ริมปิง	053-511842	
2	นายสุชาติ เขียมวิถินิช	111 ม.10 ถ.จักรคำกิมุข ต.ริมปิง	053-534380 / 081-8828809	
3	นายสมชาย คำภิชัย	80/4 ม.6 สันป่าตอง- ลำพูน ต.ริมปิง อ.เมือง	053-311025 / 081-8822540	
4	บ.ไต้ฟู้ด	234/4 ถ.ลำพูน-สันป่า ตอง ต.สันริมปิง		
5	นายภัศกร จิระชัยภูาสกุล	211 ม.7 ต.ริมปิง	053-500755 / 081-9522399	
จ.ลำพูน อ.เมือง ต.เหมืองง่า				



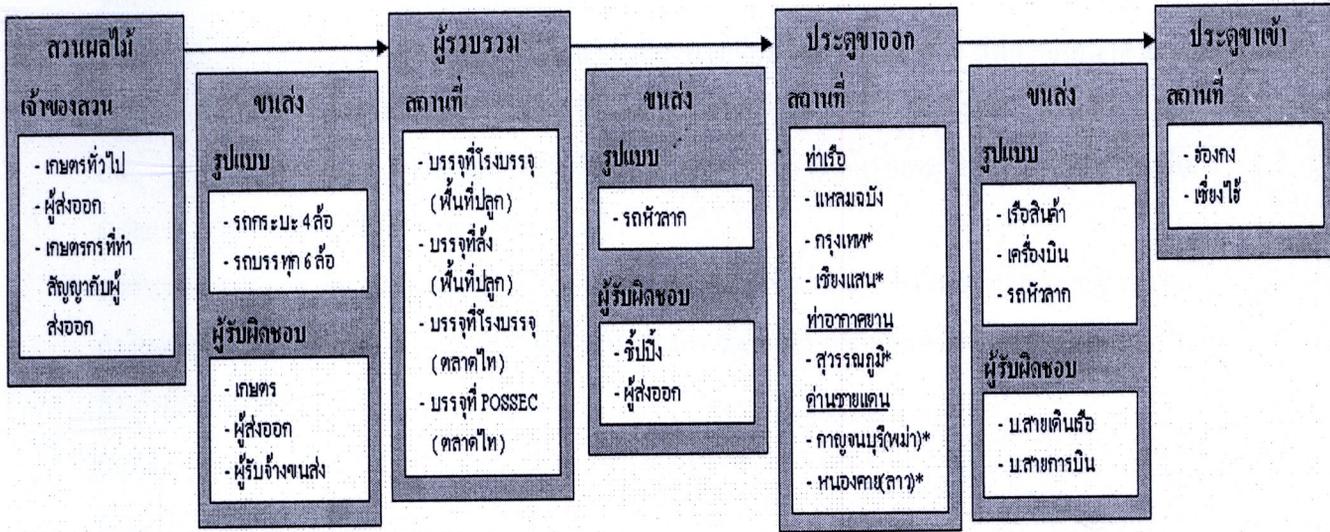
1	นางรัชณี นาคะจินดา	167/3 ม.1 ต.เหมืองง่า	087-1846739	
2	นางพิกุล อ้วนวรรณษา	64/1 ม.9 ถ.ป่าหวะ- ริมปึง ต.เหมืองง่า	081-8563344	
จ.ลำพูน อ.เมือง ต.อุโมงค์				
1	บ.พีชไทย ฟรุ้ต (เจ้เป็ด)	250 ม.9 บ้านป่าเส้า ถ. ลำพูน-เชียงใหม่ ต. อุโมงค์	053-541223 / 081-8563344	
จ.ลำพูน อ.เมือง ต.เวียงหนองล่อง				
1	บ.ธรรมแสง อินเตอร์ฟรุ้ต	142 ม.5 ต.หนองขวง	053-369550-1	65/1 ถ. เชียงใหม่-ฮอด
2	บ.สะเฮง อินเตอร์เฟรช	9 ม.1 ถ.ท่าลี่-โม่งโตน ต.หนองล่อง	053-505060 / 053-285351	
3	นายจักรกฤษณ์ นันทะวัน	365 ม.6 ถ.ท่าลี่-บ้าน โฮ่ง ต.วังผาง	053-504598 / 089-7582395	
4	นายสุรธรรม ปู่แดง	401 ม.6 ถ.เวียงหนอง ล่อง-ป่าซาง ต.วังผาง	053-504514 / 081-8828245	
5	นายณัฐวิตร จินาติ	418 ม.6 ต.วังผาง	053-504621 / 089-6355895	
6	บ.ซัลฟรุ้ต จำกัด	86 ม.9 ถ.ป่าซาง- จอมทอง ต.วังผาง	053-504727 / 087-1924783	
7	บ.บีเฟรช จำกัด	47/2 ม.1 ต.หนองล่อง	053-505060 / 053-504417 / 081-7647646	

จ.ลำพูน อ.เมือง ต.ป่าซาง				
1	บ.เอมไทยฟรุ้ต	10 ม.1 ต.น้ำค้อ ป่าซาง	053-508899 / 081-8818338 / 089-7550198	
2	บ.พงศ์เจริญ เทรคคิง	204 ม.6 บ้านน้ำค้อ ถ.ป่าซางขเวียงหนอง ล่อง ต.น้ำค้อ	053-508041 / 053-804705	
3	นายทวี สมบูรณ์กิตติกุล	บ้านหนองเกิด ม.3 ต. ท่าคุ้ม อ.ป่าซาง	053-539050 / 081-6675610	
4	บ.ชาน มัน เชา ฟรุ้ต จำกัด	96 ม.6 ต.น้ำค้อ อ.ป่า ซาง จ.ลำพูน	081-8991988	
5	นางบานเย็น คำเงิน	85/3 ม.3 ถ.ลำพูน-ลี ต.นครเจดีย์		

2. แผนภูมิการส่งออกสำเนาของผู้ประกอบการ



3. การเดินทางของลำไยไปต่างประเทศ



4. ขั้นตอนการจัดการลำไยเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ

ระดับเกษตรกร ชาวสวนลำไยมีวิธีการจำหน่ายลำไยให้แก่พ่อค้าผู้รับซื้อ 3 วิธีคือ ขายเหมาทั้งสวน เมื่อผลเริ่มแก่ การขายเที่ยว และเก็บขายเอง บางท้องถิ่นบางสวนทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำไยของตนเองบางส่วน

ผู้รับซื้อระดับเบื้องต้น ได้แก่ พ่อค้าเหมาสวน และคนกลาง พ่อค้าจร ลึงหรือหยง โรงงานแปรรูป/อบแห้ง/กระป๋อง รวมทั้งตลาดผู้บริโภครโดยตรง

การขายเหมา ชาวสวนหลีกเลี่ยงได้ค่านราคา ไม่ต้องเก็บเกี่ยวเองและคัดบรรจุ ไม่ต้องกังวลปัญหาแรงงานและการจ้าง ทั้งนี้ต้องมีการต่อรองด้านราคากับพ่อค้า

การเก็บขายเอง ชาวสวนมีโอกาสคัดเกรดจำหน่าย และราคาที่ได้รับมักจะเป็นราคาอิงจากตลาดกลาง เช่น ตลาดไท ตลาดต่างประเทศ หรือราคาประกันของรัฐ

ระดับตลาดภายใน ปัจจุบันผลิตลำไยประมาณ 20% ลำไยส่งสู่ตลาดผู้บริโภคภายในประเทศ 25% สู่ตลาดส่งออกลำไยสด และ 55% สู่ตลาดลำไยแปรรูป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลำไยอบแห้ง เพื่อส่งออกอีกทอดหนึ่ง (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2546)

ระดับตลาดต่างประเทศ การส่งออกลำไยแช่แข็ง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากการนำเทคโนโลยีอบลำไยด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂) ทำให้เก็บลำไยไว้ในห้องเย็นได้นานถึง 45 วัน นั่นคือ สามารถส่งออกไปตลาดต่างประเทศทางเรือโดยผู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศได้ ตลาดส่งออกลำไยแช่แข็งที่สำคัญซึ่งเน้นตลาดดั้งเดิม ได้แก่ อังกง สิงคโปร์และมาเลเซีย รวมร้อยละ 80 ของการส่งออก

ทั้งหมด ในสัดส่วนที่ร้อยละ 65 เป็นตลาดฮ่องกง ซึ่งส่งออกต่อไปยังจีนอีกทอดหนึ่งประมาณ 50% ของการนำเข้านี้ (<http://www.matichon.co.th/techno>

ตลาดใหม่ ที่สำคัญได้แก่ แคนาดา ที่ใช้เวลาลำเลียงทางเรือประมาณ 21 วัน ผู้ตลาดแคนาดาแล้ว ส่งออกอีกครั้งสู่ประเทศอเมริกา นอกจากนี้ยังมีตลาดทางยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษ และ อิสราเอล ตลาดนี้ต้องการลำไยคุณภาพสูงสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้สูงและจำกัดตามคำสั่งซื้อหรือ Order ส่วนตลาดอื่นๆ ได้แก่ ได้หวัน และอินเดีย

ระดับตลาดแปรรูป มีลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้ง ลำไยแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ลำไยอื่นๆ โดยตลาด ลำไยอบแห้งจะมีความสำคัญที่สุด ส่งออกไปยัง ฮ่องกง สิงคโปร์ จีน และสวีเดนแลนด์ และเป็น สินค้าที่มีการคัดเกรดจัดชั้นมาตรฐานคุณภาพ

(<http://www.geocities.com/tonginnagrieconmy/index01.html>)

การจำหน่ายลำไยสดโดยการบรรจุลงตระกร้าเพื่อการส่งออก

ลำไยสดแทบทั้งหมดในลำพูน เชียงใหม่ ฤดูนี้ ถูกส่งออกไปยังต่างประเทศโดยผ่านพ่อค้าที่เป็น “ล้ง” และเป็นผู้ส่งออกโดยตรง ทั้งนี้มีกระบวนการโดยลำดับดังนี้

รถปิคอัพ รถพ่วง รถ 6 ล้อเล็กหรือ รถเกษตรกรเอง

รับตระกร้าจาก ล้ง เสียค่ามัดจำหรือวางมัดจำประจำ

เก็บลำไยจากต้น คัดเกรดเบื้องต้นลงตระกร้าละ 11.5-13 กิโลกรัม เพื่อให้เกิน

ปิดด้านบนตระกร้า มัดด้วยเชือกฟาง

ลำเลียงตระกร้าลงกระบะยานพาหนะ เช่น ปิดเป็นรายเดี่ยว หรือรวมกันหลายเกษตรกรก็ได้

ใช้ผ้าพลาสติกหรือผ้าเต็นท์คลุมลดการระเหยน้ำของผลลำไย

ชั่งน้ำหนักแต่ละตระกร้าให้ได้น้ำหนักขั้นต่ำของแต่ละล้ง เช่น 11 กิโลกรัม หรือ 12.5 กิโลกรัม

คัดเกรดโดยใช้มือโกยแล้วตรวจด้วยสายตา โดยจ้างผู้ชำนาญ ดูขนาดผลความสม่ำเสมอของผล และสีผิวเปลือกลำไย ตัวอย่าง ราคารับซื้อ (บาท/กก.)

ลำไยสีสวย ลำไยสีไม่สวย

เกรด AA 40 37

A 35 32

B 30 27

C 10 5

อีแปะ 6 3

ติดสติ๊กเกอร์สี หลังตรวจเกรดซ้ำอีกครั้ง คัดเอาผลมีตำหนิแตกหรือไม่ไคขนาดออก ปกติ

สีเหลือง คือ AA หรือ เบอร์ 1

สีแดง คือ A เบอร์ 2

สีน้ำเงิน คือ B เบอร์ 3-4

สีเขียว คือ C และ อีแปะ เบอร์เล็ก

ทั้งนี้ลำไยเกรดเดียวกันแต่มาจากการกำหนดของต่างฝั่ง ก็อาจมีมาตรฐานแท้จริงต่างกัน

ปิดฝาตะกร้า ปิดรีดพลาสติกสีเดียวกับสติ๊กเกอร์เกรด

ทำการรมควัน 45-60 นาที ปริมาณ SO₂ และ NaNO₃ ที่ใช้ ขึ้นกับปริมาณลำไย
หลังรมควัน ใช้พัดลมดูด SO₂ ออกจากโรงรมประมาณ 1 ชั่วโมง

เก็บลำไยในห้องเย็นให้มีจำนวนมากพอสำหรับ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ (ประมาณ 22 ตัน) ไม่ควรเกิน 7
วัน

* ค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการดำเนินการของฝั่งหลังการรับซื้อจากเกษตรกร จนกระทั่งขึ้นบรรจุ
คอนเทนเนอร์เฉลี่ย 65 บาท/ตะกร้า

บรรจุใส่ตู้คอนเทนเนอร์ขนส่งจากเชียงใหม่ไปยังท่าเรือคลองเตย หรือแหลมฉบังใช้เวลาประมาณ
16 ชั่วโมง นำตู้คอนเทนเนอร์ลงเรือ

* ค่าใช้จ่าย FOB ในประเทศไทยต่อ 1 ตู้คอนเทนเนอร์ (2,100 ตะกร้า)

- 1) ค่าเรือ ค่าหัวจากค่าชิปปิ้ง 97,441.50 บาท
- 2) ค่าใบรับรองสารพิษตกค้าง 1,900,000 บาท
- 3) ค่าตอบแทนพิเศษคนขับหัวลาก 500.00 บาท

รวม 99,841,50 บาท

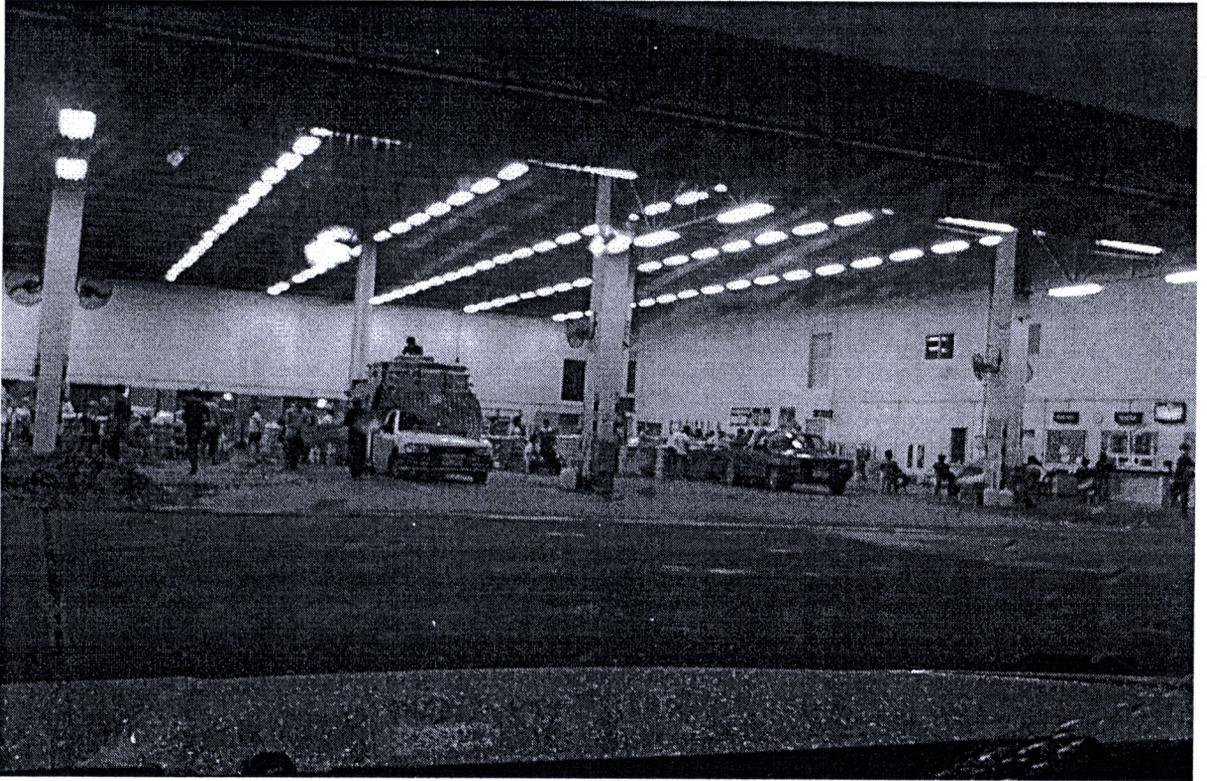
เฉลี่ยตะกร้าละ 48.00 บาท

* ค่าใช้จ่าย CIF เฉพาะประเทศจีนแจ้งมาอีกประมาณ 87 บาท/ตะกร้า

ลำไยช้อสดจากสวนจนถึงตลาดผู้บริโภครีไกลต่างประเทศในเอเชียใช้เวลาค้าสุดที่เป็นไปได้คือ 3 วันถึง
สิงคโปร์ และ 9 วันถึงจีน สูงสุดคือ 15 วันจนถึงประเทศจีน

5. ภาพโรงรับซื้อลำไย

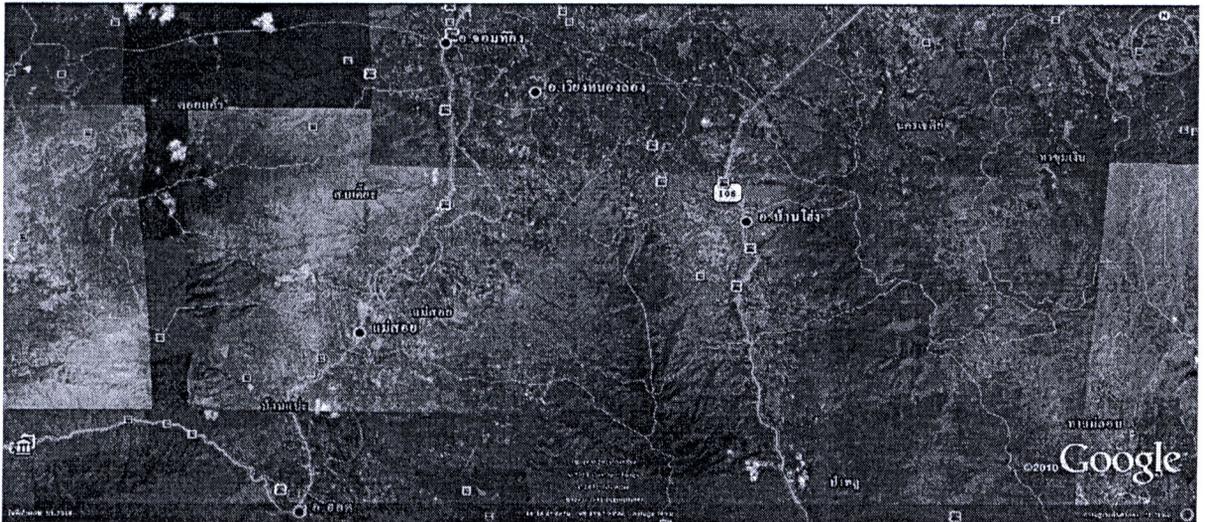
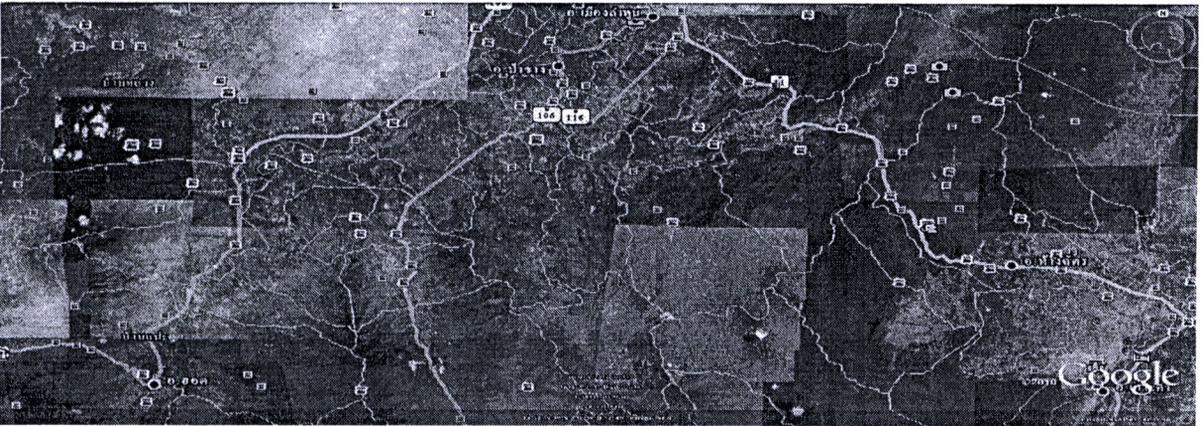
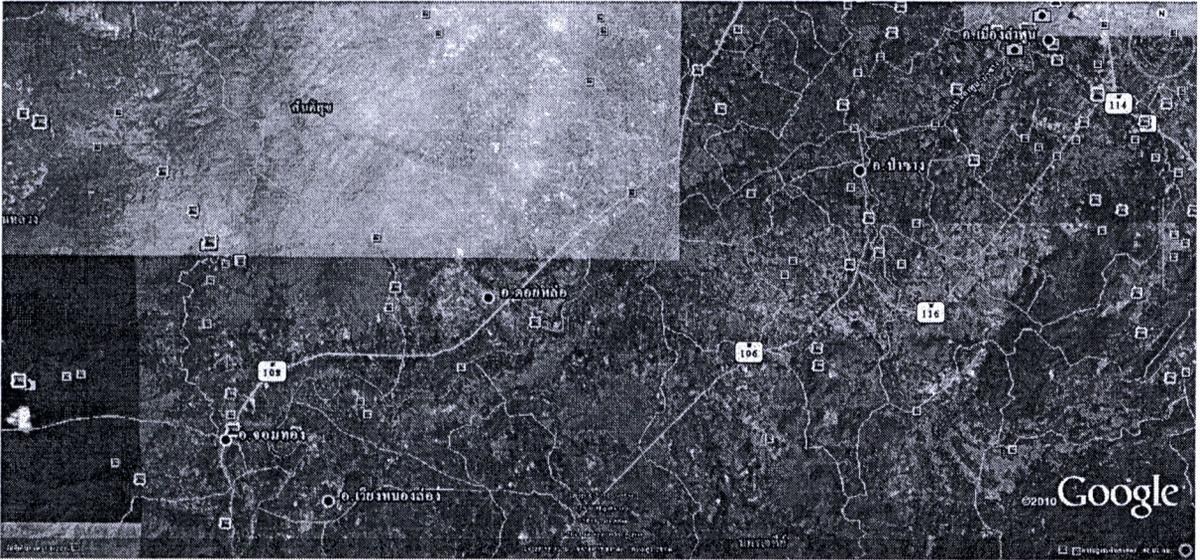




6. ภาพผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก (บางส่วน)



7. เส้นทางและบริเวณที่เก็บข้อมูล ในเขต จ.ลำพูน ประกอบด้วย อ.เมืองลำพูน อ.ป่าซาง อ.เวียงหนองล่อง อ.บ้านโฮ้ง ในเขตจ.เชียงใหม่ ประกอบด้วย อ.จอมทอง อ.ฮอด อ.หางดง อ.สันป่าตอง



8. ถิ่นกำเนิดและการแพร่กระจายลำไย (พาวิน, อนันต์: 2543, 2547)

ประวัติและถิ่นกำเนิด

มีผู้กล่าวไว้ว่าลำไยเป็นไม้ผลพื้นเมืองของประเทศจีนตอนใต้ จึงสันนิษฐานว่าถิ่นกำเนิดของลำไยอยู่ในประเทศจีนตอนใต้ เนื่องจากชาวจีนได้ปลูกลำไยมาเป็นเวลากว่าพันปีแล้ว โดยปลูกกันมากในมณฑล กวางตุ้ง ฟูเจี้ยน กวางสี ไต้หวัน และเสฉวน โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่มณฑลฟูเจี้ยน ปลูกลำไยควบคู่กันไปด้วยกับการปลูกลิ้นจี่

ประวัติความเป็นมาของลำไยในประเทศจีนนั้นได้มีการกล่าวถึงลำไยในวรรณคดีของจีนสมัยพระเจ้าเซ็งแทง (Cheng Tang) (B.C.1766) และในหนังสือ Ru Ya (110 B.C.) ก็ได้มีการบันทึกไว้ แต่วรรณคดีเล่มแรกซึ่งได้บรรยายต้นไม้นี้ไว้เด่นชัดคือ หนังสือ “Nam Fong T'aol Yuk Chang” ซึ่งเป็นหนังสือที่เกี่ยวกับพฤกษศาสตร์ที่มีชื่อเสียงเล่มแรกๆ ที่เขียนโดยพระของเมือง State Chi Ham ได้กล่าวไว้ว่าต้นไม้นี้อยู่ทางตอนใต้ของประเทศจีน และใช้ชื่อต้นไม้นั้นว่า Iungan ได้พรรณนาไว้ว่า “ลำไยเป็นไม้สูง 1-2 Chang (10-20 ฟุต) จึงมีลักษณะคล้ายลิ้นจี่ แต่ใบเล็กกว่า ผลจะสุกภายใน 7 เดือน ผลมีสีเขียวอมเหลือง ผิวเรียบ แต่จะค่อยๆ มีสะเก็ดขึ้นทีละน้อยเมื่อมันสุก ผลมีรูปร่างกลมมีขนาดเล็กเท่าลูกหิน เนื้อสีขาว มีรสหวานเหมือนน้ำผึ้ง จะติดช่อประมาณ 20-30 ผลในหนึ่งช่อ”

หนังสือชื่อ Ben Chao Kang Mu ที่เขียนโดย Li Shi Chum ได้กล่าวถึงคุณค่าของลำไยโดยใช้เป็นยา เขากล่าวว่า “ผลสามารถใช้เป็นยาบำรุงกำลังและสุขภาพ และยังใช้เป็นเครื่องสมุนไพรที่ใช้รักษาโรคพยาธิลำไส้ได้อีกด้วย” George weid Man Groff กล่าวว่า ลำไยและลิ้นจี่เป็นไม้ที่ขย่งกันในกลุ่มคนชาวจีน จนถึงกับนักประพันธ์จีนได้เอาชื่อไปแต่งเป็นบทเพลงและโคลงกลอน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของไม้ผลทั้งสองชนิดนี้ต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชาวจีนในสมัยก่อน ต่อมานักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้เดินทางไปยังประเทศจีนได้รายงานถึงลำไยและลิ้นจี่ตั้งแต่ปี พ.ศ.1585 ซึ่งเป็นเวลา 71 ปีภายหลังจากที่ได้พบเส้นทางเดินทะเลไปยังประเทศจีนในปี พ.ศ.1514 และต่อมาไม้ผลทั้งสองชนิดนี้ได้เป็นที่สนใจของนักพฤกษศาสตร์และของชาวสวนทางตะวันตกโดยทั่วไป

ต่อมาการแพร่กระจายของลำไยจากประเทศจีนนี้ได้แพร่เข้าไปสู่ประเทศอินเดีย ศรีลังกา พม่า ฟิลิปปินส์ ยุโรป สหรัฐอเมริกา (มลรัฐฮาวายและฟลอริดา) ออสเตรเลีย คิวบา หมู่เกาะอินเดียตะวันตก และหมู่เกาะมาดากัสกา

ประวัติการปลูกลำไยในประเทศไทย

ในอดีตพบว่ามีลำไยขึ้นอยู่ทั่วไปในภาคเหนือ เช่น พบลำไยตามป่าในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย มีลักษณะทั้งต้นเล็กและต้นใหญ่ มีผลขนาดเล็กและเนื้อน้อย เรียกว่า ลำไยพื้นเมืองหรือลำไยกะลาหรือลำไยธรรมดา ส่วนลำไยพันธุ์ดีหรือลำไยกะโหลกนั้นได้มีการนำเข้ามาในปี พ.ศ. 2439 โดยชาวจีนนำพันธุ์ลำไยมาถวายพระราชชายาเจ้าดารารัศมี ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5

จำนวน 5 ต้น ซึ่งต่อมาได้มอบให้เจ้าหน้าที่ต้น ณ เชียงใหม่ ผู้เป็นน้องชาย นำไปปลูกบริเวณบ้านสบแม่ข่า หรือบ้านน้ำโห่ง ตำบลสบแม่ข่า อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดิถมน้ำปิง จำนวน 3 ต้น และนำไปปลูกไว้ที่กรุงเทพมหานครจำนวน 2 ต้น ซึ่งคาดว่าอาจจะเป็นลำไยที่ปลูกบริเวณตรอกจันทร์ สำหรับลำไยที่ปลูกบริเวณบ้านน้ำโห่งจากการสังเกตพบว่าน่าจะเป็นต้นพันธุ์ที่เพาะจากเมล็ด เพราะดูจากลักษณะของต้นและการเจริญเติบโตของต้นที่สูงใหญ่ และคาดว่าในสมัยนั้นยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับการขยายพันธุ์ด้วยการตอน และพันธุ์ที่นำมาในครั้งนั้นคือพันธุ์เบ็ญเขียว

หลังจากนั้นได้มีการแพร่ขยายการปลูกลำไยไปสู่อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนอย่างมาก คาดว่าบริเวณที่มีการปลูกหนาแน่นได้แก่ บริเวณดิดกับแม่น้ำปิง แม่น้ำกวง แม่น้ำทา และแม่น้ำลี่ เป็นต้น เพราะมีความเชื่อว่าลำไยจะเจริญเติบโตได้ดีบริเวณที่มีดินลักษณะน้ำไหลทรายมูล ซึ่งเป็นดินที่มีการทับถมจากแม่น้ำ มีความอุดมสมบูรณ์และสามารถระบายน้ำได้ดี เช่น ที่บ้านหนองช้างคืน จังหวัดลำพูน ดิถมน้ำปิง พบว่ามีลำไยต้นหนึ่งสามารถให้ผลผลิตคิดเป็นรายได้มากกว่าหนึ่งหมื่นบาทในปี พ.ศ. 2510 ซึ่งเป็นที่กล่าวขานถึง “ลำไยต้นหมื่น” เป็นประจำ และเป็นแหล่งขยายพันธุ์ที่สำคัญ แสดงว่าเดิมแล้วลำไยปลูกกันมากในที่ลุ่มและมีน้ำให้ลำไยอย่างสมบูรณ์ แต่ในปัจจุบันได้มีการนำลำไยไปปลูกในบริเวณที่ดอนซึ่งเขามากขึ้นต้องมีการจัดหาแหล่งน้ำให้แก่ลำไย สำหรับแหล่งปลูกลำไยในประเทศไทยที่สำคัญในปัจจุบันคือ จังหวัดที่อยู่ในเขตภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย ลำปาง แพร่ น่าน และพะเยา และในปัจจุบันได้มีการแพร่กระจายการปลูกลำไยออกไปถึง 36 จังหวัดในทุกภาคของประเทศแล้ว ในภาคตะวันออก เช่น อำเภอสอยดาวและอำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี, ภาคกลาง เช่น จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม, ภาคใต้ เช่น จังหวัดพัทลุง สงขลา และนครศรีธรรมราช เป็นต้น

แหล่งปลูกลำไย

แหล่งผลิตลำไยหลักของโลกได้แก่ ทางภาคเหนือของประเทศไทย ตอนใต้ของประเทศจีนและไต้หวัน ส่วนแหล่งผลิตรองลงมาได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย พม่า ลาว ฮองกง อินโดนีเซีย เวียดนาม และสหรัฐอเมริกา

9. มาตรฐานคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการผลิตลำไยเพื่อการส่งออก (อภิชาติ, 2551)

มาตรฐานการผลิตทางการเกษตรที่ถูกต้องและเหมาะสม(GAP: Good Agricultural Practice)

คณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติได้กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับลำไย พ.ศ. 2546 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพ การอำนวยความสะดวกทางการค้า และการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีขอบข่ายดังนี้

- มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติครอบคลุมการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับลำไยในทุกขั้นตอนการผลิตที่ดำเนินการในระดับสวน เพื่อให้ได้ผลผลิตลำไยที่ปลอดภัยจากศัตรูพืชและเหมาะสมกับการบริโภคผลสด
- การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับลำไยนี้ให้ใช้ร่วมกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติเรื่องลำไย

ข้อกำหนดของระบบการจัดการคุณภาพสินค้าเกษตร ประกอบด้วยการจัดการในด้านต่างๆดังตารางต่อไปนี้

ข้อกำหนด	เกณฑ์การปฏิบัติ
1. แหล่งน้ำ	เกษตรกรต้องตรวจสอบว่าแหล่งน้ำที่นำมาใช้ในแปลงนั้นนำมาจากแหล่งใด มีโอกาสปนเปื้อนสารพิษหรือโลหะหนักหรือไม่ ถ้ามีความเสี่ยงให้นำตัวอย่างน้ำไปตรวจสอบก่อน
2. พื้นที่ปลูก	เกษตรกรต้องประเมินความเสี่ยงของพื้นที่ที่จะทำการเพาะปลูกและพื้นที่ใกล้เคียงว่ามีประวัติการใช้พื้นที่ที่มีโอกาสปนเปื้อนสารพิษและโลหะหนักหรือไม่ ถ้ามีความเสี่ยงให้นำตัวอย่างดินไปตรวจสอบก่อน
3. การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร	ให้ใช้สารเคมีที่มีการขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการในประเทศไทย หรือเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า(ห้ามใช้วัตถุอันตรายที่ระบุไว้ในทะเบียนวัตถุอันตรายทางการเกษตรที่ห้ามใช้)
4. การเก็บรักษาและการขนย้ายผลิตผลภายในแปลง	สถานที่เก็บรักษาต้องสะอาดอากาศถ่ายเทได้ดี และสามารถป้องกันการปนเปื้อนของวัตถุแปลกปลอม วัตถุอันตราย และสัตว์พาหะนำ

	โรค(อุปกรณ์และพาหะในการขนย้ายต้องสะอาด ปราศจากการปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค) และต้องขนย้ายผลผลิตอย่างระมัดระวัง
5. การบันทึกข้อมูล	ต้องบันทึกข้อมูลการปฏิบัติจริงเช่นการใช้สารเคมี ปริมาณที่ใช้การสำรวจและป้องกันกำจัดศัตรูพืช การปฏิบัติในขั้นตอนการผลิตที่มีความสำคัญ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพและความปลอดภัยในกระบวนการผลิตตามแบบบันทึก
6. การผลิตให้ปลอดภัยจากศัตรูพืช	สำรวจการเข้าทำลายของศัตรูพืชและป้องกันกำจัดเมื่อสำรวจพบความเสียหาย
7. การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพ	-มีการปฏิบัติและจัดการตามแผนควบคุมการผลิต -คัดแยกผลิตผลด้อยคุณภาพไว้ต่างหาก
8. การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	-เก็บเกี่ยวผลในระยะเวลาที่เหมาะสมตามเกณฑ์ในแผนควบคุมการผลิต -อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว ภาชนะบรรจุ และวิธีการเก็บเกี่ยวต้องสะอาด ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคุณภาพของผลผลิต และปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค

10. แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

ข้อชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดขึ้นเพื่อศึกษาและนำข้อมูลไปประกอบการวิจัยของผศ.ดร.พิชามพ พันธุ์แพ สาขาวิชาการจัดการ ม.พายัพ เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

2. ศึกษาสภาพแวดล้อมภายในรวมถึงลักษณะองค์การ สมรรถนะ กลยุทธ์ทางการแข่งขันและปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

3. เสนอแนะแนวทางการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

โดย คาดถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาคือ ทราบปัญหาในการดำเนินการของผู้ส่งออกผลไม้เนื่องจากผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในธุรกิจ ทราบกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อการดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก กำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก เผยแพร่แนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพแก่ผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรและแรงงานในธุรกิจการผลิตผลไม้เพื่อการส่งออก เป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานของรัฐ ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และนำเสนอในภาพรวมโดยไม่ระบุว่าเป็นของบุคคลใด ผู้วิจัยหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามขอขอบพระคุณมาล่วงหน้า ณ.ที่นี้ด้วย

แบบสอบถามนี้ประกอบไปด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะองค์การของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก

ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมภายใน กิจกรรมหลัก กิจกรรมเสริม พื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า

รวมถึงปัจจัยอื่นๆขององค์การ(กลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์การ ภาวะผู้นำ)ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามแบบปลายเปิด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ถูกสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview)

ผศ. ดร. พิชามพ พันธุ์แพ

ผู้วิจัย



ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะขององค์กร (firm characteristic)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ท่านเลือก

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุปี
3. ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ
 - ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
4. ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจรับซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก.....ปี
5. ขนาดของธุรกิจพิจารณาจากที่เป็นบุคลากรประจำ ชั่วโมงหรือรายวัน
 - เล็ก (มีบุคลากรน้อยกว่า 25 คน)
 - กลาง (มีบุคลากร 26-50 คน)
 - ใหญ่ (มีบุคลากรมากกว่า 50 คน)
6. รูปแบบธุรกิจที่ดำเนินการ
 - เจ้าของคนเดียว บริษัทมหาชน
 - ห้างหุ้นส่วน/ห้างหุ้นส่วนจำกัด อื่น ๆ.....
 - บริษัทจำกัด
7. การเป็นสมาชิกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก เช่น
 - สมาคมผู้ส่งออกผลไม้ไทย สมาคมผู้ส่งออกลำไยไทย สมาคมผู้ส่งออกอื่นๆ
8. ตลาดส่งออกสินค้าของกิจการ
 - ยุโรป สหรัฐอเมริกา
 - เอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์
9. ยอดขายและกำไรของกิจการในระยะ 3ปีที่ผ่านมาเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาก่อนหน้านั้น
 - ลดลง ไม่ต่างจากเดิม(คงที่) เพิ่มขึ้น
10. ความพึงพอใจในการส่งลำไยสดไปยังตลาดต่างประเทศ (ระดับความต้องการในการดำเนินกิจการต่อไปในอนาคต)
 - พึงพอใจน้อย พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจมาก

ส่วนที่2: แบบสอบถามเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้นำไยสดเพื่อการส่งออก

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่สอบถามและกรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อละหนึ่งคำตอบ

คำอธิบายความคิดเห็น

ระดับคะแนน 5= เห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นมาก

ระดับคะแนน 4= เห็นด้วยมาก หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นเป็นส่วนใหญ่

ระดับคะแนน 3= เห็นด้วยปานกลาง หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นบ้างพอประมาณ

ระดับคะแนน 2= เห็นด้วยน้อย หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นน้อย

ระดับคะแนน 1= เห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบไม่เกิดขึ้นเลย

สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) (ดัดแปลงจาก Wheelen,2008:74)

สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ	ระดับของการส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้นำไยสดเพื่อการส่งออก				
	1	2	3	4	5
สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ					
1. สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย					
2. สภาพทางเศรษฐกิจของโลก					
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้(กรณีที่ท่านกู้เงินจากจากสถาบันการเงิน)					
4. การเข้าถึงแหล่งเงินกู้ (การหาเงินกู้)					
5. ภาวะเงินเฟ้อ					
6. ต้นทุนค่าจ้างแรงงานในการดำเนินงาน					
7. ต้นทุนค่าสาธารณูปโภคที่ใช้ในการดำเนินงาน(ไฟฟ้า-น้ำประปา-โทรศัพท์)					
8. การลด-เพิ่มค่าเงินบาท (ผลจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินระหว่างประเทศ)					
9. มาตรการ การส่งเสริมด้านเงินทุนของรัฐ เช่นการหาแหล่งเงินกู้ให้กับกิจการของท่าน					
10. มาตรการการกีดกันจากประเทศคู่ค้า เช่นมาตรการ ด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี (เช่นระบบโควตาในการส่งออก และการกีดกันในรูปแบบอื่นๆ เช่นการตรวจสอบสารเคมีตกค้าง การตรวจหาแมลง โรคพืชในลำไย)					
สภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ	ระดับของการส่งผลกระทบต่อการ				

	ดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก				
	1	2	3	4	5
สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี					
11. ความมีประสิทธิภาพของการสื่อสารกับประเทศคู่ค้า(เช่นความสะดวกในการใช้ อินเทอร์เน็ต การใช้โทรศัพท์ การส่งแฟกซ์ระหว่างประเทศ)					
12. ความมีประสิทธิภาพจากหน่วยงานของรัฐในการให้บริการด้านเทคโนโลยี เช่น การบำรุง ซ่อมแซมเครือข่ายโทรศัพท์					
13. ระบบการป้องกันการโจรกรรมข้อมูลในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
สภาพแวดล้อมด้านการเมือง-กฎหมาย					
14. กฎระเบียบของรัฐในการส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การลดภาษีเงินได้ การลดภาษีสินค้าส่งออก เพื่อลดภาระของผู้ประกอบการ					
15. กฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อต้นทุนในการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น การบำบัดน้ำเสีย ขยะ กลิ่น เสียงดัง					
16. กฎหมายแรงงานที่ส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เช่นการกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำตามนโยบายของรัฐบาล					
17. เสถียรภาพและความมั่นคงทางการเมืองในประเทศไทย					
18. เสถียรภาพและความมั่นคงทางการเมืองในประเทศที่ท่านส่งลำไยสดออกไปจำหน่าย					
สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญ(ในตลาดต่างประเทศ-Contextual Environment)					
19. พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค เช่นการคำนึงถึงสุขภาพโดยการหันมาบริโภคผัก-ผลไม้มากขึ้น					
20. การเพิ่มจำนวนประชากรในตลาดที่ส่งออก (เป็นโอกาสในการส่งสินค้าออกได้มากขึ้น)					
21. รายได้และรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศผู้นำเข้า					
22. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมระหว่างผู้ส่งออกกับวัฒนธรรมของประเทศคู่ค้า เช่นภาษา ความเชื่อ ทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมในการทำธุรกิจ					

สภาพแวดล้อมภายนอกแบบเฉพาะหรือที่เกี่ยวกับงาน(Task or Industry Environment and Five Forces Model)

ดัดแปลงจาก Robbins, 2006: 93)

สภาพแวดล้อมภายนอกแบบเฉพาะหรือที่เกี่ยวกับงานที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ดำเนินธุรกิจ	ระดับของการส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้ซื้อรายสัดเพื่อการส่งออก				
	1	2	3	4	5
23. อำนาจต่อรองของลูกค้าในต่างประเทศที่รับซื้อรายสัดเพื่อการส่งออกจากท่าน					
24. อิทธิพลของคู่แข่ง(ผู้รับซื้อรายสัดเพื่อการส่งออกรายอื่น)ที่มีอยู่ในปัจจุบัน .					
25. อำนาจหน้าที่และอิทธิพลของหน่วยงานของรัฐที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการออกกฎระเบียบและใช้กฎหมาย เช่นกรมศุลกากร สำนักงานสาธารณสุข สำนักงานสิ่งแวดล้อม					
26. อิทธิพลหรืออำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เช่นผู้ผลิต(เกษตรกรผู้ปลูกรายสัด)					
27. ผู้ถือหุ้นในกิจการของท่าน					
28. อิทธิพลของลูกค้าและสภาพแรงงานในองค์การที่ท่านดำเนินธุรกิจ					
29. อิทธิพลของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเช่น การร้องเรียนเกี่ยวกับ เสียงก่ลื่น น้ำเสีย อากาศเสีย ในการดำเนินงาน					

ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมภายใน กิจกรรมหลัก กิจกรรมเสริม พื้นฐานของลูกโซ่คุณค่า รวมถึงปัจจัยอื่นๆขององค์กร(กลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์การ ภาวะผู้นำ)ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก (Robbins, 2006: 96, 710),(Silberman, 2001: 217) (Wheelen, 2008)(อภิชาติ, 2551)

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความที่สอบถามและกรุณาเติมเครื่องหมาย ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อละหนึ่งคำตอบ

คำอธิบายความคิดเห็น

ระดับคะแนน 5= เห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นมาก

ระดับคะแนน 4= เห็นด้วยมาก หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นเป็นส่วนใหญ่

ระดับคะแนน 3= เห็นด้วยปานกลาง หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นบ้างพอประมาณ

ระดับคะแนน 2= เห็นด้วยน้อย หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นน้อย

ระดับคะแนน 1=เห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง ท่านเห็นว่าข้อความนั้นเกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบไม่เกิดขึ้นเลย

สมรรถนะขององค์กรที่มีต่อการดำเนินงาน (Firm Competency Factors)บนพื้นฐานลูกโซ่คุณค่า(Value Chain)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก: สมรรถนะขององค์กรที่มีต่อการดำเนินงาน (Firm Competency Factors) บนพื้นฐานลูกโซ่คุณค่า(Value Chain)	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก				
	1	2	3	4	5
กิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม(Inbound Logistic, Operation, Outbound logistic, Marketing, Services)					
30. วัตถุดิบ(ลำไยสด)หาได้ง่ายและมีราคาสมเหตุผล					
31. ความยาก-ง่ายในการจัดหาแรงงานที่ใช้ในกิจการของท่าน					
32. ค่าจ้างแรงงานในการดำเนินงานเหมาะสม					
33. การผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกสอดคล้องกับมาตรฐานเพื่อการส่งออกตามที่กำหนดโดยลูกค้าในต่างประเทศ เช่น ปริมาณกัมมะถัน และสารพิษตกค้างไม่เกินค่ากำหนด					
34. ระบบสาธารณูปโภคในการดำเนินงานที่ดี เช่น มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา การสื่อสาร การบำบัดน้ำเสีย การกำจัดขยะ การกำจัดกลิ่น การควบคุมความดังของเครื่องจักร					
35. ระบบการเก็บสินค้าคงคลัง(ลำไยสด)ก่อนการส่งต่อให้ผู้ส่งออก					
36. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการตลาดเพื่อการส่งออก					
37. เครือข่ายทางการค้าและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ(ผู้จำหน่ายลำไยสด)					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก:สมรรถนะขององค์การที่มีต่อการดำเนินงาน (Firm Competency Factors)บนพื้นฐานลูกโซ่คุณค่า(Value Chain)	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่งออก				
	1	2	3	4	5
กิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม(Inbound Logistic, Operation, Outbound logistic, Marketing, Services)					
38. เครือข่ายทางการค้าและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในต่างประเทศ					
39. ช่องทางการติดต่อสื่อสารโดยรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการออกเอกสารสั่งซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อยืนยันการใช้บริการจากลูกค้า					
40. มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างสม่ำเสมอ					
41. การจัดการกับข้อร้องเรียนและแก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำของลูกค้าอย่างฉับพลัน					
42. องค์การมีระบบบัญชีที่ชัดเจน					
43. องค์การมีการจัดการการเงินอย่างเป็นระบบ					
44. องค์การมีการบริหารด้านอาคาร สถานที่ สาธารณูปโภคต่างๆอย่างเป็นระบบ(ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ระบบกำจัดขยะและการบำบัดน้ำเสีย)					
45. องค์การมีโครงสร้างองค์การที่เหมาะสม ไม่ซ้ำซ้อน					
46. องค์การมีการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
47. องค์การมีระบบการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรเป็นอย่างดี เช่นมีค่าตอบแทนเหมาะสม วันหยุดเพียงพอ มีค้ำรักษาพยาบาล มีโบนัส					
48. องค์การมีการปรับปรุงเทคโนโลยีที่ใช้ในการopakมะถัน การเก็บสินค้า การสื่อสาร การลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ					
ปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์การ(กลยุทธ์ วัฒนธรรม องค์การ ภาวะผู้นำ)					
49. องค์การของท่านมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์เพื่อการดำเนินงาน					
50. องค์การของท่านใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยจำหน่ายสินค้าราคาถูกในตลาดที่มีขนาดใหญ่(เป็นผู้นำด้านต้นทุน)					
51. องค์การของท่านใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีถึงดีเลิศโดยมีราคาสูงในตลาดขนาดใหญ่(สร้างความแตกต่าง)					

	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อบัณฑิตที่ส่งผล ต่อดำเนินงานของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการ ส่งออก				
	1	2	3	4	5
ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร(กลยุทธ์ วัฒนธรรม องค์กร ภาวะผู้นำ)					
52. องค์กรของท่านใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยจำหน่ายสินค้าราคาต่ำในตลาด ขนาดเล็กหรือตลาดเฉพาะ(ผู้นำด้านต้นทุน-เน้นตลาดเฉพาะ)					
53. องค์กรของท่านใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีถึงดี เลิศโดยมีราคาสูงในตลาดขนาดเล็ก(สร้างความแตกต่างในตลาดเฉพาะ)					
54. องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมในการเอาใจใส่ ช่วยเหลือบุคลากร เน้นการ ทำงานเป็นทีม					
55. องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมที่เน้นประสิทธิภาพในการทำงาน					
56. องค์กรของท่านมีวัฒนธรรมที่เน้นการค้นคิดนวัตกรรมใหม่ๆและกล้าเสี่ยงใน การลงทุน					
57. ท่านสร้างขวัญและกำลังใจให้บุคลากรโดยให้บุคลากรตระหนักถึง ความสำเร็จและรางวัลที่จะได้รับเมื่อทำงานประสบความสำเร็จ					
58. ท่านปลุกจิตสำนึกให้ผู้ได้บังคับบัญชาตระหนักถึงผลประโยชน์ขององค์กร ว่าสำคัญกว่าผลประโยชน์ของตนเอง					
59. ท่านช่วยกระตุ้นบุคลากรให้ค้นหาความปรารถนาหรือความมุ่งหมายที่แท้จริง ของตนเอง					
60. ท่านกระตุ้นบุคลากรให้เห็นความจำเป็นและตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง					
61. ท่านกระตุ้นบุคลากรให้เห็นถึงความสำคัญขององค์กร เช่น การสร้าง องค์กรให้มีขนาดใหญ่ขึ้นในอนาคต					
62. ท่านกระตุ้นบุคลากรให้มองเห็นหรือเกิดมุมมองเกี่ยวกับองค์กรในอนาคต					
63. ท่านสร้างความเชื่อดีระหว่างผู้นำและบุคลากรทุกระดับ					
64. ท่านใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะหน่วยงานที่ต้องมีการ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ โปรดพิจารณาตอบตามความคิดเห็นของท่าน

1. ปัญหาและสาเหตุที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาใหญ่ที่สุดของผู้ซื้อลำไยสดเพื่อการส่ง(ปัญหาทั้งภายในและภายนอกองค์กร)

2. ท่านต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลด้านใดบ้าง และอย่างไร

3. ในฐานะที่ท่านเป็นผู้นำองค์กร อะไรคือวิสัยทัศน์ของท่าน เช่น ท่านจะเปลี่ยนแปลงสิ่งใดที่จะทำให้องค์กรของท่านเกิดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนเมื่อเทียบกับคู่แข่งทั้งในและนอกประเทศ (เรียงตามลำดับ)

3.1)

3.2)

3.3)

4. กรุณาเสนอแนวความคิดเพื่อเป็นแนวทางให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลไม้ชั้นนำของโลก

ขอบคุณครับ.....สำหรับข้อมูลเพื่อการวิจัยและพัฒนา



11. ค่าความเชื่อมั่น (สัมประสิทธิ์ ทรอนบาค) ของแบบสอบถาม

RELIABILITY /VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 a6 a7 a8 a9 a10 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
a1	3.5581	.76539	43
a2	4.0465	.92462	43
a3	3.0465	1.06801	43
a4	3.1395	1.08192	43
a5	3.4884	.82728	43
a6	4.0000	1.06904	43
a7	3.6279	1.06956	43
a8	4.1860	1.09666	43
a9	3.4884	1.07730	43
a10	3.9070	1.15086	43

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.4884	38.637	6.21585	10

RELIABILITY /VARIABLES=b11 b12 b13 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
b11	3.6512	1.08855	43
b12	3.4186	1.15949	43
b13	3.0000	1.04654	43

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.0698	7.590	2.75504	3

RELIABILITY /VARIABLES=c14 c15 c16 c17 c18 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c14	3.9535	.89850	43
c15	3.4651	.98437	43
c16	3.4419	1.22090	43
c17	3.7209	1.07627	43
c18	3.9767	1.16473	43

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.5581	13.919	3.73084	5

RELIABILITY /VARIABLES=d19 d20 d21 d22 d23 d24 d25 d26 d27 d28 d29 /SCALE('ALL VARIABLES')
ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
d19	3.9070	1.08702	43
d20	4.0233	.85880	43
d21	4.0233	.98774	43
d22	3.7442	1.02569	43
d23	3.6047	.90342	43
d24	3.5349	1.24114	43
d25	3.6279	1.06956	43

d26	3.4186	1.07421	43
d27	3.1163	1.17937	43
d28	3.3488	1.11021	43
d29	3.3953	1.34765	43

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.7442	55.433	7.44533	11

RELIABILITY /VARIABLES=e30 e31 e32 e33 e34 e35 e36 e37 e38 e39 e40 e41 e42 e43 e44 e45 e46 e47 e48 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

Reliability Scale: ALL VARIABLES Case Processing

Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	19

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
e30	3.3953	1.17796	43
e31	3.6279	1.02407	43
e32	3.6279	.75666	43
e33	4.0233	.77116	43
e34	3.9535	.81514	43
e35	3.7442	.87541	43
e36	4.0233	.80144	43
e37	3.8605	.88859	43
e38	4.0000	.78680	43
e39	3.7907	.94006	43
e40	3.7442	.92821	43
e41	3.7442	1.00221	43
e42	3.9302	1.00937	43
e43	4.0930	.86778	43

e44	3.8837	.79310	43
e45	4.0233	.93830	43
e46	3.8837	.98099	43
e47	3.9767	.80144	43
e48	4.0930	.81105	43

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
73.4186	99.392	9.96955	19

RELIABILITY /VARIABLES=f49 f50 f51 f52 f53 f54 f55 f56 f57 f58 f59 f60 f61 f62 f63 f64
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	43	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	16



Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
f49	3.7442	.97817	43
f50	3.4884	1.00882	43
f51	3.7907	1.01320	43
f52	3.1628	1.11120	43
f53	3.4186	1.13877	43
f54	3.7209	1.00772	43
f55	3.8837	1.00497	43
f56	3.9302	.98550	43
f57	4.0698	.96103	43
f58	3.8605	1.03697	43
f59	4.0233	.93830	43
f60	3.9070	1.06489	43
f61	3.8605	.98998	43
f62	3.8837	1.02839	43
f63	3.9302	1.00937	43
f64	3.8837	.90526	43

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
60.5581	122.110	11.05032	16

12. หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

รายงานวิจัยเรื่อง “สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ส่งออก
ลำไยในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน” โดย ผศ.พิชาภพ พันธุ์แพ ปี พ.ศ.
2554 (เชิงพาณิชย์)

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์จากหน่วยงานภายนอก
ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ลลิตา เกษมวิเศษ นิตระโนน
ตำแหน่ง คณบดีบริหารธุรกิจ
ชื่อหน่วยงาน บริษัท สด เอเซีย จำกัด (KTG)
สถานที่ตั้ง อ.เมืองจัตวา อ.เมืองจัตวา 112-0.10000 ม.เมืองจัตวา
เบอร์ติดต่อ 066-9555333 พ.ศ. ๒๕๕๕

ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์/งานวิชาการ เรื่อง สภาพแวดล้อมที่ส่งผล
ต่อประสิทธิภาพการส่งออกลำไยสดในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

ซึ่งเป็นผลงานของ (อาจารย์/ผศ./รศ.) ผศ.ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ

สังกัดสาขา บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ มาใช้
ประโยชน์ในองค์กร/หน่วยงาน/กลุ่มของข้าพเจ้า ทางด้านต่อไปนี้ (โปรดเลือกรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์
และสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

() การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ ระบุ
โดยเริ่มนำมาใช้ประโยชน์ ตั้งแต่วันที่ เดือน พ.ศ. ถึง
วันที่ เดือน พ.ศ.

() การใช้ประโยชน์ในเชิงสาธารณะ ระบุ
โดยเริ่มนำมาใช้ประโยชน์ ตั้งแต่วันที่ เดือน
พ.ศ. ถึงวันที่ เดือน พ.ศ.

() การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย ระบุ
โดยเริ่มนำมาใช้ประโยชน์ ตั้งแต่วันที่ เดือน พ.ศ.
ถึงวันที่ เดือน พ.ศ.

(✓) การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ระบุ ขอใช้ในเอกสารการตลาดเพื่อโปรโมตสินค้า
โดยเริ่มนำมาใช้ประโยชน์ ตั้งแต่วันที่ 1 เดือน เมษายน พ.ศ. 2555
ถึงวันที่ 1 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2555

ทั้งนี้ผลจากการที่องค์กร/หน่วยงาน/กลุ่ม ได้นำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์/งานวิชาการ
ดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในองค์กร/หน่วยงาน/กลุ่ม พอสรุปได้คือ
ทำให้ เพื่อปรับแก้ภาพ หรือแผนงาน ขององค์กรได้รวม

ข้าพเจ้าขอลงนามในหนังสือรับรองการนำไปใช้ประโยชน์ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของคณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เพื่อเป็นหลักฐานการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์มาใช้ประโยชน์
ดังกล่าว

ลงลายมือชื่อ
วิภาดา นิลรัตน์

(สมเกียรติ นิลรัตน์)

ตำแหน่ง

กรรมการบริหาร

วันที่ 4 / 7 / 55

ผ. สนง.อ.ม.พายัพ

0869555333

