



การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผล
ต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ

STUDY OF THE PROBLEM OF OPERATORS OF DURIAN EXPORTING
BUSINESS TO CHINA HAS SOME CHARACTERISTICS OF
ENTREPRENEURS

HUANG YONGXING

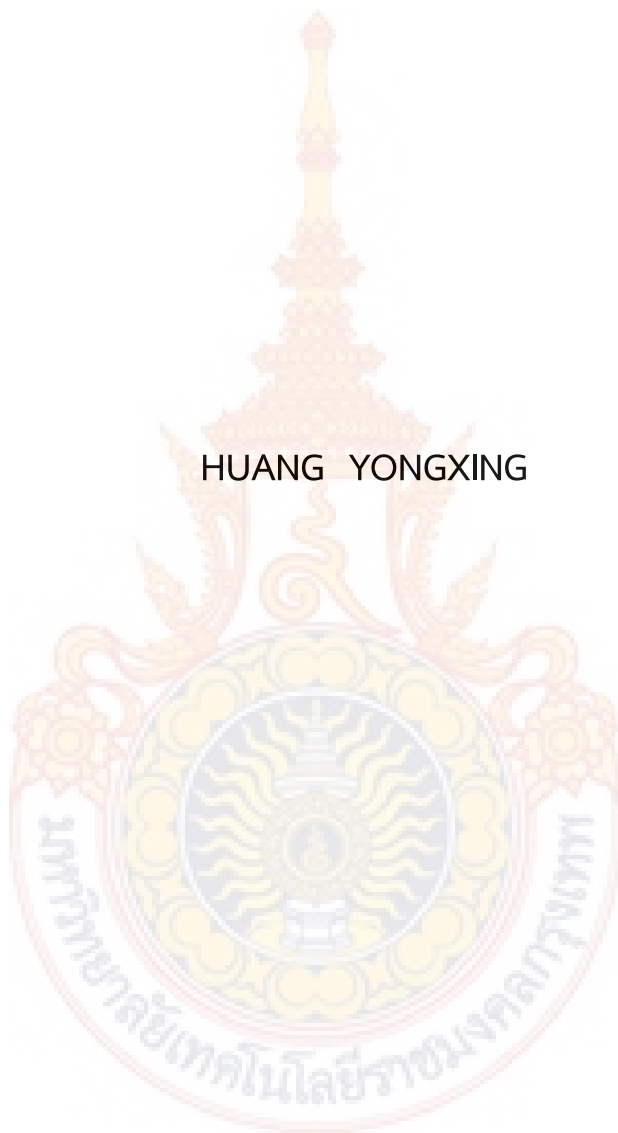
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผล
ต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ

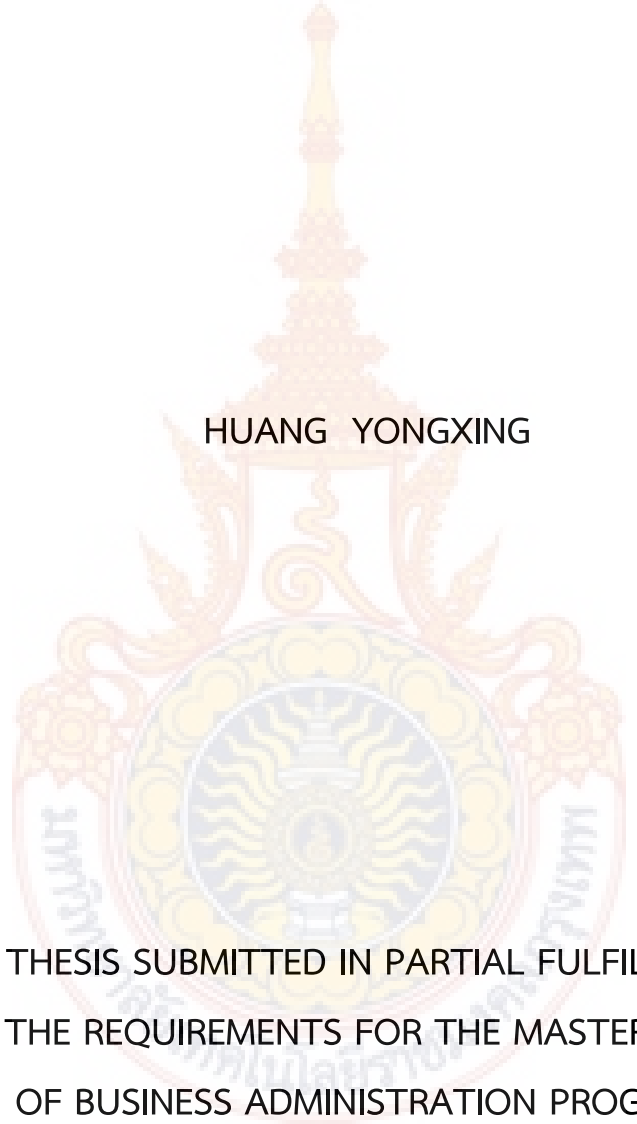
HUANG YONGXING



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

STUDY OF THE PROBLEM OF OPERATORS OF DURIAN EXPORTING
BUSINESS TO CHINA HAS SOME CHARACTERISTICS OF
ENTREPRENEURS

HUANG YONGXING



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER DEGREE
OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHEP

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไป
	ประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ
โดย	Huang Yongxing
สาขาวิชา	-
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.คุณากร ไวยวุฒิ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์นี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงแก้ว เอี่ยมแฉล้ม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ดร.พร้อมพร ภูวติน)

..... กรรมการ
(ดร. เชิงชาย สุวรรณภูมิ)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.คุณากร ไวยวุฒิ)

Thesis	Study of the problem of operators of durian exporting business to china has some characteristics of entrepreneurs
Author	Huang Yongxing
Major	-
Advisor	Dr.Kunakorn Waiyawout

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep approved this thesis as partial fulfillment of the requirements for the master degree of Business Administration.

..... Dean of Faculty of Business Administration
(Assistant Professor Dr.Kingkaew Eiamchalam)

Examination Committee

..... Examination Committee Chairperson
(Dr. Promporn Poowadin)

..... Committee
(Dr. Cherngchai Suwannakoot)

..... Committee and Advisor
(Dr. Kunakorn Waiyawout)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ” บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.คุณากร ไวยวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการตลอดมา รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้อง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ดร.พร้อมพร ภูวดิน ดร. เชิงชาย สุวรรณภูมิ ผศ.ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ ที่ได้ให้ความกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

อีกทั้ง ขอขอบคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่คอยอบรมสั่งสอนและให้ความรู้ในวิชาพื้นฐานต่าง ๆ สำหรับนำมาใช้ในการวิจัยฉบับนี้

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณอาจารย์นุชริน ทองพูล ที่ให้ความรู้ สละเวลาอันมีค่า ช่วยนำทางให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจและวิเคราะห์สถิติขั้นสูงได้สำเร็จในระยะเวลาสั้น

ขอขอบพระคุณประธานและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำมาปรับปรุงแก้ไขการเขียนวิทยานิพนธ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

Huang Yongxing



ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ
สาขาวิชา	-
โดย	Huang Yongxing
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.คุณากร ไวยวุฒิ
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

ในงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ในด้านการตลาดและการส่งออก ศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร ด้านการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาการดำเนินงานกับลักษณะบางประการของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออก ได้แก่ ประเภทของระบบการผลิต ระยะเวลาในการดำเนินงาน ลักษณะการใช้ตราสินค้าของตัวเอง และลักษณะที่ดำเนินธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย บริษัทส่งออกทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2559-2560 จำนวน 79 บริษัท และได้รับการตอบรับแบบสอบถามทั้งหมด 54 บริษัท โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัญหาการดำเนินงานในภาพรวมของผู้ส่งออกทุเรียนในระดับมาก และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละด้านสามารถเรียงลำดับจากความสำคัญของปัญหามากไปน้อย ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด รองมาเป็นปัญหาด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบของลักษณะของปัจจัยของผู้ส่งออกทุเรียนกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน พบว่า ผู้ส่งออกทุเรียนที่ใช้ลักษณะประเภทของกิจการแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านปัญหาการรวบรวมผลผลิตและด้านการตลาด ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ลักษณะของ

การใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

จากการศึกษาข้างต้น สามารถใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดและปรับปรุงการดำเนินงานธุรกิจส่งออก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ ผู้ประกอบการส่งออกต้องมีการวางแผนการผลิตและการตลาดเพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าในโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับความต้องการและเตรียมการปรับปรุงผลไม้ไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ไม่ถูกกีดกันและไม่ถูกทำลาย และส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทุเรียนเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ปผลิตจากเกษตรกร ผู้ส่งออกทุเรียน ธุรกิจส่งออก ผู้ประกอบการส่งออก ผลไม้ไทย



Thesis	Study of the problem of operators of durian exporting business to china has some characteristics of entrepreneurs
Author	Huang Yongxing
Major	-
Advisor	Dr.Kunakorn Waiyawout
Academic Year	2018

Abstract

The purposes of this study were to study the operating problems of Thai durian exporters who export durians to China, to study the aspects of problems under this study include product collection from farmers, marketing, and external environment, and to study the relationship between operational problems and certain aspects of the business operation of export entrepreneurs, production types, length of operation, target countries, brand and business types.

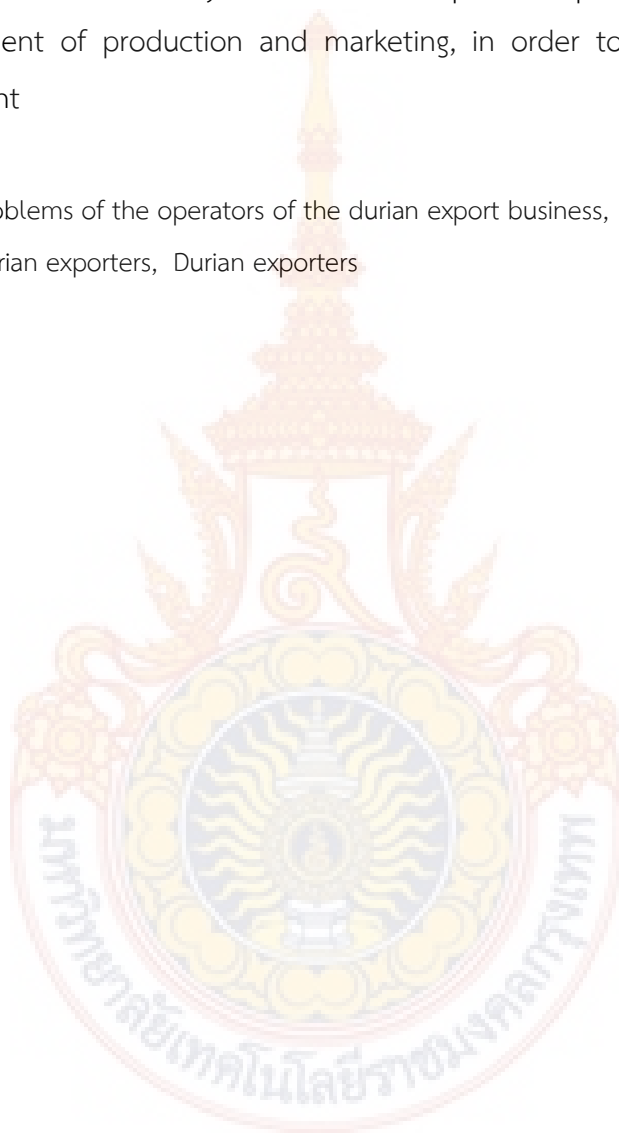
The data was collected using questionnaires from 79 exporting firms exporting durians from Bangkok in 2016 -2017 and received 54 questionnaires by using questionnaires as a tool for data collection and data analysis by the method. The statistics employed in the analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, F-test and hypothesis testing with One- way analysis of variance (One – Way ANOVA) at a significant level of 0.05.

The result of the study showed that the operating problems of the exporters as a whole were at a relatively high level. The ranking orders of the operating problems from the highest to the lowest were as follow; marketing, problems related to the collection of the products from farmers, and problems related to the external environment. Exporters with different production types had different problems in collecting the products from farmers and marketing. Different export characteristics cause durian exporters to have different operational problems. A different supply of durian causes different durian exporters from operating problems. Different operating

periods allow different durian exporters to have problems from their operations. The characteristics of using different brands make durian exporters have different problems from their operations. Different business characteristics make durian exporters having different operational problems.

The result of this study can be used to prioritize problems and proceed to the development of production and marketing, in order to gain the competitive advantage of int

Keywords : problems of the operators of the durian export business, Some characteristics of durian exporters, Durian exporters



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	11
1.1 ความเป็นมาของปัญหาวิจัย	11
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	26
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	26
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	26
1.5 กรอบกระบวนการวิจัย	26
1.6 วิธีการศึกษา	26
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	27
1.8 กรอบแนวคิด	28
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.1 ข้อมูลพื้นฐานของทุเรียน	31
2.2 ทฤษฎีการธุรกิจการเกษตร	42
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	46
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด	53
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	59
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
2.7 บทสรุป	68

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำ เนินการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษา	69
3.1 สมมติฐานการศึกษา	69
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	70
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	80
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)	82
3.5 การเก็บข้อมูล (Data Collection)	82
3.6 รายละเอียดสถิติที่ใช้ในการวิจัย	83
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	86
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	86
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	102
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล	111
5.2 ข้อเสนอแนะ	115
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	117
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก	125
ภาคผนวก ก. แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการใน การทำวิทยานิพนธ์	126
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามงานวิจัย	129
ภาคผนวก ค. หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม	136
ประวัติผู้วิจัย	140

สารบัญตาราง

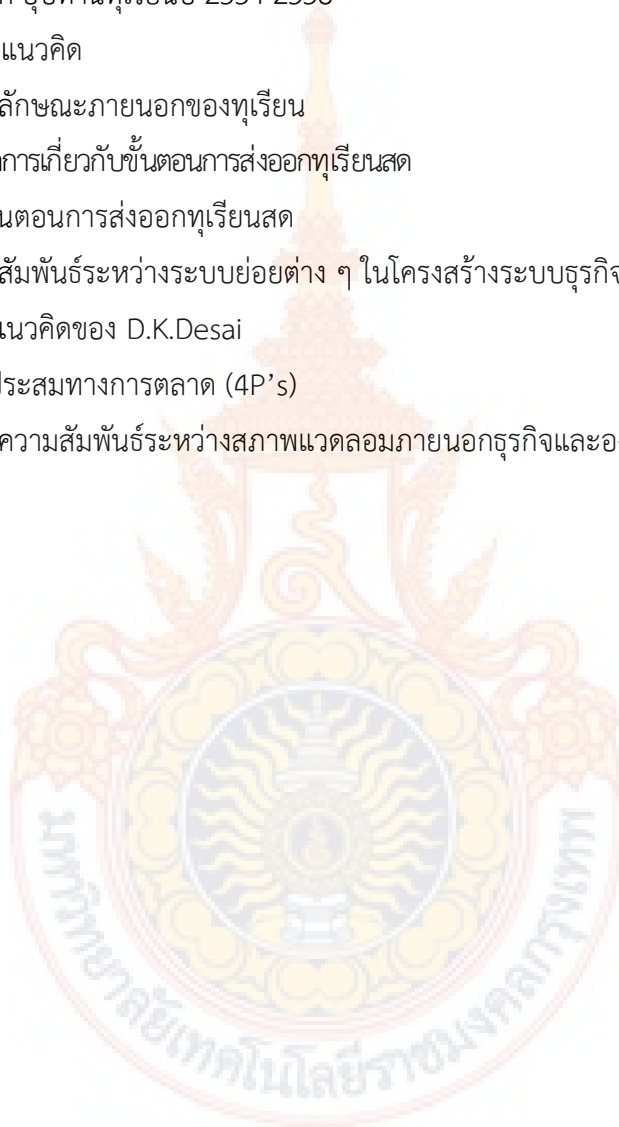
	หน้า
ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2556	12
ตารางที่ 1.2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2557	13
ตารางที่ 1.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2558	14
ตารางที่ 1.4 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2559	15
ตารางที่ 1.5 ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศผลไม้สดปี พ.ศ.2556-2559	17
ตารางที่ 1.6 สถิติการผลิต	19
ตารางที่ 1.7 แสดงสถานการณ์การปลูกทุเรียน ปี 2559 เรียงตามเนื้อที่ปลูกจากมากไปหาน้อย รายจังหวัด	21
ตารางที่ 1.8 ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทอง รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ทั้งสวนทั่วประเทศ ปี 2540-2561	22
ตารางที่ 2.1 ข้อกำหนดเฉพาะ (SPECIFICATION)	32
ตารางที่ 2.2 รายชื่อจังหวัดที่มีเนื้อที่เพาะปลูกทุเรียนตามภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย	37
ตารางที่ 2.3 สรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน (ต่อ)	62
ตารางที่ 3.1 รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์ (ต่อ)	72
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนประเภทของผู้ส่งออก	86
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนของระดับการศึกษาของผู้ส่งออก	87
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนของลักษณะของการส่งออก	87
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนกระบวนการจัดหาทุเรียนเพื่อการส่งออก	88
ตารางที่ 4.5 แสดงระยะเวลาการดำเนินการของกิจการในการดำเนินงานเกี่ยวกับการ การส่งออกทุเรียน	88
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนของลักษณะการใช้และไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเอง	89
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนของลักษณะธุรกิจนำเข้าส่งออก	89
ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาการรวบรวมผลผลิต จากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน	90
ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้านการตลาด จากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10 จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน	98
ตารางที่ 4.11 สรุปค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาทั้ง 3 ด้านจากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน	102
ตารางที่ 4.12 ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	103
ตารางที่ 4.13 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	104
ตารางที่ 4.14 ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	105
ตารางที่ 4.15 การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	106
ตารางที่ 4.16 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	107
ตารางที่ 4.17 ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	108
ตารางที่ 4.18 ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	109

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 การผลิตทุเรียนปี 2554-2558	24
ภาพที่ 1.2 อุปสงค์-อุปทานทุเรียนปี 2554-2558	25
ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิด	29
ภาพที่ 2.1 แสดงลักษณะภายนอกของทุเรียน	32
ภาพที่ 2.2 การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด	39
ภาพที่ 2.3 การขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด	41
ภาพที่ 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยต่าง ๆ ในโครงสร้างระบบธุรกิจการเกษตร ตามแนวคิดของ D.K.Desai	45
ภาพที่ 2.5 ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)	58
ภาพที่ 2.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจและองค์กร	60



บทที่ 1

บทนำ

บทนำของงานวิจัยการศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยขอลำดับการอธิบายตามหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

- 1.1 ความเป็นมาของปัญหาวิจัย
- 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา
- 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา
- 1.4 ขอบเขตการศึกษา
- 1.5 กรอบกระบวนการวิจัย
- 1.6 วิธีการศึกษา
- 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ
- 1.8 กรอบแนวคิด

1.1 ความเป็นมาของปัญหาวิจัย

สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าโลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงก้าวไปข้างหน้าตลอดเวลา โดยเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้ว่าในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมามีความพยายามรวมตัวกันทางเศรษฐกิจจัดตั้งเขตการค้าเสรีเพื่อประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศทั้งในระดับพหุภาคีและทวิภาคีมากมาย เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป (EU) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (APEC) การค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA) สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) เป็นต้น เมื่อหลายประเทศทั่วโลกต่างหันมาเปิดเสรีทางการค้า หากประเทศไทยหยุดนิ่งก็เท่ากับถดถอยและอาจได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อก้าวตามให้ทันและสามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้ โดยการจัดทำเขตการค้าเสรีของประเทศไทยมีเป้าหมายเพื่อขยายการส่งออกดึงดูดการลงทุนสร้างพันธมิตรทางการค้าและสามารถใช้เป็นประตูเชื่อมการค้าไปสู่ประเทศต่าง ๆ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2547)

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการเจรจาเพื่อทำการเปิดเสรีทางการค้าในหลายประเทศ เช่น จีน อินเดีย บรูไน นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย เป็นต้น และยังมีแนวโน้มที่จะเปิดการค้าเสรีกับประเทศอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ประเทศไทยมีความผูกพันทางการค้ากับประเทศจีนมายาวนาน จนใน

ปัจจุบันประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของประเทศไทยปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร)

ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2556

ลำดับ	ประเทศ	2556 (ม.ค. – ธ.ค.)				2556 (ม.ค. – ธ.ค.)			
		มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว (%)			
		มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า
1	จีน	1,979,968	824,672	1,155,296	-330,624	-0.52	-0.62	-0.44	0.0
2	ญี่ปุ่น	1,927,715	671,670	1,256,045	-584,375	-14.24	-7.28	-17.55	-26.0
3	สหรัฐอเมริกา	1,141,806	694,328	447,478	246,851	4.24	-1.36	14.33	-21.0
4	มาเลเซีย	800,145	393,569	406,576	-13,008	0.86	2.58	-0.74	-49.0
5	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	625,487	93,107	532,380	-439,273	8.14	5.01	8.71	9.50
6	สิงคโปร์	590,514	339,782	250,732	89,049	1.89	1.54	2.37	-0.7
7	อินโดนีเซีย	574,544	327,430	247,113	80,317	-4.11	-5.44	-2.29	-13.0
8	ออสเตรเลีย	480,874	312,643	168,231	144,412	1.88	3.59	-1.16	9.7
9	ฮ่องกง	448,235	399,509	49,727	349,782	-3.25	-1.35	-16.20	1.1
10	เกาหลีใต้	415,272	138,293	276,979	-138,687	-3.24	-6.33	-1.62	3.5
11	ซาอุดีอาระเบีย	350,484	90,322	260,162	-169,841	1.83	4.32	0.99	-0.5
12	ไต้หวัน	334,259	101,962	232,297	-130,335	-7.76	-3.46	-9.53	-13.0
13	สวิตเซอร์แลนด์	328,297	45,248	283,048	-237,800	-23.77	-71.38	3.84	107
14	เวียดนาม	317,829	217,546	100,283	117,263	8.24	8.62	7.42	9.6
15	เยอรมนี	310,228	123,141	187,087	-63,947	3.94	10.50	0.03	-15.0
รวม 15 ประเทศ		10,626,658	4,773,222	5,853,436	-1,080,215	-3.21	-3.14	-3.26	3.8
อื่น ๆ		3,940,519	2,136,322	1,804,197	332,126	1.43	-0.63	3.97	-19

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.

ตารางที่ 1.2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2557

ลำดับ	ประเทศ	2557 (ม.ค. – ธ.ค.)				2557 (ม.ค. – ธ.ค.)			
		มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว (%)			
		มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า
1	จีน	2,057,947	806,418	1,251,528	-445,110	3.94	-2.21	8.33	34.6
2	ญี่ปุ่น	1,852,103	697,590	1,154,513	-456,923	-3.92	3.86	-8.08	-21.8
3	สหรัฐอเมริกา	1,241,935	767,832	474,103	293,730	8.77	10.59	5.95	18.9
4	มาเลเซีย	824,706	410,242	414,464	-4,222	3.07	4.24	1.94	-67
5	สิงคโปร์	591,698	335,487	256,211	79,276	0.20	-1.26	2.19	-10.9
6	อินโดนีเซีย	542,299	305,520	236,779	68,741	-5.61	-6.69	-4.18	-14.4
7	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์	517,705	104,384	413,321	-308,938	-17.23	12.11	-22.36	-29.6
8	ออสเตรเลีย	474,895	298,868	176,028	122,840	-1.24	-4.41	4.63	-14.9
9	ฮ่องกง	443,915	405,266	38,648	366,618	-1.18	1.44	-22.28	4.84
10	เกาหลีใต้	423,211	145,242	277,969	-132,727	1.91	5.02	0.36	-4.36
11	เวียดนาม	381,243	253,261	127,982	125,278	19.95	16.42	27.62	6.83
12	ไต้หวัน	373,989	128,261	245,005	-116,020	11.89	26.50	5.47	-10.9
13	ซาอุดีอาระเบีย	354,300	100,035	254,265	-154,230	1.09	10.75	-2.27	-9.15
14	เยอรมนี	337,962	145,635	192,327	-46,692	8.94	18.27	2.80	-26.9
15	อินเดีย	279,077	180,241	98,836	81,406	5.83	15.06	-7.67	64.0
รวม 15 ประเทศ		10,696,986	5,085,005	5,611,980	-526,975	1.28	4.10	-1.15	33.5
อื่น ๆ		4,018,008	2,226,084	1,791,924	434,159	0.32	9.93	-9.51	870.5

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.

ตารางที่ 1.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2558

ลำดับ	ประเทศ	2558 (ม.ค. – ธ.ค.)				2558 (ม.ค. – ธ.ค.)			
		มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว (%)			
		มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า
1	จีน	2,004,071	800,894	1,403,177	-602,283	7.10	-0.69	12.12	35.3
2	ญี่ปุ่น	1,739,723	675,543	1,064,180	-388,636	-6.07	-3.16	-7.82	-14.9
3	สหรัฐอเมริกา	1,283,372	811,346	472,026	339,320	3.34	5.67	-0.44	15.5
4	มาเลเซีย	748,859	342,826	406,033	-63,207	-9.20	-16.43	-2.03	1,396
5	สิงคโปร์	537,365	294,436	424,928	51,508	-9.18	-12.24	-5.18	-35.0
6	อินโดนีเซีย	487,102	263,513	223,589	39,923	-10.18	-13.75	-5.57	-41.9
7	ออสเตรเลีย	437,232	329,786	143,446	186,340	-0.35	10.35	-18.51	51.6
8	ฮ่องกง	453,377	399,805	53,571	346,234	2.13	-1.35	38.61	-5.5
9	เวียดนาม	439,030	301,182	137,848	163,334	15.16	18.92	7.71	30.3
10	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์	380,327	103,544	276,783	-173,239	-26.54	-0.80	-33.03	-43.9
11	เกาหลีใต้	377,785	138,216	239,569	-101,353	-10.73	-4.84	-13.81	-23.6
12	ไต้หวัน	375,365	118,878	256,487	-137,609	0.37	-7.84	4.69	18.6
13	เยอรมนี	333,725	144,587	189,138	-44,551	-1.25	-0.72	-1.66	-4.5
14	ฟิลิปปินส์	283,202	202,814	80,388	122,425	3.60	7.64	-5.38	18.3
15	อินเดีย	267,521	178,024	89,498	88,526	-4.14	-1.23	-9.45	8.75
รวม 15 ประเทศ		10,384,055	5,105,394	5,278,662	-173,268	-2.19	-1.31	-3.01	35.6
อื่น ๆ		3,747,746	2,120,329	1,627,417	492,912	-8.57	-0.81	-17.02	179.3

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.

ตารางที่ 1.4 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2559

ลำดับ	ประเทศ	2559 (ม.ค. - ธ.ค.)				2559 (ม.ค. - ธ.ค.)			
		มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว (%)			
		มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า	มูลค่าการค้า	การส่งออก	การนำเข้า	ดุลการค้า
1	จีน	2,324,444	833,538	1,490,906	-657,368	5.46	4.08	6.25	9.15
2	ญี่ปุ่น	1,806,931	718,355	1,088,576	-370,222	3.86	6.34	2.29	-4.7
3	สหรัฐอเมริกา	1,285,758	858,392	427,366	431,025	0.19	5.80	-9.46	27.0
4	มาเลเซีย	720,296	337,477	382,818	-45,341	-3.81	-1.56	-5.72	-28.2
5	สิงคโปร์	519,791	288,800	230,991	57,809	-3.27	-1.91	-4.91	12.2
6	อินโดนีเซีย	511,104	286,679	224,425	62,255	4.93	8.79	0.37	55.9
7	เวียดนาม	486,690	330,092	156,598	173,495	10.86	9.60	13.60	6.22
8	ออสเตรเลีย	482,673	361,457	121,215	240,242	1.99	9.60	-15.50	28.9
9	ฮ่องกง	458,903	402,290	56,613	345,675	1.22	0.62	5.68	-0.10
10	เกาหลีใต้	401,037	142,751	258,287	-115,536	6.15	3.28	7.81	13.9
11	ไต้หวัน	370,760	118,231	252,529	-134,299	-1.23	-0.54	-1.54	-2.4
12	เยอรมนี	365,084	156,930	208,154	-51,223	9.40	8.54	10.05	14.9
13	ฟิลิปปินส์	320,350	224,221	96,129	128,094	13.12	10.56	19.58	4.63
14	สวีเดน	317,084	170,616	146,468	24,148	31.47	110.08	-8.44	-130.0
15	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์	312,871	100,772	212,100	-111,328	-17.74	-2.68	-23.37	-35.7
รวม 15 ประเทศ		10,683,776	5,330,601	5,353,175	-22,575	3.15	6.43	0.08	93.3
อื่น ๆ		3,755,115	2,220,104	1,535,011	685,092	-0.50	0.13	-1.41	3.77

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.

ประเทศไทยกับประเทศจีนมีความผูกพันทางการค้าและติดต่อกันมายาวนานจนในปัจจุบัน ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของประเทศไทยหลายรายการรวมไปถึงสินค้าประเภทผักและผลไม้สด สถิติปริมาณตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายได้ประเทศผลไม้สดปี 2556 – 2559 พบว่าตั้งแต่ปี 2556 – 2559 ประเทศไทยทำการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีนสูงเป็นอันดับ 1 โดยในปี 2557 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 10,296.02 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2558 ที่มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 13,419.09 ล้านบาท พบว่าปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.33 รองลงมา ได้แก่ ฮองกง ที่มีปริมาณตลาดส่งออกจากประเทศไทยในปี 2558 มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 6,969.24 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2558 ที่มีปริมาณการส่งออกเท่ากับ 5,392.89 ล้านบาท พบว่าปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.23 จีนได้กลายเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง โดยเฉพาะสำหรับรองรับสินค้าส่งออกต่างประเทศ ผลไม้จากไทยการส่งออกธุรกิจผลักดันให้เศรษฐกิจทั้งสองประเทศมีการขยายตัว ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทย ประเภทผลไม้สด ปี พ.ศ.2556-2559



ตารางที่ 1.5 ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศผลไม้สดปี พ.ศ.2556-2559 (ปริมาณ : ล้านบาท)

ประเทศ	มูลค่า : บาท					ตัวกระจายตัว					สัดส่วน (%)				
	2556	2557	2558	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)	2559 (ม.ค.-ธ.ค.)	2556	2557	2558	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)	2559 (ม.ค.-ธ.ค.)	2556	2557	2558	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)	2559 (ม.ค.-ธ.ค.)
1. จีน	10,713.88	10,296.02	13,419.09	13,419.09	14,416.02	16.15	-3.90	30.33	30.300	7.43	45.16	34.30	41.64	41.64	37.26
2. เวียดนาม	3,515.71	5,515.29	6,110.01	6,110.01	11,380.61	50.24	56.88	10.78	10.78	86.26	14.82	18.38	18.96	18.96	29.41
3. ออสเตรเลีย	4,954.33	8,392.89	6,969.24	6,969.24	6,373.74	31.01	69.41	-16.96	-16.96	-8.54	20.88	27.96	21.63	21.63	16.47
4. อินโดนีเซีย	1,479.59	2,298.72	1,650.84	1,650.84	1,935.84	-53.66	55.36	-28.18	-28.18	17.26	6.24	7.66	5.12	5.12	5.00
5. เกาหลีใต้	317.64	66.48	870.06	870.06	971.48	92.89	109.82	30.55	30.55	11.66	1.34	2.22	2.70	2.70	2.51
6. สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	389.89	406.56	434.26	434.26	416.54	18.12	4.27	6.81	6.81	-4.08	1.64	1.35	1.35	1.35	1.08
7. ลาว	39.64	63.85	170.04	170.04	403.42	140.45	61.06	166.33	166.33	166.33	137.25	0.17	0.21	0.53	1.04
8. ไต้หวัน	190.97	332.20	358.42	358.42	353.89	-17.95	73.95	7.89	7.89	-1.27	0.80	1.11	1.11	1.11	0.91
9. สหรัฐอเมริกา	164.96	212.98	283.89	283.89	332.67	-6.93	29.11	33.30	33.30	17.18	0.70	0.71	0.88	0.88	0.86
10. ญี่ปุ่น	268.41	250.50	242.22	242.22	264.48	-27.36	-6.67	-3.31	-3.31	9.19	1.13	0.83	0.75	0.75	0.68
11. มาเลเซีย	177.41	178.42	251.77	251.77	258.58	-23.76	0.57	41.11	41.11	2.71	0.75	0.59	0.78	0.78	0.67
12. สิงคโปร์	195.33	191.33	232.22	232.22	199.61	-14.56	-2.05	21.37	21.37	-14.04	0.82	0.64	0.72	0.72	0.52
13. เมียนมา	108.25	92.95	96.57	96.57	129.92	3.90	-14.13	3.89	3.89	34.53	0.46	0.31	0.30	0.30	0.34
14. อินเดีย	78.80	96.86	111.71	111.71	118.68	12.50	22.95	15.30	15.30	6.24	0.33	0.32	0.35	0.35	0.31
15. รัสเซีย	87.22	102.34	64.49	64.49	108.91	5.23	17.33	-36.98	-36.98	68.88	0.37	0.34	0.20	0.20	0.28
รวม 15 รายการ	22,682.1	29,097.4	21,264.8	31,264.8	37,664.4	10.39	28.28	7.45	7.45	20.47	95.60	96.95	97.03	97.03	97.34
รวมอื่น ๆ	1,044.3	916.3	958.5	958.5	1,030.5	-3.02	-12.20	4.54	4.54	7.51	4.40	3.05	2.97	2.97	2.66
รวมทุกประเทศ	23,726.36	30,014.28	32,223.33	32,223.33	38,694.90	9.72	26.50	7.36	7.36	20.08	100	100	100	100	100

ปัจจุบันตลาดผลไม้มีความสำคัญในการส่งออกเป็นอย่างมาก และทุเรียนเป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญมากชนิดหนึ่งของประเทศไทย คนต่างชาติส่วนมากก็มักจะคิดถึงทุเรียนเป็นอันดับแรก ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ได้รับฉายาว่า King of Fruits เป็นผลไม้ที่ถูกกำหนดให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่จะต้องเร่งรัดเพื่อเพิ่มผลผลิตในการส่งออก เนื่องจากทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศมีความต้องการสูง โดยเฉพาะประเทศจีน การส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะประเทศจีนที่เป็นตลาดสำคัญเป็นอันดับ 1 (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร) ดังตารางที่ 1.6



ตารางที่ 1.6 สถิติการผลิต

ประเทศ	มูลค่า : บาท				ตัวตรายายตัว				สัดส่วน (%)			
	2556	2557	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)	2556	2557	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2559 (ม.ค.-ธ.ค.)	2556	2557	2557 (ม.ค.-ธ.ค.)	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)
1. จีน	4,305.4	5,167.1	5,167.1	6,570.0	9.15	20.01	20.01	27.25	58.62	41.55	41.55	49.64
2. ฮองกง	2,568.8	6,369.5	6,369.5	5,475.8	68.53	147.95	147.95	-14.03	34.98	51.22	51.22	41.34
3. เวียดนาม	69.7	220.3	220.3	491.1	852.61	216.20	216.20	122.97	0.95	1.77	1.77	3.71
4. ไต้หวัน	188.8	326.0	326.0	351.5	-17.16	72.67	72.67	7.81	2.57	2.62	2.62	2.65
5. อินโดนีเซีย	136.1	284.6	284.6	256.1	-67.90	109.14	109.14	-10.03	1.85	2.29	2.29	1.93
6. สหรัฐอเมริกา	14.2	12.2	12.5	42.1	19.07	-11.64	-11.64	235.61	0.19	0.19	0.10	0.32
7. เกาหลีใต้	8.7	9.0	9.0	14.1	74.49	3.68	3.68	57.01	0.12	0.07	0.07	0.11
8. นิวซีแลนด์	2.5	3.3	3.3	6.4	-12.37	30.92	30.92	94.88	0.03	0.03	0.03	0.05
9. ญี่ปุ่น	8.7	12.4	12.4	6.0	-45.85	43.19	43.19	-51.51	0.12	0.10	0.10	0.05
10. สหราชอาณาจักร	1.0	1.7	1.7	4.3	184.48	62.02	62.02	153.48	0.01	0.01	0.01	0.03
11. ลาว	.3	1.9	1.9	3.3	-92.26	458.27	458.27	70.64	0.00	0.02	0.02	0.02
12. กัมพูชา	18.5	.7	.7	2.7	458.22	-95.96	-96.96	259.18	0.25	0.01	0.01	0.02
13. ออสเตรเลีย	.9	1.5	1.5	2.7	-36.09	76.44	76.44	71.90	0.01	0.01	0.01	0.02
14. ชาติอาเซียน	.8	1.3	1.3	2.0	-3.61	62.83	62.83	50.66	0.1	0.01	0.01	0.01
15. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	1.2	2.0	2.0	1.6	63.38	64.88	64.88	-17.94	0.02	0.02	0.02	0.01
รวม 15 รายการ	7,325.6	12,413.9	12,413.9	13,234.7	18.64	69.46	69.46	6.61	99.74	99.82	99.82	99.91
รวมอื่น ๆ	18.8	21.8	21.8	11.7	-7.80	15.80	15.80	-46.28	0.26	0.18	0.18	0.09
รวมทุกประเทศ	7,344.5	12,435.7	12,435.7	13,246.4	18.55	69.32	69.32	6.52	100	100	100	100

ประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีประโยชน์ในการผลิตผลไม้เมืองร้อนที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง เพราะมีความเหมาะสมทางด้านภูมิประเทศและภูมิอากาศและทุเรียนของไทยมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพและรสชาติว่าดีที่สุดในโลกและยังเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีคู่แข่งน้อยรายอีกด้วยทุเรียนของไทย จึงเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ แหล่งผลิตที่สำคัญของไทยจะเป็นภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี ระยอง และตราด ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช หากดูราย จังหวัด ข้อมูลในปี 2559 พบว่าจันทบุรีเป็นจังหวัดที่ปลูกทุเรียนมากที่สุดมีพื้นที่ ปลูกทั้งหมด 165,046 ไร่ รองมาเป็นจังหวัดชุมพร 138,801 ไร่ นครศรีธรรมราช 60,194 ไร่ ระยอง 52,706 ไร่ สุราษฎร์ธานี 46,113 ไร่ นอกจากข้อมูลยังเผยให้เห็นว่า ไม่ได้มีแต่เพียงภาคใต้หรือภาคตะวันออก เท่านั้นที่มีการปลูกทุเรียน ในตารางที่สถิติการผลิตทุเรียนในประเทศไทย ปี 2559 (ระบบจัดเก็บและ รายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล (รต.) กรมส่งเสริมการเกษตร) (ตารางที่ 1.7)



ตารางที่ 1.7 แสดงสถานการณ์การปลูกทุเรียน ปี 2559 เรียงตามเนื้อที่ปลูกจากมากไปหาน้อย ราย
จังหวัด

จังหวัด	จำนวน ครัวเรือน เกษตรกร	เนื้อที่ปลูก (ไร่)	เนื้อที่ ให้ผล (ไร่)	เนื้อที่เก็บ เกี่ยวผลผลิต (ไร่)	ผลผลิตที่เก็บเกี่ยว ได้ (กิโลกรัม)	ผลผลิตเฉลี่ย, เนื้อที่ให้ผลผลิต (กิโลกรัม)	ราคา เกษตรกรขาย ได้เฉลี่ย (บาท/ กิโลกรัม)
รวมทั้งหมด	151,631	621,689	495,981	327,613	613,592,583	1,237	75.22
1. จันทบุรี	19,883	165,046	132,807	66,993	230,715,416	1,737	82.50
2. ชุมพร	20,610	138,801	121,357	100,251	139,098,055	1,146	68.75
3. นครศรีธรรมราช	15,646	60,194	43,309	24,675	31,044,285	717	76.58
4. ระยอง	6,152	52,706	42,845	30,497	81,569,576	1,904	76.66
5. สุราษฎร์ธานี	6,696	46,113	36,743	29,218	37,170,012	1,012	65.15
6. ตรัง	4,089	25,761	20,118	18,576	27,569,418	1,370	78.50
7. ยะลา	11,428	22,374	19,700	8,468	20,068,724	1,019	47.22
8. นราธิวาส	13,598	21,371	18,832	11,534	8,383,595	445	38.35
9. อุตรดิตถ์	6,650	18,341	11,048	5,650	5,520,600	500	61.56
10. สงขลา	27,963	12,427	10,915	5,402	2,825,785	259	68.93
เนื้อที่ปลูกทั้งสิ้น		621,689	ไร่				
จำนวนผู้ปลูก		151,631	ราย				
พื้นที่ปลูก		48	จังหวัด				
ผลผลิตรวม		613,593	ตัน				
ผลผลิตต่อไร่		1,237	กิโลกรัม				
ราคาขายต่อได้ต่อกิโลกรัม		75.22	บาท				

ที่มา : ระบบจัดเก็บและรายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล (รต.) กรมส่งเสริม
การเกษตร.

สำหรับราคาเฉลี่ยทุเรียนพันธุ์หมอนทอง พบว่านับตั้งแต่ปี 2551 ราคาทุเรียนหมอนทองที่
เกษตรกรขายได้ที่หน้าสวน มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จากราคาเฉลี่ย 20.93 บาทต่อ
กิโลกรัมจนมาถึง 81.73 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2561 ขณะที่ราคาทุเรียนสูงสุดที่ขายได้คือ 134.98 บาท
ต่อกิโลกรัมในเดือนมีนาคม 2560 ส่วนในปี 2544 – 2550 ทุเรียนหมอนทองมีราคาเฉลี่ยไม่ถึง 20 บาท
ต่อกิโลกรัม (ระบบจัดเก็บและรายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล (รต.) กรมส่งเสริม
การเกษตร) ดังตารางที่ 1.8

ตารางที่ 1.8 ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทอง รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ทั่วประเทศปี 2540-2561 (ต่อ)

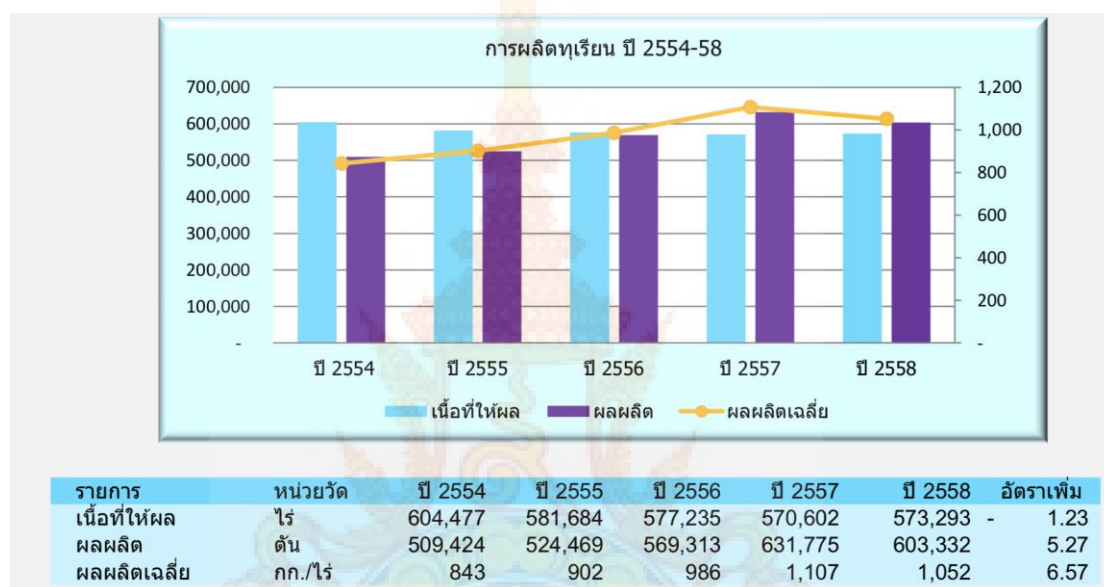
ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เฉลี่ย ม.ค.-มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	เฉลี่ย ม.ค.-มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	เฉลี่ย ม.ค.-ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย ม.ค.-ธ.ค.
2540	-	-	55.00	55.00	42.14	24.44	13.18	25.85	18.19	21.16	35.60	24.87	37.00	-	-	25.15
2541	-	77.50	82.43	82.24	27.24	26.54	33.00	32.03	35.33	23.16	23.04	30.19	25.00	-	-	30.07
2542	20.33	27.95	43.46	36.54	26.89	23.98	15.00	23.06	10.92	21.23	19.40	21.68	17.50	53.11	33.45	21.67
2543	18.09	25.53	51.25	38.83	55.33	18.05	12.26	25.42	18.05	15.63	22.58	22.36	22.00	30.00	24.00	22.37
2544	18.88	20.00	39.36	30.86	24.96	14.17	21.48	19.94	24.04	10.41	13.73	18.34	18.50	20.00	22.75	18.35
2545	14.31	20.32	40.25	30.57	28.44	11.52	15.76	17.76	14.17	11.35	15.71	16.05	-	-	-	16.05
2546	23.00	22.28	21.56	21.59	20.57	26.08	22.90	22.97	12.34	12.97	13.51	18.35	14.37	16.00	16.00	18.25
2547	-	-	40.00	40.00	22.90	10.06	17.04	18.39	15.83	13.69	10.28	10.39	12.57	19.75	-	16.31
2548	-	-	24.00	24.00	13.67	16.46	16.77	16.44	17.22	10.89	20.86	16.01	28.25	-	-	16.29
2549	-	31.00	28.00	28.85	33.03	18.72	16.23	21.53	13.74	13.03	19.16	18.90	22.00	-	-	18.97
2550	29.00	31.67	28.00	29.03	15.51	19.14	17.28	19.15	14.42	9.46	16.17	16.67	20.07	-	-	16.75
2551	38.40	34.60	41.10	39.13	21.85	16.31	19.95	20.29	19.72	21.36	23.54	20.67	31.00	-	43.88	20.93

ตารางที่ 1.8 (ต่อ) ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทอง รายเดือนที่เกษตรกรขายได้ทั้งสิ้นทั่วประเทศปี 2540-2561

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เฉลี่ย ม.ค.-มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	เฉลี่ย ม.ค.-มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	เฉลี่ย ม.ค.-ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย ม.ค.-ธ.ค.
2552	41.36	-	40.00	40.52	38.01	20.89	18.09	24.00	18.56	15.48	14.70	21.52	-	-	-	21.52
2553	-	-	-	-	23.27	23.87	27.84	24.43	22.70	19.43	35.44	24.50	48.13	52.00	-	25.36
2554	-	-	-	-	36.53	24.84	34.21	28.71	28.83	18.69	33.02	27.76	-	-	-	27.76
2555	-	-	-	-	32.13	30.90	36.28	32.05	35.94	26.49	32.98	31.75	48.30	27.33	28.00	31.92
2556	22.37	26.35	-	23.68	42.53	53.49	38.33	46.35	31.42	28.73	23.74	41.01	24.36	-	41.32	40.45
2557	46.87	48.83	-	48.17	45.31	42.91	30.91	40.11	24.08	21.32	31.45	33.67	48.06	-	-	34.29
2558	-	-	79.30	79.30	57.29	41.97	50.28	50.38	43.26	37.69	45.67	46.69	53.04	-	-	46.96
2559	-	-	-	-	64.30	75.47	73.75	71.87	67.16	47.60	43.29	63.57	49.49	-	-	62.96
2560	-	-	134.98	134.98	101.09	62.83	69.61	78.77	65.20	50.66	78.83	71.81	-	-	-	71.81
2561	-	-	120.00	120.00	73.46			81.73				81.73				81.73

ที่มา: ระบบจัดเก็บและรายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล (รต.) กรมส่งเสริมการเกษตร

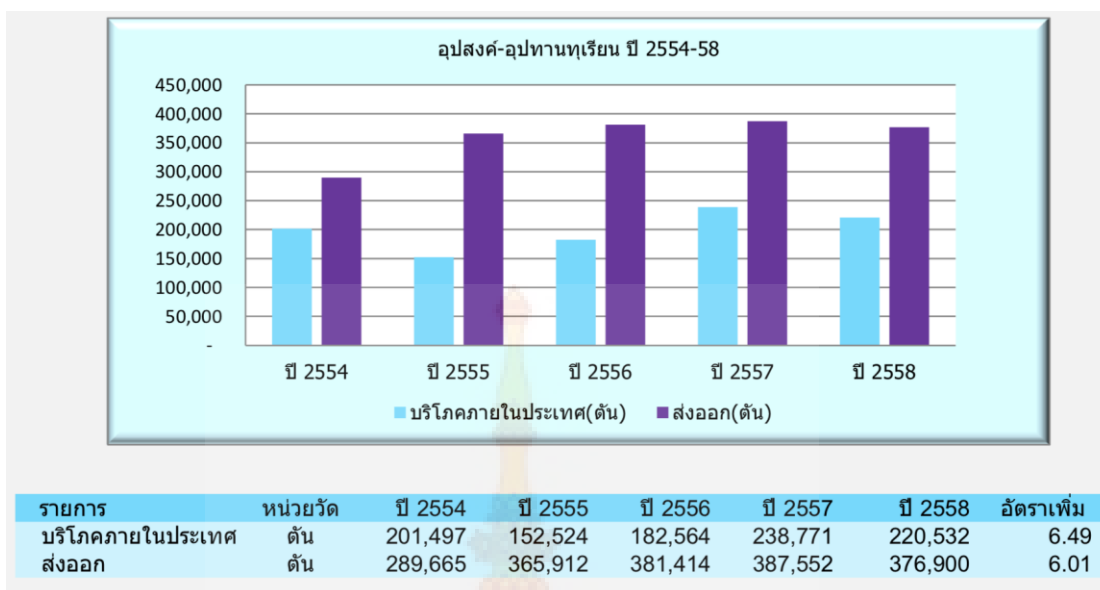
การผลิตของทุเรียนของไทยในช่วงปี 2554-2558 เนื้อที่ให้ผลลดลงจาก 604,477 ไร่ ในปี 2554 เหลือ 573,293 ไร่ ในปี 2558 หรือลดลงร้อยละ 1.24 ต่อปี ขณะที่ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นจาก 509,424 ตันและ 843 กิโลกรัมต่อไร่ในปี 2554 เป็น 603,332 ตันและ 1,052 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2558 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.39 และร้อยละ 6.69 ต่อปีตามลำดับ ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 การผลิตทุเรียนปี 2554-2558

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ออนไลน์.

อุปสงค์-อุปทานของทุเรียนของไทยในปี 2554 - 2558 ความต้องการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 201,497 ตัน ในปี 2554 เป็น 220,532 ตัน ในปี 2558 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.49 ต่อปี ซึ่งการบริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปผลสด โดยไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก ตลาดหลักสำคัญ คือ จีน โดยส่งออกในรูปผลไม้สดประมาณร้อยละ 90 ของการส่งออกทั้งหมดในปี 2554-2558 การส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.01 ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 อุปสงค์-อุปทานทุเรียนปี 2554-2558

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ออนไลน์.

ทุเรียนเป็นผลไม้ไทยชนิดหนึ่งที่มีความนิยมนิยมบริโภคสูงทั้งใน และต่างประเทศ จำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามระดับการพัฒนาของสังคมเมืองของจีนทุเรียนของไทย จึงเป็นที่ต้องการของตลาดประเทศจีน อย่างไรก็ตามผลจากการทำธุรกิจทุเรียนไทยนั้น ทำให้การส่งออกมากขึ้น แต่ปัญหาของการส่งออกธุรกิจทุเรียนไปประเทศจีนก็มากขึ้นด้วย ทุเรียนที่ส่งออกนั้นจะต้องมีการดูแลที่ดีทุกขั้นตอนตั้งแต่เกษตรกรจนถึงมือผู้บริโภคตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษาถึงปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน เพื่อเพิ่มความสามารถในการส่งออกทุเรียนไทยอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาจะมีความสำคัญอย่างยิ่งทำให้ผู้ประกอบการใช้ในการวางแผนในการส่งออกทำธุรกิจทุเรียนไทย และการส่งออกทุเรียนของไทยมีแนวทางการวางแผนกลยุทธ์แก้ไขปัญหาค่าที่จะเกิดขึ้น ประสบปัญหาด้านการส่งออกทุเรียนเกิดจากความจงใจหรือความคลาดเคลื่อนในการตัดสินใจและทำให้เกิดการเสียโอกาสทางการค้าและความเสียหายในเชิงธุรกิจทุเรียน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนในด้านการตลาด และการส่งออก

1.2.2 เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนในด้านต่าง ๆ คือ ด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร ด้านการตลาด และสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1.3.1 เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการใช้ในการวางแผนการส่งออกธุรกิจทุเรียนทำให้ทราบถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

1.3.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานธุรกิจส่งออก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั้งกับผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการรายใหม่เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการวางแผนแก้ไขปัญหในระดับอื่น ๆ

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้ การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ โดยเก็บตัวอย่างจากแบบสอบถามจากผู้ส่งออกทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2559-2560

1.5 กรอบกระบวนการวิจัย

สำหรับกรอบกระบวนการเพื่อศึกษาปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ด้านทฤษฎี ภูมิใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากเอกสารหนังสืองานวิจัย บทความ สื่อสารสนเทศตลอดจนถึงเอกสารอื่น ๆ รวมทั้งกรอบกระบวนการในการหาความหมายที่มาของปัญหาวิจัยด้านปฐมภูมิ เพื่อหาผลการศึกษาและบทสรุปโดยใช้เครื่องมือการดำเนินต่อสถิติตามกระบวนการ ขั้นตอนงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์และความหมายในงานวิจัยครั้งนี้

1.6 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขั้นตอนและวิธีดังนี้ ในครั้งนี้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์จากการวิจัยที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้นโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.6.1 สมมติฐานการศึกษา

1.6.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

- 1.6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 1.6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
- 1.6.5 การเก็บข้อมูล (Data Collection)
- 1.6.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน หมายถึง สิ่งที่มีความต้องการจากตลาดต่างประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นมา ปัญหาที่คาดเดาได้ว่าปรับสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาอย่างแน่นอน ประกอบไปด้วยการรวบรวมผลผลิตของผู้ส่งออกทุเรียน ด้านการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

1.7.2 ผู้ส่งออกทุเรียน หมายถึง ผู้ดำเนินงานทางการตลาดตั้งแต่สินค้าออกจากมือผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภค การรวบรวมผลผลิตให้ได้ปริมาณที่เพียงพอและคุณภาพตามที่ต้องการ คัดคุณภาพจัดชั้นมาตรฐานสินค้าทำความสะอาดบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาและขนส่ง รวมถึงขั้นตอนในการส่งออกสินค้า

1.7.2.1 ด้านการรวบรวมผลผลิต ประกอบด้วย คุณภาพและมาตรฐานทุเรียนกับปริมาณ

1.7.2.2 ด้านการตลาด ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

1.7.2.3 สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ประกอบด้วย สภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมาย เทคโนโลยี การแข่งขัน

1.7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาการดำเนินงานกับลักษณะบางประการของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออก หมายถึง ประเภทของระบบการผลิตระยะเวลาในการดำเนินงาน ตลาดเป้าหมายในการส่งออก ลักษณะการใช้ตราสินค้าของตัวเอง และลักษณะที่ดำเนินธุรกิจ

1.7.4 ทุเรียนสด หมายถึง ผลทุเรียนสดที่ส่งออกในรหัสสินค้าที่ใช้ศึกษา คือ HS 0810600000 สำหรับ พ.ศ. 2547-2549 และ HS 0810600000 สำหรับ พ.ศ. 2550-2556

1.7.4.1 ประเภทของระบบการผลิต หมายถึง ระบบการผลิตหรือรวบรวมผลผลิตทุเรียนของผู้ส่งออกในการดำเนินงานในปัจจุบัน คือ การผลิตเพื่อรอการจำหน่าย การผลิตตามคำสั่งซื้อ และการผลิตแบบผสม

1.7.4.2 การผลิตเพื่อรอการจำหน่าย หมายถึง ระบบการผลิตที่ผู้ส่งออกทุเรียนมีส่วนร่วมเป็นกิจการของตัวเองเพียงพอกับการส่งออก โดยไม่ต้องรับซื้อจากแหล่งอื่น

1.7.4.3 การผลิตตามคำสั่งซื้อ หมายถึง ระบบการผลิตที่ผู้ส่งออกทุเรียนรับซื้อจากเกษตรกร

1.7.4.4 การผลิตแบบผสม หมายถึง ระบบการผลิตที่ผู้ส่งออกทุเรียนมีส่วนเป็นกิจการของตัวเอง แต่ไม่เพียงพอสำหรับส่งออก จึงต้องรับซื้อจากสวนอื่นหรือพ่อค้าท้องถิ่น การติดตามความเป็นไปของกระแส

1.7.5 ลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาจาก

1. ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์อ้างอิงจากทฤษฎีของอาทิตย์ วุฒิศะโร มีเรื่องลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเพียงใด. อุตสาหกรรม Journal, ฉบับที่ 1 (มกราคม 2527): 26-29.

2. ด้านระยะเวลาในการดำเนินงานอ้างอิงจากทฤษฎีของวินิจ วีรยางกูร มีเรื่องการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2532, หน้า 19)

3. ด้านลักษณะของสินค้าอ้างอิงจากทฤษฎีของธีรยุทธ วัฒนาศุโขโชคมีเรื่องการบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน / ธีรยุทธ วัฒนาศุโขโชค. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

4. ด้านลักษณะของธุรกิจอ้างอิงจากทฤษฎีของมุสตี รุมาคม. (2540). มีเรื่องการบริหารธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: พลิทส์เซ็นเตอร์. (2540, หน้า 29)

1.8 กรอบแนวคิด

สำหรับกรอบแนวความคิดเพื่อการศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้นำการวิจัยจากตัวอย่างและประเมินประสิทธิภาพข้อมูลทฤษฎีภูมิวิเคราะห์ปัจจัยทั้งสองด้าน จากการศึกษาหลักการทฤษฎีและการทบทวนงานวิจัยข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดกำหนดให้ปัญหาการดำเนินงานลักษณะเป็นตัวแปรต้น ความสัมพันธ์เป็นตัวแปรส่งผ่าน ลักษณะบางประการของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกเป็นตัวแปรตาม สรุปว่าการปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนมีอะไรบ้าง แล้วสรุปดังรูปภาพพร้อมรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางศึกษาได้ดังนี้ ปัจจุบันนี้ได้ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของทุเรียน
 - 2.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของทุเรียน
 - 2.1.2 การผลิตทุเรียน
 - 2.1.3 การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด
- 2.2 ทฤษฎีการธุรกิจการเกษตร
 - 2.2.1 ความหมายของธุรกิจการเกษตร
 - 2.2.2 ขอบเขตของธุรกิจการเกษตร
 - 2.2.3 องค์ประกอบของระบบธุรกิจการเกษตร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
 - 2.3.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)
 - 2.3.2 ความหมายของผู้ประกอบการ
 - 2.3.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด
 - 2.4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่การตลาด
 - 2.4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix.4'P)
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ
- 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 บทสรุป

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของทุเรียน

2.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของทุเรียน

2.1.1.1 ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

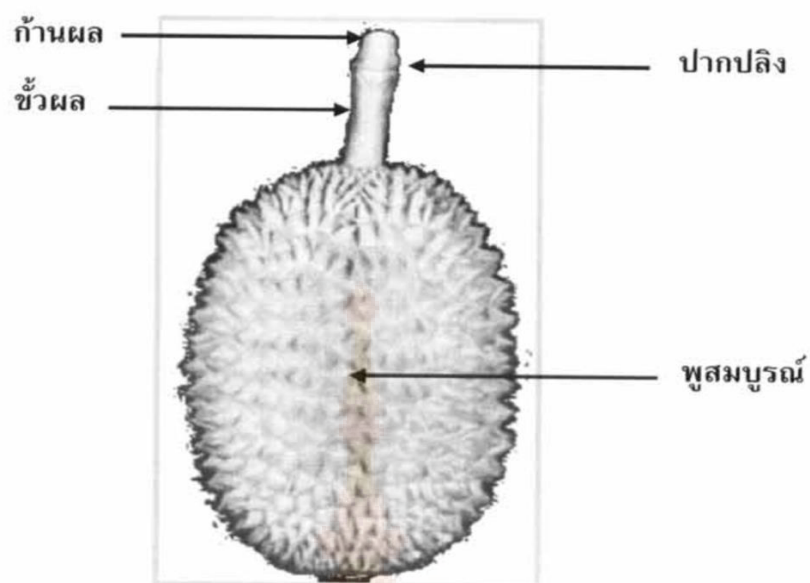
ทุเรียนชั้นมาตรฐานต้องมีคุณภาพดังต่อไปนี้ เว้นแต่มีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้น และเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีตามที่ระบุไว้

- เป็นผลทุเรียนสดทั้งผลพร้อมข้าวที่สมบูรณ์และอาจมีก้านผล
- สภาพภายนอกมีความสมบูรณ์ไม่เน่าเสีย
- ไม่มีตำหนิที่เห็นเด่นชัดและไม่มีผลกระทบถึงคุณภาพภายใน
- ไม่มีศัตรูพืชที่มีผลต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผลผลิต
- ไม่มีความเสียหายของผลผลิตเนื่องจากศัตรูพืช
- ปลอดภัยจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำหรืออุณหภูมิสูง ปลอดภัยจากกลิ่น

และรสชาติแปลกปลอมหรืออย่างใดอย่างหนึ่ง

- สภาพความสมบูรณ์ภายในเมื่อสุกไม่มีอาการผิดปกติของเนื้อ ได้แก่ แกน เต่าเผา ไส้ซึม ถ้ามีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันต้องไม่เกินร้อยละ 5 ของส่วนที่บริโภคได้

ผลทุเรียนต้องแก่ได้ที่เหมาะสมกับพันธุ์และพื้นที่ปลูกกล่าวคือผลสามารถพัฒนาเป็นผลสุกได้หลังเก็บเกี่ยวจากต้นแล้ว มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และผลอยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง สีของผล (เปลือกทุเรียน) และเนื้อจะแตกต่างกันไปตามสายพันธุ์



ภาพที่ 2.1 แสดงลักษณะภายนอกของทุเรียน

ที่มา: ศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี กรมการวิชาการเกษตร.

ตารางที่ 2.1 ข้อกำหนดเฉพาะ (SPECIFICATION) (ต่อ)

ชั้นคุณภาพ	ชั้นพิเศษ (Extra)		ชั้นหนึ่ง (I)		ชั้นสอง (II)	
พันธุ์	จำนวนพูที่ สมบูรณ์	น้ำหนักต่อ ผล	จำนวนพูที่ สมบูรณ์	น้ำหนักต่อผล	จำนวนพูที่ สมบูรณ์	น้ำหนักต่อ ผล
	(พู)	(กิโลกรัม)	(พู)	(กิโลกรัม)	(พู)	(กิโลกรัม)
ชะนี	ไม่น้อยกว่า 4	2.2 – 4.0	3	2.0 – 4.0	2 - 3	มากกว่า 1.5 แต่น้อยกว่า 2.0
			มากกว่า 3	2.0 – น้อยกว่า 2.2		
				มากกว่า 4.0 – 4.2		
หมอนทอง	ไม่น้อยกว่า 4	2.5 – 5.0	3	2.0 – 5.0	2	1.8 – 5.0
			มากกว่า 3	2.0 – น้อยกว่า 2.5	มากกว่า 2	มากกว่า 1.8 แต่น้อยกว่า 2.0

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) ข้อกำหนดเฉพาะ (SPECIFICATION)

ชั้นคุณภาพ	ชั้นพิเศษ (Extra)		ชั้นหนึ่ง (I)		ชั้นสอง (II)	
	จำนวนพุ่มที่สมบูรณ์	น้ำหนักต่อผล	จำนวนพุ่มที่สมบูรณ์	น้ำหนักต่อผล	จำนวนพุ่มที่สมบูรณ์	น้ำหนักต่อผล
	(พุ่ม)	(กิโลกรัม)	(พุ่ม)	(กิโลกรัม)	(พุ่ม)	(กิโลกรัม)
ก้านยาว	3 – 5	2.0 – 3.5	3 – 5	มากกว่า 1.5 แต่ น้อยกว่า 2.0	2 – 3	1.0 – 1.5
				มากกว่า 3.5 – 4.0		
กระดุมทอง	5	มากกว่า 2.0	4 – 5	มากกว่า 1.5 แต่ น้อยกว่า 2.0	2 – 3	1.3 – 1.7
			3	มากกว่า 1.7		

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

(1) ชั้นพิเศษ (“Extra” Class) ตามพันธุ์มีตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแต่ตำหนิดังกล่าวต้องไม่มีผลกระทบต่อ คุณภาพของเนื้อ Class ที่เรียนชั้นนี้ มีคุณภาพดีที่สุดตรงตามพันธุ์จำนวนพุ่มสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 4 พุ่ม ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพุ่มสมบูรณ์ 5 พุ่ม มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ปลายหนามไม่แตก ปลอดภัยจากตำหนิยกเว้นตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในด้านรูปลักษณะทั่วไปของผล รวมทั้งต่อคุณภาพภายในต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษาและการจัดเรียงเสมอในภาชนะบรรจุ

(2) ชั้นหนึ่ง (Class1) ที่เรียนชั้นนี้ มีคุณภาพดี ตรงตามพันธุ์จำนวนพุ่มสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 3 พุ่มและพุ่มไม่สมบูรณ์อีก 2 พุ่มและไม่ทำให้รูปทรงพุ่มเสียไป ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพุ่มสมบูรณ์ 4 พุ่ม มีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์ปลายหนามไม่แตก มีตำหนิเล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และตำหนิดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในด้านรูปลักษณะทั่วไปของผล รวมทั้งต่อคุณภาพภายในต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสมอใน ภาชนะบรรจุ

(3) ชั้นสอง (Class2) ชั้นนี้ รวมพุ่มที่ไม่เข้าชั้นที่สูงกว่าคุณภาพชั้นต่ำตามข้อ 3.1 มีคุณภาพตรงตามพันธุ์ จำนวนพุ่มสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 2 พุ่ม และพุ่มไม่สมบูรณ์อีก 2 พุ่ม ยกเว้นพันธุ์ก้านยาวและกระดุมทองมีพุ่มสมบูรณ์ 3 พุ่ม และพุ่มไม่สมบูรณ์อีก 2 พุ่มมีลักษณะหนามสมบูรณ์ตรงตามพันธุ์

2.1.1.2 ข้อกำหนดเรื่องการบรรจุและการจัดเรียง

ความสม่ำเสมอ (Uniformity) ทุเรียนที่บรรจุในแต่ละรุ่นที่ส่งมอบมีความสม่ำเสมอในเรื่องของพันธุ์และคุณภาพ

การบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุทุเรียนในลักษณะที่สามารถเก็บรักษาทุเรียนได้เป็นอย่างดี วัสดุที่ใช้ในการบรรจุต้องใหม่สะอาดและมีคุณภาพเพื่อป้องกันความเสียหายอันจะมีผลต่อทุเรียน การใช้วัสดุโดยเฉพาะกระดาษหรือตราประทับที่มีข้อกำหนดทางการค้าสามารถทำได้หากมีการพิมพ์หรือมีการแสดงฉลากโดยใช้หมึกพิมพ์หรือกาวที่ไม่เป็นพิษ (รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ (Description of Containers) บรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ผนึกแน่นมัย ถ่ายเทอากาศได้ และมีคุณสมบัติทนทานต่อการปฏิบัติการขนส่งและรักษาผลทุเรียนได้ บรรจุภัณฑ์ต้องปราศจากกลิ่น และวัตถุแปลกปลอม

2.1.1.3 การแสดงเครื่องหมายหรือฉลาก (MARKING OR LABELLING)

1) บรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่ง แต่ละหีบห่อต้องประกอบด้วย ข้อมูลผู้ขายส่ง ชื่อและที่ตั้งของผู้ขายส่ง ผู้บรรจุและหมายเลขรหัสสินค้า ประเภทของผลิตภัณฑ์ ชื่อความว่า “ทุเรียน” และหรือ “ชื่อพันธุ์ทุเรียน” ข้อมูลแหล่งผลิต ประเทศที่ผลิตและหรือแหล่งผลิตในประเทศไทย และข้อมูลเชิงพาณิชย์เช่น ชั้นคุณภาพ ขนาด น้ำหนักสุทธิเป็นระบบเมตริก ซึ่งจะระบุในเอกสาร กำกับสินค้าหรือฉลากหรือแสดงไว้ที่ภาชนะบรรจุก็ได้ข้อความต้องอ่านได้ชัดเจนไม่หลุดออก

2) ภาษา ฉลากของทุเรียนต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยกรณีฉลากทุเรียนที่ผลิตเพื่อส่งออก จะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้

3) เครื่องหมายการตรวจสอบทางราชการหรือเครื่องหมายรับรองให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของหน่วยตรวจหรือหน่วยรับรองที่ได้รับการยอมรับจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.1.1.4 สารปนเปื้อน ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้องและข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติเรื่องสารปนเปื้อน

2.1.1.5 สารพิษตกค้าง ให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้องและข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติเรื่องสารพิษตกค้าง

2.1.1.6 สุขลักษณะ การเก็บเกี่ยวการปฏิบัติต่อผลทุเรียนในขั้นตอนต่าง ๆ รวมถึง การเก็บรักษา และการขนส่ง ทุเรียนต้องปฏิบัติอย่างถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการปนเปื้อนที่จะก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องเหมาะสม Good Agricultural Practice (GAP)

2.1.1.7 ระบบธุรกิจทุเรียน ระบบธุรกิจทุเรียนในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็นระบบย่อยต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

- (1) ระบบย่อยปัจจัยการผลิต (Input supplies sub-system)
- (2) ระบบย่อยการผลิต (Production sub-system)
- (3) ระบบย่อยการตลาด หรือการจัดหาสินค้า (Marketing/procurement sub-system)
- (4) ระบบย่อยการแปรรูป (Processing sub-system)
- (5) ระบบย่อยการจัดจำหน่ายสินค้า (Distribution sub-system)
- (6) ระบบย่อยการส่งออก (Export sub-system)

2.1.1.8 การเก็บเกี่ยวผล

ดัชนีการเก็บเกี่ยว

- นับอายุผล ตั้งแต่วันดอกบานจนถึงวันเก็บเกี่ยว ซึ่งเป็นประมาณ 90-100 วัน สำหรับพันธุ์กระดุมทอง 105 - 110 วัน สำหรับพันธุ์ชะนีและพันธุ์หมอนทอง 120-135 วัน
- สังเกตก้านผล เมื่อผลทุเรียนเริ่มแก่ ก้านผลจะแข็งและมีสีเข้มขึ้น เมื่อสัมผัส จะรู้สึกสากมือ บริเวณปากปลิงจะบวมโต เห็นรอยต่อชัดเจน
- สังเกตหนาม ปลายหนามจะแห้ง สีนํ้าตาลเข้ม เปราะและหักง่าย หนามกาง ออกร่องหนามลึก เมื่อบีบหนามเข้าหากันจะรู้สึกว่ามีสะเกปปลิง
- สังเกตรอยแยกระหว่างพู ผลทุเรียนที่แก่จัดสังเกตเห็นรอยแยกระหว่างพูได้ชัดเจน ยกเว้นบางพันธุ์ที่มีลักษณะดังกล่าวไม่ชัดเจน เช่น พันธุ์ก้านยาว
- การเคาะเปลือก เมื่อเคาะผลทุเรียนที่แก่จัดจะมีเสียงดังโปรง ๆ เสียงหนัก หรือเสียงเบาแตกต่างกันไปตามพันธุ์ทุเรียน
- การสังเกตสีเนื้อ สีเนื้อทุเรียนจะเปลี่ยนจากสีขาวเป็นสีเหลืองอ่อนหรือเหลืองเข้ม ตามลักษณะประจำของแต่ละพันธุ์และความแก่ที่แตกต่างกัน
- การชิมปลิง เมื่อตัดชั่วผลหรือปลิงของผลทุเรียนแก่จัด จะพบว่ามึนน้ำใส ไม่ข้นเหนียวเหมือนในทุเรียนอ่อน และเมื่อชิมดูจะมีรสหวาน

2.1.1.9 วิธีการเก็บเกี่ยว ใช้มีดคม ๆ ตัดก้านผลส่วนที่อยู่เหนือปากปลิง เพื่อให้ผลหลุดจากต้น และส่งลงมาให้คนอยู่ใต้ต้น ใช้กระสอบป่านตะวัดรับ วางผลลงในเข่งไม้ไผ่พยายามหลีกเลี่ยงการวางผลทุเรียนบนพื้นดินในสวนโดยตรง เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของเชื้อราดิน

2.1.1.10 การขนส่งทุเรียน

การขนส่งทุเรียนไปขายยังตลาดต่างประเทศ

- ขนส่งทางเรือ หรือทางเครื่องบิน ภายใต้อุณหภูมิ 15 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ 85-90% เป็นทุเรียนผลสดแช่เย็น
 - ขนส่งทางอากาศ ภายใต้อุณหภูมิ ลบ 20 องศาเซลเซียส เป็นทุเรียนแช่เยือกแข็ง
- ทั้งผล

การขนส่งทุเรียนไปขายยังตลาดภายในประเทศ

- ขนส่งด้วยรถกระบะสี่ล้อ น้ำหนักบรรทุก 1.2 ตัน และรถบรรทุกหกล้อ น้ำหนักบรรทุก 2.8-6.0 ตัน ไปยังตลาดขายส่งภายในประเทศ
- ผู้ค้าปลีกขนส่งด้วยรถกระบะสี่ล้อน้ำหนักบรรทุก 1.2 ตัน ไปยังแหล่งจำหน่ายทั่วประเทศ

2.1.1.11 สุขลักษณะและความสะอาดในการปฏิบัติงาน

กิ่งและใบทุเรียนที่รวบรวมได้หลังการตัดแต่งกิ่ง อาจนำมาย่อยเป็นชิ้นเล็ก ๆ โดยใช้เครื่องย่อยหั่นเศษซากพืช แล้วนำกลับมาเป็นปุ๋ยทุเรียนได้อีก แต่สำหรับกิ่งหรือใบทุเรียนที่เป็นโรค ควรนำไปทิ้งหรือเผาทำลาย หลังจากใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์ และเครื่องทุ่นแรงประเภทต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว ควรทำความสะอาดดูแลและซ่อมบำรุงให้เรียบร้อย ภาชนะบรรจุสารเคมี และวัสดุการเกษตรต่าง ๆ ที่ใช้ในสวนต้องเก็บรวบรวม และนำไปเก็บในสถานที่ที่จัดไว้สำหรับทิ้งภาชนะเหล่านี้ภายในหรือนอกสวน

2.1.2 การผลิตทุเรียน ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ถือว่าเป็นราชาแห่งผลไม้ไทยและเป็นผลไม้ที่มีปริมาณการส่งออกมากเป็นลำดับต้น ๆ ของประเทศคิดเป็นมูลค่าการส่งออกนับร้อยล้านดอลลาร์ต่อปี พันธุ์ทุเรียนที่เกษตรกรปลูกในประเทศไทยมีหลากหลายพันธุ์ เช่น หมอนทอง ชะนี ก้านยาว และกระดุม เป็นต้น แต่ทุเรียนพันธุ์ที่เกษตรกรนิยมปลูกมากที่สุด คือ ทุเรียนพันธุ์หมอนทอง เพราะมีรสชาติอร่อยลูกใหญ่และมีเนื้อมากที่สำคัญพันธุ์ทุเรียนที่สามารถส่งออกต่างประเทศในลักษณะทุเรียนสดและทุเรียนแช่แข็งจะเป็นทุเรียนพันธุ์หมอนทองเท่านั้น พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในประเทศไทยจะมีการเพาะปลูกกระจายอยู่ใน 26 จังหวัดในทุกภาคของประเทศแต่ภาคที่มีการปลูกมากที่สุดคือภาคกลางและภาคใต้ รายชื่อจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 รายชื่อจังหวัดที่มีเนื้อที่เพาะปลูกทุเรียนตามภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

Northem	North – eastern	Central	Southern
1. Sukhothai	3. Si Sa Ket	5. Nonthaburi	13. Chumphon
2. Utharadit	4. Nakhon Rachasima	6. Prachinburi	14. Ranong
		7. Chachoengsao	15. SuratThani
		8. Chanthaburi	16. Phangnga
		9. Trat	17. Phuket
		10. Rayoung	18. Krabi
		11. Chonburi	19. Trang
		12. Rrachuap Khiri Khan	20. Nakhon Si Thammarat
			21. Phatthalung
			22. Songkhla
			23. Satun
			24. Pattani
			25. Yala
			26. Narathiwat

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2551.

2.1.3 การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

2.1.3.1 การจัดการเกี่ยวกับผลผลิตทุเรียน มีขั้นตอนดังนี้

1) ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมทุเรียนสดมี 2 รูปแบบ ได้แก่

(1) การเหมาสวนซึ่งทางผู้รวบรวมจะส่งคนเข้าไปตัดผลทุเรียนตามขนาดและคุณภาพตามที่ต้องการซึ่งสามารถควบคุมคุณภาพได้ เลือกเกรดที่เหมาะสมได้ สามารถควบคุมปริมาณที่ต้องการได้

(2) การรับซื้อหน้าล้งเป็นการเปิดรับซื้อจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมและแจ้งราคากันเป็นรายวัน มีการคัดเลือกเกรดที่ต้องการกันที่หน้าล้ง ข้อดีของวิธีการนี้คือ จะไม่มีเกรดที่ไม่ต้องการ แต่จะต้องรับความเสี่ยงเรื่องราคาที่มีการขึ้นลงตลอดเวลา

2) ขั้นตอนที่ 2 การคัดเกรดแยกขนาด ความแก่ ความสุก สีผิว ตำหนิของผลทุเรียน

3) ขั้นตอนที่ 3 ทำการตัดแต่งข้าว ทำความสะอาดผิว ตรวจสอบตำหนิ ขูดน้ำยากันเชื้อรา ทาน้ำยาเร่งสุกที่ก้าน

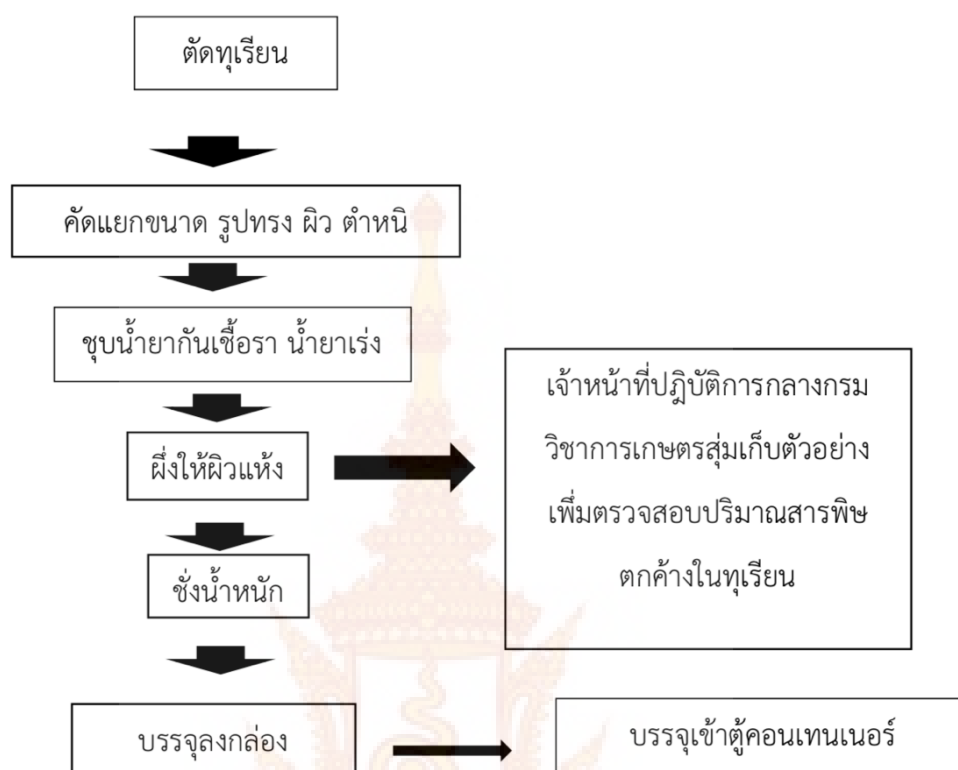
4) ขั้นตอนที่ 4 ผึ่งให้แห้งสนิทก่อนการบรรจุลงกล่อง ในขั้นตอนนี้จะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างจากเจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการกลาง กรมวิชาการเกษตร เพื่อตรวจสอบปริมาณสารพิษตกค้างในทุเรียน เพื่อออกไปรองตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

5) ขั้นตอนที่ 5 ทำการบรรจุลงกล่อง ตามขนาดที่ได้กำหนดร่วมกันกับผู้นำเข้าประเทศปลายทาง

6) ขั้นตอนที่ 6 ชั่งน้ำหนัก จัดเรียง และเช็คจำนวนเพื่อเตรียมเพื่อบรรจุขึ้นตู้สินค้า โดยตู้บรรจุทุกสินค้าต้องทำความสะอาด ตรวจสอบช่องระบายน้ำให้ดี มีการทดสอบอุณหภูมิตู้ให้ได้อุณหภูมิ 13 องศาเซลเซียส ตามที่กำหนด และในการบรรจุเข้าตู้จะต้องแบ่งการบรรจุออกเป็น 3 รอบ เพื่อทำการปรับอุณหภูมิของผลทุเรียนให้ได้ตามมาตรฐาน

7) ขั้นตอนที่ 7 การปิดผนึกตู้คอนเทนเนอร์ ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของตู้บรรจุสินค้า และตรวจสอบอุณหภูมิตั้งกับอุณหภูมิจริงก่อนปล่อยรถคอนเทนเนอร์ไปยังท่าเรือ เพื่อทำการส่งออกไปยังประเทศปลายทาง สิ่งสำคัญอยู่ที่เวลาการปิดตู้ ซึ่งท่าเรือจะกำหนดเวลามาถึงท่าเรือก่อน 18-24 ชั่วโมง





ภาพที่ 2.2 การจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด

ที่มา: จากการสัมภาษณ์บุษยามาศศุภวิทยามงคล, 2558.

2.1.3.2 การขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด

- 1) ยื่นความจำนงขอเป็นผู้ส่งออก
- 2) ถ้าประเทศผู้นำเข้าต้องการการรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) ต้องขอใบรับรองด้วย
- 3) ถ้าประเทศผู้นำเข้าต้องการการรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) และการรับรองการมยาต้องขอใบรับรองด้วย (แบบ พ.ก.7)
- 4) ยื่นขอมีบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้าสินค้า เพื่อใช้ยื่นฟอร์มต่าง ๆ เช่น GSP, GSTP, ATIGA, FTA เป็นต้น ที่ประเทศไทยทำกับประเทศต่าง ๆ กับสำนักบริการการค้าต่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศ สนามบินน้ำนันทบุรี โดยลงทะเบียนขอ Username กลางได้ที่เว็บไซต์ www.dft.go.th

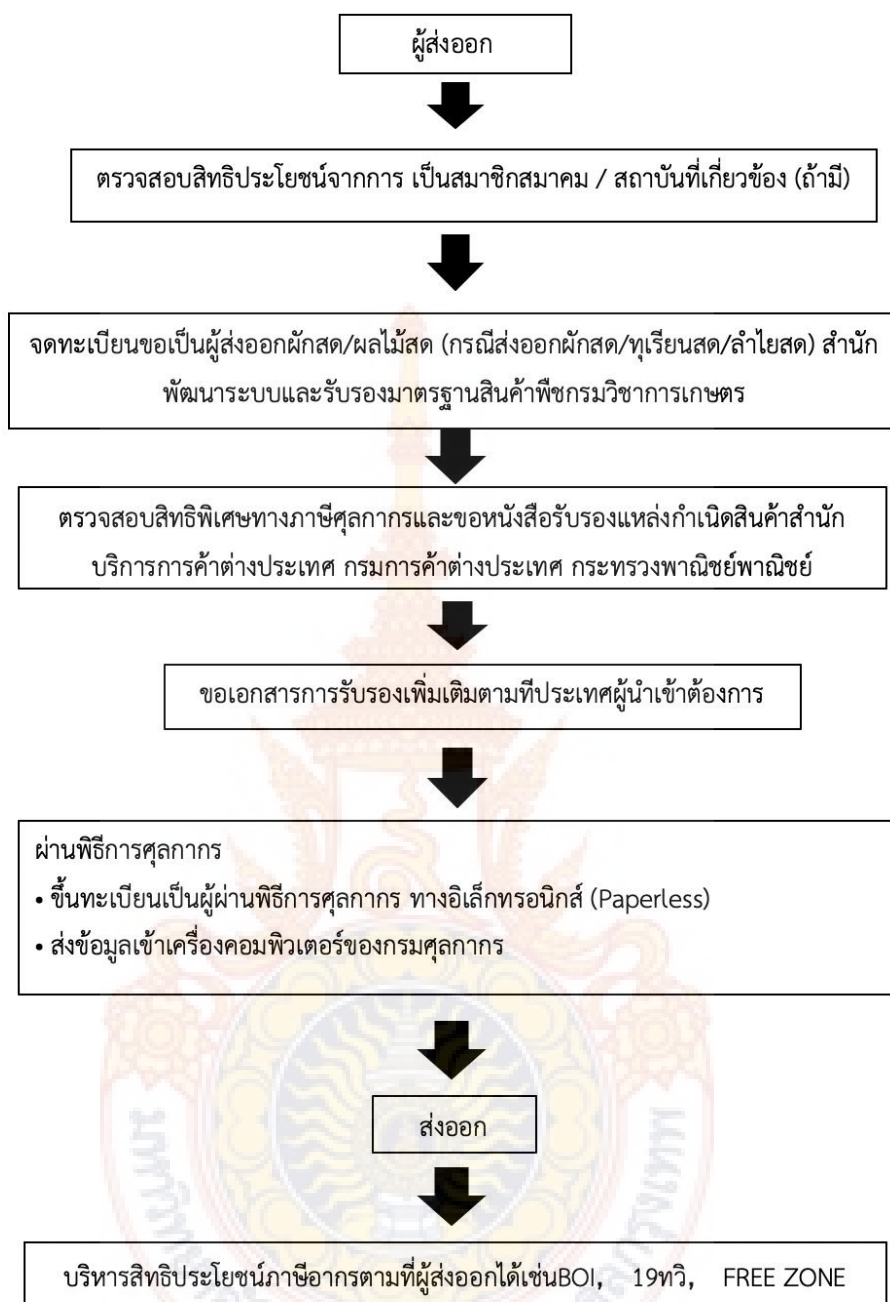
5) ยื่นตรวจสอบสินค้าส่งออกกับสำนักบริหารการนำเข้าว่าสินค้าที่ผลิตถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยถิ่นกำเนิดตามที่กำหนดไว้ในแต่ละประเทศ โดยลงทะเบียนขอ Username & Password เว็บไซต์ www.dft.go.th

6) ขออนุญาตรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า สำนักบริหารการค้าต่างประเทศตามข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศในแต่ละกลุ่มประเทศ

7) ผ่านพิธีการส่งออก ผ่านพิธีการทางศุลกากรด้วยระบบ Paperless โดยขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผ่านพิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือการส่งข้อมูลเข้าระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร

2.1.3.3 เอกสาร/ใบรับรอง

- 1) หนังสือจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก
- 2) ใบรับรองสุขภาพ (Health Certificate) กรณีประเทศผู้นำเข้าต้องการ
- 3) ใบรับรองปลอดศัตรูพืช กรณีประเทศผู้นำเข้าต้องการ
- 4) บัตรผู้ส่งออก-นำเข้าสินค้า
- 5) ผลการตรวจสอบคุณสมบัติทางด้านถิ่นกำเนิดของสินค้าที่กรมการค้าต่างประเทศได้รับรองผลแล้ว สำหรับสินค้าพิกัดตราศุลกากร ตอนที่ 25 ถึง 97
- 6) ขออนุญาตรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า Form CO ทั่วไป, Form A, Form D (ATIGA), Form FTA ต่าง ๆ
- 7) ใบขนสินค้าขาออกแบบใช้สิทธิ ใบกำกับการขนย้ายสินค้า



ภาพที่ 2.3 การขั้นตอนการส่งออกทุเรียนสด

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557.

ตลาดส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศผลไม้สด ปี พ.ศ.2556-2559 ได้นำเสนอข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการบริโภคทุเรียนในประเทศและส่งออกดังนี้

การบริโภคทุเรียนจะเป็นการบริโภคในลักษณะทุเรียนโดยตลาดส่งออกที่สำคัญส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในเอเชีย ได้แก่ ประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ จีนฮ่องกง และอินโดนีเซีย เป็นต้น

2.2 ทฤษฎีการธุรกิจการเกษตร

ในวิจัยการการศึกษาปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

2.2.1 ธุรกิจการเกษตร

2.2.1.1 ความหมายของธุรกิจการเกษตร คือ การดำเนินงานทั้งหลายในด้านที่เกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร กิจกรรมการผลิตในฟาร์ม การเก็บรักษา การแปรรูป และการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลผลิตพลอยได้จากสินค้าเกษตร ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรทุกประเภทถือว่าเป็นธุรกิจการเกษตรทั้งสิ้น (J. Davis and Ray A, 2500)

2.2.1.2 ขอบเขตของธุรกิจการเกษตร คือ ขอบเขตของธุรกิจการเกษตรจึงครอบคลุมธุรกิจทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร นับตั้งแต่ธุรกิจที่ผลิตและจำหน่าย ปัจจัยการผลิต ธุรกิจการผลิตสินค้าเกษตร ธุรกิจการแปรรูปและการค้าสินค้าเกษตร นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่สนับสนุนการทำธุรกิจการเกษตรอีกด้วย เช่น การขนส่ง การเงินและคลังสินค้า เป็นต้น

2.2.1.3 องค์ประกอบของระบบธุรกิจการเกษตร โครงสร้างของระบบธุรกิจการเกษตรของประเทศไทยสามารถจำแนกออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายดำเนินการและฝ่ายสนับสนุน องค์ประกอบของระบบธุรกิจการเกษตร D.K.Desai และนักวิชาการของประเทศไทยได้ทำการศึกษาและวิจัยระบบธุรกิจการเกษตรในประเทศไทย เมื่อปี 2517 และเสนอว่า ระบบธุรกิจการเกษตรในประเทศไทยควรประกอบด้วย 7 ระบบย่อย ได้แก่

(1) ระบบย่อยปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร เป็นระบบย่อยซึ่งมีหน้าที่ในการพัฒนาการผลิตและจัดหาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกร ซึ่งปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ปุ๋ยเคมี สารเคมี ยาปราบศัตรูพืช อาหารสัตว์ ตลอดจนเครื่องมือ เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการผลิต อันจะนำไปสู่การผลิตที่มีประสิทธิภาพ

(2) ระบบย่อยการผลิตสินค้าเกษตร ซึ่งได้แก่ การปลูกพืชการเลี้ยงสัตว์ การประมงและการทำป่าไม้ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่อย่างไม่จำกัดโดยมีเกษตรกรเป็นผู้ทำหน้าที่การผลิต และเพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันเชิงเศรษฐกิจ เกษตรกรจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องของการผลิต เทคโนโลยีการผลิต

และเทคโนโลยีในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลผลิตออกมาในปริมาณ คุณภาพ ระยะเวลา และราคาที่เป็นที่ต้องการและยอมรับได้ของผู้บริโภคและผู้แปรรูป

(3) ระบบย่อยการจัดหาสินค้าเกษตร มีบทบาทและหน้าที่หลักในการรวบรวม และเคลื่อนย้ายผลผลิตทางการเกษตรจากแหล่งผลิตที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจาย เพื่อนำไปสู่ผู้ค้าหรือผู้ จัดจำหน่ายในตลาดระดับต่าง ๆ รวมถึงการเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรรูปผลผลิตทาง การเกษตรด้วย

(4) ระบบย่อยการแปรรูป/การเก็บรักษาสินค้าเกษตรทำหน้าที่ในการแปรสภาพสินค้า สินค้าเกษตรให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ที่将会นำไปใช้ ประโยชน์ต่อไป ซึ่งการแปรรูปสินค้าเกษตรจะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทั้งทางด้านรูปร่าง เวลา และ ความสามารถในการเป็นเจ้าของได้ ทั้งนี้ระบบย่อยการแปรรูปสินค้าเกษตร นอกจากจะก่อให้เกิด มูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีส่วนช่วยในการสร้างงาน การรักษาเสถียรภาพ ของราคาผลผลิต และการเป็นแหล่งรองรับปริมาณผลผลิตเกษตรที่เป็นส่วนเกินจากปริมาณความ ต้องการของตลาดอีกด้วย

(5) ระบบย่อยการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร การจัดจำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็น ผลผลิตทางการเกษตรผลิตภัณฑ์แปรรูป ตลอดจนผลพลอยได้ต่าง ๆ ซึ่งได้มาจากระบบย่อย การรวบรวมผลผลิต และระบบย่อยการแปรรูปให้แก่ผู้บริโภคนั้น อาจจะกระทำได้โดยผ่านช่องทาง การค้าทั้งในระบบการค้าส่ง การค้าปลีก หรือแม้กระทั่งการค้าในลักษณะที่เป็นการขายตรง ดังนั้น พ่อค้าหรือคนกลางที่เข้ามาทำหน้าที่ในระบบย่อยจึงมีหน้าที่ในการจัดหาและเคลื่อนย้ายสินค้าที่มี รูปร่าง ลักษณะ ราคาคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่อย่าง หลากหลายและอยู่กระจัดกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ

(6) ระบบย่อยการส่งออกสินค้าเกษตร ทำหน้าที่ในการเคลื่อนย้าย และ จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปต่าง ๆ ทั้งที่เป็นการแปรรูปขั้นต้น และสินค้าสำเร็จรูป เพื่อไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ผู้ที่ทำหน้าที่ในระบบย่อยส่วนนี้เรียกว่า ผู้ส่งออก ซึ่งส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผู้ค้า นายหน้า หรืออาจจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรรูปสินค้าเอง ใน ปัจจุบันนี้แนวโน้มในการส่งออกผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรมีเพิ่มมาก ขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าในตลาดโลก

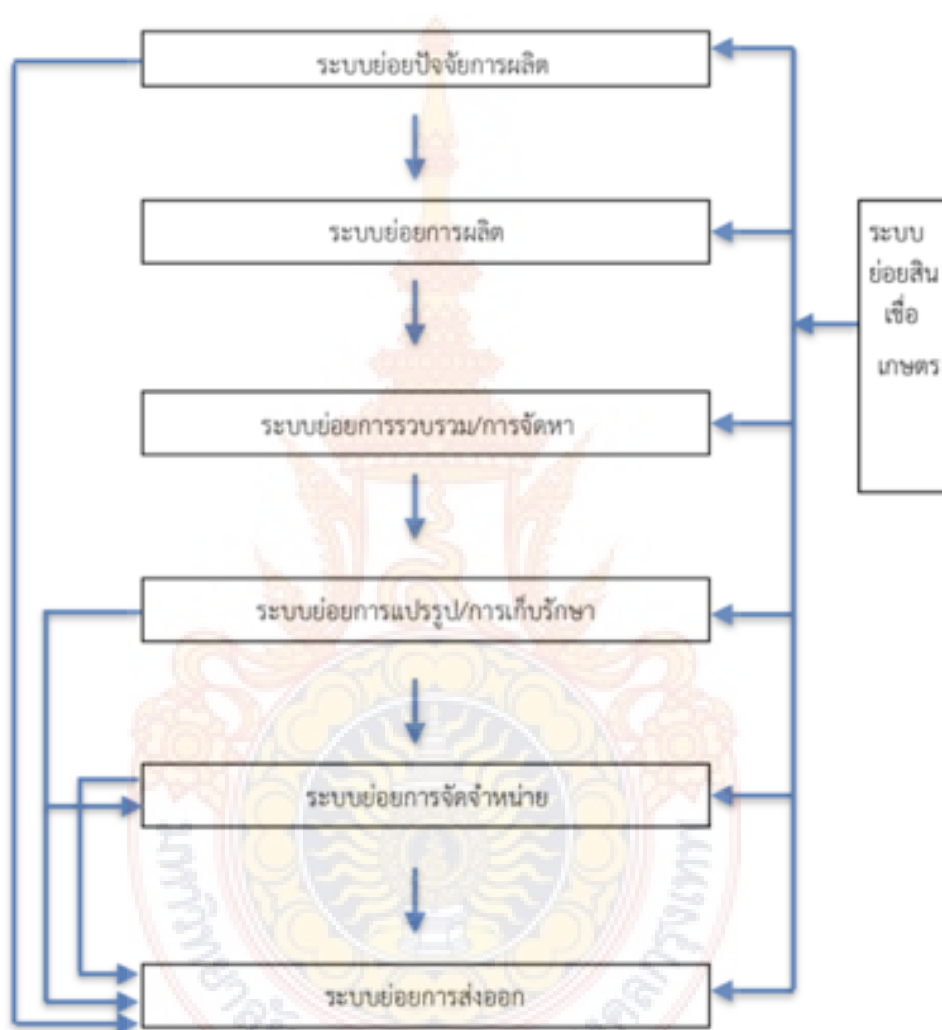
(7) ระบบย่อยสินเชื่อการเกษตร ถือเป็นระบบย่อยที่สำคัญที่ทำหน้าที่ สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจและการลงทุนในทุก ๆ ระบบย่อย โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งเป็น ประเทศที่กำลังพัฒนาทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ การพัฒนาประเทศจึงจำเป็นต้องเริ่มจากการ พัฒนาสาขาเกษตรอันได้แก่ การพัฒนาด้านการผลิตสมัยใหม่เพื่อให้ผลผลิตสูงมาใช้จึงจำเป็นต้องลงทุน สูง แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ของประเทศมักมีฐานะยากจน ขาดแคลนเงินออมที่จะใช้ลงทุนดังนั้น หาก

ขาดซึ่งสินเชื่อ การเพิ่มผลผลิตด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็ย่อมมีอุปสรรค สินเชื่อการเกษตรจึงเป็นเสมือน “ตัวเร่ง” ที่ช่วยให้การพัฒนาด้านการเกษตรเป็นไปได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นเกษตรกรไทยมีแนวโน้มการใช้สินเชื่อในตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของการกู้ยืมส่วนใหญ่เพื่อการเกษตร การเกษตรในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นกว่าเดิม และสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อระยะสั้นมากที่สุด นั่นคือ มีความต้องการสินเชื่อเพื่อการผลิตในแต่ละฤดูกาลมากกว่าที่จะมีการลงทุนในระยะปานกลาง หรือระยะยาว สินเชื่อเพื่อการผลิต เป็นสินเชื่อเพื่อการดำเนินการผลิตในฟาร์ม โดยอาจจะเป็นสินเชื่อเพื่อการดำเนินการกิจกรรมการผลิตในระยะสั้น หรือเพื่อการลงทุนในระยะยาว เช่น การซื้อที่ดิน การสร้างโรงเรือนโดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการได้รับสินเชื่อ มีสาเหตุเนื่องมาจากความเชื่อถือและความคุ้นเคย ความไม่เสี่ยงภัย ตลอดจนความมั่นคงในหลักประกันเงินกู้แหล่งสินเชื่อที่เกษตรกรกู้ยืมเงิน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. แหล่งเงินกู้ที่เป็นสถาบันการเงิน โดยกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ กู้จากธนาคารพาณิชย์ และกู้จากสหกรณ์การเกษตร

2. แหล่งเงินกู้ที่ไม่เป็นสถาบันการเงิน โดยกู้จากพ่อค้าคนกลาง กู้จากญาติ และกู้จากเพื่อนบ้าน สินเชื่อแหล่งเงินกู้ที่ไม่เป็นสถาบันการเงินนี้ส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยสูงมาก ทำให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนสุทธิต่ำไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพและเป็นการจูงใจให้ทำการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ให้สินเชื่อเป็นพ่อค้า ผู้รับซื้อหรือรวบรวมผลผลิตเกษตร การให้สินเชื่อมักมีข้อกำหนดหรือข้อผูกพันให้เกษตรกรต้องขายผลผลิตให้แก่ตนเองอีกด้วย ทำให้เกษตรกรไม่มีทางเลือกในการขยายผลผลิตเพื่อให้ได้รับราคาผลผลิตที่ดีกว่าหรือยุติธรรมได้ และเป็นปัจจัยที่ทำให้ระบบการตลาดสินค้าเกษตรในท้องถิ่นไม่มีการแข่งขันและพัฒนาไปเท่าที่ควรสินเชื่อของเกษตรกรได้มาจากแหล่งเงินกู้ที่ไม่เป็นสถาบันการเงินมากกว่าแหล่งเงินกู้ที่เป็นสถาบันการเงิน พ่อค้าผู้รวบรวมหรือผู้รับซื้อผลผลิตเป็นแหล่งสินเชื่อของเกษตรกรที่สำคัญที่สุด รองลงไป ได้แก่ ธุรกิจเอกชนอื่น ๆ สหกรณ์การเกษตร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรและธนาคารพาณิชย์ตามลำดับ สถาบันการเงินในระบบเท่าที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันมุ่งอำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกรที่มีหลักประกันมั่นคงเป็นเจ้าของที่ดินและมีเอกสารสิทธิตามกฎหมายเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์และสหกรณ์การเกษตร ส่วนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรจะอำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรกว้างมากขึ้นแต่ยังคงให้ความสำคัญหรือมุ่งอำนวยความสะดวกให้แก่เกษตรกรที่มีหลักประกันมั่นคงเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในจำนวนเกษตรกรที่ได้รับสินเชื่อจากสถาบันในระบบนี้ส่วนใหญ่ยังต้องกู้จากแหล่งเงินกู้ที่ไม่เป็นสถาบันการเงินเพิ่มเติมอีกโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรที่ได้รับเงินกู้จากสหกรณ์การเกษตรและกลุ่มเกษตรกร สำหรับอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเพื่อการเกษตรคิดกับเกษตรกรนั้นจะคิดดอกเบี้ยการกู้ยืมเงินลงทุนจากเกษตรกรในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี ดังนั้นความต้องการด้านการเงินทุนและทุนหมุนเวียนจากสินเชื่อจึงมีปริมาณมาก

จะเห็นได้ว่าระบบธุรกิจการเกษตรมีความเกี่ยวพันกันหลายด้านแต่ฝ่ายใดต้องการความรู้ความชำนาญในหลายด้าน หากต้องการดำเนินธุรกิจการเกษตรครบวงจร ซึ่งหมายถึงมีการดำเนินการตั้งแต่ขั้นปัจจัยการผลิต จนกระทั่งถึงขั้นการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรทั้งในประเทศและส่งออกต่างประเทศ โดยสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพ



ภาพที่ 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยต่าง ๆ ในโครงสร้างระบบธุรกิจการเกษตร
ตามแนวคิดของ D.K.Desai

ที่มา: D.K.Desai โครงสร้างระบบธุรกิจการเกษตร, 2554.

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

การศึกษาแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทั่วไปหรือคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมทั้งคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.3.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

สุวิมล ชัยสุรัตน์ กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์การแบ่งบอกลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (Social class) (สุวิมล ชัยสุรัตน์, 2537)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) ว่าหมายถึง ลักษณะทางประชากร ได้แก่ องค์ประกอบครอบครัว อายุ เพศ ขนาด รายได้ การศึกษา ระดับรายได้ ประสบการณ์ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบอุปสงค์และ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548)

Hanna and Wozniak (2001), Shiffman and Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัว บุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็น ลักษณะที่สำคัญ และมีสถิติที่สามารถวัดได้คนที่มีความลักษณะ ประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่ต่างกัน โดยสามารถวัดได้จากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิง มีแนวโน้มมีความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย และนอกจากนี้ เพศชายและเพศหญิง ยังมีความแตกต่างอย่างมากเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม ซึ่งคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมาก มักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติที่ระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิดค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรม แตกต่าง กันซึ่งคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้มีความกว้างขวางมีเหตุผลเพียงพอ

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคม ของบุคคล ซึ่งแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยมและเป้าหมายในชีวิตที่ต่างกัน

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ หรือ Demographic Factor ที่เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ประสบการณ์ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ศาสนา

2.3.2 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ เจ้าของกิจการ (Business Owner) หรือบุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นเพื่อหวังผลกำไร เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเองโดยยอมรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ผู้ที่มุ่งหวังจะเป็นผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงปัญหา ความท้าทาย ความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจได้ โดยผู้ประกอบการทำหน้าที่รวบรวมปัจจัยการผลิต 3 ประเภท ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน

ที่ดิน ได้แก่ ที่ดินรวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ป่าไม้ แร่ธาตุ สัตว์น้ำ ความอุดมสมบูรณ์ของที่ดิน ปริมาณน้ำฝนและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีอยู่ตามธรรมชาติมนุษย์สร้างขึ้นไม่ได้ แต่สามารถปรับปรุงคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติได้บ้าง เช่น ปรับปรุงที่ดินให้อุดมสมบูรณ์ขึ้น เป็นต้น ผลตอบแทนจากการใช้ที่ดินเรียกว่า ค่าเช่า (Rent)

แรงงาน เป็นทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ได้แก่ สติปัญญาความรู้ความคิด แรงกายและแรงใจที่มนุษย์ทุ่มเทให้แก่การผลิตสินค้าและบริการ โดยทั่วไปมีการแบ่งแรงงานเป็น 3 ประเภท คือแรงงานฝีมือ เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ วิศวกร และแพทย์ เป็นต้น แรงงานกึ่งฝีมือ เช่น ช่างไม้ ช่างเทคนิค พนักงานเสมียน คนคุมเครื่องจักรในโรงงาน เป็นต้น และแรงงานไร้ฝีมือ เช่น กรรมกรแบกหาม นักการภารโรง คนยาม เป็นต้น ผลตอบแทนของแรงงาน เรียกว่า ค่าจ้างและเงินเดือน (Wage and Salary)

ทุน คือ เครื่องมือที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ร่วมกับปัจจัยผลิตอื่น ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการ ทุนหรือสินค้าทุน หรือสินทรัพย์ประเภททุน (Capital goods) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งก่อสร้าง (Construction) และ เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต (Equipment) เพื่อทำการผลิตสินค้าและบริการ ค่าตอบแทนของผู้ประกอบการเรียกว่า กำไร (Profit) ในบรรดาปัจจัยการผลิตทั้ง 4 ประเภท ผู้ประกอบการนับเป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญมากที่สุด แม้ว่าจะมีปัจจัยการผลิต 3 ประเภทแรกมากมายก็ตาม การผลิตจะไม่อาจเกิดขึ้นหากขาดผู้ประกอบการ (สหรับ เสหาหิน, 2553)

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมความหมายของคำว่าผู้ประกอบการ(Entrepreneur) จากบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้

วินิจ วีรยางกูร (2532, หน้า 19) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่แท้จริง คือ ผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจหรือทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาและประคับประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นนั้นเติบโต ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วผู้ประกอบการ หมายถึง

1. ผู้ดำเนินธุรกิจต่อเนื่องจากผู้ประกอบการเดิม เกษียณอายุ ตาย หรือขายกิจการ ทำให้ผู้เข้ามาใหม่นั้นต้องพยายามทำให้ธุรกิจนั้น ๆ ดำเนินต่อไป
2. ผู้ดำเนินธุรกิจในรูปของการรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจให้แก่ ผู้ผลิตสินค้าหรือ บริการโดยได้ค่านายหน้าหรือกำไรแล้วแต่จะตกลงกัน

สุสดี รุมาคม (2540, หน้า 29) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการว่า เป็นบุคคลที่มีความสำคัญ ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน

ธีรุต วัฒนาสุโข (2548) ได้เสนอความหมายของผู้ประกอบการว่า หมายถึง บุคคลผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ของตนเองมาปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

Scarborough (2003) กล่าวว่า ลักษณะผู้ประกอบการไม่ใช่เพียงแค่ลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ แต่เป็นทัศนคติและลักษณะพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะผู้ประกอบการนั้นต่างกับลักษณะทางบุคลิกภาพ ตรงที่ลักษณะบุคลิกภาพจะคงที่ตลอดเวลาและทุกสถานการณ์ แต่ลักษณะผู้ประกอบการจะถูกวางเงื่อนไขทางวัฒนธรรมและถูกส่งผลกระทบจากสภาพแวดล้อม

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2545) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มทำธุรกิจด้วยความกล้าเสี่ยงและมุ่งมั่นอุตสาหะสู่ความสำเร็จ โดยสร้างสรรค์ธุรกิจขนาดย่อมขึ้นมาและจะแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจด้วยความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จในธุรกิจของตนเอง

อำนาจ ธีระวนิช (2546) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการหรือ Business Owner ซึ่งจัดตั้งองค์กรขึ้นเพื่อหวังผลกำไร เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจและสามารถที่จะหาช่องทางสร้างธุรกิจของตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยผู้ที่มุ่งหวังเป็นผู้ประกอบการจะต้องสามารถพิจารณาถึงปัญหา ความท้าทายและความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจได้นอกจากนั้น ยังต้องสามารถยอมรับความเสี่ยง ความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและการเป็นผู้

นำพาธุรกิจให้บรรลุหมายด้านผลกำไรและเจริญเติบโตท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ต้องดำเนินการภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

เพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทย์ และสิริฐานกร ชูทรัพย์ (2552) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานและดำเนินธุรกิจ ทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

บทบาทของผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กเริ่มต้นจากเจ้าของกิจการ นับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและโอกาสที่กิจการเหล่านี้จะเติบโตกลายเป็นกิจการขนาดใหญ่ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการจะปฏิบัติภารกิจในบทบาทดังต่อไปนี้ (Longenecker Moore Moore, and Petty, 1994)

บทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการตามแนวความคิดของนักเศรษฐศาสตร์ก็คือ การนำสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ๆ มาใช้เป็นประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต (เอื้อมพร วงศาโรจน์, 2522) มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งอันจะเป็นบ่อเกิดของ ลักษณะสินค้าและบริการชนิดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นกิจการ และอุตสาหกรรมชนิดต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคให้มากขึ้น (ธีรยุส วัฒนศุโข, 2542) การขาย และการบริการต่าง ๆ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2529; Kuratlo and Hodgetts, 1998)

2.3.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 189) หมายถึง เครื่องหมายหรือสิ่งที่ชี้ให้เห็นความดีหรือลักษณะประจำตัว

Baumbach (1988) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีคุณลักษณะท่าทางบุคลิกภาพต่อไปนี้ในระดับสูง คือ ความเป็นมิตร มีความกระตือรือร้น ความซื่อสัตย์สุจริต มีความขยันหมั่นเพียร มีความกระฉับกระเฉง มีความมุ่งมั่น บากบั่น มีความมั่นคง เด็ดเดี่ยว มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบและมีความคิดแน่วแน่

Hatten (1997, p. 31, 40) ได้กล่าวถึงผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จไว้ว่า จะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอดสาหะ (Perseverance)
2. มีความอดทน (Patience)
3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills)

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2553) ได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ และสรุปไว้ว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นนักแสวงหาโอกาส ชอบค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ แสวงหาโอกาสเพื่อไปสู่ความสำเร็จ มักจะหาหนทางที่ดีกว่าในการทำงานต่าง ๆ

2. เป็นนักแก้ปัญหา คือสามารถเข้าถึงปัญหาและแก้ไขด้วยความมั่นใจ คือเข้าใจ ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและรู้ว่าจะต้องทำอะไรให้สำเร็จ และยังสามารถแก้ไขปัญหได้อย่างรวดเร็ว มักจะมองหาทางเลือกต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหา รู้ว่าจะต้องประเมินทางเลือกอย่างไร เพื่อที่จะแก้ปัญหา ได้ง่ายที่สุด

3. เป็นนักคิดที่มีเหตุผล ไม่กลัวที่จะยอมรับว่าตัวเองผิด เมื่อผู้ประกอบการพบวิธีแก้ปัญหา แล้ว ก็นำที่จะนำวิธีแก้ปัญหานั้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยดู เพื่อหลีกเลี่ยงการตัดสินใจที่ผิดพลาดที่เข้าข้างตัวเองและยอมรับการปรับปรุงด้วยวิธีที่ดีกว่าและไม่รีรอในการแก้ปัญหาเพื่อให้ปัญหาหมดไปอย่างรวดเร็ว

4. เป็นนักบริการตามวัตถุประสงค์ เข้าใจงานที่ละเอียดแต่ละงานที่จะต้องเสร็จ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งจะต้องมีการวางแผน การตัดสินใจทางกลยุทธ์ มักจะสรรหาทางที่ดีที่สุด อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

5. เป็นนักทำงาน ชอบทำกิจกรรมและต้องทำให้สำเร็จ เวลาส่วนตัวจะเป็นเวลาทำงานไปด้วย และจะทำทุกอย่างที่ทำได้ ไม่เกียจคร้านในกิจกรรมที่ทำ และมีความซื่อสัตย์กับตนเอง ขยันอยู่ตลอดเวลา

6. เป็นนักควบคุม ผู้ประกอบการชอบที่จะควบคุมงานและควบคุมตัวเอง ได้รู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ สามารถทำงานคนเดียวได้ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จและสำหรับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จล้นหลามนั้น คือผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ทางด้านการบริหารวางแผนทางการเงินผิดพลาด วิเคราะห์ทำเลที่ตั้งผิด ควบคุมกิจการไม่ได้ ค่าใช้จ่ายสูง บริหารลูกหนี้ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ทุ่มเท และขยายกิจการเกินตัว

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2527, หน้า 26-29) กล่าวว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มี 11 ประการได้แก่

1. ความใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement-Oriented) คือ ความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดีที่สุด เท่าที่ความสามารถและสติปัญญาจะเอื้ออำนวยเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะวางแผนการทำงานที่ตั้งมาตรฐานสำหรับตนเองสูง แล้วลงมือทำอย่างเข้มข้นจนกระทั่งเสร็จ ซึ่งในทางธุรกิจจุดมุ่งหมายที่ประสบความสำเร็จคือ การสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ ส่วนผลกำไรคือสิ่งบ่งชี้ว่าตนเองทำได้ดีเพียงใด

2. ความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง (Moderate Risk-Tasking) เป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของผู้ประกอบการที่ชอบงานท้าทายความสามารถ (Challenge) และมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมักจะแตกต่างจากคนทั่วไปที่มักหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

3. ความกระตือรือร้นไม่อยู่นิ่งและทำงานหนัก ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มักเป็นบุคคลที่เต็มเปี่ยมไปด้วยพลัง พร้อมทั้งจะเผชิญกับงานอันหนักหน่วงที่ยาวนานหรือภายใต้สถานการณ์ที่มีความกดดัน

4. ความเชื่อมั่นตนเองเป็นลักษณะเด่นของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีความอิสระและพึ่งตนเองได้ ซึ่งความเชื่อมั่นในความสามารถของตนและแสดงออกด้วยความมั่นใจทะเยอทะยานและรักการแข่งขัน ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าผู้ประกอบการเคยได้พบกับความล้มเหลวหลาย ครั้งในช่วงแรก ๆ ของชีวิตการทำงาน

5. เรียนรู้จากประสบการณ์ โดยผู้ประกอบการมักเป็นผู้ที่ค้นหาข้อเท็จจริงจากผลสะท้อน (Feed Back) ของการดำเนินงานแล้วนำไปปรับปรุงการทำงาน รวมทั้งเรียนรู้จากประสบการณ์ทำงานของคนอื่น และด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะเป็นคนมีเหตุผลยืดหยุ่นและไม่ยึดแน่นกับแผนงานที่วางไว้ พร้อมทั้งจะเปลี่ยนการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

6. ความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบจะทำงานอย่างดีที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรับผิดชอบต่ออย่างเต็มที่กับผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจกระทำใด ๆ ไม่ว่าผลจะเป็นด้านบวกหรือลบ และเชื่อมั่นว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากความรับผิดชอบ ใส่ใจ ไม่ใช่เพราะโชคชะตา

7. ความหวังในอนาคตผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นบุคคลที่มองไปในอนาคตถึงแง่ดีในการทำธุรกิจ มองหาโอกาส พร้อมทั้งวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาของการดำเนินธุรกิจไว้ล่วงหน้าด้วยความหวัง

8. ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจในการทำงานต่าง ๆ ให้บรรลุผล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ทั้งความสามารถของตนเอง ตลอดจนความร่วมมือของบุคคลอื่นร่วมด้วย ดังนั้นความสามารถในการจูงใจหรือโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

9. ความรอบรู้ เป็นคุณลักษณะสำคัญอย่างยิ่งของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือการรอบรู้เกี่ยวกับงานที่กำลังดำเนินการอยู่ รวมถึงความรู้ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย หรือด้านอื่น ๆ ที่เป็นสิ่งช่วยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างถูกต้องแม้ว่าระดับการศึกษาจะไม่สูงนักแต่เป็นผู้ใฝ่หาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ เสมอ ทั้งการอ่านการอบรมสัมมนา และการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

10. ความสามารถในการบริหาร เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้รวบรวมปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เงินทุน ที่ดิน เครื่องจักรอุปกรณ์ แรงงานและวัตถุดิบอื่น ๆ มาทำการผลิต จึงเสี่ยงไม่ได้ที่จะต้องทำการบริหารปัจจัยการผลิตทั้งทางด้านการเงิน การตลาด รวมทั้งการบริหารบุคคล

11. ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม (Creativity) และผลิตสิ่งใหม่ ๆ ที่เรียกว่านวัตกรรม (Innovation) เช่น

การประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือใหม่ ๆ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นำเทคโนโลยีมาใช้ แสวงหาวัตถุดิบแปลกใหม่ ขยายตลาดใหม่ หรือแม้แต่หาวิธีการใหม่ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ เป็นต้น

दनัย เทียนพุด (2532, หน้า 67-68) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถประเมินปัจจัยต่าง ๆ ด้วยเกณฑ์ที่นักฝึกอบรมในองค์การได้เสนอปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความเป็นผู้ประกอบการ มีดังนี้

1. ความสามารถทางนวัตกรรม
2. ความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ยุ่งเหยิง
3. ความปรารถนาความสำเร็จ
4. ความสามารถวางแผนอย่างสมจริง
5. เป็นผู้นำที่เน้นเป้าหมาย
6. ผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริง รวมทั้งศึกษาและกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้

7. มีความรับผิดชอบ
8. สามารถปรับตัวได้
9. เป็นทั้งนักจัดการและนักบริหาร

บุริม โอทกานนท์ (2550) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มักจะประสบความสำเร็จซึ่งมีคุณลักษณะ 9 ประการดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน
2. มีความมุ่งมั่นสูงในการที่จะทำสิ่งใดก็ตามให้ประสบผลสำเร็จ
3. มีความอ่อนน้อม ไม่ถือตัว
4. มีภาวะผู้นำ กล้าเสี่ยง และกล้าตัดสินใจ
5. ทำงานเร็ว รวมถึงมีสัมผัส ที่เร็วต่อโอกาส ปัญหา และอุปสรรค
6. มีความฝันความคิดริเริ่มและคิดที่จะปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้นตลอดเวลา
7. ไม่คิดว่าธุรกิจที่กำลังทำอยู่เป็นงานที่ต้องทำ แต่คิดว่าเป็นงานที่อยากทำ
8. สามารถเลือกหาทีมงานที่ไว้วางใจได้
9. มีความรู้สึกริเริ่มเมื่อต้องให้

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2554) ได้เรียกผู้ประกอบการในอีกชื่อหนึ่งที่ว่า “เจ้าแก้มใหม่” ซึ่งได้ให้ความหมายคำนี้ ไว้ว่า การเป็นผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จ สามารถสรุปคุณสมบัติไว้ 7 ข้อ คือ ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องเป็นคนที่มีความคิดริเริ่ม ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอย ต้องเป็นคนที่ไม่รู้ย่อเสมอ ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์ก้าวไกล มีจุดมุ่งหมายในอนาคตที่ชัดเจน และต้องมีเครือข่ายที่ดี

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

การตลาดเป็นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ จากจุดเริ่มต้นของการผลิตสินค้า จนกระทั่งสินค้าและบริการถึงผู้บริโภคระหว่างช่วงผู้ผลิตกับผู้บริโภคนั้น จะต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากการตรวจสอบเอกสาร (มณีรัตน์ ภิณโญภาณุ ฤกษ์ และเอกพล หนูยศรี, 2541, หน้า 306-308 และสมคิด ทักษิณวิสุทธิ, 2548, หน้า 128-131) ได้แบ่งประเภทของคณกลางหรือผู้เกี่ยวข้องกับการตลาด ไว้ 5 ประเภท ดังนี้

1) คณกลางประเภทพ่อค้า (Merchant Middlemen) มีลักษณะสำคัญ คือ มีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าและซื้อขายเพื่อหวังผลกำไร มี 5 แบบ ดังนี้

1.1) ผู้รวบรวม ผู้ค้าแบบนี้ซื้อสินค้าจากเกษตรกรโดยตรงแล้วขายต่อไปในลักษณะขายส่งให้กับผู้ค้าส่ง โรงงานแปรรูป หรือผู้ส่งออก

1.2) ผู้ค้าเร่หรือผู้ค้าจร ในอดีตมีจำนวนมากโดยเฉพาะในแหล่งคมนาคมไม่สะดวก พ่อค้าเร่หรือพ่อค้าจรนอกจากซื้อด้วยเงินสดแล้ว อาจใช้วิธีการแลกเปลี่ยนสิ่งของก็ได้ สินค้าที่ได้อาจจะขายต่อไปให้กับผู้ค้าส่งหรือผู้รวบรวม ในปัจจุบันแทบจะไม่มีบทบาทเพราะการคมนาคม และการสื่อสารมีความสะดวกมากขึ้น ทำให้ผู้รวบรวมหรือผู้ค้าส่งสามารถติดต่อกับเกษตรกรได้ง่าย

1.3) ผู้ค้าส่ง มีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ลักษณะที่แตกต่างไปจากผู้รวบรวม คือ สินค้าส่วนใหญ่ซื้อจากผู้รวบรวม มีบ้างเป็นส่วนน้อยซื้อจากเกษตรกร ผู้ค้าส่งขายสินค้าที่ซื้อมาให้กับผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งในตลาดปลายทาง โรงงานแปรรูป และผู้ส่งออก

1.4) ผู้ค้าปลีก อาจซื้อสินค้าจากเกษตรกร ผู้รวบรวม ผู้ค้าส่ง หรือผู้แปรรูปแล้วขายต่อไปให้กับผู้บริโภค หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ค้าปลีกซื้อจากใครก็ได้ แต่สินค้าต้องขายให้กับผู้บริโภค

1.5) ผู้ส่งออก อาจซื้อสินค้ามาจากเกษตรกร ผู้รวบรวม ตัวแทน ผู้ค้าส่งหรือโรงงาน แปรรูปเพื่อการส่งออกเป็นหลัก

2) คณกลางประเภทตัวแทน (Agent Middlemen) มีลักษณะที่สำคัญ คือ ทำหน้าที่เพียงเป็นตัวแทนให้กับลูกค้า ไม่ได้เป็นเจ้าของสินค้าและไม่มีการมีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าได้รับค่าตอบแทน ในรูปค่าธรรมเนียม และค่านายหน้าในอัตราที่ตกลงกันไว้ ปกติในประเทศไทย ค่าตอบแทนของตัวแทนคิดเป็นร้อยละของมูลค่าสินค้าที่ขายได้ ตัวแทนจำเป็นต้องมีความรู้ด้านการตลาดและต้องมีความสามารถทำให้เกิดการซื้อขายให้ได้ คณกลางประเภทนี้มี 2 แบบ คือ

2.1) นายหน้าหรือหยัง (Broker) ไม่มีการมีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า ปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าของสินค้า สินค้าเกษตรไทยหลายชนิดต้องการคณกลางแบบนี้มาก เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพด และถั่วต่าง ๆ เป็นต้น เพราะถ้าผู้ซื้อผู้ขายติดต่อกันโดยตรง ต่างก็กลัวว่าจะถูกเอาเปรียบต่อกันผู้ขายจึงต้องอาศัยหยังในการติดต่อกับผู้ซื้อ โดยส่งตัวอย่างสินค้าที่จะขายให้กับหยัง หยังก็จะติดต่อกับผู้ซื้อซึ่ง

มีทั้งผู้ค้าส่ง ผู้แปรรูป และผู้ส่งออกแล้วแต่ชนิดของสินค้าเมื่อตกลงในด้าน ราคา ปริมาณ วันและสถานที่ในการส่งมอบสินค้าก็แจ้งให้ผู้ขายทราบและให้ผู้ขายปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้เมื่อผู้ขายแจ้งการส่งมอบหยงก็จะไปติดต่อและดำเนินการต่าง ๆ ให้รวมทั้งการเรียกเก็บเงิน หยงหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและผลตอบแทนตามที่ตกลงกัน แล้วโอนเงินส่วนที่เหลือให้กับผู้ขายซึ่งเป็นเจ้าของสินค้า

2.2) ตัวแทนขาย (Commission-Men) เป็นตัวแทนที่ลักษณะพิเศษที่คุณสมบัติบางประการไม่เป็นไปตามคำนิยามในกรณีของตัวแทนขายฝากและผลไม้ให้กับชาวสวนส่วนใหญ่ทำหน้าที่ขายส่งอยู่ในตลาดปลายทาง ตัวแทนเหล่านี้จะติดต่อกับเกษตรกรและมอบบัตรที่อยู่ของร้านให้ เพื่อให้เกษตรกรส่งผลไม้ตามที่อยู่ในบัตรนี้มาให้ขายให้หลังจากที่ขายได้แล้วตัวแทนจะแจ้งให้ทราบในเวลาต่อมาว่าคุณภาพใด ขายได้ราคาเท่าใด จำนวนเท่าใด จากนั้นก็จะหักค่าบริการ เช่น ค่าขนส่ง ค่ากรรมกร ในการขนถ่ายสินค้าและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า และค่าบริการของตนเอง เงินส่วนที่เหลือจะโอนไปให้กับเจ้าของสินค้า

3) คนกลางประเภทเก็งกำไร (Specialization Middlemen) มีลักษณะที่สำคัญ คือมีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า ปกติจะเก็บสินค้าไว้ระยะหนึ่งทำธุรกิจเพื่อหวังกำไร อันเนื่องมาจากการเคลื่อนไหวของราคาสินค้า มีความชัดเจนและยินดีที่จะเสี่ยงได้รับผลประโยชน์จากการทำงาน เฉพาะอย่างจากการวิจัยพบว่าผู้รวบรวมและผู้ค้าส่งบางครั้งจะเป็นคนกลางประเภทนี้ด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการวิเคราะห์ข่าวสารการตลาดของแต่ละบุคคล

4) ผู้แปรรูปและโรงงานแปรรูป (Processors and Manufactures) ลักษณะของผู้แปรรูป และโรงงานแปรรูป คือ เป็นผู้รับซื้อสินค้าเกษตรตามคุณภาพที่สำคัญในระบบตลาด เป็นสถาบันที่เน้นให้เกษตรกรปรับปรุงวิธีการผลิตสินค้าเกษตรให้ตรงกับความต้องการของตลาด สถานที่ตั้งของโรงงานแปรรูปจะตั้งอยู่ในระดับตลาดใด ขึ้นอยู่กับสินค้าเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบ วัตถุดิบที่มีขนาดใหญ่ เน้นเสียง่าย เมื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แล้วมีขนาดเล็กลงมาก โรงงานจะตั้งอยู่ในแหล่ง ผลิตวัตถุดิบ เป็นต้น

5) องค์กรหรือสถาบันที่อำนวยความสะดวก (Facilitative Organizations) มีลักษณะที่ตัว องค์กรหรือสถาบันไม่ได้ทำธุรกิจในตัวสินค้า แต่อำนวยความสะดวกให้กับคนกลางประเภทต่าง ๆ ให้การดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวสรุปได้ว่าผู้เกี่ยวข้องกับการตลาดหรือคนกลางมี 5 ประเภท ประกอบด้วย คนกลางประเภทพ่อค้า คนกลางประเภทตัวแทน คนกลางประเภทเก็งกำไร ผู้แปรรูปและโรงงานแปรรูป และองค์กรหรือสถาบันที่อำนวยความสะดวก

2.4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่การตลาด

หน้าที่ทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีผลทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคในรูปร่าง ลักษณะ เวลา และสถานที่ที่ต้องการได้ โดยทั่วไปแล้วหน้าที่ทางการตลาดมีดังนี้ (ไพฑูรย์, 2537)

(1) หน้าที่ในการซื้อ หมายถึง การซื้อสินค้าและกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีส่วนช่วยในการซื้อ เช่น การหาแหล่งผลิต การรวบรวมสินค้า เป็นต้น

(2) หน้าที่ในการขาย หมายถึง การขายสินค้าและกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีส่วนช่วยในการขาย ในการขาย หมายถึง การขายสินค้าและกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีส่วนช่วยในการขาย เช่น การโฆษณา การจัดโปรแกรมการขาย การจัดสถานที่ขาย เป็นต้น

(3) หน้าที่ในการขนส่ง หมายถึง การทำกิจกรรมการขนส่งตลอดจนการขนสินค้าขึ้นและลงเพื่อให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งที่มีความต้องการสินค้า

(4) หน้าที่ในการเก็บรักษา หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการเก็บรักษาสินค้าไว้ระยะเวลาหนึ่งเพื่อรอการบริโภคในอนาคตหรือรอการจำหน่ายที่การตลาดอื่น ๆ เช่น การแปรรูป และการขนส่ง เป็นต้น

(5) หน้าที่ในการแปรรูป หมายถึง การทำกิจกรรมการแปรรูปสินค้าจากรูปหนึ่งไปเป็นอีกรูปหนึ่งและตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และการหีบห่อสินค้าให้อยู่ในรูป หรือมีคุณภาพตรงตามที่ต้องการ

(6) หน้าที่การจัดชั้นมาตรฐานสินค้า หมายถึง การทำกิจกรรมอันเกี่ยวกับการจัดชั้นและมาตรฐานของสินค้าทั้งในด้านรูปร่าง คุณภาพ และหน่วย เพื่อให้เป็นที่เข้าใจมาตรฐาน และเป็นมาตรฐานเดียวกันทำให้ผู้ซื้อและผู้ขาย เกิดความสะดวกสบายในการติดต่อซื้อขายสินค้ากันยิ่งขึ้น

(7) หน้าที่ทางการเงิน หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการเงิน ทั้งที่ดำเนินโดยเอกชน และสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการเงินให้กับหน่วยธุรกิจการตลาดต่าง ๆ ในการทำหน้าที่ทางการตลาด

(8) หน้าที่ในการเสี่ยงภัย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลดความเสี่ยง หน้าที่ในการเสี่ยงภัยหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลดความเสี่ยงภัยใน การทำหน้าที่การตลาดอย่างอื่นที่จะเกิดขึ้น เช่น อุบัติเหตุในการขนส่งความสูญเสียในการเก็บรักษา เป็นต้น หน้าที่ข่าวสารการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการข่าวสารการตลาด และตลอดจนการตีความในข่าวสารนั้น ๆ เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับราคาสินค้า ปริมาณ และลักษณะ ความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งการทำหน้าที่การตลาดในส่วนนี้ ส่วนใหญ่แล้วจะดำเนินการ โดยหน่วยงานของรัฐ และสถาบันการตลาดต่าง

สำหรับการส่งออกผลไม้ นอกจากหน้าที่การตลาดทั้ง 9 ข้อนี้แล้วยังจะต้องมีหน้าที่อื่น ๆ ประกอบซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องปฏิบัติก่อนจะมีการส่งออก เพราะรัฐบาลได้วางกฎระเบียบที่ผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติก่อนทำการส่งออก ได้แก่ การขอใบแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การขอใบรับรองตรวจโรคและแมลงศัตรูพืช การขอใบรับรองแหล่งกำเนิด การผ่านพิธีศุลกากร

2.4.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix.4'P)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) (ศิริวรรณและคณะ, 2552)

2.4.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

คือ สินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัวสินค้าให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เช่น ผู้บริโภคต้องการบริโภค ทุเรียนที่ สด สะอาด เราก็ต้องทำตามที่คุณลูกค้าต้องการ ไม่ใช่ว่านำทุเรียนที่ไม่สดและสกปรกมา ให้กับลูกค้า โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

2.4.2.1.1 สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้นจะตัวเองเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกัน และลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่น คุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทน โดย กลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (Niche Market)

2.4.2.1.2 สินค้าที่มีราคาต่ำ คือ การยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่น สินค้าที่ผลิตจากจีนจะมีคุณภาพไม่ดันทักพอใช้งานได้แต่ถูกมาก ๆ หรือสินค้าที่เลียนแบบแบบดั่ง ๆ ในซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ จริง ๆ แล้วสำหรับนักธุรกิจมือใหม่ควรเลือกในแนวทางการสร้างความแตกต่างมากกว่าการเป็นสินค้า ราคาถูก เพราะหากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อนแล้วค่อย ๆ หาดตลาดที่ผู้ผลิตรายใหญ่ไม่สนใจ

2.4.2.2 ราคา (Price) จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องใช้ในการชำระเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ นักการตลาดจะต้องเป็นผู้กำหนดราคาขายรวมทั้งปรับเปลี่ยนราคาขายเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมด้วย เช่น การให้ส่วนลด การตั้งราคาแตกต่างกันตามภูมิภาค เป็นต้น

ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด ไม่ใช่คิดว่าคิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียว เพราะการลดราคาสินค้าอาจจะไม่ได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้หากปัญหาอื่น ๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่น หากเราขายทุเรียนที่จตุจักร ราคาอาจจะต้องถูกหน่อย แต่หากขายทุเรียนที่สยาม การตั้งราคาถูกไป เช่น

10 บาท กลุ่มที่เป็นเป้าหมายที่อยากให้ซื้ออาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้มที่จะขายแบบนี้ในสยามยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณะสินค้าไม่เข้ากัน ลูกค้า ก็เกิดความข้องใจและอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด อย่างไรก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้วราคาที่เราต้องการอาจไม่ได้คิดอะไร ลึกซึ้งขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลข ซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาแบบต่าง ๆ ดังนี้

- กำหนดราคาตามลูกค้า คือ การกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม

- กำหนดราคาตามตลาด คือ การกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนเรามีกำไรน้อย ดังนั้นหากเราคิดที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราอาจจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่าต้นทุนสินค้าควรเป็นเท่าไร เพื่อที่จะได้กำไรตามที่เรที่ตั้งไว้ แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

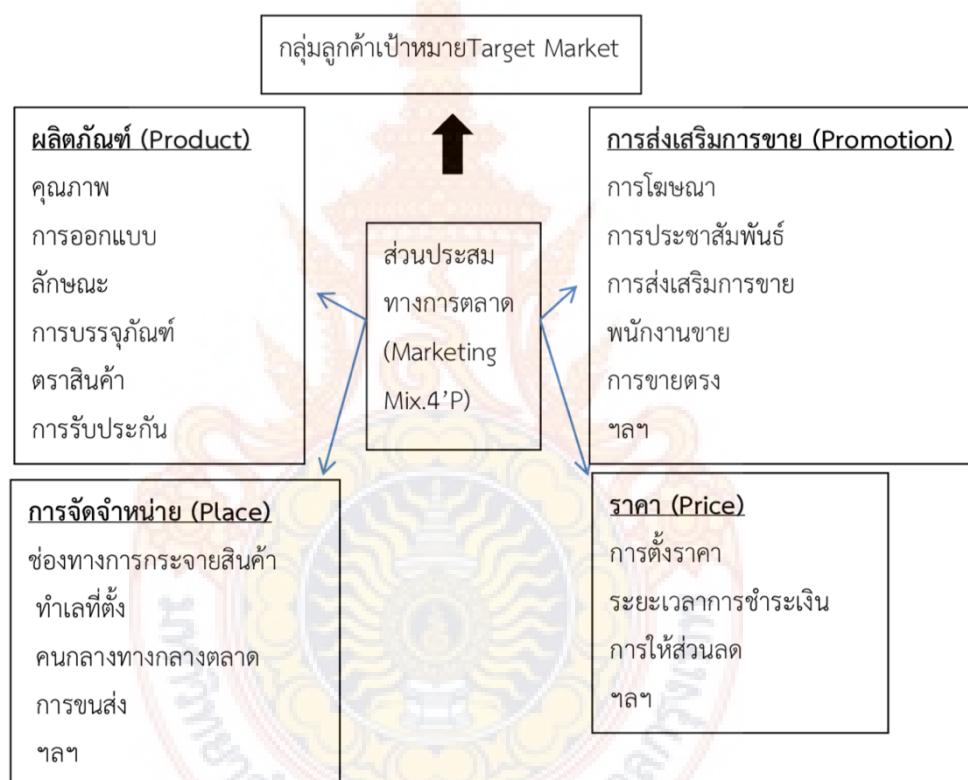
- กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับราคานั้น

2.4.2.3 การจัดจำหน่าย (Place) คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้าหากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลาย ๆ แห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีการกระจายสินค้านั้น ไม่ใช่การขายให้ได้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่าสินค้าของท่านคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่น ของใช้ในระดับบนควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้สิ่งที่เราควรจะคำนึงถึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้า คือ ต้นทุนการกระจายสินค้า เช่น การขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะกระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ท่าเล ซึ่งก็ควรเลือกสถานที่ให้เหมาะสมกับสินค้าของเรา เช่น มาบุญครองกับสยามเซ็นเตอร์จะมีกลุ่มคน เดินที่ต่างกันออกไปและลักษณะของสินค้าและราคาก็จะไม่เหมือนกันด้วย ทั้ง ๆ ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ดังนั้นในการเลือกสถานที่ขายก็ต้องพิจารณาตามลักษณะของสินค้าด้วย

2.4.2.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion) การดำเนินการขององค์กรในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กร มีเครื่องมือหลัก 4 ประเภทที่สามารถใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

องค์กรต้องมีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด โดยให้น้ำหนักและความสำคัญกับ 4P's ตั้งแต่การเชื่อมโยงความต้องการของลูกค้านำมาวางแผนด้านสินค้าและบริการ (Product and Services) ในด้านคุณภาพ การออกแบบ ตราสินค้า และการบรรจุหีบห่อ การผลิตและมี

กระบวนการให้บริการอย่างไร ส่วนที่สำคัญคือ การจัดจำหน่าย (Place) ที่ต้องตัดสินใจว่าจะใช้คนกลางทางการตลาดแบบใด มีช่องทางการจัดจำหน่ายกี่ระดับ เช่น ผู้ค้าส่ง (Wholesalers) หรือผู้ค้าปลีก (Retailers) องค์กรต้องทำการสื่อสารกับผู้บริโภคให้ทราบถึงลักษณะสินค้า โดยใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายตรง เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ และสุดท้ายการตั้งราคา (Price) ที่จะกำหนดราคาจากฐานของต้นทุนหรือตั้งราคาตามกำไรที่ต้องการ นอกจากนี้ยังต้องนำความคิดเห็นสาธารณะและปัจจัยทางการเมืองมาพิจารณาในการกำหนดส่วนประกอบทางการเงิน (ศิริฤทธิ์, 2547, หน้า 13)



ภาพที่ 2.5 ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ที่มา: ศิริวรรณ และคณะ, 2546 ปรับปรุงจาก Kotler, 2003.

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจถือเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งที่ส่งผลต่อโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินขององค์กร ซึ่งหากองค์กรใดสามารถกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของตนได้อย่างชัดเจนและสามารถตอบสนองต่อปัจจัยเหล่านั้นได้อย่างถูกต้องเหมาะสม จะทำให้องค์กรเกิดข้อได้เปรียบจากโอกาสเหล่านั้นได้สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจสามารถแยกออกได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

2.5.1 สภาวะเศรษฐกิจ

- (1) แนวโน้มผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ [Gross domestic product (GDP)]
- (2) อัตราดอกเบี้ย (Interest rates)
- (3) ปริมาณเงิน (Moneysupply)
- (4) อัตราเงินเฟ้อ (Inflationrates)
- (5) ระดับการว่างงาน (Unemploymentlevels)
- (6) การควบคุมค่าจ้างและราคา (Wage/pricecontrol)
- (7) การลดค่าเงิน (Devaluation)

2.5.2 การเมืองและกฎหมาย

- (1) การออกกฎหมายป้องกันการผูกขาด (Antitrust regulations)
- (2) กฎหมายภาษี (Tax laws)
- (3) กฎหมายการป้องกันสิ่งแวดล้อม (Environmental protection laws)
- (4) ทัศนคติต่อบริษัทต่างชาติ (Stability of government)
- (5) การผ่อนคลายนโยบายระเบียบต่าง ๆ (Deregulation)

2.5.3 เทคโนโลยี

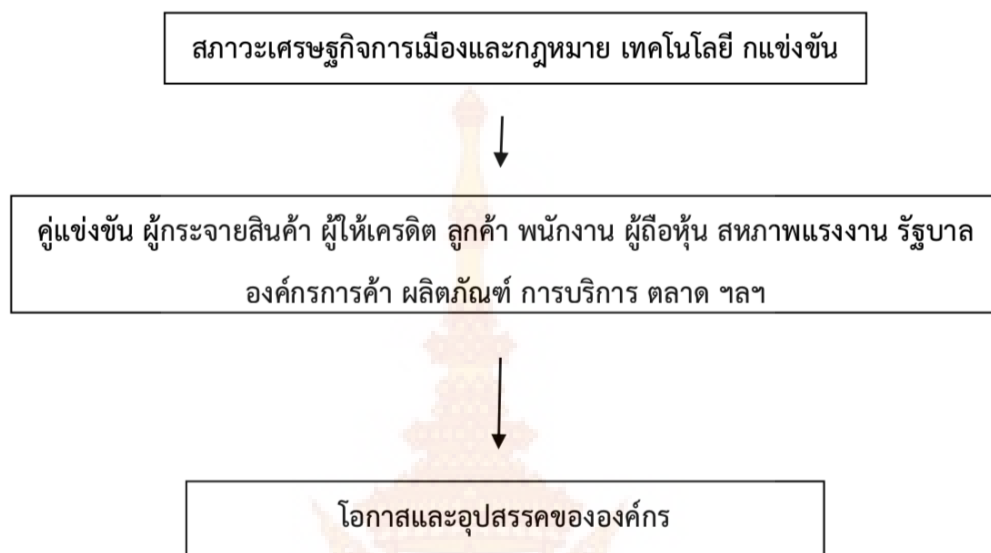
- (1) ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของรัฐบาล (Total Government Spending for R&D)
- (2) ความก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์
- (3) การป้องกันสิทธิบัตร (Patent Protection)
- (4) พัฒนาการใหม่ๆ ทางด้านเทคโนโลยี
- (5) การปรับปรุงด้านผลิตภาพโดยใช้เครื่องอัตโนมัติ
- (6) ความเจริญก้าวหน้าทางการติดต่อสื่อสาร

2.5.4 การแข่งขัน

- (1) การเข้าออกจากธุรกิจ
- (2) สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจ
- (3) สินค้าทดแทน

(4) อำนาจต่อรองของลูกค้า

ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจและองค์การแสดงได้



ภาพที่ 2.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจและองค์กร

ที่มา: Fred, 2001.

ผลต่อแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลยุทธ์ในการกำหนดส่วนตลาด ลักษณะในการนำเสนอ การบริการทางเลือกของธุรกิจในการเสนอขายสินค้าและบริการ ในการกำหนดและประเมินโอกาส และอุปสรรคจากภายนอกที่อาจเกิดขึ้นได้ นั้นองค์กรสามารถดำเนินการได้โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ ที่ตั้งไว้ความซับซ้อนของธุรกิจในปัจจุบัน ทำให้การแข่งขันในทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้นใน ตลาดโลก ผู้ทำธุรกิจจะต้องเรียนรู้ปรับตัวเปลี่ยนแปลงและคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อที่จะทำให้องค์กร ประสบความสำเร็จ

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้การศึกษาปัญหาของการส่งออกธุรกิจทุเรียนระหว่างประเทศไทย-จีนโดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อพยากรณ์ปัญหาการส่งออกทุเรียนสู่ประเทศจีน พบว่า ปัญหาส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องศึกษา ปัญหาและทางออกของทุเรียนไทยเข้าสู่จีนมีรายละเอียดต่อไปนี้

วชิรวิชัย เหลืองทอง (2556) ได้ศึกษาศักยภาพการส่งออกทุเรียนไทยสู่ประเทศจีนฮ่องกงและอินโดนีเซียในปี 2548 โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อพยากรณ์ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนสู่ประเทศจีน พบว่าปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 113,782 ตัน ในปี (2557) เป็น 202,550 ตัน ในปี 2561 ส่วนมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (วชิรวิชัย เหลืองทอง, 2556, หน้า 32)

ชลิต มานิตยกุล (2552) ได้ศึกษาปัญหาและทางออกของผลไม้ไทยเข้าสู่จีน พบว่ามีปัญหาด้านคุณภาพที่ต่ำและราคาที่สูงของผลไม้ไทยที่วางจำหน่ายในตลาดจีน การขาดการประชาสัมพันธ์ความไม่ต่อเนื่องสม่ำเสมอของผลไม้ไทยเนื่องจากผลผลิตออกเป็นฤดูกาลการขาดความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรไทยต่อการเพาะปลูกเพื่อการส่งออกและปัญหาที่เชื่อมโยงกับกระบวนการขนส่งที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาคุณภาพและราคาของผลไม้ไทยในจีน (ชลิต มานิตยกุล, 2552, หน้า 36)

อัจฉรา จิตตาตากร และคณะ (2555) ได้ศึกษาการเตรียมความพร้อมของภาคผลไม้เพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีพบว่าในส่วนของการผลิตหรือเกษตรกรควรพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ การปรับปรุงพันธุ์พัฒนารูปแบบของผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ พัฒนาวิธีการจัดจำหน่ายและพร้อมกันนี้ควรบริหารจัดการการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยลดต้นทุนการผลิตวางแผนการผลิตและการตลาดให้เหมาะสมมุ่งเน้นการผลิตผลไม้คุณภาพ กระจ่ายการผลิตและให้มีผลผลิตต่อเนื่องเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดด้วยการรวมกลุ่มสร้างมูลค่าเพิ่มและแปรรูปผลผลิตรวมกลุ่มเกษตรกรให้เข้มแข็งสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการและภาครัฐรวมทั้งศึกษาและยึดถือปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลไม้

สำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2545) ได้ศึกษาการตลาดทุเรียนเพื่อพัฒนาการส่งออกกรณีศึกษา : ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า การส่งออกทุเรียนไปจำหน่ายในฮ่องกงและจีนนั้นส่วนใหญ่เป็นระบบขายฝาก (Consignment) ทำให้พ่อค้าที่รับฝากขายมีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดราคา ซึ่งไม่คำนึงถึงราคาต้นทุนของผู้ส่งออกแต่จะแข่งขันกันขายให้สินค้าหมดไปโดยเร็วที่สุดทำให้ราคาที่ได้รับต่ำพ่อค้าจึงต้องกดราคารับซื้อจากเกษตรกร ถึงแม้จะมีอุปสรรคเหล่านี้แต่โอกาสในตลาดนี้ยังมีอยู่สูง เพราะพฤติกรรมการบริโภคทุเรียนของชาวจีนนิยมบริโภคทุเรียนสดพันธุ์หมอนทองเมื่อพิจารณาปริมาณการนำเข้าทุเรียนของจีนแสดงให้เห็นว่าทุเรียนไทยยังมีศักยภาพในการขยายตลาดได้อีกมาก ทั้งนี้ไทยจะต้องเผยแพร่ข้อมูลและวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องแก่เกษตรกรและ

ผู้ประกอบการทุกระดับรวมทั้งการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารทั้งด้านการผลิตและการตลาดสู่เกษตรกรผู้ประกอบการและผู้บริโภคอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

นายบุญชนะ ศรีสกุลพิสุทธ (2552) ได้การศึกษาผลกระทบการเพิ่มความสามารถในการส่งออกทุเรียนไปจีนของบริษัท A จำกัด สรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน สรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน ได้แก่

1. ปัญหาด้านกฎระเบียบการค้าของประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
2. ปัญหาในการเข้าตลาดประเทศจีนของประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
3. ปัญหาด้านมาตรฐานสุขอนามัยของประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
4. ปัญหาด้านการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศจีน
5. ปัญหาต้นทุนในการนำเข้าสินค้าไทยของประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน

ตารางที่ 2.3 สรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน (ต่อ)

ปัญหาการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน	ประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
ปัญหาด้านกฎระเบียบการค้า	1. ประเทศจีนมีการกำหนดมาตรฐานของบริษัทที่จะเข้าไปประกอบกิจการในการนำเข้าสินค้าไปจำหน่ายในประเทศจีนไว้สูง โดยมีการออกกฎหมายที่ควบคุมรูปแบบการดำเนินกิจการของธุรกิจต่างชาติตามรูปแบบ ที่กฎหมายจีนกำหนดขึ้น อีกทั้งมีการกำหนดเงื่อนไขใน การขอจดทะเบียนของบริษัทต่างชาติที่เป็น Wholesale FICEs ต้องเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง มีทุนจดทะเบียนสูง ถึง 80 ล้านบาท และมีสินทรัพย์ขั้นต่ำ 300 ล้าน เหรียญ ตลอดจนมีมูลค่าการค้าเฉลี่ยใน 3 ปี สูงถึง 2.5 พันล้าน และในส่วนของ Retail FICEs นั้นก็มีการ กำหนดทุนจดทะเบียนขั้นต่ำสูงถึง 50 ล้านบาท ดังนั้นจึงเป็นการตัดโอกาสบริษัทต่างชาติที่มีทุนจดทะเบียน ไม่ถึงตามที่กฎหมายจีนกำหนดไว้ 2. การออกใบอนุญาตในการนำเข้าผลไม้ในแต่ละครั้งใช้เวลานานถึง 1 สัปดาห์ซึ่งอาจทำให้ผลไม้เน่าเสีย ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทนำเข้าผลไม้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) สรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน

ปัญหาการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน	ประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
ปัญหาในการเข้าตลาดประเทศจีน	1. ประเทศจีนมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มของสินค้าใน อัตรา ร้อยละ 13 – 17 ทำให้สินค้าไทยที่ส่งออกไปจีนมี ต้นทุนสูงกว่าสินค้าจีนมาก 2. ประเทศจีนได้มีการประกาศให้สินค้าที่ผ่านฮ่องกง และ มาเก๊าเข้าสู่ประเทศจีนต้องผ่านการตรวจสอบและ การรับรองสินค้าด้วยใบตราสินค้าและมีใบรับรอง (Certification of Non-Manipulation) จาก ผู้ประกอบการ ฮ่องกงหรือมาเก๊า ซึ่งจดทะเบียนกับ รัฐบาลประเทศจีน ในฐานะเป็นผู้ตรวจสอบรับรอง สินค้าและออก ใบรับรองผ่านแดนเพื่อเป็นหลักฐาน รับรองว่ามีได้มี การดัดแปลงสภาพสินค้าเมื่อสินค้าผ่าน ฮ่องกงและมา เก๊าก่อนส่งเข้าประเทศจีน
ปัญหาด้านมาตรฐานสุขอนามัย	ประเทศจีนมีการกำหนดให้สินค้าเกษตรที่นำเข้าจาก ต่างประเทศต้องได้รับการตรวจสอบด้านสุขอนามัย ณ เมืองท่าที่นำเข้าก่อน แต่ทว่าการตรวจสอบด้าน สุขอนามัยของสินค้าในประเทศจีน ยังไม่มีมาตรฐาน ชัดเจนเป็นที่ยอมรับของทั้ง 2 ฝ่าย โดยพบว่าประเทศ จีนมีการตรวจสอบสินค้าไทยอย่างเข้มงวดมาก อีกทั้ง ในการปฏิบัติของแต่ละมณฑลในประเทศจีนมีความ แตกต่างกัน ทำให้ผลไม้ไทยเกิดการเน่าเสียก่อนถึงมือ ผู้บริโภค

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) สรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศจีน

ปัญหาการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน	ประเด็นสำคัญของการส่งออกทุเรียนจากไทยไปจีน
ปัญหาด้านการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศจีน	การขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศจีนทาง เรือ นั้น ประสบกับปัญหาการขึ้นเงินของแม่น้ำ เนื่องมาจาก ประเทศจีนมีเขื่อนกักเก็บน้ำไว้ตอนบน ทางตอนเหนือ ของสิบสองปันนา อีกทั้งยังประสบ ปัญหาเรือที่ใช้ขนส่ง สินค้าจากไทยไปเมืองกวางโจว ของประเทศจีนมีเพียง วันละ 1 เที่ยว ซึ่งในขณะที่ยกการ ขนส่งผ่านทางฮ่องกงมี วันละ 5 เที่ยว แต่ทว่าการขนส่ง ผลไม้ไทยผ่านทาง ฮ่องกงจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายและ เวลาที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องมีการลำเลียงสินค้าผ่าน ฮ่องกงก่อนเข้า ประเทศจีน จึงทำให้เสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างมาก แต่หาก สามารถขนส่งไปยังเมืองกวางโจว ของประเทศจีนได้ โดยตรงจะทำให้สามารถประหยัด ค่าใช้จ่ายในการ ส่งออกผลไม้ได้ 20,000 – 25,000 บาท และ ประหยัดเวลาในการขนส่งไม่น้อยกว่า 1 วัน
ปัญหาด้านทุนในการนำเข้าสินค้าไทย	การขนส่งผลไม้ไทยจากฮ่องกงมายังตลาด Guangdong Li Shui Fresh Market สำหรับตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 40 ฟุตนั้นมีต้นทุนที่สูงกว่าผลไม้จีนที่ ส่งออกมายังไทย เนื่องจากจะต้องเสียค่าขนส่งจาก ฮ่องกงมายังตลาด รวมกับค่าธรรมเนียมพิธีการออกของ ทำให้ต้นทุนการ ขนส่งผลไม้จากไทยมายังจีนมีค่า มากกว่าผลไม้จีนที่ส่ง ออกมายังประเทศไทย

ชลิต มานิตยกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและทางออกของผลไม้ไทยเข้าสู่จีน โดยศึกษาถึง ปัญหาและอุปสรรคของผลไม้ไทยที่ส่งออกสู่ตลาดจีน โดยเฉพาะปัญหาที่พบเมื่อสินค้ามาถึงจุดนำเข้า ในประเทศจีน โดยเป็นการประมวลและศึกษาได้แสดงรายละเอียดของปัญหาที่พบ ณ ปลายทาง การนำเข้าผลไม้ไทยในจีนทั้งระบบการฝากขายและการพัฒนาด้านการตลาดของผู้ประกอบการไทย นอกจากนี้ผลไม้ไทยมีปัญหามาตรฐานและคุณภาพส่งออกปัญหาราคาขายผลไม้ที่สูงจนลดขีด ความสามารถในการแข่งขัน จากต้นทุนการนำเข้าที่สูงทั้งที่ราคาขายของเกษตรกร ณ ต้นทางใน

ประเทศต่ำกว่ามาก ปัญหาความไม่ต่อเนื่องของสินค้า เป็นต้น ทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นทางส่งออก การขนส่งและการจัดการกับปัญหา ณ ปลายทางที่เป็นจุดนำเข้าในจีน

(Forecasting) Bernard (2006) ได้ศึกษาการพยากรณ์ปัญหาของการส่งออกธุรกิจทุเรียน ระหว่างประเทศไทย-จีนได้ให้ความหมายของการพยากรณ์ไว้ดังนี้ การพยากรณ์ คือ การคาดการณ์ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาในอนาคตและนำค่าพยากรณ์ที่ได้นั้นมาใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจใด ๆ โดยทั่วไปแล้วพยากรณ์จะถูกจัดแบ่งตามหน้าที่หลักที่เกี่ยวข้องดังนี้ ในด้านการตลาด(Marketing) อุปสงค์ที่ประมาณการไว้จะถูกใช้กำหนดโควตาการขายของพนักงาน หรือถูกนำไปสร้างเป็นยอดขายเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการควบคุมกิจกรรมของฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด

ธีรัช ฤทธิลา (2554) ศึกษาเรื่องศักยภาพการส่งออกทุเรียนไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยสรุปได้ว่าปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกทุเรียนสดของไทย ปี พ.ศ.2548 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดให้ทราบถึงประเด็นปัญหาที่สำคัญ ๆ ในการส่งออกผลไม้จากไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งส่วนมากจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ และพบได้บ่อย ๆ และไม่เป็นไปตามข้อตกลงในพิธีสารว่าด้วยการส่งออกผลไม้เมืองร้อนจากไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2548, หน้า 80-83)

(1) ปัญหาด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช เช่น พบหนอนที่เนื้อทุเรียนซึ่งเป็นตัวอ่อนของแมลงวันผลไม้และพบซากของแมลงวันผลไม้บริเวณผลทุเรียนและทุเรียนบางตะกร้าพบว่ามีความเสียหายและมีใบทุเรียนปะปนอยู่ในตะกร้าด้วย

(2) ปัญหาด้านมาตรฐานสากลและการไม่ปฏิบัติตามตกลงในพิธีสารฯ เช่น ตู้บรรจุสินค้าไม่ได้รับการดูแลเรื่องการทำความสะอาดก่อนนำมาบรรจุสินค้าและผู้ประกอบการบางรายของไทยไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงในพิธีสารฯ

(3) ปัญหาอื่น ๆ เช่น บางช่วงเป็นช่วงที่มีอากาศร้อนและเป็นช่วงฤดูทุเรียนของจีนออกสู่ท้องตลาดเป็นจำนวนมากและมีราคาขายต่ำกว่าทุเรียนที่นำเข้ามาจากประเทศไทยและข้อจำกัดทางด้านธรรมชาติของผลไม้ ได้แก่ ผลผลิตออกปริมาณจะมากบ้างน้อยบ้างไม่สม่ำเสมอคุณภาพแตกต่างกันมากทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

(4) ปัญหาด้านการขนส่งจุดนำเข้าผลไม้ของจีนเพียง 2 แห่งที่นครกว่างโจวกับนครเซี่ยงไฮ้ เมื่อผลไม้มาถึงสองแห่งนี้แล้วต้องขนส่งทางรถยนต์ซึ่งระยะทางยาวมาก โดยเฉพาะรถยนต์ที่ประสงค์จะประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยการปิดความเย็นของตู้คอนเทนเนอร์จึงประสบปัญหาผลไม้ของไทยที่เน่าเสียง่ายและภาชนะบรรจุชำรุด

รุ่งอรุณ ธิมายัย (2553) ได้ศึกษาการส่งออกทุเรียนสดแช่เย็นไปสาธารณรัฐประชาชนจีนสรุปประเด็นปัญหาและอุปสรรคการค้าทุเรียนไทยกับสหรัฐประชาชนจีนจากข้อมูลกรมการค้าต่างประเทศ ปี 2552 ได้สรุป

(1) สาธารณรัฐประชาชนจีนกำหนดขั้นตอนการนำเข้าผลไม้ที่ยุ่งยาก เช่น เอกสารที่ใช้ประกอบการขออนุญาตและเมื่อผ่านพิธีการศุลกากรแล้วผลไม้จะต้องผ่านการตรวจสอบสุขอนามัยจาก CIQ ที่ประเทศเมืองท่าที่จะนำเข้าตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งซึ่งข้มงวดมากผลไม้จึงจะต้องจึงออกสู่ตลาดได้

(2) มีขั้นตอนการตรวจสอบสารเคมีตกค้างเกินกำหนดโรคพืชแมลงและสารปนเปื้อนในผลไม้ที่เข้มงวด

(3) ปัญหาการขนส่งจุดนำเข้าผลไม้ของจีนมีเพียง 2 แห่ง คือ ที่นครกวางโจวกับที่นครเซี่ยงไฮ้

(4) ข้อจำกัดทางด้านธรรมชาติของผลไม้

(5) ลักษณะการผลิตเป็นเกษตรกรรายย่อยขาดการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกร

(6) ขาดความรับผิดชอบต่อคุณภาพสินค้า

(7) เกษตรกรใช้สารเคมีหรือฉีดยาฆ่าแมลงในลักษณะหรือปริมาณที่เกินควรทำให้เกิดปัญหาสารตกค้างเกษตรกรใช้สารเคมีหรือฉีดยาฆ่าแมลงในลักษณะหรือปริมาณที่เกินควรทำให้เกิดปัญหาสารตกค้าง

(8) ขาดเทคโนโลยีในระดับที่พัฒนาแล้ว

(9) ขาดศูนย์สำหรับรวบรวมสินค้าและห้องเย็น

(10) ปัญหาการขนส่ง

(11) การขายสินค้าในลักษณะของชายฝาก

(12) ปัญหาการส่งมอบสินค้า

บัญชา สมบูรณ์สุข และคณะ (2556) ได้ศึกษาระบบตลาดผักและผลไม้ไทยในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า มีช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ ผู้ผลิตมีทั้งกลุ่มวิสาหกิจและเกษตรกรรายย่อย คนกลาง คือ ผู้รวบรวม ผู้ส่งออก ระดับชาติ ผู้ส่งออกระดับท้องถิ่น นายหน้าที่ทำตลาดใหญ่และสุโข-ลก ที่ตลาดปลายทางในมาเลเซียนำเข้า สำหรับปัญหาที่สำคัญของตลาดผักและผลไม้ไทยไปสู่มาเลเซียและสิงคโปร์ คือ การรักษามาตรฐานและคุณภาพ ปัญหาการออกกฎระเบียบเพื่อการกีดกันการค้าสินค้าผักและผลไม้ไทยสำหรับระบบโลจิสติกส์ผักและผลไม้ พบว่า ไทยต้องปรับปรุงในข้อตกลงระหว่างประเทศไทยและมาเลเซียและสิงคโปร์ โดยให้รถขนส่งไทยสามารถขนส่งสินค้าผ่านได้สะดวกเช่นเดียวกับที่มาเลเซียเข้าไทยได้ง่าย การปรับตัวในห่วงโซ่อุปทาน ต้องร่วมกันพัฒนาระบบตลาดทั้งผู้ผลิต คนกลางไทยและ

ภาครัฐ (Co-Create Marketing) พัฒนาตัวเองสู่ความเป็นสากล กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันการส่งออก ผลไม้ของไทย คือ ต้องสร้างตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ให้แก่สินค้า แต่ละประเภท การสร้างความเชื่อมั่นที่เข้มแข็งให้กับ ลูกค้า และการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตผักและผลไม้ ไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จักรพงษ์ หาญบุญทรง (2557) ได้การศึกษากลยุทธ์การส่งออกทุเรียนสดและลำไยสดของไทยสู่ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน จุดอ่อนที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยไปประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน

1. ผลไม้ไทยเป็นพืชเมืองร้อนจะมีอายุสั้นซึ่งอายุการเก็บรักษาเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลไม้ของไทย
2. ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อและหลังจาก ปี 2558 น่าจะกลายเป็นตลาดให้กับประเทศในกลุ่มอาเซียนมากกว่าที่จะได้รับประโยชน์
3. ทุเรียนจากไทยมีราคาขายสูงสาเหตุจากการใช้ลังไม้ (Crate) ในการบรรจุซึ่งเป็นวัสดุที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการทำลายผู้ขายจึงบวกค่าใช้จ่ายเพิ่มไปในราคาทุเรียน
4. หน่วยงานภาครัฐของไทยไม่มีความจริงจังและต่อเนื่องในเรื่องของการทำใบรับรอง GDA ซึ่งจะต้องใช้เป็นเอกสารสำคัญประกอบการส่งออกตามเงื่อนไขของประเทศผู้นำเข้าประกอบกับการส่งออกต้องทำงานประสานกับหลายหน่วยงาน กระบวนการติดต่อการทำเอกสารต่าง ๆ ในการส่งออกยังยุ่งยากขาดการรวมศูนย์การบริการที่ดี
5. ปัญหาการใช้สารเคมีกับผลผลิตทางการเกษตรที่ยังไม่ได้ดูแลอย่างเข้มงวดและการใช้สารซิลิเฟอร์ไดออกไซด์ที่ใช้ในการรมทุเรียนจะมีตกค้างอยู่ในปริมาณที่มากทำให้มีปัญหาในการส่งออก
6. ปัญหาการขาดแคลนผู้ชำนาญการและแรงงานในการเก็บเกี่ยวและค่าจ้างแรงงานสูงส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันเป็นอย่างมาก
7. เกษตรกรจำนวนมากที่ยังคงทำการผลิตแบบเดิมอาศัยธรรมชาติไม่มีการพัฒนาปรับปรุงระบบการผลิตให้ดีขึ้นแม้จะมีนักวิชาการคอยให้คำแนะนำเพื่อให้ระบบการจัดการสวนที่ดีกว่าเดิมแต่ชาวสวนไม่ยอมปรับเปลี่ยนพฤติกรรม
8. ปัญหาโดยรวมเช่นการขายทุเรียนไม่มีคุณภาพใช้สารเร่งความสุกในทุเรียนอ่อนมีสารเคมีตกค้างในผลทุเรียน อีกทั้งยังขาดการรวมตัวกันเพื่อสร้างความร่วมมือกันและสร้างความเข้มแข็งในการต่อรอง
9. ผลผลิตกระจุกตัวออกสู่ตลาดพร้อมกันระยะเวลาอันสั้นส่งผลให้ราคาคงต่ำ

2.7 บทสรุป

การทบทวนเอกสารประเภทงานวิจัยจะครอบคลุมในการค้นคว้าปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนไปประเทศไทยจีนการดำเนินงานของผู้ส่งออกในประเทศไทยในด้านการตลาด และการส่งออก ประกอบกับในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อประกอบไปด้วย จากศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนในด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร ด้านการตลาด และสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจด้วยวิธีการอนุมานทางสถิติ

จากที่กล่าวข้างต้นจะสรุปประเด็นปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนในประเทศไทยต่อไปนี้

2.7.1 ด้านการรวบรวมผลผลิต

- (1) คุณภาพและมาตรฐานทุเรียน
- (2) ปริมาณ

2.7.2 ด้านการตลาด

- (1) ผลิตภัณฑ์
- (2) ราคา
- (3) การจัดจำหน่าย
- (4) การส่งเสริมการตลาด

2.7.3 สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

- (1) สภาวะเศรษฐกิจ
- (2) การเมืองและกฎหมาย
- (3) เทคโนโลยี
- (4) การแข่งขัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยขอลำดับการอธิบายตามหัวข้อย่อยในขั้นต่อไปนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาค้นคว้าในขั้นต่อไป ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นจึงดำเนินการตามขั้นตอนกระบวนการวิจัยซึ่งประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนั้นในครั้งนี้นำเพื่อให้ได้ผลลัพธ์จากการวิจัยที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

- 3.1 สมมติฐานการศึกษา
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
- 3.5 การเก็บข้อมูล (Data Collection)
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สมมติฐานการศึกษา

ในการศึกษาการวิเคราะห์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาของผู้ส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนกับลักษณะบางประการของผู้ส่งออกธุรกิจทุเรียนไทยนั้น ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

- (1) สมมติฐานที่ 1 ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน
- (2) สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน
- (3) สมมติฐานที่ 3 ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน
- (4) สมมติฐานที่ 4 การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน
- (5) สมมติฐานที่ 5 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

(6) สมมติฐานที่ 6 ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

(7) สมมติฐานที่ 7 ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

จากการศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

(1) ลักษณะบางประการของการดำเนินธุรกิจของผู้ส่งออกทุเรียน

ลักษณะบางประการของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออกในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังประกอบต่อไปนี้

- ด้านบริษัทของท่านเป็นกิจการประเภทใด
- ด้านระดับการศึกษา
- ด้านบริษัทของท่านเป็นผู้ส่งออกในลักษณะใด
- ด้านประเภทของระบบการผลิตหรือการจัดหาทุเรียนเพื่อการส่งออกในกิจการของท่าน
- ด้านกิจการของท่านเปิดดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียนเป็นระยะเวลา

(2) กิจการของท่านมีตราสินค้าเป็นของตัวเองหรือไม่

(3) ลักษณะธุรกิจที่ท่านดำเนินกิจการ

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

(1) ด้านการรวบรวมผลผลิต

- คุณภาพและมาตรฐานทุเรียน
- ปริมาณ

(2) ด้านการตลาด

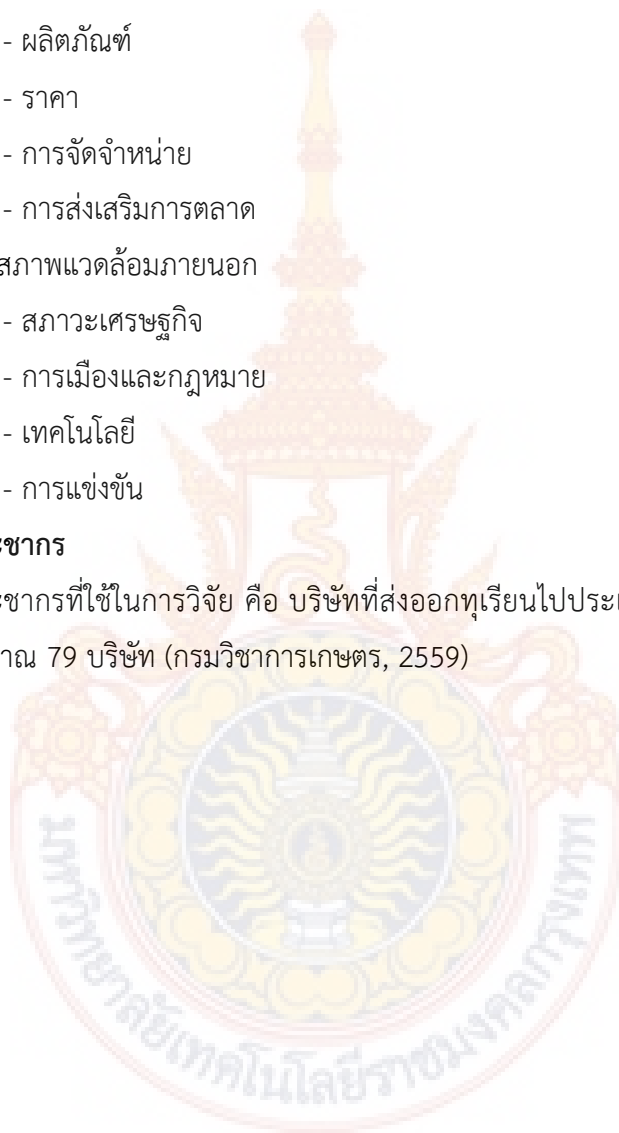
- ผลิตภัณฑ์
- ราคา
- การจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด

(3) สภาพแวดล้อมภายนอก

- สภาวะเศรษฐกิจ
- การเมืองและกฎหมาย
- เทคโนโลยี
- การแข่งขัน

3.2.3 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทที่ส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประมาณ 79 บริษัท (กรมวิชาการเกษตร, 2559)



ตารางที่ 3.1 รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์ (ต่อ)

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) ทูเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
1	หจก.ตุลา เทรดดิ้ง	983/4 ถ.พระราม 4 แขวงวังใหม่ เขต ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร	088- 5784933
2	บจก.ทรานส์ ซัพพอร์ท	130 ซ.เสนานิคม 1 ซ.40 ถ.เสนานิคม 1 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	02-7219500
3	บจก.เจนเทิล ฟรุต	56/484 ซ.รามคำแหง 156 แขวงสะพาน สูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร	02-374-6509
4	บจก.กูดฟู้ดอิมพอร์ต	8 ซ.เพชรเกษม 46 แยก 7 ถ.เพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร	089- 9234828
5	บจก.โกลบอล ฟรุต	212/88 ซ.รามคำแหง 68 ถ.แยก 1-7 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร	02-3746509
6	บจก.กูดเวิร์ค อินเตอร์เนชั่น แนล	130 ซ.เสนานิคม 1 ซอย 40 ถ.เสนานิคม 1 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	088- 5530807
7	หจก.ฟิสิกส์ เปสเตอร์	1 ซ.เจริญราษฎร์ 1 แยก 5 ถ.เจริญ ราษฎร์ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร	088- 5784399
8	บจก.ไทย-ฮง ผลไม้	159/162-3 ม.1 ถ.ช่างอากาศอุทิศ แขวง สีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	0-2929- 5470-4
9	บจก.อินเตอร์ ฟรุต เซ็นเตอร์	90/103 ม.4 แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	02-3502828

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) พุเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
10	หจก.ไทย ฟรุ๊ตตี้	323/177 ซ.ร่มเกล้า 37 ถ.เคหะร่มเกล้า แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	095- 6416289
11	บจก.ทองแปดผักผลไม้	36/108 ถ.มอเตอร์เวย์ แขวงคลองสอง ต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	0-2171- 7821-2
12	บจก.แพลททินัม ฟรุ๊ต	36/108 ม.6 ถ.มอเตอร์เวย์ แขวงคลอง สองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	0-2171- 7821-2
13	บจก.โปรเวล อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เพรส	65/63 ซ้านาญ เพ็ญชาติ บิซเนส เซ็น เตอร์ ซ.ชั้นที่ 6 ถ.พระราม 9 แขวงห้วย ขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร	02-2454555
14	หจก.ยูโรลิค	39/451 ซ.วิภาวดีรังสิต 84 ถ.วิภาวดี รังสิต แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	02-9968114
15	บจก.คูนีอริคัลเจอร์ เทรด	120/94 ซ.วชิรธรรมสาธิต 12 ถ.สุขุมวิท 101/1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร	02-7478166
16	หจก.สมิหลา อินเตอร์เทรด	19/6 ม.17 แขวงสะพานสูง เขตสะพาน สูง กรุงเทพมหานคร	02-3482542
17	บจก.ลินไทย อิมพอร์ต แอนด์ เอ็กซ์พอร์ต	69/60 ถ.พญาไท แขวงถนนพญาไท เขต ราชเทวี กรุงเทพมหานคร	02 2520367
18	หจก.กุ่มหู่	74/22 ถ.จักรเพชร แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร	02-6237541

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) ทูเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
19	บจก.ฟ้าเจริญพร เอ็นเตอร์ไพรส์	99/281 ถ.นนทรี แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	02-2952847-8
20	บจก.เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์	97 ถ.เย็นจิต แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร	26257651
21	บจก.สยาม ไฮ ควอลิตี้ ฟรุ๊ต	61 ซ.พุทธมณฑลสาย 1 ซอย 6 แขวงคลองขวาง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร	02-8651771
22	บจก.เต๋อเฟิง เทรดิง	88/232 ถ.กัลปพฤกษ์ แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพมหานคร	
23	หจก.สวนนายปิ่น	63/58 ซ.บรมราชชนนี 64 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร	
24	หจก.นอติลัส อินเตอร์ เทรด	19/6 ซ.กาญจนาภิเษก 027 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร	02-3482542
25	บจก.พี.โอ.เค.อิมพอร์ต แอนด์ เอ็กพอร์ต (ประเทศไทย)	90/106 ม.4 ซ.โกสุมรวมใจ ถ.สรอง ประภา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	02-5039120
26	บจก.สยาม จัมโบ้ อินเตอร์เนชั่นแนล	58/19 ถ.ทรงวาด แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร	02-9827136
27	บจก.จีเอ็นอาร์ สกาย เทรดิง	343/21 ถ.สะแกงาม แขวงสามตำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	02-4967679
28	หจก.เล็ก 63	1/292 ม.10 ถ.ลาดพร้าว แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร	081-6497946

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) พุเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
29	บจก.คูมาโก้	6 ซ.เกษมสำราญ 2 ซ.12 แขวงพระโขนง เหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	083- 6118311
30	บจก.เอลาท	20 ซ.เจริญนคร 32/1 ถ.เจริญนคร แขวง บางลำภูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร	08-4162- 4818
31	บจก.หย่งเหิน เอ็นเตอร์ไพรส์	686/3 ม.3 ถ.สุขสวัสดิ์ แขวงราษฎร์ บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร	02-4277883
32	กิมเฮง เว็จจี อิมพอร์ต เอ็กส์ พอร์ต	2131/1 ถ.อ่อนนุช แขวงสวนหลวง เขต สวนหลวง กรุงเทพมหานคร	02-7526984- 5
33	บจก.อีสเทิร์นคิง คาร์โก้ อิม พอร์ต แอนด์ เอ็กส์พอร์ต	135/45 รุ่งกิจวิลล่า 5 ซ.ร่มเกล้า 56 ถ. ร่มเกล้า แขวงคลองสามวาประเวศ เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	08-1496- 9671
34	บจก.เจเอ็ม ไลน์เนอร์ แอนด์ ซัพพลาย	2074/81 ถ.เจริญกรุง แขวงวัดพระยา ไกร เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	080- 4804488
35	บจก.ตรีมูรติฟรุทส์	32/25 ม.10 แขวงคลองหนึ่ง เขตคลอง หลวง กรุงเทพมหานคร	08-6335- 9664
36	บจก.จี ซี เอฟ อินเตอร์เนชั่น แนล	222/1 ซ.ชนาทาวเวอร์ ถ.เจริญสุขนิทวงศ์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร	02-8832150
37	บจก.เอ็ม. อาร์. โปรเกรส	63 ถ.เจริญนคร แขวงคลองสาน เขต คลองสาน กรุงเทพมหานคร	02-4390705
38	บจก.ตา ตั้วร์ ซัพพลาย ซิสเต็ม	73/10 ถ.อิสราภาพ แขวงหิรัญรูจี เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร	02-2343938

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) พุเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
39	บจก.พลอินเตอร์โกรเวอร์	715 ซ.รัชดานิเวศน์ ถ.ประชาอุทิศ แขวง สามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร	022743796- 7
40	บจก.เอเชียน ฟรุ๊ต แอนด์ ฟู้ด อินเตอร์เทรด	89/139 ซ.วังหลวง ถ.วงศ์สว่าง แขวง บางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร	0-2586- 7196-7
41	บจก.อราวี ฟรุตส์	124,126 ซ.รามคำแหง 21(นวมศรี) แขวง หัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร	
42	บจก.นอติลัส อินเตอร์เทรด (2549)	109/143 ซ.ฉลองกรุง 53 แขวงลำปลา ทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	
43	บจก.ยีนซาน อินเตอร์เนชั่นแนล	38 ซ.วชิรธรรมสาธิต 64/1 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร	02-7440276
44	บจก.สูง เซน (ไทยแลนด์)	45,47 ซ.ร่มเกล้า 38 ถ.ร่มเกล้า แขวง คลองสามประเวศ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	02-1717031
45	บจก.เอส บี ฟรุ๊ต	327/300 ม.3 แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	02-3502828
46	หจก.ทรอพิคอลเนเชอร์	19/5 ม.6 ซ.ชินเขต 1/35 ถ.งามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	02-9541949
47	บจก.เอส.เอส. คาร์โก้	181 ซ.ประชาอุทิศ 5 แยก 3-2 แขวง ดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	02-5430495

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) ทูเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
48	บจก.ดีจีไฟร์	1/62 ม.3 แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	08-9895- 5513
49	บจก.วิชมนฟู๊ด	1332/1 ถ.ประชาชื่น แขวงวงศ์สว่าง เขต บางซื่อ กรุงเทพมหานคร	29517641
50	บจก.พา-สยาม อินเตอร์เทรด	619,621,623,1/10-12 ถ.พระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	02-2941322- 5
51	บจก.โกลเด้น โกล คอนซัลเทินท์	396/13 ถ.นราธิวาสราชนครินทร์ แขวง ช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	02-2853214
52	บจก.ไชนีไฟร์ท	21/73 รอยัลซิดี อเวนิว ชั้น 2 ซ. ศูนย์วิจัย ถ.พระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร	02 2030393- 4
53	หจก.ลองเทม เทรดดิ้ง	24/63 ซ.วิภาวดีรังสิต 37 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร	02-2226567
54	บจก.ทรีออฟเคิล เฟรช โปรดักส์	74-74/1 ถ.จักรเพชร แขวงวังบูรพา ภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร	22268735
55	บจก.ยูเมโนกิ เทรดดิ้ง	35/209 ม.5 ซ.สามัคคี58/20 ต.ท่าทราย อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี	02-192-8803
56	บจก.เซ็นส์สปีล อินเตอร์เนชั่น แนล	473/134 ซ.อ่อนนุช 10 ถ.อ่อนนุช แขวง สวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร	02-7426599

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) พุเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
57	บจก.ปรีไทย โปรติวซ์	318/29-30 ซ.สุขุมวิท 22 แขวง คลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร	02-6560500
58	บจก.กรีน ใจแอนท์	248 ซ.จรัญสนิทวงศ์ 45 แขวงอรุณอม รินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร	02-8849859
59	บจก.แจ็กฮั่ว	3333/22-24 ถ.สุตประเสริฐ แขวงบาง โคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	02-2916108
60	บจก.เอฟแอนด์เอ็น ยูไนเต็ด	95 ถ.ท่าข้าม แขวงสามตำ เขตบางขุน เทียน กรุงเทพมหานคร	02-8957071- 82
61	บจก.सार อินเตอร์ (ไทยแลนด์)	12/12 ซ.พร้อมนาถ แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	08-5046- 0106
62	หจก.กรีนใจแอนท์	20 ซยาพัฒน์ ห้องเลขที่ 101 ชั้นที่ 1 ซ. 80 แยก 4 ถ.ลาดพร้าว แขวงวัง ทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร	02-9326556
63	บจก.เอสเคแอล โลจิสติกส์	39/67 ซ.เพชรเกษม 81/6 แขวงหนอง ค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	
64	หจก.อีเลฟเว่น สตาร์ อินเตอร์ เทรด	89/303 ม.7 แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	081- 8019149
65	บจก.เชิงไฉ โอเรียนทอล	19/43 ไพรวาท วิลล์ ถ.ห้วยหมาก แขวง ห้วยหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร	02-7189882
66	บจก.วี.เอส. เฟรชโก้	56/9 ซ.ท่ากลาง ถ.จักรเพ็ชร แขวงวัง บูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร	02 6238028

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์

รายชื่อผู้ส่งออกของไทยจำแนกตามอาร์โมไนซ์			
รหัส : 08106000000 (KG) ทูเรียน			
มกราคม - ธันวาคม 2558			
ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ที่อยู่	โทรศัพท์
67	บจก.เอ็น.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล เทรดดิ้ง	289 ซ.เจริญนคร 10 ถ.เจริญนคร แขวง คลองตันไทร เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร	0-2438-2786
68	บจก.ทรอปิคัล กรีน	17,19,21 ถ.พระราม 2 แขวงบางมด เขต จอมทอง กรุงเทพมหานคร	0-2874-3688
69	บจก.เจพี ฟูดส์	320 ถ.เทศบาลนิมิตรเหนือ แขวง ลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	02-9538499
70	บจก.เด็ก อินเตอร์เทรด (ประเทศไทย)	237/24 ซ.พหลโยธิน 32 ถ.พหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	02-9429391- 2
71	บจก.มอร์แดนฟรี	24/8 ซ.ทรงสะอาด ถ.วิภาวดีรังสิต แขวง จอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	02-2763944- 49
72	กรีน ไลน์ส โปรดัคส์	90 ซ.บางแค 7 แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพมหานคร	
73	บจก.แม็ค โลจิสติกส์ (ประเทศ ไทย)	101/15 ซ.สมประสงค์ 4 ถ.เพชรบุรีตัด ใหม่ แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	02-6563676
74	บจก.แมกซ์ โลจิสติกส์ (ไทย แลนด์)	10/15 ซ.สมประสงค์ 4 ถ.เพชรบุรี แขวง ถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	081- 8543838
75	บจก.แต่งบุญ	35/148 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร	0-2615-4857

3.2.4 กลุ่มตัวอย่าง (Sample groups)

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นบริษัทที่อยู่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากบริษัทที่ส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประมาณ 54 บริษัท (กรมวิชาการเกษตร, 2559)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนที่ 1-2 เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) และส่วนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Response Question) ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวหรือมากกว่าหนึ่งข้อในบางข้อ และคำถามในส่วนนี้ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล รวมจำนวน 7 ข้อ คือ

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
4. ประเภทของระบบการผลิตการ จัดหาเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. ระยะเวลาเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. ตราสินค้าเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
7. ลักษณะธุรกิจเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนในประเทศไทยโดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยมีค่าระดับคำตอบให้เลือก 5 ระดับจำนวน 40 ข้อ โดยแบ่งเป็นตามปัจจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ

1. การรวบรวมผลผลิตการเกษตร

- 1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า

- 1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ
2. ด้านการตลาด
 - 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
 - 2.2 ด้านการราคา
 - 2.3 ด้านการจัดจำหน่าย
 - 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
3. ด้านการสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ
 - 3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ
 - 3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย
 - 3.3 ด้านเทคโนโลยี
 - 3.4 ด้านการแข่งขัน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นคำถามแบบ ปลายเปิด (Open-Ended Response Question) ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

การแปรผลข้อมูล ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนค่าเฉลี่ยตามความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

(กัลยา วาณิชยปัญญา, 2551)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาความเที่ยงตรง (Validity) และการหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านทำการประเมินแบบสอบถามเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องและทำการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรง (Content Validity) โดยใช้ค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) และค่า IOC ซึ่งผ่านเกณฑ์ค่าดัชนีตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป การวิจัยในครั้งนี้ได้ค่า IOC 0.88 คะแนน สรุปว่าใช้ได้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 54 ตัวอย่าง แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแหล่งข้อมูลทางจดหมาย โดยการเก็บตัวอย่างเป็นแบบเฉพาะเจาะจง เป็นจำนวนทั้งหมด 54 ตัวอย่าง โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนในกรุงเทพมหานคร

3.5 การเก็บข้อมูล (Data Collection)

การศึกษาปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เมื่อรวบรวมข้อมูลจากการแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของคำตอบในแต่ละรายนำข้อมูลที่ได้ไปลงรหัส (coding) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนั้นและแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ส่งออกทุเรียน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาประเภทของระบบการผลิตหรือจัดหาทุเรียนเพื่อส่งออกระยะเวลาในการดำเนินงาน

การทำความสะอาดและคุณภาพสินค้า การบรรจุหีบห่อ ประเทศที่เป็นเป้าหมายหลักในการส่งออก ลักษณะการใช้และไม่ใช้ตราสินค้าของตนเอง และลักษณะธุรกิจนำเข้าส่งออก

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน โดยจำแนกปัญหาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร ด้านการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนที่มีลักษณะของผู้ส่งออกแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะของผู้ส่งออกทุเรียนประกอบด้วย ประเภทของระบบการผลิตหรือจัดหาทุเรียนเพื่อส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงาน ประเทศที่เป็นเป้าหมายหลักในการส่งออกที่มีต่อปัญหาในการดำเนินงานส่งออกทุเรียน ลักษณะการใช้ตราสินค้าของตนเองและลักษณะธุรกิจที่ดำเนินกิจการ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการจัดการปัญหาการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ส่งออกทุเรียนประสบ

3.6 รายละเอียดสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือ

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่อบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยได้นำมาแจกแจงความถี่จำนวนและนำเสนอเป็นคำร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรแบบสอบถามส่วนที่ 1 ใช้คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คำร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

$$P = \frac{fx100}{N}$$

P = คำร้อยละ

f = ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

N = จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

$\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด R^2

n = จำนวนของคะแนนในกลุ่ม
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D. = \frac{\sqrt{\sum(x-\bar{x})^2}}{n-1} \quad R^2$$

S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$ = ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum x^2)$ = ผลรวมคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.6.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) ใช้สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ ประเภทของระบบการผลิต ระยะเวลาในการดำเนินงานตลาด เป้าหมาย กับตัวแปรตาม ได้แก่ ปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน โดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดย One-way ANOVA

3.6.3 การทดสอบค่าเฉลี่ย กรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

การทดสอบค่าเฉลี่ยกรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มจะพิจารณาว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกันหรือไม่ เพื่อเลือกใช้สูตรของสถิติทดสอบให้ถูกต้อง นอกจากนี้ยังพิจารณาอีกว่าความแปรปรวนของประชากรของกลุ่มตัวอย่างเท่ากันหรือไม่ ซึ่งในการใช้สถิติ t-test ทดสอบกรณีตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันนั้นมีสูตรที่ใช้ทดสอบอยู่ 2 สูตรด้วยกัน คือ สูตรที่ใช้ในกรณีความแปรปรวนของประชากร 2 กลุ่มมีค่าเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$) หรือในกรณีกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีจำนวนเท่ากัน (t-test แบบ Pooled variance) และสูตรที่ใช้ในกรณีความแปรปรวนของประชากร 2 กลุ่ม มีค่าไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$) (t-test แบบ Separated variance) ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยจะใช้ t-test กรณีดังกล่าวจะต้องทำการทดสอบก่อนว่า ความแปรปรวนของประชากรแต่ละกลุ่มมีค่าเท่ากันหรือไม่โดยใช้ F-test เพื่อจะได้เลือกใช้สูตรของ t-test ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{s_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}} \quad df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ

$$s_p^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

ดังนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีตัวอย่าง 2 กลุ่ม เราจึงจำเป็นต้องทำการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนโดยใช้สถิติทดสอบ F-test ก่อนเพื่อเลือกใช้ให้ถูกต้อง ดังนี้

$$F = \frac{S_{\max}^2}{S_{\min}^2} ;$$

$df_1 = n_1 - 1$ เมื่อ n_1 = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่า S^2 มีค่ามาก

$df_2 = n_2 - 1$ เมื่อ n_2 = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่า S^2 มีค่าน้อย

(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ โดยเก็บแบบสอบถามจากบริษัทผู้ส่งออกทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี 2559-2560 จำนวน 79 บริษัท และได้รับการตอบรับแบบสอบถามทั้งหมด 54 บริษัท ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อศึกษาข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างและทิศทางความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะบางประการของการดำเนินธุรกิจของผู้ส่งออกทุเรียน ข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ส่งออกทุเรียน ได้แก่ กิจการประเภทของบริษัท ผู้ส่งออกในลักษณะของบริษัท ระดับการศึกษา ประเภทของระบบการผลิตหรือจัดหาทุเรียนเพื่อส่งออก ระยะเวลาในการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียน ลักษณะการใช้และไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเอง และลักษณะธุรกิจนำเข้าส่งออก ได้ผลศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนประเภทของผู้ส่งออก

ประเภทของผู้ส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	11	20.4
บริษัท	39	72.2
ห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4	7.4
อื่น ๆ	-	-
รวม	54	100

ประเภทของผู้ส่งออก พบว่าประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นบริษัทมีจำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 72.2 เจ้าของคนเดียวมีจำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 20.4 และห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีจำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 7.4 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนของระดับการศึกษาของผู้ส่งออก

ระดับการศึกษาของผู้ส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	1	1.9
ปริญญาตรี	32	59.2
ปริญญาโท	21	38.9
ปริญญาเอก	-	-
รวม	54	100

ระดับการศึกษา พบว่าประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 อนุปริญญา/ปวส.มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ปริญญาโทมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนของลักษณะของการส่งออก

ลักษณะของการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทผลิตและส่งออกเอง	13	24.1
บริษัทรับสินค้าจากผู้ผลิตเพื่อทำการส่งออก	41	75.9
อื่น ๆ	-	-
รวม	54	100

พบว่าประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นบริษัทรับสินค้าจากผู้ผลิตเพื่อทำการส่งออกมีจำนวน 41 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 75.9 และบริษัทผลิตและส่งออกเองมีจำนวน 13 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 24.1 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนกระบวนการการจัดหาทุเรียนเพื่อการส่งออก

กระบวนการการจัดหาทุเรียนเพื่อการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
ปลูกผลไม้เองเพียงพอสำหรับการส่งออก	13	24.1
รับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่น	41	75.9
ปลูกเองและรับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่น	-	-
รวม	54	100

กระบวนการการจัดหาทุเรียนเพื่อการส่งออก พบว่าประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นรับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่นมีจำนวน 41 คิดเป็นร้อยละ 75.9 ปลูกผลไม้เองเพียงพอสำหรับการส่งออกมีจำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.1 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.5 แสดงระยะเวลาการดำเนินการของกิจการในการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียน

ระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	19	35.2
5-10 ปี	17	31.5
11-15 ปี	10	18.5
16-20 ปี	5	9.3
มากกว่า 20 ปี	3	5.5
รวม	54	100

กิจการในการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียน พบว่าประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นช่วงระยะเวลาดำเนินการต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 19 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 35.2 ช่วงระยะเวลา 5-10 ปี มีจำนวน 17 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 31.5 ช่วงระยะเวลา 11-15 ปี มีจำนวน 10 กิจการ คิดว่าร้อยละ 18.5 ช่วงระยะเวลา 16-20 ปีมีจำนวน 5 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และช่วงระยะเวลาสูงกว่า 20 ปี มีจำนวน 3 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.5 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนของลักษณะการใช้และไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเอง

ของลักษณะการใช้และไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเอง	จำนวน	ร้อยละ
มี	46	85.2
ไม่มี	8	14.8
รวม	54	100

ลักษณะการใช้และไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเอง พบว่าประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นของลักษณะการใช้ตราสินค้าของตัวเองมีจำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 85.2 ของลักษณะการไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเองมีจำนวน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.8 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนของลักษณะธุรกิจนำเข้าส่งออก

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งออกอย่างเดียว	34	63
นำเข้าและส่งออก	20	37
รวม	54	100

ลักษณะธุรกิจพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นลักษณะธุรกิจส่งออกอย่างเดียวมีจำนวน 34 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 63 และลักษณะธุรกิจนำเข้าและส่งออกมีจำนวน 20 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 37 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.7

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน โดยจำแนกปัญหา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร ด้านการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเป็นรายข้อ ในแต่ละปัญหารายองค์ประกอบของแต่ละด้าน พิจารณาผลจากการให้น้ำหนักความสำคัญของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดได้ 1 คะแนน และให้ความสำคัญน้อยได้ 2 คะแนน ให้ความสำคัญปานกลางได้ 3 คะแนน ให้ความสำคัญมากได้ 4 คะแนน และให้ความสำคัญมากที่สุดได้ 5 คะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก โดยกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยในการแปลความดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ให้ความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ให้ความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาการรวบรวมผลผลิต
จากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน

ปัญหาการรวบรวม ผลผลิต	ระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ด้านคุณภาพและมาตรฐาน ของสินค้า								
1. พืชตกค้างของสารกำจัด ศัตรูพืช	18	18	10	7	1	4.21	0.79	มาก
	33.3%	33.3%	18.5%	12.9%	1.8%			
2. โรคและแมลงปนเปื้อน กับผลไม้	16	20	13	4	1	3.95	0.86	มาก
	29.6%	37.0%	24.0%	7.4%	1.8%			
3. สภาพภายนอกมีความ สมบูรณ์ไม่เน่าเสีย	13	16	20	4	1	3.58	0.88	มาก
	24.0%	29.6%	37.0%	7.4%	1.8%			
4. ลักษณะทางกายภาพ ของทุเรียน (ผิว สี ขนาด)	5	9	18	15	7	2.77	1.08	ปาน กลาง
	9.2%	16.6%	33.3%	27.7%	12.9%			

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาการรวบรวม
ผลผลิตจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน

ปัญหาการรวบรวม ผลผลิต	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	Mean	S.D.	แปรผล
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
5. รูปลักษณะภายนอก ทั่วไปต้องไม่มีตำหนิและ ไม่มีผลกระทบถึง คุณภาพภายในของ ทุเรียน	13	14	19	6	2	3.56	1.03	มาก
	24.0%	25.9%	35.1%	11.1%	3.7%			
6. บรรจุภัณฑ์ต้องมี คุณภาพ ถูกสุขลักษณะ และมีคุณสมบัติทนทาน ต่อการขนส่ง	10	18	18	7	1	4.11	0.69	มาก
	18.5%	33.3%	33.3%	12.9%	1.8%			
รวมด้านคุณภาพและ มาตรฐานของสินค้า						3.61	0.93	มาก
ด้านปริมาณที่ต้องการ								
7. ปริมาณผลผลิตไม่ แน่นอนเนื่องจาก ฤดูกาล	17	10	14	10	3	3.45	1.02	มาก
	31.4%	18.5%	25.9%	18.5%	5.5%			
8. ปริมาณผลผลิตไม่ แน่นอนเนื่องจากโรค และแมลงระบาด	9	12	17	15	1	3.84	0.87	มาก
	16.6%	22.2%	31.5%	27.7%	1.8%			

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน

ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	Mean	S.D.	แปรผล
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
9. ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากการแข่งขันที่มีผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น	9	10	18	16	1	3.23	0.96	มาก
	16.6%	18.5%	33.3%	29.6%	1.8%			
รวมด้านปริมาณที่ต้องการ						3.88	0.92	มาก
รวมค่าเฉลี่ยปัญหาการรวบรวมผลผลิต						3.59	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาการดำเนินงานด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยมีปัญหาในด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้าค่าเฉลี่ย 3.61 และด้านปริมาณที่ต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า

ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า กลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.61 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาสารพิษตกค้างจากสารกำจัดศัตรูพืชเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา บรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะและมีคุณสมบัติทนทานต่อการขนส่ง ค่าเฉลี่ย 4.11 โรคและแมลงปนเปื้อนกับผลไม้ ค่าเฉลี่ย 3.95 สภาพภายนอกมีความสมบูรณ์ไม่เน่าเสียค่าเฉลี่ย 3.58 รูปลักษณะภายนอกทั่วไปต้องไม่มีตำหนิและไม่มีผลกระทบถึงคุณภาพภายในของทุเรียน ค่าเฉลี่ย 3.53 และ ลักษณะทางกายภาพของทุเรียน (ผิว สี ขนาด) ค่าเฉลี่ย 2.77 ตามลำดับ

ด้านปริมาณที่ต้องการ กลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาด้านปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากโรคและแมลงระบาดเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากฤดูกาล

ค่าเฉลี่ย 3.45 และ ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากการแข่งขันที่มีผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้านการตลาดจาก
เกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน (ต่อ)

ปัญหาด้านการตลาด	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ด้านผลิตภัณฑ์								
1. การวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์	18	18	10	7	1	4.21	0.79	มาก
	33.3%	33.3%	18.5%	12.9%	1.8%			
2. ต้นทุนในการดูแล ทุเรียนก่อนการ ส่งออกเช่น การอบไอน้ำ การแช่แข็ง	16	20	13	4	1	3.95	0.86	มาก
	29.6%	37.0%	24.0%	7.4%	1.8%			
3. ยี่ห้อหรือตรา ผลิตภัณฑ์	13	16	20	4	1	3.58	0.88	มาก
	24.0%	29.6%	37.0%	7.4%	1.8%			
4. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการ ส่งออกทุเรียน	5	9	18	15	7	2.77	1.08	ปาน กลาง
	9.2%	16.6%	33.3%	27.7%	12.9%			
รวมด้านผลิตภัณฑ์						3.65	0.60	มาก
ด้านการราคา								
5. การตัดราคากันเอง ของผู้ส่งออก	10	11	10	15	8	4.11	0.69	มาก
	18.5%	20.3%	18.5%	27.7%	14.8%			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้านการตลาด
จากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน

ปัญหาด้านการตลาด	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
6. การตั้งราคาโดยใช้ ต้นทุนเป็นหลัก	6	20	13	13	2	3.90	0.94	มาก
	11.1%	37.0%	24.0%	24.0%	3.7%			
7. การตั้งราคาโดยใช้ การแข่งขันเป็นหลัก	7	17	22	5	3	3.27	0.88	มาก
	12.9%	31.4%	40.7%	9.2%	5.5%			
8. การตั้งราคาโดยใช้ ความต้องการของผู้ ซื้อเป็นหลัก	16	12	9	13	4	3.74	0.89	มาก
	29.6%	22.2%	16.6%	24.0%	7.4%			
รวมด้านการราคา						3.97	0.87	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย								
9. มีช่องทางการจัด จำหน่ายสินค้า เพียงพอและมี ประสิทธิภาพ	10	18	6	17	3	3.35	1.32	มาก
	18.5%	33.3%	11.1%	31.4%	5.5%			
10. กลยุทธ์ทางด้านช่อง ทางการจัดจำหน่ายมี ผลต่อการส่งออก	7	12	16	16	3	3.91	1.23	มาก
	12.9%	22.2%	29.6%	29.6%	5.5%			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้านการตลาด
จากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน

ปัญหาด้านการตลาด	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
11. ปริมาณผลผลิตไม่ แน่นอนเนื่องจากการ แข่งขันที่มีผู้ส่งออก เพิ่มมากขึ้น	11	8	16	9	10	3.88	1.08	มาก
	20.3%	14.8%	29.6%	16.6%	18.5%			
12. การกีดกันทาง การค้าด้วยมาตรการ ทางภาษี	8	12	19	10	5	3.76	0.87	มาก
	14.8%	22.2%	35.1%	18.5%	9.2%			
13. เพิ่มช่องทางการจัด จำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภค ที่มีเพิ่มมากขึ้น	9	19	16	9	1	3.81	0.83	มาก
	16.6%	35.1%	29.6%	16.6%	1.8%			
รวมด้านการจัดจำหน่าย						3.95	0.77	มาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด								
14. การส่งเสริมการขาย ในต่างประเทศโดย ภาครัฐการวางแผน ส่งเสริมการขาย	10	8	19	12	5	3.77	0.91	มาก
	18.5%	14.8%	35.1%	22.2%	9.2%			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้านการตลาดจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออกทุเรียน

ปัญหาด้านการตลาด	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
15. การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการขายในต่างประเทศโดยการรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน	7	9	19	16	3	3.41	0.76	มาก
	12.9%	16.6%	35.1%	29.6%	5.5%			
16. การวิจัยตลาดทุเรียนต่างประเทศ	14	17	12	7	4	3.33	0.70	มาก
	25.9%	31.4%	22.2%	12.9%	7.4%			
17. การประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐ	10	18	18	7	1	3.31	0.63	มาก
	18.5%	33.3%	33.3%	12.9%	1.8%			
รวมด้านการส่งเสริมการตลาด						3.76	0.98	มาก
รวมค่าเฉลี่ยปัญหาด้านการตลาด						3.78	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาด้านการตลาดจากเกษตรกรในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.78 โดยมีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านราคาค่าเฉลี่ย 3.97 ด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ย 3.95 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาต้นทุนในการดูแลทุเรียนก่อนการส่งออก เช่น การอบไอน้ำ

การแข่งขั้ว ค่าเฉลี่ย 3.95 ยี่ห้อหรือตราผลิตภณัฑ์ค่าเฉลี่ย 3.58 และบรรจุภณัฑ์ที่ใช้ในการส่งออก
ทุเรียนค่าเฉลี่ย 2.77

ด้านราคากลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.97
เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการตัดราคากันเองของผู้ส่งออกเป็นลำดับที่
1 ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาการตั้งราคาโดยใช้ต้นทุนเป็นหลักค่าเฉลี่ย 3.90 การตั้งราคาโดยใช้ความ
ต้องการของผู้ซื้อเป็นหลักค่าเฉลี่ย 3.74 และการตั้งราคาโดยใช้การแข่งขันเป็นหลักค่าเฉลี่ย 3.27

ด้านการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก
ค่าเฉลี่ย 3.95 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหากลยุทธ์ทางด้านช่องทางการ
จัดจำหน่ายมีผลต่อการส่งออกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน
เนื่องจากการแข่งขันที่มีผู้ส่งออกเพิ่มมากขึ้นค่าเฉลี่ย 3.88 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นเพื่อ
ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีเพิ่มมากขึ้นค่าเฉลี่ย 3.81 การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการ
ทางภาษีค่าเฉลี่ย 3.76 และการตั้งราคาโดยใช้การแข่งขันเป็นหลักค่าเฉลี่ย 3.35

ด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหา
มาก ค่าเฉลี่ย 3.76 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการส่งเสริมการขายใน
ต่างประเทศโดยภาครัฐการวางแผนส่งเสริมการขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมา
การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการขายในต่างประเทศโดยการรวมกลุ่มกันของภาคเอกชนค่าเฉลี่ย 3.41
การวิจัยตลาดทุเรียนต่างประเทศค่าเฉลี่ย 3.33 และการประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐค่าเฉลี่ย 3.31



ตารางที่ 4.10 จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้าน
สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออก
ทุเรียน (ต่อ)

ปัญหาด้าน สภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ด้านสภาวะเศรษฐกิจ								
1. ความผันผวนของ สภาพเศรษฐกิจโลก	16	12	9	13	4	4.42	0.79	มาก
	29.6%	22.2%	16.6%	24.0%	7.4%			
2. ความผันผวนของ อัตราแลกเปลี่ยน เงินตราระหว่าง ประเทศ	7	12	16	16	3	3.95	0.86	มาก
	12.9%	22.2%	29.6%	29.6%	5.5%			
3. สภาวะเศรษฐกิจของ ประเทศคู่ค้า	10	18	18	7	1	3.58	0.88	มาก
	18.5%	33.3%	33.3%	12.9%	1.8%			
รวมด้านสภาวะ เศรษฐกิจ						3.65	0.90	มาก
ด้านการเมืองและ กฎหมาย								
4. ผลกระทบการทำเขต การค้าเสรี (FTA)	9	19	16	9	1	4.11	0.69	มาก
	16.6%	35.1%	29.6%	16.6%	1.8%			
5. การกีดกันทางการค้า ของประเทศผู้นำเข้า	14	17	12	7	4	3.61	0.93	มาก
	25.9%	31.4%	22.2%	12.9%	7.4%			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้าน
สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออก
ทุเรียน

ปัญหาด้าน สภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
6. ขั้นตอนการ ดำเนินการพิธีการ ส่งออก	13	16	20	4	1	3.67	0.98	มาก
	24.0%	29.6%	37.0%	7.4%	1.8%			
7. ค่าระวางขนส่งทาง อากาศ	9	19	16	9	1	3.94	0.87	มาก
	16.6%	35.1%	29.6%	16.6%	1.8%			
8. ค่าระวางขนส่งทาง เรือ	10	18	18	7	1	3.54	0.82	มาก
	18.5%	33.3%	33.3%	12.9%	1.8%			
รวมด้านการเมืองและ กฎหมาย						3.75	0.92	มาก
ด้านเทคโนโลยี 9. เทคโนโลยีด้าน วิทยาการหลังการเก็บ เกี่ยวที่ถูกต้องและ เหมาะสม	7	12	16	16	3	3.45	1.02	มาก
	12.9%	22.2%	29.6%	29.6%	5.5%			
10. การวิจัยและพัฒนา บรรจุภัณฑ์ที่ เหมาะสม	9	19	16	9	1	3.35	0.88	มาก
	16.6%	35.1%	29.6%	16.6%	1.8%			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ) จำนวนร้อยละและระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาด้าน
สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจจากเกษตรกรของผู้ส่งออกในการดำเนินการส่งออก
ทุเรียน

ปัญหาด้าน สภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	ระดับระดับความสำคัญ					Mean	S.D.	แปร ผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
11. การวิจัยและพัฒนา ด้านขั้นตอนการ ส่งออกของทุเรียนที่ เหมาะสม	13	16	20	4	1	3.76	0.87	มาก
	24.0%	29.6%	37.0%	7.4%	1.8%			
รวมด้านเทคโนโลยี						3.55	0.60	มาก
ด้านการแข่งขัน								
12. ความสามารถในการ ผลิตและการแข่งขัน ของประเทศคู่แข่ง	10	11	10	15	8	3.65	0.32	มาก
	18.5%	20.3%	18.5%	27.7%	14.8%			
13. ภาวการณ์แข่งขัน กันเองของผู้ส่งออก ภายในประเทศ	13	16	20	4	1	3.66	0.65	มาก
	24.0%	29.6%	37.0%	7.4%	1.8%			
14. ต้นทุนในการผลิต สินค้าของคู่แข่ง	10	11	10	15	8	3.76	0.52	มาก
	18.5%	20.3%	18.5%	27.7%	14.8%			
รวมด้านการแข่งขัน						3.77	0.92	มาก
รวมค่าเฉลี่ยปัญหาด้าน สภาพแวดล้อมภายนอก ธุรกิจ						3.57	0.97	มาก

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 โดยมีปัญหาในด้านสถานะเศรษฐกิจค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านการเมืองและกฎหมายค่าเฉลี่ย 3.75 ด้านเทคโนโลยีค่าเฉลี่ย 3.55 และด้านการแข่งขันค่าเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า

ด้านสถานะเศรษฐกิจกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.95 และภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าค่าเฉลี่ย 3.58

ด้านการเมืองและกฎหมายกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาผลกระทบการทำเขตการค้าเสรี (FTA) ลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาการระวางขนส่งทางอากาศ ค่าเฉลี่ย 3.94 ขั้นตอนการดำเนินการพิธีการส่งออก ค่าเฉลี่ย 3.67 การกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า ค่าเฉลี่ย 3.61 และค่าระวางขนส่งทางเรือค่าเฉลี่ย 3.54

ด้านเทคโนโลยีกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการวิจัยและพัฒนาด้านขั้นตอนการส่งออกของทุเรียนที่เหมาะสมลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.35 และเทคโนโลยีด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.45

ด้านการแข่งขันกลุ่มตัวอย่างของผู้ส่งออกมีปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ค่าเฉลี่ย 3.57 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต้นทุนในการผลิตสินค้าของคู่แข่งลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาภาวะการแข่งขันกันเองของผู้ส่งออกภายในประเทศค่าเฉลี่ย 3.66 และความสามารถในการผลิตและการแข่งขันของประเทศคู่แข่งค่าเฉลี่ย 3.65

ตารางที่ 4.11 สรุปค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาทั้ง 3 ด้าน จากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับปัญหา
ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.59	0.67	มาก
ปัญหาด้านการตลาด	3.78	0.87	มาก
ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.57	0.97	มาก
รวมค่าเฉลี่ยของทุกด้าน	3.65	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ส่งออกทุเรียนไปยังต่างประเทศมีปัญหาการดำเนินงานโดยรวมอยู่ทั้ง 3 ด้านในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 โดยกลุ่มผู้ส่งออกมีปัญหาด้านการตลาดในระดับปัญหามากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.7 รองลงมาปัญหาด้านการรวบรวมผลผลิต ค่าเฉลี่ย 3.59 และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมธุรกิจภายนอก ค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนที่มีลักษณะของปัจจัยแตกต่างกันดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.12 ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	เจ้าของ คนเดียว	บริษัท	ห้างหุ้น	F- test	P-value
			ส่วน สามัญ		
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.55	3.11	3.16	3.345	0.536
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของ สินค้า	3.49	3.44	3.43	2.573	0.003
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.23	3.65	3.71	- 0.459	0.554*
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.67	3.21	3.21	1.431	0.612
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	3.54	4.11	- 1.655	0.765
2.2 ด้านราคา	3.65	3.81	4.14	0.459*	0.433
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.44	3.22	3.62	- 1.344	0.776
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.21	3.87	3.87	3.430	0.443
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ธุรกิจ	3.76	3.22	3.22	2.782	0.334
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.43	3.11	3.15	- 0.236	0.223
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.28	3.31	3.51	- 1.238	0.234
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.65	3.12	3.10	3.014	0.322
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.22	3.26	3.61	2.186	0.765
รวม	3.68	3.43	3.64	0.452	0.365

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามลักษณะประเภทของกิจการ ได้แก่ เจ้าของคนเดียว บริษัทและห้างหุ้นส่วนสามัญ โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ลักษณะประเภทของกิจการต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.13 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	อนุปริญา /ปวส.	ป.ตรี	ป.โท	F – test	P-value
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.24	3.45	3.11	2.444	0.654
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า	3.98	3.98	2.23	- 1.372	0.236
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.33	3.23	3.13	2.259	0.034
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.09	3.77	3.43	1.134	0.567
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.23	3.45	3.12	- 2.157	0.135
2.2 ด้านราคา	3.76	3.08	2.55	- 0.448*	0.613
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.14	3.26	2.76	1.244	0.086
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.89	3.76	3.33	2.538	0.543
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.56	3.28	3.23	2.779	0.826
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.08	3.67	3.34	0.233	0.678
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.34	3.45	2.22	1.297	0.285
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.87	3.78	3.16	- 2.011	0.046
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.23	3.45	3.89	2.129	0.356
รวม	3.55	3.47	3.23	0.357	0.366

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามระดับการศึกษา ได้แก่ อนุปริญา/ปวส. ป.ตรี และ ป.โท โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ระดับการศึกษาของเจ้าของกิจการที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	ส่งออกเอง	รับสินค้า		P-value
		จาก ผู้ผลิต	t – test	
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.43	3.45	1.874	0.409
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า	3.56	3.98	2.309	0.208
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.01	3.23	1.276	0.687
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.56	3.77	- 1.124	0.087
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.10	3.45	0.378	0.398
2.2 ด้านราคา	3.59	3.08	1.942	0.098
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.53	3.26	- 1.402	0.209
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.22	3.76	2.309	0.573
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.39	3.28	2.591	0.487
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.99	3.67	- 0.098	0.987
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.30	3.45	1.309	0.309
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.33	3.78	2.309	0.209
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.02	3.45	- 1.153	0.558
รวม	3.67	3.47	0.329	0.399

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามลักษณะการส่งออก ได้แก่ ส่งออกเอง และรับสินค้าจากผู้ผลิต โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ลักษณะการส่งออกที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.15 การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	ปลูกเอง	รับซื้อ		
		จาก เกษตรกร	t – test	P-value
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.56	3.22	1.039	0.987
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของ สินค้า	3.30	3.45	- 1.309	0.209
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.20	3.10	2.992	0.449
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.36	3.33	- 0.409	0.987
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.20	3.54	1.409	0.339
2.2 ด้านราคา	3.05	3.93	2.209	0.876
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.34	3.20	- 1.660	0.649
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.77	3.33	1.665	0.220
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.98	3.98	0.440*	0.443
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.23	3.22	- 1.449	0.954
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.67	3.49	1.209	0.976
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.93	3.34	2.440	0.330
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.04	3.20	- 1.098	0.440
รวม	3.45	3.49	0.365	0.376

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามการจัดหาทุเรียน ได้แก่ ปลูกเอง และรับซื้อจากเกษตรกร โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า การจัดหาทุเรียนที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.16 ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	น้อยกว่า 5 ปี	5-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	มากกว่า 20 ปี	F – test	P-value
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.32	3.45	3.16	3.56	3.39	2.444	0.456
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า	3.98	3.98	3.43	3.30	3.13	-1.372	0.223
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.67	3.23	3.71	3.20	3.55	2.259	0.776
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.45	3.77	3.21	3.36	3.87	1.134	0.076
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.34	3.45	4.11	3.20	3.23	-2.157	0.498
2.2 ด้านราคา	3.88	3.08	4.14	3.05	3.45	-0.448	0.933
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.33	3.26	3.62	3.34	3.88	1.244	0.003
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.78	3.76	3.87	3.77	3.22	2.538	0.209
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.87	3.28	3.22	3.98	3.43	2.779	0.409
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.22	3.67	3.15	3.23	3.18	-0.233	0.220
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.21	3.45	3.51	3.67	3.55	1.297	0.339
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.81	3.78	3.10	3.93	3.25	-2.011	0.886
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.91	3.45	3.61	3.04	3.87	2.129	0.229
รวม	3.67	3.47	3.64	3.45	3.55	0.354	0.544

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน ได้แก่ ต่ำกว่า 5 ปี 5 – 10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี และมากกว่า 20 ปี โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ภาพรวมของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการดำเนินกิจการส่งออกแตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	มี	ไม่มี	t – test	P-value
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.33	3.46	1.776	0.443
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า	3.98	3.22	- 1.009	0.678
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.22	3.65	2.654	0.309
2 ปัญหาด้านการตลาด	3.65	3.34	- 0.760*	0.440
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.11	3.76	1.223	0.776
2.2 ด้านราคา	3.03	3.77	2.008	0.109*
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.33	3.36	- 1.507	0.008
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.77	3.90	1.909	0.509
3 ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.98	3.43	0.776	0.440
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.20	3.88	- 1.567	0.976
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.23	3.18	1.223	0.556
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.87	3.34	2.124	0.333
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.44	3.19	- 1.967	0.708
รวม	3.65	3.82	0.367	0.187

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนจำแนกตามลักษณะการใช้ตราสินค้า ได้แก่ ใช้ตราสินค้าของตนเอง และไม่ใช้ตราสินค้าของตนเองโดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ผู้ส่งออกที่มีลักษณะการใช้ตราสินค้าแตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับหลักที่ว่า ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินงาน	ส่งออก อย่างเดียว	นำเข้า ส่งออก	t – test	P-value
1. ปัญหาการรวบรวมผลผลิต	3.78	3.70	0.544	0.443
1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า	3.55	3.33	1.134	0.665
1.2 ด้านปริมาณที่ต้องการ	3.78	3.65	1.945	0.776
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.65	3.45	- 0.555	0.346
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	3.11	3.76	0.887	0.890
2.2 ด้านราคา	3.56	3.44	1.890	0.109
2.3 ด้านการจัดจำหน่าย	3.88	3.90	- 1.465	0.008
2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด	3.77	3.21	1.223	0.445
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	3.11	3.13	-0.678	0.776
3.1 ด้านสภาวะเศรษฐกิจ	3.80	3.76	- 1.798	0.823
3.2 ด้านการเมืองและกฎหมาย	3.45	3.55	1.443	0.556
3.3 ด้านเทคโนโลยี	3.33	3.34	1.009	0.887
3.4 ด้านการแข่งขัน	3.87	3.77	- 1.234	0.554
รวม	3.77	3.54	0.443	0.327

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามลักษณะธุรกิจนำเข้าและส่งออก ได้แก่ ธุรกิจส่งออกอย่างเดียว และธุรกิจนำเข้าและส่งออก โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ผู้ส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจนำเข้าและส่งออกต่างกัันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
1. ประเภทของกิจการที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	
2. ระดับการศึกษาที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	
3. ลักษณะการส่งออกที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	
4. การจัดหาทุเรียนที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	
5. ระยะเวลาการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	
6. ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	
7. ลักษณะของธุรกิจที่ต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน	✓	

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ โดยศึกษาจากกลุ่มบริษัทผู้ส่งออกทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบถึงปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน จำนวน 54 บริษัท ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังหัวข้อรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้แบ่งสรุปผลดังนี้

5.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จำนวน 54 บริษัท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่ เป็นบริษัท มีจำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 72.2 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ปริญญาตรี มีจำนวน 32 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 59.2 ส่วนใหญ่มีบริษัทรับสินค้าจากผู้ผลิตเพื่อทำการส่งออก มีจำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 75.9 ส่วนใหญ่รับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่น มีจำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 75.9 ส่วนใหญ่ระยะเวลาการดำเนินงานของกิจการเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียนต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 19 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.2 ส่วนใหญ่มีการใช้ตราสินค้าของตัวเอง มีจำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 85.2 และส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่งออกอย่างเดียว มีจำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 63

5.1.2 ปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน

ระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนพบว่ามีปัญหาการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละด้านนั้น มีปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด รองมาเป็นปัญหาด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และปัญหาปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามลำดับ เมื่อพิจารณารองคประกอบปัญหาในแต่ละด้าน ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาการดำเนินงานด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาสารพิษ

ตกค้างของสารกำจัดศัตรูพืชที่ปะปนมากับทุเรียนทำให้ไม่ผ่านการตรวจกักกันพืช มีผลให้ส่งสินค้ากลับหรือกักไว้ที่ปลายทางส่งออก และปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากฤดูการในแต่ละปี และยังไม่สามารถส่งทุเรียนได้ตลาดปีหรือการส่งออกฤดูทำการตลาดไม่ต่อเนื่องและในแต่ละช่วงของฤดูกาลยังมีคุณภาพที่แตกต่างกัน

ปัญหาการดำเนินด้านการตลาดมีระดับมาก โดยในส่วนราคากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการตัดราคากันเองของผู้ส่งออก เนื่องจากมีผู้ส่งออกมากขึ้น รองลงมาส่วนการจัดจำหน่าย นั้นกลุ่มตัวอย่างมีปัญหากลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการส่งออก ด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการส่งเสริมการขายในต่างประเทศโดยภาครัฐการวางแผนส่งเสริมการขายให้เป็นที่รู้จักของต่างชาติมากขึ้น และด้านด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ปัญหาการดำเนินด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจในระดับมาก โดยในส่วนการเมืองและกฎหมายกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาผลกระทบการทำเขตการค้าเสรี (FTA) รองลงมาส่วนการแข่งขันกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต้นทุนในการผลิตสินค้าของคู่แข่ง ส่วนสถานะเศรษฐกิจนั้นกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลก และเทคโนโลยีกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาการวิจัยและพัฒนาด้านขั้นตอนการส่งออกของทุเรียนที่เหมาะสม

สรุปค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัญหาทั้ง 3 ด้าน จากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนพบว่า มีปัญหาการดำเนินงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละด้านนั้น มีปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด รองมาเป็นปัญหาด้านการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และปัญหาปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามลำดับ

5.1.3 การทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิด

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนที่มีลักษณะของผู้ส่งออกที่แตกต่างกันใน 7 ลักษณะ ซึ่งประกอบด้วย

ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนที่มีลักษณะของปัจจัยแตกต่างกัน มีผลดังนี้

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน โดยจำแนกตามลักษณะประเภทของกิจการ ได้แก่ เจ้าของคนเดียว บริษัทและห้างหุ้นส่วนสามัญ พบว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามลักษณะประเภทของกิจการ โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ลักษณะประเภทของกิจการต่างกัันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ประเภทของกิจการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน แต่ถ้าพิจารณาองค์ประกอบย่อย พบว่าผู้ส่งออกทุเรียนที่ใช้ลักษณะประเภทของกิจการแตกต่างกันมีความแตกต่างกันในด้านปัญหาการรวบรวมผลผลิตและด้านการตลาด

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทระดับการศึกษาของผู้ดำเนินการกิจการที่แตกต่างกัน พบว่าการแสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามระดับการศึกษา ได้แก่ อนุปริญญา/ปวส. ป.ตรีและ ป.โท โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ระดับการศึกษาของเจ้าของกิจการที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกันอาจเป็นเพราะว่าผู้ส่งออกใช้ประสบการณ์ทางด้านการตลาดและระยะเวลาทางด้านการประกอบกิจการและการส่งเสริมจากภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญ

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันของผู้ดำเนินการกิจการ พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามลักษณะการส่งออกได้แก่ ส่งออกเองและรับสินค้าจากผู้ผลิต โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ลักษณะการส่งออกที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ลักษณะการส่งออกที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน เพราะลักษณะกลุ่มเป้าหมายของการส่งออกและสินค้าคือทุเรียนที่เหมือนกัน

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทการจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกัน พบว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตาม

การจัดหาทุเรียน ได้แก่ ปลูกเอง และ รับซื้อจากเกษตรกร โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า การจัดหาทุเรียนที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า การจัดหาทุเรียนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน โดยพิจารณาพบว่า ปัญหาทางผลผลิตและด้านคุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกัน พบว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงานได้แก่ ต่ำกว่า 5 ปี 5 – 10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี และมากกว่า 20 ปี โดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ภาพรวมของผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาการดำเนินกิจการส่งออกแตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน อาจเป็นผลมาจากความชำนาญในการดำเนินกิจการ และมีความสามารถติดต่อเกษตรกรที่คุ้นเคยสามารถผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของผู้ส่งออกได้ง่ายกว่าผู้ส่งออกที่ดำเนินกิจการมาน้อยกว่า และพบว่าผู้ส่งออกทุเรียนที่มีระยะเวลาการดำเนินกิจการส่งออกทุเรียนมากกว่า 10 ปี มีปัญหาในการดำเนินการไม่แตกต่างจากผู้ส่งออกทุเรียนที่มีระยะเวลาการดำเนินกิจการส่งออกมั่งคุดน้อยกว่า 5 ปี และผู้ส่งออกทุเรียนที่มีระยะเวลาการดำเนินกิจการส่งออกทุเรียน 5-10 ปี ขึ้นไป

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนจำแนกตามลักษณะการใช้ตราสินค้า ได้แก่ ใช้ตราสินค้าของตัวเอง และไม่ใช้ตราสินค้าของตัวเองโดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ผู้ส่งออกที่มีลักษณะการใช้ตราสินค้าแตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับหลักที่ว่า ลักษณะของการใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะการใช้ตราสินค้านั้นอาจเป็นตราสินค้าของผู้ส่งออกเองหรือเป็นตราสินค้าของผู้นำเข้าในประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีการกำหนดลักษณะของผลผลิตที่ต้องการ และในแต่ละบริษัทมีเป้าหมายตลาดในการส่งออกที่แตกต่างกัน ในลักษณะธุรกิจนำเข้าและส่งออกนั้นบริษัทที่ทำการส่งออกอย่างเดียวอาจทำการส่งผลไม้เพียงไม่กี่ชนิดทำเฉพาะช่วงที่ผลไม้ชนิดต่าง ๆ เป็นการส่งลูกค้ากลุ่มเดิมต่อเนื่องทั้งปีหรือเฉพาะช่วงที่มีทุเรียน บริษัทที่ทำการนำเข้าและส่งออกนั้นอาจติดต่อได้หลายบริษัทและหลายประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าการดำเนินไม่แตกต่างกันเพราะแต่ละลักษณะนั้นมีเป้าหมายตลาดและสินค้าที่ต่างกัน

จากการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนประเภทลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกจำแนกตามลักษณะธุรกิจนำเข้าและส่งออกได้แก่ ธุรกิจส่งออกอย่างเดียว และธุรกิจนำเข้าและส่งออกโดยพิจารณาในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน จากข้อมูลพบว่า ผู้ส่งออกที่มีลักษณะธุรกิจนำเข้าและส่งออกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกทุเรียนมีปัญหาจากการดำเนินงานแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะถ้าพิจารณาองค์ประกอบย่อยพบว่าผู้ส่งออกทุเรียนที่ใช้ระบบการผลิตแตกต่างกันมีความแตกต่างกันในด้านปัญหาการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และด้านการตลาด ระบบการผลิตที่แตกต่างกันทำให้มีปัญหาในการรวบรวมผลผลิตต่างกันทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ อาจเป็นเพราะการปลูกเองและรับซื้อจากเกษตรกรนั้นสามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณได้ดีกว่าที่รับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่นทั้งหมดนั้นอาจมีทุเรียนที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่ต้องการปะปนมา จึงจำเป็นที่ผู้นำเข้าและส่งออกจะต้องทำการตกลงกันถึงคุณภาพที่ต้องการจากเกษตรกรก่อนส่วนปัญหาการตลาดแตกต่างกันในด้านราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

แนวทางการแก้ไขปัญหาและการปรับตัวในอนาคต จากปัญหาการส่งออกทุเรียนของไทยจากมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งด้านสุขอนามัย และกฎเกณฑ์ ระเบียบต่าง ๆ มีแนวทาง ดังนี้

1. ประเภทของระบบการผลิตที่แตกต่างกันนั้นส่งผลถึงปัญหาในการรวบรวมผลผลิต ด้านคุณภาพ ปริมาณ และการส่งเสริมการตลาด ผู้ส่งออกนั้นควรมีการให้คำแนะนำหรือชี้แจงปัญหาที่เกิดจากการส่งออกที่เกิดขึ้น เพื่อทำความเข้าใจกับเกษตรกรให้มีการควบคุมกำกับดูแล การเพาะปลูกให้ได้ปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมกับความต้องการ การใช้สารพิษสารตกค้าง ชนิดสารกำจัดแมลงกำจัดโรคพืช กำจัดวัชพืชในผลไม้ความรู้ในด้านเทคโนโลยี การปลูก เก็บเกี่ยวการเก็บรักษา และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ควรร่วมมือประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการสนับสนุนจากภาครัฐในการประสานกับหน่วยงานของประเทศต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อทราบมาตรการ วิธีการตรวจสอบสินค้านำเข้าที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ เพื่อเตรียมการปรับปรุงผลไม้ไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ไม่ถูกกีดกันและไม่ถูกทำลาย และส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทุเรียนเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2. ระยะเวลาการดำเนินกิจการที่แตกต่างกันนั้นส่งผลถึงปัญหาคุณภาพของผลผลิต อาจเนื่องจากความชำนาญที่แตกต่างกัน ผู้ส่งออกควรมีการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของทุเรียน ความรู้หลังการเก็บเกี่ยว การควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอ รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดอบรมสัมมนาความรู้เกี่ยวกับทุเรียนเพื่อการส่งออก เพื่อแลกเปลี่ยนความ

คิดเห็นความรู้ในการส่งออกระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องและกลุ่มผู้ส่งออก เพื่อให้การส่งออกของผู้ส่งออกอยู่ในระดับเดียวกัน และรักษาดุลการค้าให้ยั่งยืน

3. ผู้ส่งออกควรร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับความต้องการของแต่ละประเทศเป้าหมาย ภาครัฐและเอกชนควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมแนะนำสินค้า ให้ต่างประเทศรู้จักเพื่อขยายตลาด นอกจากนี้ผู้ส่งออกยังสามารถรวมตัวกันได้ เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับประเทศผู้นำเข้า ต่างประเทศที่มีการทำเขตการค้าเสรี เช่น จีน ออสเตรเลีย ได้มากขึ้น

4. การส่งออกทุเรียนของไทยนั้นต้องเกิดจากชาวสวนและผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดตั้งแต่การผลิต ส่งออก ขนส่งการจัดการให้ทุเรียนถึงมือผู้บริโภคผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนต้องมีความซื่อสัตย์และเอาใจใส่ในการทำหน้าที่ของตนเอง จัดการทุเรียนโดยคำนึงถึงความสมดุลของ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม

5. ต้องมีการจับมือรวมกลุ่มให้เหนียวแน่น หากทำได้นั้นคือ การก้าวไปสู่ความยั่งยืนทั้ง เศรษฐกิจรายได้ของชาวสวน ผู้คัดบรรจุ ผู้แปรรูป ผู้ส่งออก ผู้บริโภค และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

6. ผู้ประกอบการส่งออกต้องมีการวางแผนการผลิตและการตลาดเพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าในโซ่ อุปทานให้สอดคล้องกับความต้องการ (Demand) โดยต้องคำนึงถึง Product Flow, Information Flow และ Relationship Flow

7. ควรให้การสนับสนุนและเข้าร่วมกับภาคีและเครือข่ายต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและ ต่างประเทศ ในการช่วยกันพัฒนาโซ่อุปทานทั้งระบบ

8. ผู้ประกอบการขนส่งควรร่วมกันพัฒนาระบบโซ่อุปทานให้ทำงานร่วมกันทั้งระบบ อาจจะ จัดตั้งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนสดของไทย อีกทั้งควรพัฒนาสร้างนวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวก และลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ (Logistics) เช่น เทคโนโลยีในการสื่อสาร ระบบการขนส่ง ระบบการจัดเก็บ บรรจุภัณฑ์

9. พ่อค้าคนกลาง/ผู้รวบรวมต้องมีความเข้าใจในระบบการจัดการโซ่อุปทานเพื่อที่จะสามารถ ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม โดยควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับภาคีและ เครือข่ายในโซ่อุปทานแบบยั่งยืน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน ดังนี้

1. การทำวิจัยอาจพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนในแต่ละกลุ่มระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยภายหลังปฏิเสธสมมติฐานหลักโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี Least significant different (LSD) สามารถสรุปผลการศึกษา

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับช่องทางในการขยายการส่งออกทุเรียนเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพเพียงพอและตลาดที่มีแนวโน้มความต้องการทุเรียนเพิ่มขึ้นโดยทำการวิจัยในลักษณะรายประเทศ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออก กฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ในการนำเข้าทุเรียนและความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้แก่ มาเลเซีย เวียดนาม ว่ามีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบแตกต่างกันในลักษณะใด ซึ่งจะสะท้อนถึงอุปสรรคและโอกาสในการส่งออกทุเรียนของไทยในตลาดโลกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. การศึกษาวิจัยในครั้งหน้าควรเป็นการวิจัยด้านอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ได้แก่ การวิจัยเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรม เช่น การวิจัยการนำเครื่องมือเก็บรักษาผลผลิตให้ได้นาน ๆ เนื่องจากปัจจุบันปัญหาการเก็บรักษาผลผลิตเป็นปัญหาที่สำคัญมาก จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรม อันเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

บรรณานุกรม

- กฤติกา งามกัญหา. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน: ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ส่งออก.** (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2545). **การบริหารอุตสาหกรรม.** กรุงเทพฯ : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.
- กิตติพงษ์ ไสภณธรรมภาณ. (2558). **ทัศนคติและความเข้าใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมต่อแนวคิดด้านโลจิสติกส์การตลาด. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี.** 11(4), 29-38.
- กรมศุลกากร. (2547). **กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.** กรุงเทพมหานคร.
- กรมศุลกากร. (2556). **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2556.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.
- กรมศุลกากร. (2557). **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2557.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.
- กรมศุลกากร. (2558). **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2558.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.
- กรมศุลกากร. (2559). **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกของไทย ปี 2559.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.
- กรมศุลกากร. (2559). **สถิติการผลิตปี พ.ศ.2556-2558.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559). **สถานการณ์การปลูกทุเรียน ปี 2559 เรียงตามเนื้อที่ปลูกจากมากไปหาน้อยรายจังหวัด. ระบบจัดเก็บและรายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล (รต.) .** กรุงเทพมหานคร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559). **ราคาทุเรียนพันธุ์หมอนทองรายเดือนที่เกษตรกรขายได้ทั้งประเทศปี 2540-2561**. ระบบจัดเก็บและรายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล (รต.) กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กรมศุลกากร. (2557). **สถิติปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนและลำไย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://internet1.customs.go.th/ext/Statistic/StatisticIndex2550.jsp> (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). **กฎหมาย/ระเบียบและขั้นตอนการส่งออกโดยสรุป: ทุเรียนสด แช่เย็น ลำไยสด แช่เย็น**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://onestopservice.ditp.go.th/download/export/er_9-10.pdf (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2557). **มาตรการที่มีใช้ภาษี ทิพลภัทร (NTMs) ของต่างประเทศ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://www.acfs.go.th/interesting/download/NTMsall1014.pdf> (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). **การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และวินัส อัสวสิทธิถาวร. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: หจก. ซีแอนด์เอ็นบุ๊ก.
- กลุ่มบริการส่งออกสินค้าเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร. (2557). **การฝึกอบรมหลักสูตร คัดรูปพืช กฎระเบียบ และข้อกำหนดในการนำเข้าพืชของประเทศปลายทาง**. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการเกษตร.
- กลุ่มส่งเสริมการผลิตไม้ผล. (2555). **การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวทางการดำเนินงานปี 2555**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://www.agriman.doae.go.th/home/Practces> (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์ และประเมินผล. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://203.155.220.230/m.info/nowbma/> (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- จักรพงษ์ หาญบุญทรง. (2557). **กลยุทธ์การส่งออกทุเรียนสดและลำไยสดของไทยสู่ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน**. (ปริญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, การจัดการทรัพยากรเกษตร).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จารุวรรณ ทองใบ. (2550). รูปแบบตลาดกลางเพื่อการส่งออกทุเรียนตามความคาดหวังของสมาชิก
กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนเพื่อการส่งออกว่านเหลือง จังหวัดจันทบุรี. วารสาร
เกษตรศาสตร์ (สาขาสังคมศาสตร์), 28(1), 80-93.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :
คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัฐภา ประสงค์สุข. (2556). ปัจจัยและกลยุทธ์ทางการผลิตที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการส่งออก
กล้วยของสหกรณ์การเกษตรไทยไปประเทศญี่ปุ่น. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชลิต มานิตยกุล. (2552). ปัญหาและทางออกของผลไม้ไทยเข้าสู่จีน. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
หลักสูตร นักบริหารการทูต รุ่นที่ 1 กระทรวงการต่างประเทศ.
- ชลิต มานิตยกุล. (2552). ปัญหาและทางออกของผลไม้ไทยเข้าสู่จีน. สถาบันการต่างประเทศเทวะ
วงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ. กระทรวงการต่างประเทศ.
- ณัฐชดา เดชพวง และ กนกพร ชัยประสิทธิ์. (2018). ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก
ประเทศที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/download/116451/90295/> (วันที่สืบค้น 25
กรกฎาคม 2559).
- ดนัย เทียนพุฒ. (2532). รูปแบบการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการที่
มีนวัตกรรมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโข. (2548). การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน. กรุงเทพฯ : คณะ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรรัช ฤทธิลา. (2555). ศักยภาพการส่งออกทุเรียนไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน. วารสารบัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2, (2), 420-430.
- ธีรรัช ฤทธิลา. (2554). ศักยภาพการส่งออกทุเรียนไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน.
(วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- นภาลัย ธนะวัฒน์. (2558). การดำเนินธุรกิจและการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ
ดาวเรืองในจังหวัดนครปฐม. (บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- นริศรา ไชยกาล. (2537). การศึกษาการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ
ส่งออกอุปสงค์ส่งออกทุเรียนไทย. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิต).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นงนุช อังยุรีกุล และ รวิสาห์ สุชาโต. (2556). โครงการโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นนทโชติ อุดมศรี. (2554). การออกแบบการพยากรณ์ความต้องการทุเรียนในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศโดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลาและโครงข่ายประสาทเทียม. (ดุष्ฎิบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ).
- บุริม โอทกานนท์. (2550). 4C'sการตลาดปฎิวัติ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://gotoknow.org/blog/jazz-zie/245074Lauterborn>. (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- บุญชนะ ศรีสกุลพิสุทธิ์. (2552). กลยุทธ์การเพิ่มความสามารถในการส่งออกทุเรียนไปจีน. ของ บริษัท A จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- บัญชา สมบูรณ์สุข และ คณะ. (2556). โครงการ ผลกระทบของสภาวะโลกร้อนที่มื่อการผลิตยางพาราในจังหวัดสงขลา (ระยะที่ 2) : กรณีศึกษาการปรับตัวของเกษตรกรชาวสวนยาง. ภาควิชาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.
- ผุสดี รมมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: พิลิกส์เซ็นเตอร์.
- เผด็จ อมรศักดิ์. (2546). ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ไพฑูรย์ สุขสถาวรพันธุ์. (2537). การสังเคราะห์กรดไขมันจำเป็นที่อยู่ตัวโดยยีสต์และวิธีทางเคมี. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- มณีนรัตน์ ภิณูญญาฤกษ์. (2553). หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- รวมบริการ online banking โดนใจในคลิกเดียว. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://www.ecommercemagazine.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1173&Itemid=1 (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- รุ่งอรุณ ธิมาชัย. (2553). การส่งออกทุเรียนสดแช่เย็นไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://madlab.cpe.ku.ac.th/forest/>. (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- วชิรวิทย์ เหลืองทอง. (2556). การศึกษาศักยภาพการส่งออกทุเรียนไทยสู่ประเทศจีน ฮองกง และอินโดนีเซีย. รายงานการศึกษาในกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วินิจ วีรยางกูร. (2532). **การจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2556). **ผู้ประกอบการ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ผู้ประกอบการ>. (วันที่สืบค้น 9 ธันวาคม 2558).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. **การผลิตของทุเรียนของไทยในช่วงปี 2554-2558**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th/> (วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2558).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. **อุปสงค์-อุปทานของทุเรียนของไทยในปี 2554 - 2558**. [ออนไลน์]. สืบค้น <http://www.oae.go.th/> (วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2558).
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2554). **การศึกษาการตลาดทุเรียนเพื่อพัฒนาการส่งออก**
กรณีศึกษา: ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก www1.nrct.go.th/downloads/130803conclude.doc (วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2558).
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน). (2557). **Codex รับรองมาตรฐานทุเรียน ชูเป็น มาตรฐานระหว่างประเทศ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.arda.or.th/detail.php?id=360> (วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2558).
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2556). **มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 3-2556 ทุเรียน**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก www.acfs.go.th/standard/download/DURIAN_new.pdf (วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2558).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). **ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนรายเดือน**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก [http://www.oae.go.th/fruit report/export import/export result.php](http://www.oae.go.th/fruit%20report/export%20import/export%20result.php) (วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2558).
- สำนักการค้าสินค้า. (2557). **อุปสรรคการส่งออกทุเรียนไทย.กรมเจรจาการค้า ระหว่างต่างประเทศ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.dtn.go.th/index.php/policy>. (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- สำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2553). **มาตรฐานสินค้า เกษตร: การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด**. (มกษ. 9035-2553). หน้า 1-22.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมคิด ทักษิณาวิสูทธิ์. (2544). **ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น**. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ: 2544.
- สมคิด ทักษิณาวิสูทธิ์. (2544). **ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น**. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมคิด ทักษิณาวิสูทธิ์. (2548). **หลักการตลาดสินค้าเกษตร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2553). นักวิสาหกิจผู้ประกอบการในองค์การ. **วารสารคลังสมอง**, 77 (พฤศจิกายน 2552), 72-75.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). **การศึกษาอาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพ ทางสังคม (Social class)**. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- สหรัด เสาหิน. (2553). **ความหมายของผู้ประกอบการ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://billitubu.blog.com/2018/01/03/> (วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม 2559).
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2557). ลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเพียงใด. **อุตสาหกรรม Journal**, 1(มกราคม 2527), 26-29.
- อัจฉรา จิตตาดากร และคณะ. (2556). **การเตรียมความพร้อมของภาคไม้ผลเพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี**. เรียบเรียงโดย จันทมร สีหาบุญลี. เอกสารข่าวสารงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. 11(119) (กรกฎาคม 2556), 6-10.
- อำนาจ ธีระวนิช. (2546). **การจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอล การพิมพ์.
- เอมอร์ อังสุรัตน์. (2555). **Durian Central Wholesales Market for Export Model on the Expectation of the Wanlueng Durian Quality Improvement for Exportation Group Members Chanthaburi Province**.
- เอกพล หนูยศรี. (2541). **การพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจไฮโลเก็บข้าวโพด ขององค์การตลาดเพื่อเกษตรกร**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. **วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช**, 11(3), 82-89.
- Baumbach.(1988). **How to Organize and Operate a Small Business**. 8th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice- Hall International
- David, Fred R. (2001). **Strategic management concept**. New Jersey: Prentice Hall.
- Fred R.David. (2012). **Strategic Management: Concepts and Cases** (Edition #6), Prentice Hall. Charles W.L. Hill.

บรรณานุกรม (ต่อ)

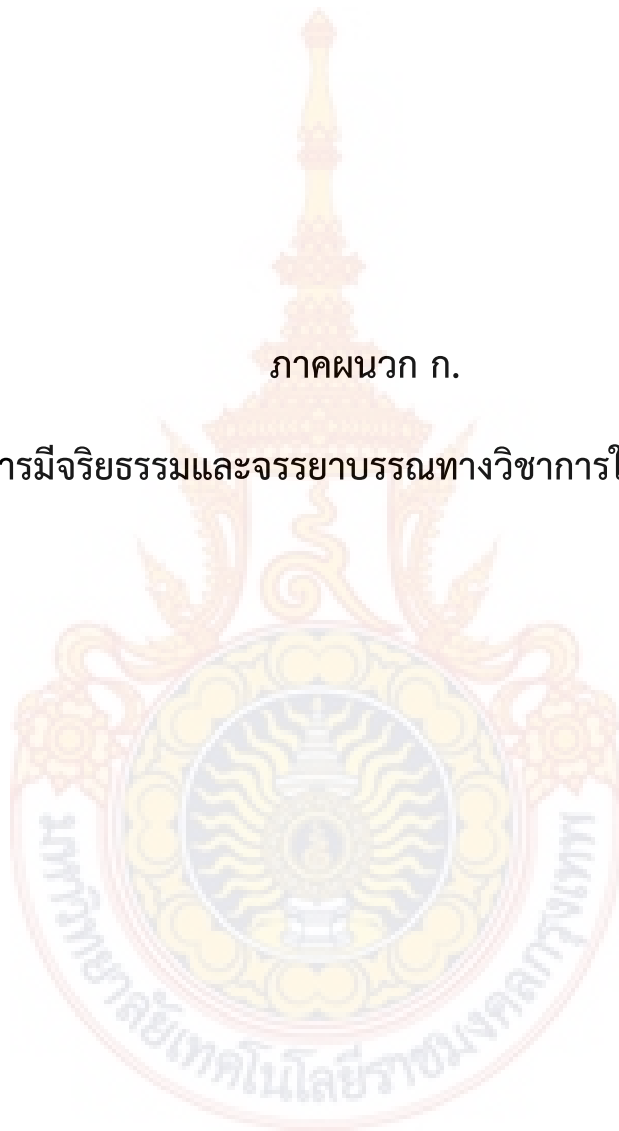
- Forecasting Bernard. (2006). การพยากรณ์ปัญหาของการส่งออกธุรกิจทุเรียนระหว่างประเทศไทย-จีน.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). **Consumer behavior: An applied approach**. New Jersey: Prentice Hall.
- Hatten.(1997, p. 31, 40). **Small business: Entrepreneurship and beyond**. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1994). **Marketing management: Analysis planning implementation and control**. (8th ed.). Englewood cliffs: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997 a). **Principles of marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997 b). **Marketing management: Analysis, planning, implementation and control**. (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1999). **Marketing management analysis, planning and control**. (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). **Principles of marketing**. (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- New Marketing litany Four P's passe**. (1990). Crain Communications ,Inc.Ecommerce-magazine.
- Scarborough.(2003). **Effective Small Business Management : An Entrepreneurial Approach**. 7th ed. New Jersey : Prentice Hall, Inc., 2003.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). **Consumer behavior**. (9th ed.). New York: Pearson.
- Theresa, Maria L.T. (2009). **Borderless Asean Community 2015**. Deputy General, Office Of ASEAN Affairs, DFA Director-1.
- Thongbai, Jaruwan. (2007). Durian central wholesales market for export model on the expectation of the Wanlueng durian quality improvement for exportation group members Chanthaburi provinc . **Kasetsart Journal, Social Sciences**. 28(1).
- Wheelen, Thomas L. and Hunger, David J. (2002). **Strategic Management & Business Policy**. 8th Ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

แบบรับรองการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาการในการทำวิทยานิพนธ์



แบบรับรองการมีจรรยาบรรณในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพ มีคุณภาพ และมาตรฐานตามหลักวิชาการ มหาวิทยาลัยฯ ได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคน
ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด ซึ่งประกอบไปด้วย

จรรยาบรรณนักวิจัย 9 ข้อ ตามที่สภาวิจัยแห่งชาติกำหนด

- 1. นักวิจัยต้องซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในทางวิชาการและการจัดการ** นักวิจัยต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเองไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ต้องให้เกียรติ และอ้างอิงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในงานวิจัย ต้องซื่อตรงต่อการแสวงหาทุนวิจัย และมีความเป็นธรรมเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย
- 2. นักวิจัยต้องตระหนักถึงพันธกรณีในการทำงานวิจัย** ตามข้อตกลงที่ทำไว้กับหน่วยงานที่สนับสนุนการวิจัยและต่อหน่วยงานที่ตนสังกัด นักวิจัยต้องปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อตกลงการวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายยอมรับร่วมกัน อุทิศเวลาทำงานวิจัยให้ได้ผลดีที่สุด และเป็นไปตามกำหนดเวลา มีความรับผิดชอบไม่ทิ้งงานระหว่างดำเนินการ
- 3. นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัย** นักวิจัยต้องมีพื้นฐานความรู้ในสาขาวิชาการที่ทำวิจัยอย่างเพียงพอ และมีความรู้ความชำนาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องที่ทำวิจัย เพื่อนำไปสู่งานวิจัยที่มีคุณภาพ และเพื่อป้องกันปัญหาการวิเคราะห์ การตีความ หรือการสรุปที่ผิดพลาด อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่องานวิจัย
- 4. นักวิจัยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัย** ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิตหรือไม่มีชีวิต นักวิจัยต้องดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง และเที่ยงตรงในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคน สัตว์ พืช ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกและมีปฏิธานที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
- 5. นักวิจัยต้องเคารพศักดิ์ศรี และมีสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัย** นักวิจัยต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนละเลยและขาดความเคารพในศักดิ์ศรีของเพื่อนมนุษย์ ต้องถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะอธิบายจุดมุ่งหมายของการวิจัยแก่บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่หลอกลวงหรือบีบบังคับ และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

- 6. นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด** โดยปราศจากอคติในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย นักวิจัยต้องมีอิสระทางความคิด ต้องตระหนักว่า อคติส่วนตัว หรือความลำเอียงทางวิชาการ อาจส่งผลให้มีการบิดเบือนข้อมูลและข้อค้นพบทางวิชาการ อันเป็นเหตุให้เกิดผลเสียหาย ต่องานวิจัย
- 7. นักวิจัยพึงนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางที่ชอบ** นักวิจัยพึงเผยแพร่ผลงานวิจัย เพื่อประโยชน์ทางวิชาการและสังคม ไม่ขยายผลข้อค้นพบจนเกิดความเป็นจริง และไม่ใช้ผลงานวิจัย ไปทางมิชอบ
- 8. นักวิจัยพึงเคารพความคิดเห็นทางวิชาการของผู้อื่น** นักวิจัยพึงมีใจกว้าง พร้อมทั้งจะเปิดเผยข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย ยอมรับฟัง ความคิดเห็นและเหตุผลทางวิชาการของผู้อื่น และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยของตนให้ถูกต้อง
- 9. นักวิจัยพึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมทุกระดับ** นักวิจัยพึงมีจิตสำนึกที่จะอุทิศ กำลังสติปัญญาในการทำวิจัย เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ เพื่อความเจริญและประโยชน์สุขของ สังคมและมวลมนุษยชาติ

ข้าพเจ้า Miss Huang Yongxing นักศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 58805141003-8 ซึ่งเป็นผู้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของ ธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ” ข้าพเจ้าทราบดี ว่าการให้ข้อความ อันเป็นเท็จและการละเมิดหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณนักวิจัยอาจนำมาสู่ การพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา หรือถูกเพิกถอนปริญญา

(ลงชื่อ).....

(Miss Huang Yongxing)

ผู้ทำวิทยานิพนธ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามงานวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลของการวิจัยการศึกษาปัญหาที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน ซึ่งผลการศึกษาจะใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และนำเสนอเพื่อสรุปเป็นแนวทางในการจัดการปัญหาการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของผู้ส่งออกทุเรียนในประเทศไทยขอความกรุณาท่านผู้ตอบ โปรดกรุณาตอบคำถามให้ครบถ้วนทุกข้อและตรงกับสภาพความเป็นจริงตามที่ท่านพบหรือตามความคิดเห็นของ โดยข้อมูลในแบบสอบถามจะเก็บไว้เป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้นโดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ข้อมูลทั่วไปโปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเติมคำลงในช่องว่างของคำถามตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ส่งออกทุเรียนในประเทศไทย

1. บริษัทของท่านเป็นกิจการประเภทใด

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) เจ้าของคนเดียว | ☐ 2) บริษัท |
| ☐ 1) ห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด | ☐ 2) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) ธมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า | ☐ 2) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. |
| ☐ 3) อนุปริญญา หรือปวส. | ☐ 4) ปริญญาตรี |
| ☐ 5) ปริญญาโท | ☐ 6) ปริญญาเอก |

3. บริษัทของท่านเป็นผู้ส่งออกในลักษณะใด

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) ผลิตและส่งออกบริษัทเอง | ☐ 2) รับสินค้าจากผู้ผลิตเพื่อทำการส่งออก |
| ☐ 3) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

4. ประเภทของระบบการผลิตหรือการจัดหาทุเรียนเพื่อการส่งออกในกิจการของท่าน

- | |
|---|
| ☐ 1) ปลูกผลไม้เอง เพียงพอสำหรับการส่งออก |
| ☐ 2) รับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่น |
| ☐ 3) ปลูกเองและรับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าท้องถิ่น |

5. กิจกรรมของท่านเปิดดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียนเป็นระยะเวลา

☐ 1) ต่ำกว่า5ปี

☐ 2) 5-10ปี

☐ 3) 11-15ปี

☐ 4) 16-20ปี

☐ 5) มากกว่า20ปี

6 กิจกรรมของท่านมีตราสินค้าเป็นของตัวเองหรือไม่

☐ 1) มี

☐ 2) ไม่มี

7 ลักษณะธุรกิจที่ท่านดำเนินกิจการ

☐ 1) ส่งออกอย่างเดียว

☐ 2) นำเข้าและส่งออก



ส่วนที่ 2 ปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียนในประเทศไทย

คำชี้แจง:โปรดทำเครื่องหมาย ✓ และเติมค่าลงในช่องว่างของคำถามกับสภาพปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด —————> 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

ปัญหาการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า					
1. พืชตกค้างของสารกำจัดศัตรูพืช					
2. โรคและแมลงปนเปื้อนกับผลไม้					
3. ความเหมาะสมเทคโนโลยีทางวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การปฏิบัติต่อผลผลิตก่อนการบรรจุหีบห่อเพื่อยืดอายุความสดของผลไม้ และคงคุณภาพดีให้นาน					
4. ต้นทุนในการรวบรวมผลผลิต					
5. การคัดแยกคุณภาพและมาตรฐานมังคุดของเกษตรกร					
6. การขนส่งจากเกษตรกรถึงผู้ส่งออกทุเรียน					
ด้านปริมาณที่ต้องการ					
7. ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากฤดูกาล					
8. ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากโรคและแมลงระบาด					
9. ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากการแข่งขันที่มีผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น					
ปัญหาด้านการตลาด					
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ลักษณะทางกายภาพของทุเรียน (ผิว สีขนาด)					
2. ต้นทุนในการดูแลทุเรียนก่อนการส่งออกเช่น การอบไอน้ำการแช่แข็ง					

ปัญหาการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
3. ยี่ห้อหรือตราผลิตภัณฑ์					
4. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการส่งออกทุเรียน					
ด้านการราคา					
5. การตัดราคากันเองของผู้ส่งออก					
6. ข่าวสารและข้อมูลด้านราคากลางรับซื้อ					
7. การตั้งราคาโดยใช้การแข่งขันเป็นหลัก					
8. การตั้งราคาโดยใช้ความต้องการของผู้ซื้อเป็นหลัก					
ด้านการจัดจำหน่าย					
9. การรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิม					
10. การขยายตลาดใหม่					
11. ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอนเนื่องจากการแข่งขันที่มีผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น					
12. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางภาษี					
13. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
14. การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการขายในต่างประเทศโดยภาครัฐการวางแผนส่งเสริมการขาย					
15. การรณรงค์เพื่อส่งเสริมการขายในต่างประเทศโดยการรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน					
16. การวิจัยตลาดทุเรียนต่างประเทศ					
17. การประชาสัมพันธ์โดยภาครัฐ					
ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ					
ด้านสถานะเศรษฐกิจ					
1. ความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจโลก					
2. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ					

ปัญหาการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
3. ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า					
ด้านการเมืองและกฎหมาย					
4. ผลกระทบการทำเขตการค้าเสรี (FTA)					
5. การกีดกันทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า					
6. ขั้นตอนการดำเนินการพิธีการส่งออก					
7. ค่าระวางขนส่งทางอากาศ					
8. ค่าระวางขนส่งทางเรือ					
ด้านเทคโนโลยี					
9. เทคโนโลยีด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม					
10. การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม					
11. การวิจัยเครื่องตรวจสอบคุณภาพภายในของทุเรียน (เนื้อแก้วและยางไหล)					
ด้านการแข่งขัน					
12. ความสามารถในการผลิตและการแข่งขันของประเทศคู่แข่ง					
13. ภาวะการแข่งขันกันเองของผู้ส่งออกภายในประเทศ					
14. ต้นทุนในการผลิตสินค้าของประเทศคู่แข่ง					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการจัดการปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกทุเรียน

คำชี้แจง : เติมข้อความที่เป็นข้อเสนอแนะต่างๆของท่านตามลักษณะปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการส่งออกทุเรียน

1. ด้านการรวบรวมผลผลิต

.....

.....

.....

2. ด้านการตลาด

.....

.....

.....

3. สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

.....

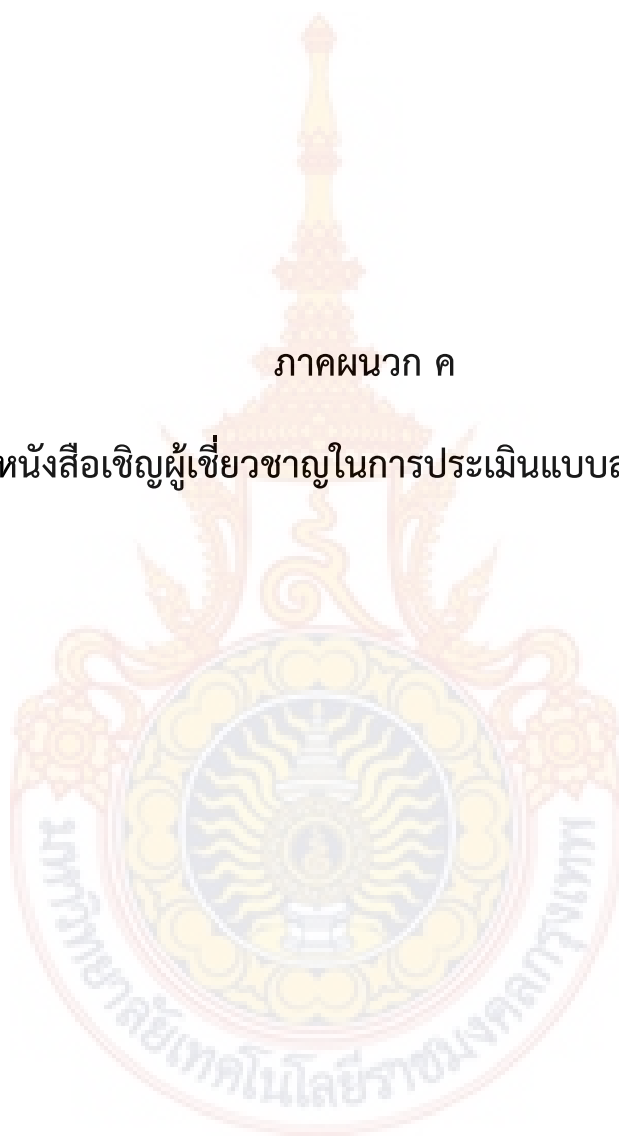
.....

.....



ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบสอบถาม



ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/๒๕๐



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
๘๗๘ ถนนอาคารสงเคราะห์
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ ๑๐๑๒๐

๓ ตุลาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.พร้อมพร ภูวดิน

ด้วย Miss Huang Yongxing นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ” โดยมี ดร.คุณากร ไวยวุฒิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ Miss Huang Yongxing โทรศัพท์ ๐๙๙ ๘๘๕ ๓๖๒๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัณฑ์แก้ว เอี่ยมแฉล้ม)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานคณบดี คณะบริหารธุรกิจ

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๘๗ ๙๖๗๓

โทรสาร ๐ ๒๒๘๖ ๘๙๖๒



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๗๒๒๙
 ที่ ศธ ๐๕๗๙.๐๔/ 1257 วันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๖๑
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ

ด้วย Miss Huang Yongxing นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ” โดยมีดร.คุณากร ไวยวุฒิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ Miss Huang Yongxing โทรศัพท์ ๐๙๙ ๘๘๕ ๓๖๒๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตแก้ว เอี่ยมแฉล้ม)
 คณบดีคณะบริหารธุรกิจ





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โทร. ๗๓๒๙
 ที่ ศจ.๐๕๗๙.๐๔/ 1256 วันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๖๑
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร. เชิงชาย สุวรรณภูมิ

ด้วย Miss Huang Yongxing นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา ๒๕๕๘ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาปัญหาของผู้ดำเนินการของธุรกิจส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนที่มีผลต่อลักษณะบางประการของผู้ประกอบการ” โดยมีดร.คุณากร ไวยวุฒิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่จะใช้ในการวิจัยก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ในการนี้ คณะบริหารธุรกิจได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยอันจะส่งผลให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป หากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ Miss Huang Yongxing โทรศัพท์ ๐๙๙ ๘๘๕ ๓๖๒๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิงแก้ว เอี่ยมแฉล้ม)
 คณบดีคณะบริหารธุรกิจ



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	Miss Haung Yongxing
วัน เดือน ปี เกิด	10 กันยายน 2535
สถานที่เกิด	ประเทศจีน
ประวัติการศึกษา	Yunnan Normal University business school
ที่อยู่ปัจจุบัน	-
สถานที่ทำงาน	-

