

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลในการวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่ จังหวัดมุกดาหาร จะแบ่งการเก็บข้อมูลปฐมภูมิและประมวลผลการศึกษาเพื่อประกอบการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ 1 ผลของการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 จากข้อมูลสภาพทั่วไปในการส่งออกสินค้า ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร 2 ผลของการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 2 จากสภาพปัญหาและปัจจัยสำคัญ ในการส่งออกสินค้า ผ่านเขตชายแดนไทย - ลาว ในพื้นที่ จังหวัดมุกดาหาร 3 ผลของการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางในการพัฒนาการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาวในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร มีข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สภาพทั่วไปในการส่งออกสินค้าในพื้นที่ จังหวัดมุกดาหาร

1.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐและเอกชน (In-Dept Interview)

1.1.1 สภาพการค้าระหว่างประเทศบริเวณจังหวัดมุกดาหารวิเคราะห์ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ จากทฤษฎีของ David Ricardo

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) สามารถอธิบายได้ว่าการค้าชายชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร นั้นมีลักษณะของการค้าแบบได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย ไม่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกอย่างกับประเทศลาว เป็นการค้าที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายได้ สินค้าที่ลาวได้เปรียบประเทศไทยใน จุดผ่านแดนถาวรมุกดาหาร เป็นสินค้าจำพวกวัตถุดิบเบื้องต้นในการผลิตสินค้าในส่วนอุตสาหกรรม ประเทศลาวยังไม่มีศักยภาพในเรื่องโรงงานอุตสาหกรรมหนัก ประเทศไทยมีความต้องการทองแดง ไม่แปรรูป ล้วนแล้วแต่เป็นสินค้าจำพวกวัตถุดิบเบื้องต้นที่ประเทศไทยมาเพิ่มมูลค่าต่อ ประเทศไทยได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในส่วน ของ สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า น้ำมัน ยา เครื่องจักร รถยนต์ เพราะ สปป.ลาวไม่สามารถผลิตได้จึงต้องนำเข้าจากไทย การขยายตัวทางเศรษฐกิจของลาว นโยบายทางการค้าและกฎหมายของประเทศเพื่อนบ้านยังไม่เอื้ออำนวยในการส่งออกของผู้ประกอบการไทยทั้งที่มีศักยภาพภายในประเทศ การคมนาคมที่ดีในประเทศ และผลประโยชน์ที่ประเทศในอาเซียนจะเอื้อต่อกันแต่ขาดการสนับสนุนทางด้านนโยบายและการปฏิบัติจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้สูญเสียความได้เปรียบทางด้านภูมิเศรษฐศาสตร์ที่ประเทศญี่ปุ่นพยายามสนับสนุนให้เส้นทาง R9 ให้ประสบความสำเร็จทางด้านเศรษฐกิจซึ่งน่าจะขยายตัวในปริมาณที่มากกว่านี้

1.1.2. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเจ้าหน้าที่รัฐและผู้เชี่ยวชาญการส่งออกระดับจังหวัด จำนวน 4 ราย สามารถสรุปประเด็นสำคัญในสภาพทั่วไปในการส่งออกสินค้า ดังต่อไปนี้

การค้าในบริเวณเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร มีด่านพรมแดนถาวรในบริเวณจังหวัดมุกดาหารมี 2 จุด ได้แก่ ทางสะพานมิตรภาพไทย-ลาวและทางน้ำที่ทำเรือในตัวเมือง แต่ท่านนอกจาก 2 จุดนี้แล้วก็ต้องขออนุมัติจากกรมศุลกากรเป็นกรณีพิเศษเพื่อขนานำเข้าและส่งออกนอกทางก็จะได้เรียกชื่อนั้นว่าทางอนุมติเฉพาะคราว ปริมาณการค้าส่วนมากจะส่งออกทางสะพานมิตรภาพแห่งที่สอง ส่วนทางทำเรื่อนั้นจะเป็นผู้ค้ารายย่อยที่ทำการส่งออกทางเรือ รวมทั้งการค้าในจุดผ่อนปรน ด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว มุกดาหารสะพานนะเขต ไม่มีเพียงการส่งออกไปยังประเทศลาวเท่านั้น แต่ในสินค้าบางชนิดยังได้ส่งออกไปยังประเทศเวียดนามและจีนตอนใต้อีกด้วย สินค้าที่ส่งออกนั้นมีกรณี 2 กรณี กรณีแรกคือสินค้าที่ส่งออกจากไทยไปลาวไปเวียดนาม กรณีที่ 2 คือ สินค้าที่ส่งออกจากประเทศที่สามเข้ามาไทยส่งออกไปลาว เวียดนาม ตามลำดับ ส่วนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นจะชอบผลไม้ของไทยมากซึ่งปัจจุบันก็มีการส่งออกอยู่พอสมควรแต่ก็ไม่มากนักเนื่องจากจีนได้ตั้งข้อจำกัดไว้ผลไม้ของไทยจึงส่งออกไม่สะดวก ซึ่งสินค้าที่มาจากประเทศที่สามที่ส่งออกไปนั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงที่ เวียดนามและจีนไม่สามารถผลิตเองได้

ในปีที่ผ่านมามูลค่าการค้าโดยรวมของประเทศไทยมีมูลค่าการค้าชายแดนสูงขึ้นทุกปี ในปี 2552 เฉพาะที่ผ่านด่านศุลกากรมุกดาหาร มูลค่าการนำเข้า 9,422.31 ล้านบาท มูลค่าการส่งออก 7,874.89 ล้านบาท การส่งออกสินค้าก็ดีขึ้นเรื่อยๆตามภาวะเศรษฐกิจโลก สินค้าส่งออกส่วนมากก็จะส่งไปยังประเทศลาวซึ่งบริโศคภายใน นอกนั้นก็จะเป็นอุปกรณ์ก่อสร้าง อุปกรณ์ชุดสิ้นแร่ซึ่งด่านสะพานนะเขตของลาวก็จะมีเหมืองแร่ขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจัยสำคัญมาจากภาวะเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ เป้าหมายดังกล่าวขยายตัวสูงขึ้น เช่น จีน เวียดนาม ลาว โดยเฉพาะสะพานนะเขตของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งได้สำรวจพบปิโตรเลียมซึ่งบริษัทต่างๆก็ได้ย้ายฐานการผลิต เครื่องจักร อุปกรณ์ต่างๆส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่จังหวัดสะพานนะเขต ซึ่งก็ทำให้มูลค่าการค้าชายแดนก็ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และเชื่อว่าเครื่องอุปโภคบริโภคก็จะขยายตัวเข้าไปตามมากขึ้น สินค้าที่เห็นชัดๆก็มีสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไปสินค้าจากประเทศไทยนอกจะติดตลาดของลาวก็ยังมีติดตลาดเวียดนาม ผลไม้ก็ส่งออกไปที่เวียดนามและจีนด้วย สินค้าประเภทอื่นที่กำลังติดตลาดอยู่แต่เพิ่มมูลค่าไม่ได้มากนัก

การเปิดเสรีทางการค้า AFTA สินค้าไทยที่ส่งออกบริเวณเส้นทางนี้จากโครงการและกรอบความร่วมมือต่างๆ ประโยชน์ที่ได้ยังไม่โดดเด่นนัก ประเทศที่ได้ประโยชน์มากคือ ประเทศเพื่อนบ้านของเรา ซึ่งมีสินค้าที่ลาวได้รับการยกเว้น ประเทศลาวได้รับสิทธิพิเศษด้าน



ภานีนำเข้าจากสหภาพยุโรปในฐานะประเทศที่มีการพัฒนาน้อยที่สุด โดยได้รับยกเว้นภาษีในสินค้าทุกชนิดยกเว้นอาวุธ ที่มีการส่งออกมาจากประเทศลาว (สิทธิพิเศษดังกล่าวให้กับสินค้าที่ส่งออกมาจากประเทศลาวโดยไม่จำเป็นจะต้องเป็นการส่งออกโดยบริษัทสัญชาติลาว ทั้งนี้ สินค้าต้องผ่านเงื่อนไขของการรับรองแหล่งกำเนิด)

1.1.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร สามารถสรุปประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ ดังนี้

สภาพทั่วไปของธุรกิจการส่งออกสินค้าในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารเป็นธุรกิจแบบขนาดกลางและขนาดย่อม มีการดำเนินการส่งออกด้วยตนเองและใช้ตัวแทนในการดำเนินการส่งออกสินค้า เงินในการลงทุนนำมาจากญาติพี่น้องและหุ้นส่วน มีคู่ค้าที่สำคัญคือ ลาว เวียดนาม และ จีน มีการส่งออกสินค้าโดยใช้รถบรรทุกขนาดกลางและขนาดใหญ่ ได้แก่ รถบรรทุกเทรลเลอร์ รถบรรทุกสิบล้อ และรถบรรทุกหกล้อในการขนส่ง มีการใช้ระบบการชำระโดยใช้เงินสดและนิยมใช้สกุลเงินบาทไทย ซึ่งผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้ามายาวนาน สินค้าไทยเป็นที่นิยมทั้งในลาวและเวียดนามเพราะ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในราคาที่เหมาะสม

1.2 ข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่ม (GROUP DISCUSSION)

การค้าชายแดนในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารนั้นเป็นการค้าแบบส่งออกสินค้าไทย จากส่วนกลางมา ณ บริเวณพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร โดยอาศัยชิปปิ้งในพื้นที่ และผู้ประกอบการส่งออกในบริเวณพื้นที่ดูแลและทำการส่งออก สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค น้ำมันเชื้อเพลิง สินค้าจำเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ส่วนใหญ่รับจากไทยเป็นหลักเมื่อการคมนาคมในลาวสะดวก การใช้สินค้านั้นก็มากขึ้น สินค้าไทยจะขายได้ดีในลาวและเวียดนาม เพราะมาตรฐานสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับสำหรับประชากรชาวลาวและเวียดนาม ซึ่งนักธุรกิจชาวไทยก็ต้องรับมือจากการแข่งขันทั้งทางการค้าและการลงทุนใน สปป.ลาว ให้มากขึ้นเพราะต้องแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าที่เข้ามาเปิดตลาดใน สปป.ลาว เช่น สินค้าจากทางประเทศจีน และสินค้าจากทางเวียดนาม ซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าไทยในระดับหนึ่ง รถที่ใช้ในการขนส่งคือ รถเทรลเลอร์เป็นส่วนมาก การใช้ทำเรือจะเป็นสินค้าปริมาณไม่มากและเป็นคู่ค้ารายเล็ก ผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องแข่งขัน ผู้ค้ารายย่อยและชาวลาวบางส่วนยังนิยมในการใช้เรือในการขนส่ง การสร้างสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 ส่งผลต่อปริมาณการค้าชายแดนบริเวณนี้ มูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ การอำนวยความสะดวกทางการเงิน มีธนาคารไทยในแขวงสะหวันนะเขตมีความสะดวกทางการเงินต่อลูกค้าชาวลาวและไทย

1.3 ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 42 ราย โดยนำเสนอข้อมูลในเชิง สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดงผลการวิจัยในรูปแบบค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ(%)
ชาย	29	69.0
หญิง	13	31.0
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย พบว่าเป็นเพศชาย 29 รายคิดเป็นร้อยละ 69 และเป็นเพศหญิงจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 31

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	35.7
ปริญญาตรี	26	61.9
สูงกว่าปริญญาตรี	1	2.4
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมามีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 และมีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี 1 ราย

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตาม ลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ(%)
ประกอบกิจการเจ้าของคนเดียว	7	16.7
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	1	2.4
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	22	52.4
บริษัทจำกัด	12	28.6
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการในลักษณะห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาเป็นการประกอบธุรกิจ ในลักษณะของ บริษัทจำกัดจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6 ประกอบธุรกิจในลักษณะเจ้าของคนเดียวจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ ประกอบธุรกิจในลักษณะห้างหุ้นส่วนสามัญจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตาม รูปแบบการส่งออกของกิจการ

รูปแบบการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ(%)
การค้าส่ง	25	59.5
ทั้งค้าปลีกและค้าส่ง	17	40.5
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการส่งออกในรูปแบบการค้าส่งจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 59.5 และมีรูปแบบการส่งออกในรูปแบบการค้าปลีกและค้าส่งจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 40.5

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามประเภทของสินค้า

ประเภทของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ(%)
สินค้าอุปโภคบริโภค	12	28.6
วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง	6	14.3
สินค้าเกษตรกรรม	5	11.9
สินค้าอุตสาหกรรม	4	9.5
รถไถนา อุปกรณ์เครื่องจักร	2	4.8
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์	6	14.3
ยารักษาโรค	2	4.8
อื่นๆ	5	11.9
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาเป็นสินค้าประเภทวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างเท่ากับเครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้าจำนวนอย่างละ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 สินค้าเกษตรกรรมและสินค้าอื่นๆเท่ากันมีจำนวนอย่างละ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.9 สินค้าอุตสาหกรรม 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 และสินค้าประเภทรถไถนา อุปกรณ์เครื่องจักร เท่ากับสินค้าประเภทยารักษาโรคอย่างละ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามมูลค่า การส่งออกต่อปี

มูลค่าในการส่งออกต่อปี	ความถี่	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	5	11.9
ระหว่าง 1,000,001-6,000,000 บาท	4	9.5
ระหว่าง 6,000,001-11,000,000 บาท	8	19.0
ระหว่าง 11,000,001-16,000,000 บาท	3	7.1
ระหว่าง 16,000,001-21,000,000 บาท	7	16.7
ระหว่าง 21,000,001-26,000,000 บาท	4	9.5
มากกว่า 26,000,001 ขึ้นไป	11	26.2
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 26,000,001 ขึ้นไป มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีการส่งออกมีมูลค่าระหว่าง 6,000,001-11,000,000 บาท มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 19 กลุ่มที่มีการส่งออกมูลค่าระหว่าง 16,000,001-21,000,000 บาท มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 กลุ่มที่มีการส่งออกมูลค่าต่ำกว่า 1 ล้านบาทจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.9 กลุ่มที่มีการส่งออกมูลค่าระหว่าง 21,000,001-26,000,000 บาท มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 กลุ่มที่มีการส่งออกมูลค่าระหว่าง 1,000,001-6,000,000 บาท มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 และกลุ่มที่มีการส่งออกมูลค่าระหว่าง 11,000,001-16,000,000 บาท มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 15 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออก

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 5 ปี	9	21.4
ระหว่าง 6-10 ปี	16	38.1
ระหว่าง 11-15 ปี	12	28.6
ระหว่าง 16-20 ปี	5	11.9
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออกอยู่ระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมา มีประสบการณ์ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออกอยู่ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6 กลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออกน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ กลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออกระหว่าง 16-20 ปี มีจำนวน 5 ราย ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 16 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง

พาหนะที่ใช้ในการขนส่ง	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
รถปิคอัพ	6	8.7%	14.3%
รถยนต์ 6 ล้อ	7	10.1%	16.7%
รถบรรทุก 10 ล้อ	25	36.2%	59.5%
รถบรรทุกเทรลเลอร์	28	40.6%	66.7%
แพขนานยนต์	3	4.3%	7.1%
รวม	69	100%	164.3%

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย จากคำตอบทั้งหมด 69 คำตอบ ส่วนใหญ่ใช้รถบรรทุกเทรลเลอร์เป็นพาหนะในการส่งออก 28 จำนวน (คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 40.6 ใช้รถบรรทุก 10 ล้อเป็นพาหนะในการส่งออก 25 จำนวน(คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 36.2 6 ใช้รถบรรทุก 6 ล้อเป็นพาหนะในการส่งออก 7 จำนวน(คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 10.1 ใช้รถปิคอัพเป็นพาหนะในการส่งออก 6 จำนวน(คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 8.7 แพขนานยนต์เป็นพาหนะในการส่งออก 6 จำนวน(คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 4.3

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ใช้รถบรรทุกเทรลเลอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาใช้รถบรรทุก 10 ล้อ รถยนต์ 6 ล้อ รถปิคอัพ และแพขนานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 59.5, 16.7, 14.3 และ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามสกุลเงินที่ใช้ในค้าขาย

สกุลเงินที่ใช้ในค้าขาย	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
เงินบาท	40	78.4%	95.2%
เงินดอลลาร์	11	21.6%	26.2%
เงินกสิบ	0	0	0
รวม	51	100%	121.4%

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย จากคำตอบทั้งหมด 51 คำตอบ ส่วนใหญ่ใช้สกุลเงินที่ใช้ในการค้าขายคือเงินบาท 40 จำนวน (คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 78.4 ใช้สกุลเงินดอลลาร์ในการค้าขาย 11 จำนวน (คำตอบ) คิดเป็นร้อยละ 21.6 และไม่พบการใช้เงินกสิบในการค้าขาย

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้สกุลเงินบาทในการค้าขายคิดเป็นร้อยละ 95.2 และใช้เงินสกุลดอลลาร์ร้อยละ 26.2

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการส่งออกจำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
เงินสด	32	51.6%	76.2%
โอนผ่านธนาคาร	19	30.6%	45.2%
เลตเตอร์ออฟเครดิต	6	9.7%	14.3%
ครีฟท์	5	8.1%	11.9%
รวม	62	100%	147.6%

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย จากคำตอบทั้งหมด 62 จำนวน (คำตอบ) พบว่าส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการค้าขาย มีจำนวน 32 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาใช้วิธีการ โอนผ่านธนาคาร 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.6 ใช้วิธีการเปิด LC จำนวน 6 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.7 และใช้ครีฟท์จำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.1

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รับชำระเงินเป็นเงินสดคิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมาใช้การชำระเงินโดยโอนผ่านธนาคารคิดเป็นร้อยละ 45.2 ใช้เลตเตอร์ออฟเครดิตร้อยละ 14.3 และใช้ครีฟท์คิดเป็นร้อยละ 11.9

ตารางที่ 19 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของผู้ประกอบการส่งออกจำแนกตามประเทศคู่ค้า

ประเทศคู่ค้า	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
ลาว	42	64.6%	100.0%
เวียดนาม	19	29.2%	45.2%
จีน	4	6.2%	9.5%
รวม	65	100%	154.8%

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย จากคำตอบทั้งหมด 65 จำนวน พบว่าส่วนใหญ่มีประเทศคู่ค้าคือลาว มีจำนวน 42 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือคู่ค้าประเทศเวียดนาม 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.2 และมีคู่ค้าประเทศจีน 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.2

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดส่งออกไปยังประเทศลาว รองลงมาคือเวียดนามคิดเป็นร้อยละ 45.2 และจีนคิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 20 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการส่งออก จำแนกตามวิธีการดำเนินการส่งออก

วิธีการดำเนินการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ(%)
ส่งออกด้วยตนเอง	12	28.6
มีตัวแทนในการส่งออก	10	23.8
ดำเนินการเองและมีตัวแทน	10	23.8
เป็นตัวแทนในการส่งออก	10	23.8
รวม	42	100.0

ตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่ส่งออกด้วยตนเองจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ กลุ่มมีตัวแทนในการส่งออก กลุ่มดำเนินการเองและมีตัวแทน กลุ่มเป็นตัวแทนในการส่งออก จำนวนเท่าๆกันอย่างละ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.8 ต่อกลุ่ม

2. สภาพปัญหาและปัจจัยสำคัญในการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

2.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐและเอกชน (In-Dept Interview)

2.1.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ

2.1.1.1 ปัญหาการส่งออกสินค้าในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

1) ระบบการขนส่ง ต้นทุนในการขนส่งสูง ไม่สามารถแข่งขันกับเส้นทางการส่งออกในเส้นทางอื่นๆ มีค่าใช้จ่ายที่สูงอยู่เนื่องมาจากข้อตกลงในการขนส่งซึ่งหากเป็นการขนส่งของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งให้ใช้รถบรรทุกของฝ่ายนั้นบรรทุก ดังนั้นเมื่อส่งมอบสินค้าเสร็จเรียบร้อยแล้วรถไทยจึงไม่สามารถบรรทุกสินค้ากลับมาด้วยการวิ่งรถเที่ยวเปล่ากลับถึงแม้เป็นระยะทางที่ไม่ไกลนักก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสินค้ามีค่าสูง นอกจากนี้มาตรฐานในการขนถ่ายน้ำหนักบรรทุกสินค้าและกำหนดพิกัดน้ำหนักบรรทุกที่แตกต่างกันระหว่างไทย-ลาว มาตรฐานน้ำหนักบรรทุกของลาวที่ 22 ตัน ทำให้จำเป็นที่จะต้องมีการขนถ่ายสินค้าเกิดขึ้น ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นตามมา ส่วนสินค้าที่ส่งผ่านไปยังเวียงคานก็มีอุปสรรคในเรื่องของการจำกัดความเร็วรถของทางการเวียงคานกำหนดไว้ที่ 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมงทำให้การขนส่งช้ามากขึ้น

2) ขาดแหล่งการผลิต จังหวัดมุกดาหารขาดแหล่งผลิตสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าจากวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ เช่น สินค้าทางการเกษตรยางพาราที่ยังขาดโรงงานการผลิตยาง ซึ่งเวียงคานและจีนมีความต้องการมาก สินค้าอุปโภคบริโภคก็เช่นเดียวกัน ผู้ส่งออกโดยมากจึงมีต้นทุนในการขนส่งสูงเพราะต้องรับสินค้ามาจากส่วนกลาง ผู้ผลิตในบริเวณนี้มีน้อย

3) การลักลอบขนสินค้าหนีภาษี ก็พบอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากรัฐบาลลาวเก็บค่าภาษีและค่าธรรมเนียมประมาณร้อยละ 3-5 ของราคาสินค้า จึงทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนจึงลักลอบขนสินค้าหนีภาษีส่งออกไปยังลาว ซึ่งส่วนมากพบเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนลาว ส่วนการลักลอบส่งรถยนต์ทั้งที่ถูกลักขโมยและถูกขายไปใช้ในประเศลาวนั้นก็พบอยู่บ้างซึ่งมีผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจมาก

4) การกีดกันสินค้าของแต่ละประเทศก็พยายามแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาแต่ภายในแล้วยังมีสาเหตุให้ข้อยกเว้นในการให้นำเข้าสินค้าจำกัดหรือโควต้าซึ่งอ้างเพื่อเป็นการป้องกันในเรื่องคุณภาพชีวิต สุขภาพอนามัยของคนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเป็นข้ออ้าง ยกตัวอย่างเช่น ข้าวไทยผลิตได้มาก เดิมไทยไม่อนุญาตให้นำเข้า แต่เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้า ไทยก็ต้องนำเข้าข้าวเข้ามาแต่เราก็จำกัดปริมาณและจำกัดการใช้งานในอุตสาหกรรมต่อยอดเท่านั้น ส่วนจีนเปิดเสรีให้ผลไม้ไทยเข้าไปแต่จีนก็จำกัดด้านคุณภาพของผลไม้ ทำให้ปริมาณการส่งออกก็อยู่ในปริมาณที่ค่อนข้างน้อย

5) สินค้าปลอมปน มาตรฐานของสินค้าของทางการลาวซึ่งไม่มีมาตรฐานมาควบคุมสินค้านำเข้าทำให้เกิดผลกระทบต่อสินค้าที่ส่งออกตามมาตรฐานปกติ ทำให้เกิดความเสียหายในชื่อเสียงของสินค้า ทางการไทยก็ได้ใช้มาตรฐานภายในประเทศมาควบคุมสินค้า แต่รัฐบาลลาวก็ไม่ได้กำหนดมาตรฐานของสินค้านำเข้าจากไทย สินค้าที่ส่งออกปลาวก็ยังมีการปลอมปนสินค้าไทยที่ไม่ได้มาตรฐาน ตัวอย่างของสินค้าที่พบ เช่น น้ำมันเครื่อง น้ำมันพืช ยาเสื่อมคุณภาพ

6) ระบบการส่งออก พบปัญหาเล็กน้อยในส่วนของผู้ประกอบการบางส่วนที่กรอกข้อมูลไม่ถูกต้องและพนักงานไม่นำใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการมาแสดง ณ จุดผ่านแดน ก่อนที่ตรวจจะปล่อยออกไปทำให้เสียเวลาในการดำเนินการตรวจปล่อย

2.1.1.2 ปัจจัยที่สำคัญในการส่งออกสินค้าในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

1) ระบบการขนส่ง เนื่องจากจังหวัดมุกดาหารเป็นจังหวัดที่อยู่บริเวณชายแดนและเป็นจังหวัดค้าขายแต่ไม่ใช่จังหวัดในการผลิตสินค้า ซึ่งจังหวัดที่ผลิตสินค้าจะอยู่ในบริเวณส่วนกลางของประเทศดังนั้นสินค้าที่จะมาถึงจังหวัดมุกดาหารจึงมีค่าขนส่งเกิดขึ้น ทำให้ต้นทุนของสินค้านั้นเพิ่มขึ้นมาก การพัฒนาการกระบวนกรโลจิสติกส์จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การส่งออกสินค้านั้นมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นที่จะผ่านในเส้นทางจังหวัดมุกดาหารนี้

2) การพัฒนาภาคเอกชน ในจังหวัดมุกดาหารนั้นส่วนมากเป็นผู้ประกอบการค้าขายแบบดั้งเดิมไม่ค่อยมีการพัฒนาเป็นการค้ารูปแบบสากลจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การระหว่างประเทศในจังหวัดมุกดาหารนั้นยังอาศัยความรู้จักความสัมพันธ์ที่มีมานานกับทางคู่ค้าจึงทำให้เกิดโอกาสทางการค้าในรูปแบบใหม่มากขึ้น

3) การพัฒนาข้อตกลงระหว่างประเทศ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศในเส้นทางสาย R9 เป็นอย่างมาก ข้อกำหนดบางประการของลาวและเวียดนามเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก รวมถึงการนำเข้าของไทยเป็นอย่างมากเพราะเส้นทางนี้เป็นเส้นทางการค้าที่ประเทศญี่ปุ่นได้ทำการสำรวจไว้ว่าเป็นเส้นทางที่มีศักยภาพมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียนที่จะทำการค้าขายเชื่อมโยงระหว่างตะวันออกกลาง อินเดีย อาเซียน จีนเกาหลี ญี่ปุ่นและอเมริกา แต่ก็ยังมีอุปสรรคในด้านข้อกำหนดของแต่ละประเทศเช่น การส่งออกสินค้าไปลาวและเวียดนามนั้นก็ต้องใช้รถพวงมาลัยซ้าย การขนส่งในเวียดนามต้องจำกัดความเร็ว 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เป็นต้น

2.1.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออก

2.1.2.1 ปัญหาการส่งออกสินค้าในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

1) ต้นทุนในการขนส่งสูง เนื่องจากแหล่งผลิตอยู่บริเวณส่วนกลางของประเทศ ผู้ประกอบจึงต้องนำสินค้ามาจากส่วนกลางของประเทศ และขั้นตอนในการส่งออกมีความล่าช้าในการถ่ายสินค้า เมื่อรถขนส่งถึงบริเวณด่านก็ต้องถ่ายสินค้าให้รถของสปป.ลาว รถขนส่งไทยต้องวิ่งรถเที่ยวเปล่ากลับ และผู้ประกอบการเห็นว่า การลดต้นทุนการขนส่งจะทำให้สินค้าไทยแข่งขันกับจีนกับเวียดนามได้ง่าย

2) ระบบศุลกากร ที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นไปได้ในการส่งออก ความไม่แน่นอนในมาตรฐานของด่านศุลกากร สปป.ลาว ระบบการตรวจสินค้าของ สปป.ลาวมี ปัญหาไม่แน่นอนเหมือนกับกีดกันไปในตัวมีความเคร่งครัดและการจำกัดโควตาสินค้าเป็นอุปสรรคต่อการค้า จากการปริมาณรถขนส่งที่มารอคิวจำนวนมากขึ้นทำให้ล่าช้า ผู้ประกอบการส่งออกต้องการให้เส้นทางนี้มีความรวดเร็วมากกว่าปัจจุบัน เพราะต้องส่งออกไปเวียดนามไปจีน ซึ่งมันก็ใช้เวลาในการเดินทางมาก ต้องบวกต้นทุนค่าขนส่งเข้าไปในราคาสินค้า

3) กำลังซื้อของผู้บริโภคใน สปป.ลาว มีกำลังการบริโภคต่ำขยายตัวได้ค่อนข้างช้า ลูกค้านาวลาวหรือผู้บริโภคคนลาวมีกำลังซื้อที่ไม่มาก ค่อนข้างจะมีลูกค้าหน้าใหม่เกิดขึ้นน้อย

4) การติดต่อประสานงานของทางภาครัฐและเอกชน ซึ่งผู้ประกอบการเห็นว่า การติดต่อและการรับทราบข่าวสารจากทางภาครัฐไม่ต่อเนื่อง ทำให้ภาคเอกชนขาดแหล่งข้อมูลที่ดีในการส่งออกสินค้า

2.1.2.2 ปัจจัยที่สำคัญในการส่งออกสินค้าในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

1) ระเบียบข้อบังคับ ผู้ประกอบการเห็นว่า ระเบียบข้อบังคับของทั้ง สปป.ลาว เวียดนาม ในเส้นทางสาย R9 เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สามารถทำให้เกิดการขยายตัวของมูลค่าในการส่งออกสินค้า ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารได้มากขึ้น

2) การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจของ สปป.ลาว ในส่ววันนะเขตมีการบริหารจัดการเขตเศรษฐกิจพิเศษ จึงทำให้เกิดการลงทุนและทำให้ชาวลาวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อมูลค่าการค้ามากขึ้นตาม

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากลูกค้าชาวลาวและไทยนิยมที่จะเป็นพันธมิตรในการค้าขายระหว่างกันในระยะยาวจึงมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน จึงไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากนัก

2.2 ข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่ม (GROUP DISCUSSION)

2.2.1 กลุ่มชิปปิ้งหรือตัวแทนส่งออกสินค้า

1) ปัญหาในการส่งออกสินค้า

1.1) ด้านการจัดการ

- มาตรฐานในระบบบริหารจัดการ เป็นการบริหารแบบพื้นฐานทั่วไป
จัดการธุรกิจแบบธุรกิจครอบครัว การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบง่าย

1.2) ด้านการตลาด

- หาตัวแทนจำหน่ายได้ค่อนข้างยาก ชิปปิ้งมีความเห็นว่า ตลาด
สะพานนะเขตมีผู้บริโภคน้อยราย การจะขยายมูลค่าการขาย ต้องอาศัยการเปิดตลาดใหม่ๆ ไม่จำกัด
ที่สะพานนะเขต

1.3) ด้านการเงิน

- ขาดสินเชื่อและดอกเบี้ยเงินกู้ยืมสูง ชิปปิ้งให้ความเห็นว่า มีความ
ต้องการลงทุนเพื่อหาลูกค้าโดยการขอสินเชื่อเพื่อการส่งออกค่อนข้างทำได้ยากต้องใช้เวลาในการ
ขอเพราะเป็นธุรกิจที่เป็นตัวกลาง ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันมากเหมือนธุรกิจทั่วไป กู้ได้ก็ต่อเมื่อมี
คำสั่งซื้อเข้ามาจึงไปขอกู้และชิปปิ้งบางรายทำเรื่องของกู้แต่ไม่สามารถกู้ได้เพราะไม่เข้าหลักเกณฑ์
และเห็นว่าเมื่อกู้แล้วต้องรับภาระในดอกเบี้ยจำนวนหนึ่ง

1.4) ด้านการค้า

- การแข่งขันกับผู้ค้านอกระบบ ชิปปิ้งเห็นว่าผู้ค้านอกระบบยังมีอยู่
จำนวนหนึ่งซึ่งต้นทุนในการส่งออกจะต่ำกว่าผู้ค้าที่ทำตามระบบ โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมและ
การจำกัดโควตาในสินค้าประเภทต่างๆ

1.5) ด้านนโยบายรัฐ

- มีความยุ่งยากทางด้านพิธีการศุลกากร และระบบไร้เอกสารของไทย
เห็นว่าในทางปฏิบัติต้องใช้เอกสารมากกว่าระบบเดิม

1.6) ด้านประเทศคู่ค้า

ระบบการขนส่ง กฎระเบียบของประเทศคู่ค้ายังไม่สมบูรณ์ระบบ
ศุลกากรไม่มีมาตรฐานเดียวกัน เพราะกฎเกณฑ์ ระเบียบที่แตกต่างกันทั้งในระเบียบด้านการขนส่ง
ระบบศุลกากรที่แตกต่างกัน ก็ต้องอาศัยชิปปิ้งในประเทศนั้นๆเป็นผู้ดำเนินการ และทำเรื่องค่านั่งยัง
รองรับการส่งออกได้ไม่ดีนัก

2.2.2 กลุ่มผู้ประกอบการ

1) ปัญหาในการส่งออกสินค้า

1.1) ด้านการจัดการ

- มาตรฐานในระบบบริหารจัดการ เป็นการบริหารแบบพื้นฐานทั่วไป
จัดการธุรกิจแบบธุรกิจครอบครัว การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบง่าย

1.2) ด้านการตลาด

- ตัวแทนการค้ามีน้อย มีความเห็นว่าการหาตัวแทนการค้าใน สปป.ลาว และประเทศอื่นๆมีน้อยโดยเฉพาะ สปป.ลาว มีการจำกัดผู้ทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออก ทำให้ไม่สามารถขยายตลาดได้มาก จึงต้องอาศัยการขยายตัวทางการบริโภคหรือความต้องการของสินค้าคู่ค้าเดิม

- ขาดการโฆษณาสินค้าโดยตรงในประเทศกลุ่มเป้าหมาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความยุ่งยากทางด้านกฎหมายแต่สินค้าทั่วไปของไทยไม่จำเป็นในการทำการโฆษณาทั้งในเวียดนามและลาว จึงส่งผลให้สินค้าใหม่ไม่สามารถเข้าไปตีตลาดได้อย่างเต็มที่

- ไม่มีฐานข้อมูลและพฤติกรรมด้านการตลาดในการส่งออกสินค้าของประเทศกลุ่มเป้าหมาย ขาดการทำวิจัยและสำรวจในกลุ่มประเทศเป้าหมาย จึงยากต่อการเข้าใจในความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคชาวต่างชาติ

1.3) ด้านการเงิน

- ขาดสภาพคล่องจากระบบการชำระเงิน การขายสินค้ามีการให้เครดิตตัวแทนจำหน่ายหรือผู้นำเข้าของ สปป.ลาว มีการกำหนดระยะเวลาในการให้เครดิตต่อผู้นำเข้า สปป.ลาว

1.4) ด้านการค้า

- มีต้นทุนในการขนส่งสูง เนื่องจากน้ำมันปรับราคาขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีเวลาเดินทางขนส่งและรอคอยนาน ผู้ประกอบการส่วนมากต้องนำสินค้าจากส่วนกลางของประเทศมาขายในลักษณะของคนกลาง จึงทำให้มีปัญหาอย่างมากในต้นทุนค่าขนส่งที่ทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นตาม

- คู่แข่งขันจากทางจีนและเวียดนามมีบทบาทมากขึ้น จีนและเวียดนามมีสินค้าส่งออกมายัง สปป. ลาวมากขึ้น เนื่องจากมีข้อดีที่ต้นทุนสินค้าต่ำความต้องการจึงสูง

1.5) ด้านนโยบายรัฐ

- มีความยุ่งยากทางด้านพิธีการศุลกากร ผู้ประกอบการเห็นว่าระบบของศุลกากรมีการปรับปรุงอยู่เสมอ มีความยุ่งยากในระยะแรก เนื่องจากต้องปรับตัวให้ทัน

-การส่งเสริมการส่งออก มีความต้องการกระจายสินค้าไปยังเวียดนามเหนือได้แต่ยังขาดความเชี่ยวชาญและขาดการส่งเสริมการส่งออกในเส้นทางนี้ยังเป็นรูปธรรม

-ขาดการประสานงานจากทางภาครัฐ ผู้ค้าบางรายไม่ได้รับการติดต่อหรือติดต่อจากทางภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการจึงทำให้เสียโอกาสในการรับรู้ข่าวสารทางภาครัฐ

1.6) ด้านประเทศคู่ค้า

-ระบบการขนส่ง กฎระเบียบของประเทศคู่ค้ายังไม่สมบูรณ์ ระบบขนส่งของประเทศคู่ค้า มีการผูกขาดในธุรกิจขนส่ง ระบบศุลกากร ไม่มีมาตรฐานเดียวกันเจ้าหน้าที่ลาวเลือกปฏิบัติ กฎหมายทางด้านการค้าของประเทศที่ผ่านเส้นทางสาย R9 เป็นประเทศปกครองแบบคอมมิวนิสต์ จึงส่งผลกระทบต่อพัฒนาการระบบการค้าระหว่างประเทศ

2.2.3 ปัจจัยสำคัญในการส่งออกสินค้า

ผู้ประกอบการส่งออกได้แก่ ชิปปิ้งหรือตัวแทนส่งออก และผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยสำคัญในการส่งออกผ่านเขตชายแดนไทย-ลาวใน พื้นที่จังหวัดมุกดาหาร โดยมีวิธีการให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการส่งออกสินค้าแล้วแต่กลุ่ม ให้เลือกปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาการส่งออกสินค้าแล้วให้ตัวแทนกลุ่มให้คะแนนถ่วงน้ำหนักในปัจจัยต่างๆที่ได้กล่าวถึง เรียงลำดับได้ดังนี้

1.) การขนส่ง เป็นเรื่องที่สำคัญมากในการค้าชายแดน สืบเนื่องจากการผลิตอยู่ส่วนกลางจึงมีต้นทุนทางด้านขนส่งสูง อีกทั้งเส้นทางการคมนาคมบางส่วนไม่มีความสมบูรณ์อาทิเช่น ถนนบางช่วงยังเป็นสองช่องจราจรแต่มีการจราจรคับคั่ง รถบรรทุกสินค้าวิ่งได้ช้า เมื่อมาถึงด่านก็ต้องรอตรวจตามพิธีการทางศุลกากร ต้องใช้เวลาในการรอข้ามแดนนาน สภาพเส้นทางการคมนาคมขนส่งภายในประเทศสปป.ลาวยังไม่ดี ทำให้การขนส่งสินค้าต้องใช้เวลาและสินค้า ได้รับความเสียหาย ประกอบกับระบบขนส่งสินค้ายังไม่ดีพอ และขาดแคลนระบบรถขนส่งที่มีมาตรฐานทำให้การขนส่งสินค้าไม่ทั่วถึง ประเทศเวียดนามมีการจำกัดความเร็วและการจราจรคับคั่ง การขนส่งและต้นทุนการขนส่งจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจส่งออก

2.) การตลาด เนื่องจากลาวเป็นตลาดขนาดเล็ก อำนาจในการซื้อสินค้ามีไม่มากนักช่วงหลังตลาดเริ่มมีความอึมครึมต้องอาศัยความเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศลาว การส่งออกไปยังประเทศที่สามก็ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาและความชำนาญการส่งออกในพื้นที่ในการหาตัวแทนหรือช่องทางการจัดจำหน่ายหรือคู่ค้าในการเปิดตลาดใหม่ๆ ก็จะสามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้

3.) ด้านการเงิน ผู้ส่งออกเห็นว่าการเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการเป็นตัวกลางในการส่งออก ธุรกิจส่งออกต้องมีสภาพคล่องจึงจะสามารถดำเนินงานได้ ต้องให้เครดิตกับคู่ค้า

4.) กฎหมายและนโยบายของภาครัฐ กฎหมายและนโยบายการส่งออกมีความสำคัญมากรวมทั้งกฎหมายระหว่างประเทศที่ทางการไทยควรให้ความสำคัญในการออกกฎหมายและนโยบายให้ทันต่อปัจจุบัน ส่งเสริมการส่งออกอย่างจริงจังให้เป็นรูปธรรม

5.) สังคมและวัฒนธรรม ผู้บริโภคชาวลาวและชาวเวียดนามมีความนิยมในสินค้าไทยเป็นพิเศษ ผู้ส่งออกเห็นว่า เนื่องจากมีมาตรฐานที่ปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือมายาวนานมีความคล้ายคลึงในด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม ลักษณะนิสัย ที่คล้ายคลึงกัน จึงมีค่านิยมในการใช้สินค้าที่ใกล้เคียงกัน

2.3 ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

2.3.1 สภาพปัญหาในการส่งออกสินค้า

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร ได้แก่ ปัญหาภายในองค์กร ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการเงิน และ ปัญหาภายนอกองค์กร ด้านการค้า ด้านนโยบายรัฐ ด้านประเทศคู่ค้า ดังนี้



ตารางที่ 21 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านการจัดการ

ปัญหาทางด้านการจัดการ	ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
1.การบริหารงานภายในที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ	จำนวน (ร้อยละ)	7 (16.7)	17 (40.5)	16 (38.1)	1 (2.4)	1 (2.4)	2.33	0.874	น้อย
2.การบริหารงานที่ไม่มีโครงสร้างองค์กร	จำนวน (ร้อยละ)	4 (9.5)	22 (52.4)	13 (31)	3 (7.1)	0 (0)	2.36	0.759	น้อย
3.การวางแผนในการบริหาร	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	24 (57.1)	8 (19)	7 (16.7)	0 (0)	2.45	0.861	น้อย
4.การบังคับบัญชาภายในองค์กร	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	24 (57.1)	7 (16.7)	1 (2.4)	2 (4.8)	2.17	0.935	น้อย
5.การประสานงานภายในองค์กร	จำนวน (ร้อยละ)	4 (9.5)	25 (59.5)	10 (23.8)	2 (4.8)	1 (2.4)	2.31	0.811	น้อย

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านการจัดการ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการจัดการ ดังนี้ การวางแผนในการบริหาร มีค่าเฉลี่ย 2.45 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.861 การบริหารงานที่ไม่มีโครงสร้างองค์กร มีค่าเฉลี่ย 2.36 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.759 การบริหารงานภายในที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.33 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.874 การประสานงานภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 2.31 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.811 และ การบังคับบัญชาภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 2.17 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.935 ซึ่งทั้งหมดมีความเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าน้อย แสดงว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ความเห็นที่แตกต่างกันน้อย

ตารางที่ 22 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหา
ภายในองค์กร ด้านการตลาด

ปัญหาทางการตลาด	ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ขาดความรู้ด้านการตลาดในการส่งออกสินค้า จำนวนขาดข้อมูลด้านการตลาด (ร้อยละ) ในการส่งออกสินค้า	6 (14.3)	15 (35.7)	17 (40.5)	4 (9.5)	0 (0)	2.45	0.861	น้อย
2.ขาดข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกน้อย	5 (11.9)	14 (33.3)	17 (40.5)	6 (14.3)	0 (0)	2.57	0.887	ปานกลาง
3.ขาดข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค	1 (2.4)	19 (45.2)	16 (38.1)	4 (9.5)	2 (4.8)	2.69	0.869	ปานกลาง
4.ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกน้อย	3 (7.1)	22 (52.4)	13 (31)	4 (9.5)	0 (0)	2.43	0.770	น้อย
5.คุณภาพของสินค้า	8 (19)	19 (45.2)	10 (23.8)	5 (11.9)	0 (0)	2.29	0.918	น้อย
6.ช่องทางในการจัดจำหน่าย	2 (4.8)	19 (45.2)	12 (28.6)	7 (16.7)	2 (4.8)	2.71	0.970	ปานกลาง
7.การโฆษณาสินค้า	4 (9.5)	17 (40.5)	19 (45.2)	1 (2.4)	1 (2.4)	2.48	0.804	น้อย

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านการตลาด พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพ

ปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับ ดังนี้ ช่องทางในการจัดจำหน่าย มี

ค่าเฉลี่ย 2.71 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.970 ขาดข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค

มีค่าเฉลี่ย 2.69 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.869 ขาดข้อมูลด้านการตลาดในการส่งออกสินค้า มี

ค่าเฉลี่ย 2.57 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.887

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการตลาดอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงลำดับ ดังนี้ การโฆษณาสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.48 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.804

ขาดความรู้ด้านการตลาดในการส่งออกสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.45 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.861

ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.43 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.770 คุณภาพของสินค้า มี

ค่าเฉลี่ย 2.29 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.918 ซึ่งทั้งหมดมีความเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าน้อย

แสดงว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ความเห็นที่แตกต่างกันน้อย

ตารางที่ 23 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านทรัพยากรมนุษย์

ปัญหาทางด้านทรัพยากรมนุษย์	ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ	จำนวน (ร้อยละ)	5 (11.9)	23 (54.8)	13 (31)	1 (2.4)	0 (0)	2.24 0.692	น้อย
2.ขาดแคลนแรงงาน	จำนวน (ร้อยละ)	12 (28.6)	22 (52.4)	8 (19)	0 (0)	0 (0)	1.9 0.692	น้อย
3.การบริหารค่าตอบแทน	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	27 (64.3)	11 (26.2)	2 (4.8)	0 (0)	2.31 0.643	น้อย
4.การบริหารแรงงาน สัมพันธ์	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	23 (54.8)	13 (31)	1 (2.4)	2 (4.8)	2.43 0.859	น้อย

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านทรัพยากรมนุษย์เฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ การบริหารแรงงานสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.43 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.859 การบริหารค่าตอบแทน มีค่าเฉลี่ย 2.31 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.643 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 2.24 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.692 และ ขาดแคลนแรงงาน มีค่าเฉลี่ย 1.90 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.692

ตารางที่ 24 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านการผลิต

ปัญหาทางด้านการผลิต		ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. วัตถุดิบไม่มีคุณภาพ	จำนวน (ร้อยละ)	12 (28.6)	23 (54.8)	4 (16.7)	0 (0)	0 (0)	1.88	0.670	น้อย
2. ขาดแคลนวัตถุดิบ/ ผลผลิตไม่แน่นอน	จำนวน (ร้อยละ)	9 (21.4)	24 (57.1)	7 (16.7)	2 (4.8)	0 (0)	2.05	0.764	น้อย
3. ขาดการวางแผนในการ ผลิต	จำนวน (ร้อยละ)	11 (26.2)	20 (47.6)	10 (23.8)	1 (2.4)	0 (0)	2.02	0.780	น้อย
4. กระบวนการยังไม่เป็น มาตรฐานสากล	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	20 (47.6)	11 (26.2)	3 (7.1)	0 (0)	2.21	0.842	น้อย
5. กำลังการผลิตต่ำ ไม่ เพียงพอต่อการส่งออก	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	21 (50)	7 (16.7)	4 (9.5)	2 (4.8)	2.31	1.047	น้อย
6. ยังไม่มีมาตรฐานในการ เก็บสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	20 (47.6)	8 (19)	6 (14.3)	0 (0)	2.29	0.944	น้อย

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านการผลิต พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการผลิตอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ กำล้างการผลิตต่ำไม่เพียงพอต่อการส่งออก มีค่าเฉลี่ย 2.31 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.047 ยังไม่มีมาตรฐานในการเก็บสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.29 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.944 กระบวนการยังไม่เป็นมาตรฐานสากล มีค่าเฉลี่ย 2.21 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.842 ขาดแคลนวัตถุดิบและผลผลิตไม่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 2.05 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.764 ขาดการวางแผนในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 2.02 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.780 วัตถุดิบไม่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 1.88 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.670

ตารางที่ 25 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านการเงิน

ปัญหาทางการเงิน		ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน	จำนวน (ร้อยละ)	7 (16.7)	5 (11.9)	19 (45.2)	7 (16.7)	4 (9.5)	2.90	1.165	ปานกลาง
2.ขาดแคลนสินเชื่อ	จำนวน (ร้อยละ)	7 (16.7)	2 (4.8)	18 (42.9)	12 (28.6)	3 (7.1)	3.05	1.147	ปานกลาง
3.ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	15 (35.7)	14 (33.3)	3 (7.1)	2 (4.8)	2.43	1.039	น้อย
4.หนี้สูญ	จำนวน (ร้อยละ)	4 (9.5)	24 (57.1)	12 (28.6)	2 (4.8)	0 (0)	2.29	0.708	น้อย
5.อัตราแลกเปลี่ยนไม่แน่นอน	จำนวน (ร้อยละ)	5 (11.9)	18 (42.9)	14 (33.3)	4 (9.5)	1 (2.4)	2.48	0.917	น้อย
6.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง	จำนวน (ร้อยละ)	5 (11.9)	10 (23.8)	19 (45.2)	4 (9.5)	4 (9.5)	2.81	1.087	ปานกลาง
7.ความสามารถในการชำระเงินกู้ของผู้ส่งออก	จำนวน (ร้อยละ)	6 (14.3)	20 (47.6)	13 (31)	1 (2.4)	2 (4.8)	2.36	0.932	น้อย
8.การให้บริการธนาคารกับลูกค้าไม่ค่อยสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)	10 (23.8)	20 (47.6)	9 (21.4)	3 (7.1)	0 (0)	2.12	0.861	น้อย

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านการเงิน พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการเงินเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามระดับของปัญหาดังนี้ ขาดแคลนสินเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.05 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.147 ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน มีค่าเฉลี่ย 2.90 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.165 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง มีค่าเฉลี่ย 2.81 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.087

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการเงินเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยเรียงตามระดับของปัญหาดังนี้ อัตราแลกเปลี่ยนไม่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 2.48 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.917 ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ มีค่าเฉลี่ย 2.43 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.039 ความสามารถในการชำระเงินกู้ของผู้ส่งออก มีค่าเฉลี่ย 2.36 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.932 หนี้สูญมีค่าเฉลี่ย 2.29 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.708 การให้บริการธนาคารกับลูกค้าไม่ค่อยสะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.12 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.861

ตารางที่ 26 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านการค้า

ปัญหาทางด้านการค้า		ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.สินค้าไม่ได้มาตรฐาน	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	27 (64.3)	7 (16.7)	0 (0)	0 (0)	1.98	0.604	น้อย
2.ต้นทุนสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	11 (26.2)	22 (52.4)	5 (11.9)	3 (7.1)	2.95	0.882	ปานกลาง
3.มีคู่แข่งมากราย	จำนวน (ร้อยละ)	0 (0)	8 (19)	11 (26.2)	17 (40.5)	6 (14.3)	3.50	0.969	มาก
4.การแข่งขันกับผู้ค้าในระบบ	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	8 (19)	20 (47.6)	8 (19)	5 (11.9)	3.19	0.969	ปานกลาง
5.อำนาจการซื้อของประชาชนในสปป.ลาว ต่ำ	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	6 (14.3)	24 (57.1)	8 (19)	3 (7.1)	3.14	0.843	ปานกลาง
6.ค่าขนส่งแพง	จำนวน (ร้อยละ)	0 (0)	4 (9.5)	18 (42.9)	14 (33.3)	6 (14.3)	3.52	0.862	มาก

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านการค้า พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการค้าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามระดับของปัญหาดังนี้ ค่าขนส่งแพง มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.862 มีคู่แข่งมากมาย มีค่าเฉลี่ย 3.50 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.969

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการค้าที่เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามระดับของปัญหาดังนี้ การแข่งขันกับผู้ค้าในระบบ มีค่าเฉลี่ย 3.19 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.969 อำนาจการซื้อของประชาชนใน สปป.ลาว ต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.843 ต้นทุนสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 2.95 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.882

ปัญหาด้านการค้าที่เฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ สินค้าไม่ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 1.98 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.604

ตารางที่ 27 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านนโยบายรัฐ

ปัญหาทางด้านนโยบายรัฐ		ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ความยุ่งยากซับซ้อนของกฎระเบียบต่างๆ	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	7 (16.7)	21 (50)	12 (28.6)	1 (2.4)	3.12	0.803	ปานกลาง
2.ขั้นตอนด้านศุลกากรยุ่งยากและล่าช้า	จำนวน (ร้อยละ)	4 (9.5)	10 (23.8)	20 (47.6)	7 (16.7)	1 (2.4)	2.79	0.925	ปานกลาง
3.ขั้นตอนการส่งออกสินค้ายุ่งยาก	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	11 (26.2)	19 (45.2)	7 (16.7)	2 (4.8)	2.86	0.952	ปานกลาง
4.อัตราภาษี/ค่าธรรมเนียมสินค้าผ่านด่านศุลกากรสูงเกินไป	จำนวน (ร้อยละ)	4 (9.5)	18 (42.9)	17 (40.5)	2 (4.8)	1 (2.4)	2.48	0.833	น้อย
5.การคืนภาษีส่งออกล่าช้า	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	15 (35.7)	17 (40.5)	7 (16.7)	1 (2.4)	2.76	0.878	ปานกลาง
6.รัฐบาลไทยขาดงานประสานงานกันกับ สปป.ลาว	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	6 (14.3)	22 (52.4)	8 (19)	3 (7.1)	3.05	0.962	ปานกลาง
7.เจ้าหน้าที่ชายแดนกับส่วนกลางไม่ประสานงานกัน	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	5 (11.9)	23 (54.8)	10 (23.8)	1 (2.4)	3.02	0.869	ปานกลาง
8.ช่องทางในการส่งออกยังน้อยเกินไป	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	5 (11.9)	20 (47.6)	14 (33.3)	0 (0)	3.07	0.867	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านนโยบายรัฐ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านนโยบายรัฐเฉลี่ยอยู่ในปานกลาง โดยเรียงตามระดับของปัญหาดังนี้ ความยุ่งยากซับซ้อนของกฎระเบียบต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.12 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.803 ช่องทางในการส่งออกยังน้อยเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.07 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.867 รัฐบาลไทยขาดงานประสานงานกันกับสปป.ลาว มีค่าเฉลี่ย 3.05 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.962 เจ้าหน้าที่ชายแดนกับส่วนกลางไม่ประสานงานกัน มีค่าเฉลี่ย 3.02 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.869 ขั้นตอนการส่งออกสินค้ายุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 2.86 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.952 ขั้นตอนด้านศุลกากรยุ่งยากและล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.79 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.925 การคืนภาษีส่งออกล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 2.76 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.878

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหาด้านการค้ำที่เฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ อัตราภาษี/ค่าธรรมเนียมสินค้าผ่านด่านศุลกากรสูงเกินไปมีค่าเฉลี่ย 2.48 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.833

ตารางที่ 28 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัญหาภายในองค์กร ด้านประเทศคู่ค้า

ปัญหาทางด้านประเทศคู่ค้า		ระดับของสภาพปัญหา					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.การผูกขาดธุรกิจรับ ขนส่งสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	11 (26.2)	23 (54.8)	4 (9.5)	1 (2.4)	2.74	0.828	ปาน กลาง
2.มาตรการกีดกันทาง การค้า	จำนวน (ร้อยละ)	0 (0)	10 (23.8)	14 (33.3)	14 (33.3)	4 (9.5)	3.29	0.944	ปาน กลาง
3.ระบบขนส่งของ สปป. ลาว	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	8 (19)	16 (38.1)	13 (31)	3 (7.1)	3.17	0.986	ปาน กลาง
4.การขยายตัวเศรษฐกิจ ของ สปป.ลาว	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	6 (14.3)	18 (42.9)	12 (28.6)	4 (9.5)	3.24	0.983	ปาน กลาง
5.ความต้องการของลูกค้า ในประเทศคู่ค้าเริ่ม เปลี่ยนแปลง	จำนวน (ร้อยละ)	5 (11.9)	13 (31)	15 (35.7)	9 (21.4)	0 (0)	2.67	0.954	ปาน กลาง
6.กฎระเบียบที่เคร่งครัด ของ สปป.ลาว	จำนวน (ร้อยละ)	0 (0)	8 (19)	12 (28.6)	17 (40.5)	5 (11.9)	3.45	0.942	ปาน กลาง
7.ความไว้วางใจระหว่าง กัน	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	12 (28.6)	12 (28.6)	16 (38.1)	0 (0)	3.00	0.937	ปาน กลาง

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ระดับสภาพปัญหา ด้านประเทศคู่ค้า พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับของสภาพปัญหา ด้านประเทศคู่ค้า เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามระดับของปัญหาดังนี้ กฎระเบียบที่เคร่งครัดของ สปป.ลาว มีค่าเฉลี่ย 3.45 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.942 มาตรการกีดกันทางการค้า มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.29 การขยายตัวเศรษฐกิจของ สปป.ลาว มีค่าเฉลี่ย 3.24 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.983 ระบบขนส่งของ สปป.ลาว มีค่าเฉลี่ย 3.17 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.986 ความไว้วางใจระหว่างกัน มีค่าเฉลี่ย 3.00 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.937 การผูกขาดธุรกิจรับขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.74 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.828 ความต้องการของลูกค้าในประเทศคู่ค้าเริ่มเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ย 2.67 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.954

2.3.2 ปัจจัยสำคัญในการส่งออกสินค้า

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการส่งออกของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร ปัจจัยภายในองค์กรประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ กฎหมาย นโยบายและการเมือง เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม ได้แสดงดังนี้



ตารางที่ 29 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ ภายในองค์กร ด้านการจัดการ

ปัจจัยสำคัญด้านการจัดการ		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.การพัฒนาวางแผนองค์กร	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	6 (14.3)	21 (50)	8 (19)	5 (11.9)	3.19	0.994	ปานกลาง
2.การวางอำนาจหน้าที่	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	14 (33.3)	18 (42.9)	6 (14.3)	1 (2.4)	2.71	0.891	ปานกลาง
3.การบังคับบัญชา	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	8 (19.0)	25 (59.5)	6 (14.3)	1 (2.4)	2.90	0.790	ปานกลาง
4.การประสานงาน	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	6 (14.3)	23 (54.8)	5 (11.9)	7 (16.7)	3.26	0.989	ปานกลาง
5.การควบคุมงานส่วนต่างๆ	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	9 (21.4)	16 (38.1)	14 (33.3)	1 (2.4)	3.07	0.921	ปานกลาง
6.ระบบคำสั่งซื้อ-ขาย	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	6 (14.3)	21 (50)	12 (28.6)	2 (4.8)	3.19	0.833	ปานกลาง

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ทางด้านการจัดการ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญ ทางด้านการจัดการ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามระดับของปัจจัยดังนี้ การประสานงาน มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.989 การพัฒนาวางแผนองค์กร และ ระบบคำสั่งซื้อ-ขาย มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 3.19 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.994 และ 0.833 การควบคุมงานส่วนต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.07 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.921 การบังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ย 2.90 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.790 การวางอำนาจหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 2.71 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.891

ตารางที่ 30 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ ภายในองค์กร ด้านการตลาด

ปัจจัยสำคัญด้านการตลาด		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ความรู้ในด้านการตลาด	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	7 (16.7)	17 (40.5)	15 (35.7)	1 (2.4)	3.14	0.899	ปานกลาง
2.ข้อมูลทางด้านการตลาด	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	9 (21.4)	15 (35.7)	11 (26.2)	5 (11.9)	3.19	1.065	ปานกลาง
3.ความหลากหลายของสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	9 (21.4)	9 (21.4)	22 (52.4)	0 (0)	3.21	0.951	ปานกลาง
4.คุณภาพของผลิตภัณฑ์	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	8 (19)	23 (54.8)	6 (14.3)	3 (7.1)	3.00	0.911	ปานกลาง
5.ช่องทางในการจัดจำหน่าย	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	5 (11.9)	12 (28.6)	17 (40.5)	7 (16.7)	3.57	0.991	มาก
6.ตัวแทนการจัดจำหน่าย	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	6 (14.3)	12 (28.6)	18 (42.9)	5 (11.9)	3.48	0.969	ปานกลาง
7.การโฆษณาประชาสัมพันธ์	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	11 (26.2)	18 (42.9)	8 (19)	4 (9.5)	3.07	0.973	ปานกลาง
8.ราคาของสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	6 (14.3)	18 (42.9)	14 (33.3)	3 (7.1)	3.29	0.891	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ทางด้านการตลาด พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญ ทางด้านการตลาด เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ช่องทางในการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.991

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านการตลาด เฉลี่ยอยู่ใน ระดับปานกลาง มีดังนี้ ตัวแทนการจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.969 ราคาของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.891 ความหลากหลาย ของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.951 ข้อมูลทางด้านการตลาด มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.065 ความรู้ในด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.899 การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 มีค่า เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.973 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 มีค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.911

ตารางที่ 31 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ
ภายในองค์กร ด้านทรัพยากรมนุษย์

ปัจจัยสำคัญด้านทรัพยากรมนุษย์		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	6 (14.3)	22 (52.4)	7 (16.7)	5 (11.9)	3.17	0.986	ปานกลาง
2.แรงงาน	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	12 (28.6)	19 (45.2)	6 (14.3)	3 (7.1)	2.90	0.958	ปานกลาง
3.การบริหารค่าตอบแทน	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	14 (33.3)	17 (40.5)	6 (14.3)	4 (9.5)	2.95	0.987	ปานกลาง
4.การพัฒนาบุคลากร	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	12 (28.6)	18 (42.9)	9 (21.4)	2 (4.8)	2.98	0.897	ปานกลาง
5.การสรรหาบุคลากร	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	12 (28.6)	16 (38.1)	11 (26.2)	2 (4.8)	3.02	0.924	ปานกลาง
6.การคัดเลือกบุคลากร	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	12 (28.6)	19 (45.2)	7 (16.7)	3 (7.1)	2.98	0.924	ปานกลาง
7.การบริหารแรงงานสัมพันธ์	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	15 (35.7)	16 (38.1)	9 (21.4)	1 (2.4)	2.86	0.872	ปานกลาง

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านทรัพยากรมนุษย์พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านทรัพยากรมนุษย์ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 3.17 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.986 การสรรหาบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.02 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.924 การพัฒนาบุคลากร และ การคัดเลือกบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.98 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.897 และ 0.924 การบริหารค่าตอบแทน มีค่าเฉลี่ย

2.95 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.987 แรงงาน มีค่าเฉลี่ย 2.90 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.958 การบริหารแรงงานสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.86 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.872

ตารางที่ 32 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ ภายในองค์กร ด้านการผลิต

ปัจจัยสำคัญด้านการผลิต		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.คุณภาพของสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	8 (19)	18 (42.9)	11 (26.2)	4 (9.5)	3.21	0.951	ปานกลาง
2.กระบวนการผลิตสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	15 (35.7)	11 (26.2)	13 (31)	1 (2.4)	2.90	0.983	ปานกลาง
3.ความเร็วในการส่งสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	3 (7.1)	21 (50)	10 (23.8)	6 (14.3)	3.36	0.983	ปานกลาง
4.การขนส่งสินค้า	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	5 (11.9)	11 (26.2)	18 (42.9)	7 (16.7)	3.60	0.989	มาก

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านการผลิต พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านการผลิต เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.989

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านการผลิต เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ความเร็วในการส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.983 คุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.21 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.951 กระบวนการผลิตสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.90 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.983

ตารางที่ 33 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ
ภายในองค์กร ด้านการเงิน

ปัจจัยสำคัญด้านการเงิน		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.การพยากรณ์และการวางแผนทางการเงิน	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	1 (2.4)	13 (31)	18 (42.9)	8 (19)	3.69	0.975	มาก
2.การตัดสินใจลงทุนและจัดหาเงินทุน	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	10 (23.8)	16 (38.1)	7 (16.7)	8 (19)	3.26	1.106	ปานกลาง
3.ตัวแทนการเงิน เช่น ธนาคารในประเทศคู่ค้า	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	10 (23.8)	17 (40.5)	10 (23.8)	4 (9.5)	3.14	0.977	ปานกลาง
4.การบริหารความเสี่ยง	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	13 (31)	11 (26.2)	13 (31)	2 (4.8)	2.95	1.058	ปานกลาง
5.การดูแลและควบคุมบัญชีต่างๆ	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	4 (9.5)	19 (45.2)	13 (31)	5 (11.9)	3.40	0.912	ปานกลาง

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านการเงิน พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านการเงิน เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การพยากรณ์และการวางแผนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.975

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านการเงิน เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีดังนี้ การดูแลและควบคุมบัญชีต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.40 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.912 การตัดสินใจลงทุนและจัดหาเงินทุน มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.106 ตัวแทนการเงิน เช่น ธนาคารในประเทศคู่ค้า มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.977 การบริหารความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ย 2.95 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.058

ตารางที่ 34 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ
ภายนอกองค์กร ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยสำคัญด้านเศรษฐกิจ		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.การขยายตัวทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	0 (0)	20 (47.6)	15 (35.7)	6 (14.3)	3.60	0.828	มาก
2.อัตราแลกเปลี่ยน	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	18 (42.9)	15 (35.7)	4 (9.5)	3 (7.1)	2.71	0.970	ปานกลาง
3.อัตราเงินเฟ้อ	จำนวน (ร้อยละ)	6 (14.3)	20 (47.6)	9 (21.4)	6 (14.3)	1 (2.4)	2.43	0.991	น้อย
4.ภาวะการว่างงาน	จำนวน (ร้อยละ)	8 (19)	18 (42.9)	11 (26.2)	4 (9.5)	1 (2.4)	2.33	0.979	น้อย
5.การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ	จำนวน (ร้อยละ)	5 (11.9)	6 (14.3)	20 (47.6)	11 (26.2)	0 (0)	2.88	0.942	ปานกลาง

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านเศรษฐกิจ พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของสปป.ลาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.828

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีดังนี้ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 2.88 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.942 อัตราแลกเปลี่ยน มีค่าเฉลี่ย 2.71 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.970

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ เฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย มีดังนี้ อัตราเงินเฟ้อ มีค่าเฉลี่ย 2.43 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.991 ภาวะการว่างงาน มีค่าเฉลี่ย 2.33 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.979

ตารางที่ 35 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ ภายนอกองค์กร ด้านกฎหมาย นโยบายและการเมือง

ปัจจัยสำคัญด้านกฎหมาย นโยบาย และการเมือง		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ความมั่นคงทางการเมืองของประเทศคู่ค้า	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	5 (11.9)	22 (52.4)	11 (26.2)	3 (7.1)	3.24	0.850	ปานกลาง
2.ความมั่นคงทางการเมืองในประเทศผู้ประกอบการ	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	3 (7.1)	21 (50)	8 (19)	8 (19)	3.40	1.037	ปานกลาง
3.ระเบียบที่กีดกันทางการค้าหรือข้อจำกัดทางการค้า	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	1 (2.4)	17 (40.5)	20 (47.6)	1 (2.4)	3.36	0.879	ปานกลาง
4.นโยบายระดับรัฐ	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	5 (11.9)	23 (54.8)	12 (28.6)	1 (2.4)	3.17	0.762	ปานกลาง
5.นโยบายระดับท้องถิ่น	จำนวน (ร้อยละ)	4 (9.5)	13 (31)	16 (38.1)	8 (19)	1 (2.4)	2.74	0.964	ปานกลาง

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านกฎหมาย นโยบายและการเมือง พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านกฎหมาย นโยบายและการเมือง เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีดังนี้ ความมั่นคงทางการเมืองในประเทศผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ย 3.40 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.037 ระเบียบที่กีดกันทางการค้าหรือข้อจำกัดทางการค้า มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.879 ความมั่นคงทางการเมืองของประเทศคู่ค้า มีค่าเฉลี่ย 3.24 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.850 นโยบายระดับรัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.17 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.762 นโยบายระดับท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 2.74 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.964

ตารางที่ 36 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ
ภายนอกองค์กร ด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยสำคัญด้านเทคโนโลยี		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.เทคโนโลยีในการผลิต	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	14 (33.3)	18 (42.9)	5 (11.9)	3 (7.1)	2.83	0.961	ปานกลาง
2.เทคโนโลยีในงาน บริหารจัดการ	จำนวน (ร้อยละ)	2 (4.8)	8 (19)	19 (45.2)	11 (26.2)	2 (4.8)	3.07	0.921	ปานกลาง
3.การเปลี่ยนแปลงของ เทคโนโลยี	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	16 (38.1)	16 (38.1)	7 (16.7)	2 (4.8)	2.83	0.908	ปานกลาง
4.บุคลากรที่มี ความสามารถในด้าน เทคโนโลยี	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	15 (35.7)	17 (40.5)	6 (14.3)	1 (2.4)	2.69	0.897	ปานกลาง

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านเทคโนโลยี พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านเทคโนโลยี เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีดังนี้ เทคโนโลยีในงานบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย 3.07 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.921 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและเทคโนโลยีในการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.83 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.908 และ 0.961 และ 4.บุคลากรที่มีความสามารถในด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 2.69 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.897

ตารางที่ 37 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบน (S.D.) และระดับของปัจจัยสำคัญ ภายนอกองค์กร ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยสำคัญด้านสังคมและวัฒนธรรม		ระดับของปัจจัยสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.ความคล้อยคลึงทางภาษา	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	7 (16.7)	21 (50)	8 (19)	3 (7.1)	3.02	0.975	ปานกลาง
2.ความคล้อยคลึงทางด้านวัฒนธรรม	จำนวน (ร้อยละ)	3 (7.1)	7 (16.7)	17 (40.5)	13 (31)	2 (4.8)	3.10	0.683	ปานกลาง
3.ศาสนา	จำนวน (ร้อยละ)	10 (23.8)	15 (35.7)	12 (28.6)	5 (11.9)	0 (0)	2.29	0.970	น้อย
4.ค่านิยมในสินค้าไทย	จำนวน (ร้อยละ)	1 (2.4)	6 (14.3)	11 (26.2)	18 (42.9)	6 (14.3)	3.52	0.994	มาก

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยสำคัญ ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้านสังคมและวัฒนธรรม เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ค่านิยมในสินค้าไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.994

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้าน สังคมและวัฒนธรรม เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีดังนี้.ความคล้อยคลึงทางด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.10 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.683 ความคล้อยคลึงทางภาษา มีค่าเฉลี่ย 3.02 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.975

ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้ระดับปัจจัยสำคัญทางด้าน สังคมและวัฒนธรรม เฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ศาสนา มีค่าเฉลี่ย 2.29 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.970

3. แนวทางในการพัฒนาการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่ จังหวัด มุกดาหาร

3.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐและเอกชน (In-Dept Interview)

3.1.1 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ

เนื่องจากแหล่งกำเนิดในการผลิตไม่อยู่ในบริเวณพรมแดนเนื่องจากโรงงานอยู่บริเวณส่วนกลาง โรงงานที่อยู่ในบริเวณภูมิภาคนี้มีน้อยมาก ส่วนใหญ่แล้วผู้ส่งออกในบริเวณจังหวัดมุกดาหารนี้เป็นตัวกลางหรือตัวแทนในการส่งออกสินค้า ด้านการผลิตทางจังหวัดมุกดาหารมีน้อยมาก ศักยภาพในการส่งออกจึงน้อยประโยชน์จึงอยู่ที่ส่วนกลาง ดังนั้นกระบวนการในการพัฒนาในบริเวณพื้นที่จังหวัดมุกดาหารที่จะเป็นแหล่งขายของสินค้าไม่ใช่แหล่งผลิตของสินค้า จังหวัดมุกดาหารมีสินค้าทางการเกษตรมากพอสมควรดังนั้นจังหวัดมุกดาหารจึงควรส่งเสริมให้มีการต่อยอดสินค้าทางการเกษตร เช่น ประเทศจีนและเวียดนามต้องการน้ำยางพาราเป็นจำนวนมากเพื่อนำไปผลิตเป็นยางรถ ซึ่งความต้องการน้ำยางจากประเทศไทยสูงขึ้นเป็นอย่างมากดังนั้นควรมีอุตสาหกรรมยางในบริเวณแถบจังหวัดมุกดาหารนี้ และบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรอยู่มากควรต่อยอดเป็นอุตสาหกรรมทางการเกษตร เป็นต้น แนวทางในการพัฒนาการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาวในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร ปัจจุบันพื้นที่จังหวัดมุกดาหารได้ให้งบประมาณแก่พาณิชย์จังหวัดมาทำการตลาดโดยการแสดงสินค้า ซึ่งประมาณปี 53 มีงบประมาณจังหวัดให้พาณิชย์จังหวัดในการขยายตลาดอินโดจีน เช่นจีนตอนใต้ เวียดนามตอนกลาง และเวียดนามตอนบน ซึ่งเป็นการขยายตลาดที่กล่าวมาข้างต้นให้ได้รู้จักผลิตภัณฑ์จากพ่อค้าและกลุ่มนักธุรกิจในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารได้มากขึ้น

3.1.2 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออก

สินค้าไทยเป็นที่ได้รับการยอมรับ สินค้าไทยได้เปรียบสินค้าจากทางเวียดนามและทางจีนในประเทศลาวในเรื่องของคุณภาพ สินค้าไทยทุกชนิดมีมาตรฐานที่ประเทศคู่ค้ายอมรับในมาตรฐานสินค้า สามารถขายได้ตามภาวะการณ์ขยายตัวทางเศรษฐกิจของเพื่อนบ้าน ในด้านนโยบายต้องอาศัยความสามารถของรัฐบาล รัฐบาลควรดำเนินพิธีการทางการส่งออกให้รวดเร็วมากขึ้น หรือการลดต้นทุนในเรื่องของการขนส่ง ในจังหวัดมุกดาหารไม่มีผู้ผลิตจึงต้องส่งมาขายต่อไปยังคู่ค้าต่างประเทศ ถ้าจังหวัดมุกดาหารมีผู้ผลิต ต้นทุนทางด้าน การขนส่งก็จะต่ำลงสามารถช่วยผู้ประกอบการได้ และรัฐควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการค้าต่อกันให้มากขึ้น ทั้งคู่ค้าประเทศลาว เวียดนาม และเอเชียตะวันออกเฉียง

3.2 ข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion)

กลุ่มชิปปิ้งหรือตัวแทนผู้ส่งออกและผู้ประกอบการส่งออกเห็นว่า ในอนาคตราคาน้ำมันส่งผลต่อต้นทุนการขนส่งสินค้าอย่างมากในพื้นที่ห่างไกลแหล่งผลิตในส่วนกลาง การพัฒนาระบบขนส่งและกฎหมายการขนส่งระหว่างประเทศ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสามารถลดต้นทุนในการขนส่งสินค้ามายังชายแดนได้ หนึ่งจะยังสามารถช่วยผู้ประกอบการส่งออกในประเทศในการแข่งขันจากการเปิดเสรีทางการค้าในภูมิภาคอาเซียน ได้อย่างเต็มที่ การลดขั้นตอนทางด้านศุลกากรในแต่ละประเทศ การจัดระบบศุลกากรระหว่างประเทศในภูมิภาคให้อยู่ในระบบและมาตรฐานเดียวกัน สามารถที่จะเพิ่มมูลค่าในการค้าระหว่างกันบนความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกได้เป็นอย่างดี หนึ่งภาครัฐต้องเข้ามาส่งเสริมการผลิตและการค้าในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตกอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ผู้ส่งออกเห็นว่าจะทำให้เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตกพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว

3.3 ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการส่งออกในอนาคต ได้แก่ ความช่วยเหลือในการพัฒนาการส่งออก หน่วยงานที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้ โครงการที่สามารถทำให้เกิดแรงผลักดันในการส่งออกที่มากขึ้น โครงการในอนาคตที่สามารถทำให้เกิดแรงผลักดันในการส่งออกที่มากขึ้น ประเทศที่เห็นว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกสินค้า ดังนี้

ตารางที่ 38 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของกลุ่มความต้องการความช่วยเหลือในด้านต่างๆ

ความต้องการความช่วยเหลือ ในด้านต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
ด้านการผลิต	11	15.7%	27.5%
ด้านการเงิน	19	27.1%	47.5%
ด้านการจัดการ	12	17.1%	30.0%
ด้านทรัพยากรมนุษย์	2	2.9%	5.0%
ด้านการตลาด	26	37.1%	65.0%
รวม	70	100.0%	175.0%

จากตารางที่ 38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ได้คำตอบจำนวน 70 คำตอบ คำตอบส่วนใหญ่ต้องการความช่วยเหลือทางด้านการตลาด 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด รองลงมาเป็น ต้องการความช่วยเหลือทางการเงิน จำนวน 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.1 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด ต้องการความช่วยเหลือทางด้านจัดการ 12 จำนวนคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.1 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด ต้องการความช่วยเหลือทางด้านการผลิตจำนวน 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.7 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด ต้องการความช่วยเหลือทางด้านทรัพยากรมนุษย์จำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.9 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้า ต้องการความช่วยเหลือในด้านการตลาด ร้อยละ 65 รองลงมา ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือในด้านการเงิน ร้อยละ 47.5 ด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านทรัพยากรมนุษย์ คิดเป็น ร้อยละ 30, 27.5 และร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของกลุ่มความต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ

ความต้องการความช่วยเหลือจาก หน่วยงานต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
กรมส่งเสริมการส่งออก	27	32.5%	71.1%
กรมโรงงานอุตสาหกรรม	4	4.8%	10.5%
กรมการค้าต่างประเทศ	17	20.5%	44.7%
พาณิชย์จังหวัด	16	19.3%	42.1%
ศุลกากรจังหวัด	19	22.9%	50.0%
รวม	83	100.0%	218.4%

จากตารางที่ 39 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ได้คำตอบจำนวน 83 คำตอบ คำตอบส่วนใหญ่ต้องการความช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมการส่งออกมีจำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 32.5 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด รองลงมาต้องการความช่วยเหลือจากศุลกากรจังหวัดจำนวน 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.9 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด

ต้องการความช่วยเหลือจากกรมการค้าต่างประเทศ จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด ต้องการความช่วยเหลือจากพาณิชย์จังหวัด จำนวน 16 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.3 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด ต้องการความช่วยเหลือจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าต้องการความช่วยเหลือจาก กรมส่งเสริมการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมาผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือจากศุลกากรจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 50 ต้องการความช่วยเหลือจากกรมการค้าต่างประเทศ พาณิชย์จังหวัด กรมโรงงานอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 44.7, 42.1 และ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของโครงการที่สามารถทำให้เกิดแรงผลักดันในการส่งออกที่มากขึ้นในปัจจุบัน

โครงการทำให้เกิดการส่งออกที่มากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
สะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2	32	41.6%	76.2%
เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันตก-ตะวันออก	8	10.4%	19.0%
โครงการจุดตรวจปล่อยร่วมกัน	26	33.8%	61.9%
เขตเศรษฐกิจพิเศษสะพาน-เซโน	11	14.3%	26.2%
รวม	77	100.0%	183.3%

จากตารางที่ 40 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ได้คำตอบจำนวน 77 คำตอบ คำตอบส่วนใหญ่ให้โครงการสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 เป็นโครงการที่ทำให้เกิดแรงผลักดันในการส่งออกมากที่สุด จำนวน 32 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 41.6 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด รองลงมาให้โครงการจุดตรวจปล่อยร่วมกัน จำนวน 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 33.8 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด โครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษสะพาน-เซโน จำนวน 11 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.3 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด และโครงการเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันตก-ตะวันออก จำนวน 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าให้โครงการที่สามารถทำให้เกิดแรงผลักดันในการส่งออกที่มากขึ้นในปัจจุบัน คือ โครงการสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 โครงการจุดตรวจปล่อยร่วมกัน เขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวัน-เซโน เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก-ตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 76.2, 61.9, 26.2 และ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของโครงการที่สามารถทำให้เกิดแรงผลักดันในการส่งออกที่มากขึ้นในอนาคต

โครงการในอนาคตที่คาดการณ์ว่าทำให้เกิดการส่งออกที่มากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ(%)
โครงการรถไฟรางคู่บัวใหญ่-นครพนม	13	31.0
เขตเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหาร	27	64.3
โครงการสร้างทางเลียบเมืองระยะที่ 2	2	4.8
รวม	42	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออกสินค้าที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าโครงการในอนาคตที่คาดการณ์ว่าทำให้เกิดการส่งออกที่มากขึ้นมีลำดับดังนี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหาร จำนวน 27 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาเป็นโครงการรถไฟรางคู่บัวใหญ่-นครพนม จำนวน 13 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ โครงการสร้างทางเลียบเมืองระยะที่ 2 มีจำนวน 2 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 42 จำนวน (คำตอบ) และร้อยละของประเทศที่เป็นคู่แข่งสินค้าไทย

สินค้าของประเทศที่เป็นคู่แข่งต่อสินค้าไทย	จำนวน	ร้อยละ(%)	Percent of Cases
เวียดนาม	24	43.6%	68.6%
จีน	26	47.3%	74.3%
อื่นๆ	5	9.1%	14.3%
รวม	55	100.0	157.1%

จากตารางที่ 42 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 42 ราย ส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าของประเทศที่เป็นคู่แข่งต่อสินค้าไทย มีลำดับดังนี้ ประเทศจีน จำนวน 26 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 47.3 ของจำนวนคำตอบทั้งหมด รองลงมาเป็นสินค้าจากประเทศเวียดนาม จำนวน 24 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.6 และ อื่นๆ มีจำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.1

เมื่อพิจารณาตามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ จีน คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาคือ เวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 68.6 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.3

