

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วิทยานิพนธ์ งานวิจัย

Ms 127057

ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง
จังหวัดชุมพร

นางสาวปณทิพย์ ใจดี



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



ใบอนุญาตวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เรื่อง : บัณฑิตส่งเสริมพัฒนากับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัย : นางสาวปานทิพย์ ใจดี

ได้รับอนุมัติเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรรณคำ)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ศาสตราจารย์ ดร.เวรดีร์ ชัตตรีวิชิต)

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ เกียรติเจริญ)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิรินทร์ สุทธิชัย)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.รังสรรค์ อินทน์จันทน์)

กรรมการ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง
จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัย : นางสาวปานทิพย์ ใจดี

ปริญญา : รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ สุทธิชัย
อาจารย์ ดร.รังสรรค์ อินทร์จันทร์

ปีการศึกษา : 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาระดับการการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกที่มีผลต่อการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร และเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 351 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสัมประสิทธิ์ Pearson Product Moment Correlation และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และข้อเสนอแนะผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยส่งเสริมพัฒนา การการค้าส่งออกที่มีผลต่อการค้าส่งออกทุเรียน ไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมสามารถอธิบายได้ร้อยละ 41.30 มีค่า $R^2 = 0.413$ และมีค่า $F = 60.753$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนมากที่สุดคือ ด้านกายภาพ รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย และด้านสังคมและวัฒนธรรม ตามลำดับ และ(3) แนวทางพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีดังนี้ เกษตรกรควรมีการ

รวมกลุ่มเป็นสหกรณ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความเป็นธรรมทางการค้า อีกทั้งควรมีการจดทะเบียนผู้ปลูกทุเรียนและผู้ส่งออกทุเรียนให้สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของการผลิต และควบคุมผลผลิตให้ได้มาตรฐานก่อนการส่งออก รวมทั้งมาตรการตรวจสอบปลายทาง มาตรการลงโทษหากพิสูจน์ได้ว่าการโกงใจหรือใช้เล่ห์เหลี่ยมเพื่อหาประโยชน์ส่วนตนโดยทำลายส่วนรวม ภาครัฐควรส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนาการเก็บรักษาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ให้ได้ตลอดปี เนื่องจากหากสามารถเก็บรักษาผลผลิตให้ได้ตลอดปีประเทศไทยก็จะมีสินค้าทุเรียนนอกฤดูกาล ซึ่งจะทำให้สามารถขายได้ในราคาดี หรือศึกษาช่วงระยะเวลาที่ทำให้ผลผลิตออกไม่ตรงกับประเทศคู่แข่งที่มีผลผลิตแบบเดียวกันหรือการทำให้ผลผลิตออกนอกฤดูกาลเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออก และภาครัฐควรจัดตั้งศูนย์ประสานงานทางการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ และจัดงานแสดงสินค้าร่วมกับภาคธุรกิจของต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้มีการพบปะกันระหว่างนักธุรกิจกลุ่มร้านค้าซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางการส่งออก

คำสำคัญ : การส่งเสริมพัฒนา การค้าส่งออกทุเรียน ต่างประเทศ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

Title : Factors Promotion with Durian Export Trade to Abroad in Muang District,
Chumphon Province

Author : Miss Parntip Jaidee

Degree : Master of Public Administration (Public and Private Management)
Rajabhat Maha Sarakham University

Advisor : Assistant Professor Dr.Watcharin Sutthisa
Dr.Rungsun Injun

Year : 2018

ABSTRACT

This Research aimed to study the level of commercial promotion factors in exporting durian. to study the durian exportation, commercial promotion factors in exporting durian of Muang District, Chumphon Province and to study the solutions in developing the durian exportation , of Muang District, Chumphon Province. Samples were durian farmers in Muang District, Chumphon Province, by Taro Yamane's formulation, the Instruments used was questionnaire. Statistics used in analyzing general information were frequency and percentage and analyzing the level of commercial factors in exporting durian were Mean and Standard Deviation. The inferential statistics used were Pearson's Product Moment Correlation and Multiple Linear Regression analysis with the enter method at suggestion .05. The developing the durian exportation of Muang District, Chumphon Province was analyzed by content analysis.

The research found that; (1) The level of factors contributing to the development of durian export to other countries in Muang District, Chumphon Province was at a high level; (2) Development Support The export of durian export to foreign countries, Muang District, Chumphon Province, was 41.30%, $R^2 = 0.413$, and $F = 60.753$, respectively. It is found that. Factors supporting the development of export trade have the most impact

on durian export trade, namely, the physical aspect, followed by the economic, political and legal aspects and social and cultural aspects; and (3) The development of durian export trade to Mueang, Chumphon were as follows. Farmers should be grouped as cooperatives to strengthen and fair trade. Durians and durian exporters should be registered to verify the source of their production and control the output of the standard including destination monitoring measures punishment measures if proven to be motivated or exploited for personal gain by destroying the collective. The government should promote the research for development of raw materials or products all the year. keep the product throughout the year, Thailand will have an off-season durian. This will make it possible to sell at a good price. Or study the period when the output does not match with the same productive partner or off-season output to maximize export opportunities. And the government should set up a trade center to export Durian to foreign countries. The exhibition is held in conjunction with the international business sector and serves as the intermediary for the gathering of business associates.

Keywords : Factors Promotion, Durian Export Trade, Abroad

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ สุทธิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.รังสรรค์ อินทน์จันทน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำ วิทยานิพนธ์เล่มนี้มาโดยตลอด ด้วยความทุ่มเท และใส่ใจอย่างยิ่ง ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณนางสาวสุภาพร ขาวขำนาถ วุฒิการศึกษารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหิดล ตำแหน่งอาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัย นางสาวหนึ่งฤทัย มะลาไว้วัย วุฒิการศึกษาคอม (วิจัยการศึกษา) ตำแหน่ง ครูชำนาญการพิเศษโรงเรียนโคกกล่ามวิทยาการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 3 และนางสาวอุษณีย์ ดวงพรม วุฒิการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา ตำแหน่งรองผู้อำนวยการโรงเรียนทรายทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ที่กรุณาสละเวลาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจและให้คำแนะนำที่มีประโยชน์เกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือและสนับสนุนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ญาติมิตร ตลอดจนผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญและอยู่เคียงข้างของผู้วิจัยเสมอมาทำให้การวิจัยประสบความสำเร็จด้วยความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบูรพาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนสร้างความเจริญด้านการศึกษาและประสิทธิประสาทวิชาให้ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ

นางสาวปานทิพย์ ใจดี

สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.3 สมมติฐานการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	9
2.1 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ	9
2.2 การผลิตและการส่งออกทุเรียน	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด	31
2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการค้าระหว่างประเทศ	37
2.5 ความรู้เกี่ยวกับทุเรียน	45
2.6 บริบทของอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	50
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	58

หัวข้อเรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	59
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	59
3.2 เครื่องมือวิจัย	60
3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย	61
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	63
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	65
บทที่ 4 ผลการวิจัย	66
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	66
4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	68
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	87
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	87
5.2 สมมติฐานการวิจัย	87
5.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	88
5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	88
5.5 สรุปผลการวิจัย	89
5.6 อภิปรายผล	90
5.7 ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	101
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	102
ภาคผนวก ข ค่าดัชนีความสอดคล้อง	109
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	114
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	118

หัวเรื่อง	หน้า
การเผยแพร่ผลงานวิจัย	123
ประวัติผู้วิจัย	124



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	ข้อกำหนด เกณฑ์ที่กำหนดและวิธีการตรวจประเมิน 26
3.1	ค่าระดับของความสัมพันธ์ 64
4.1	ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 68
4.2	ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน 70
4.3	ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านเศรษฐกิจจำแนกเป็นรายข้อ..... 70
4.4	ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการเมืองและกฎหมาย จำแนกเป็นรายข้อ 71
4.5	ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านสังคมและวัฒนธรรม จำแนกเป็นรายข้อ 72
4.6	ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านกายภาพ จำแนกเป็นรายข้อ..... 73
4.7	ระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมและ จำแนกเป็นรายด้าน 74
4.8	ระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการผลิต จำแนกเป็นรายข้อ 75
4.9	ระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการกำหนดราคา จำแนกเป็นรายข้อ 75
4.10	ระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านช่องทาง การส่งออก จำแนกเป็นรายข้อ 76
4.11	ระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกเป็นรายข้อ 77

ตารางที่	หน้า
4.12 ค่าระดับของความสัมพันธ์	78
4.13 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออก ทูลเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	79
4.14 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทูลเรียนไป ต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวม	81
4.15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทูลเรียนไป ต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการผลิต	82
4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทูลเรียนไป ต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการกำหนดราคา	83
4.17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทูลเรียนไป ต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านช่องทางการส่งออก	84
4.18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทูลเรียนไป ต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการส่งเสริมการตลาด	85

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 Diamond model ของ Porter.....	13
2.2 สภาพแวดล้อมของธุรกิจ	41
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	58



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตผลไม้เมืองร้อนที่มีศักยภาพทางการตลาดแห่งหนึ่งของโลกเพราะมีทำเลที่ตั้งและสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกผลไม้หลากหลายชนิด ผลไม้จึงเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของประเทศไทย โดยสามารถนำรายได้เข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท และผลไม้ไทยเป็นที่นิยมของผู้บริโภคกันทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ความต้องการบริโภคผลไม้ในวันจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสาเหตุหลักคือจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งหนึ่งในผลไม้ที่ได้รับความนิยมก็คือ ทูเรียน เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตทุเรียนคุณภาพดีจนเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย อีกทั้งปัจจุบันประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก ซึ่งตลาดหลักของไทย ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง อินโดนีเซีย มักจะมีคู่แข่งการค้าทุเรียนที่สำคัญคือ เวียดนาม มาเลเซีย ออสเตรเลีย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2557)

ทุเรียนเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ทำรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของโลก แหล่งผลิตหลัก ๆ ของประเทศไทยมี 2 แหล่ง คือ ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดระยอง จันทบุรี ตราด และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา นราธิวาส ยะลา จังหวัดที่ผลิตทุเรียนได้มากที่สุดคือจังหวัดจันทบุรี รองลงมาได้แก่ จังหวัดระยอง ชุมพร และตราด ช่วงที่ผลผลิตทุเรียนมากที่สุดคือ ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายนของทุกปี พันธุ์ที่ปลูกได้แก่ พันธุ์หมอนทอง ชะนี กระดุม และก้านยาว (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560, น. 115)

ประเทศไทยมีเนื้อที่ปลูกทุเรียน ในปี 2555-2559 เนื้อที่ให้ผลลดลงจาก 581,684 ไร่ ในปี 2555 เหลือ 578,861 ไร่ ต่อมาในปี 2559 เนื้อที่ให้ผลเพิ่มขึ้นจาก 573,293 ไร่ ในปี 2558 ร้อยละ 0.97 เนื่องจากในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาราคาที่เกษตรกรขายได้อยู่ในเกณฑ์ดี บางพื้นที่มีการขยายเนื้อที่ปลูก

เพิ่มขึ้น และปลูกแทนพืชชนิดอื่น ขณะที่ผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ลดลงจาก 601,884 ตัน และ 1,050 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2558 หรือลดลงร้อยละ 6.66 และร้อยละ 7.56 ตามลำดับ เนื่องจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวน กระทบแล้ง อากาศร้อนไม่เอื้ออำนวยต่อการติดดอกออกผล (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560, น. 115-116)

สำหรับการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์พบว่า ความต้องการบริโภคภายในประเทศในปี 2555-2559 เพิ่มขึ้นจาก 152,524 ตันในปี 2555 เป็น 160,444 ตัน ในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.60 ต่อปี ซึ่งการบริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปผลสด ปี 2559 การบริโภคภายในประเทศลดลงจาก 213,362 ตัน ในปี 2558 ร้อยละ 24.80 เนื่องจากผลผลิตลดลง ส่งผลให้ทุเรียนมีราคาแพงกว่าปีที่ผ่านมา ขณะที่ตลาดต่างประเทศยังมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตลาดหลักสำคัญของไทยคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยส่งออกในรูปทุเรียนสดประมาณร้อยละ 90 ของการส่งออกทั้งหมด ซึ่งการส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์ของไทยในปี 2555-2559 เพิ่มขึ้นจาก 365,912 ตัน (คิดเป็นทุเรียนสด 371,946 ตัน) มูลค่า 7,167.28 ล้านบาท ในปี 2555 เป็น 394,795 ตัน (คิดเป็นทุเรียนสด 401,359 ตัน) มูลค่า 18,398.00 ล้านบาท ในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.53 และร้อยละ 28.23 ต่อปี ตามลำดับ แบ่งเป็น 1) ทุเรียนสด เพิ่มขึ้นจาก 351,124 ตัน มูลค่า 6,195.22 ล้านบาท ในปี 2555 เป็น 374,430 ตัน มูลค่า 16,100.00 ล้านบาท ในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.05 และร้อยละ 28.40 ต่อปี ตามลำดับ 2) ทุเรียนกวน เพิ่มขึ้นจาก 501 ตัน มูลค่า 44.14 ล้านบาท ในปี 2555 เป็น 620 ตัน มูลค่า 78.00 ล้านบาท ในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.50 และร้อยละ 24.59 ต่อปี ตามลำดับ 3) ทุเรียนแช่แข็ง เพิ่มขึ้นจาก 13,895 ตัน มูลค่า 734.37 ล้านบาท ในปี 2555 เป็น 19,360 ตัน มูลค่า 1,910.00 ล้านบาท ในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.17 และร้อยละ 31.10 ต่อปี ตามลำดับ 4) ทุเรียนอบแห้ง ลดลงจาก 392 ตัน ในปี 2555 เป็น 385 ตัน ในปี 2559 หรือลดลงร้อยละ 1.85 ขณะที่มูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 193.54 ล้านบาท ในปี 2555 เป็นมูลค่า 310.00 ล้านบาท ในปี 2559 และร้อยละ 10.28 ต่อปี ตามลำดับ ในปี 2559 การส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 381,470 ตัน (คิดเป็นทุเรียนสด 388,522 ตัน) มูลค่า 15,563.24 ล้านบาท ในปี 2558 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.49 และร้อยละ 18.21 ตามลำดับ เนื่องจากความต้องการในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคาส่งออกทุเรียนสดและผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงจูงใจให้ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็งแบบแกะเปลือก และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากขึ้น (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560, น. 115-116) สำหรับคู่แข่งประเทศ

มาเลเซีย ซึ่งผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ และมีบางส่วนนำเข้าจากประเทศไทย ประเทศไทยมีเนื้อที่ยืนต้นทุเรียน 637,737 ไร่ เนื้อที่ให้ผล 581,554 ไร่ และมีผลผลิต 524,387 ตัน

จากสถิติการส่งออกทุเรียนในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งทางด้านคุณภาพและราคา ประเทศผู้ส่งออกหลายประเทศได้มีการพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เป็นผลให้ประเทศผู้นำเข้าหรือผู้บริโภคมิทางเลือกในการตัดสินใจซื้อจากแหล่งต่าง ๆ มากขึ้น จากการแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงในปัจจุบันนี้ ทำให้ทางภาครัฐควรหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนมากขึ้น สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2560, น. 117-118) ได้คาดการณ์สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2560 ไว้ว่า ตลาดทุเรียนมีแนวโน้มความต้องการปรับตัวสูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยทุเรียนสดคุณภาพดีจะส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักของการส่งออกทุเรียนสด โดยสามารถส่งออกได้ทั้งทางเรือ และทางบกตามเส้นทาง R9 R3 และ R12 สำหรับทุเรียนเกรดรองส่งออกไปยังมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ส่วนทุเรียนเกรดคละและตกเกรด ส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ผ่านการค้าชายแดน รวมทั้งทุเรียนแช่แข็งแบบแกะเปลือก ส่งออกไปประเทศแถบยุโรป เช่น เยอรมนี และแคนาดา โดยในปี 2559 ในพื้นที่แหล่งผลิตได้มีโรงคัดบรรจุผลไม้ (ล้าง) มาตั้งจุดรับซื้อผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนและมังคุดเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่มาเข้าพื้นที่ดำเนินการส่งออกเป็นรายปี และรับจ้างบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ผลไม้เพื่อการส่งออก อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าของไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างมั่นคงและต่อเนื่องในช่วงไตรมาส 1-3 ซึ่งเป็นผลมาจากการค้าต่างประเทศมีแนวโน้มฟื้นตัว การนำเข้าส่งออกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และการบริโภคมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในส่งออกผลไม้ของไทย ซึ่งการส่งออกทุเรียนไปจีนยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา แม้ว่าผลผลิตจะลดลงแต่ความต้องการยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดชุมพร เป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นแหล่งผลิตทุเรียนรายใหญ่ของภาคใต้ ในปี 2559 มีพื้นที่การปลูกทุเรียนของจังหวัดชุมพรมีจำนวนทั้งสิ้น 148,127 ไร่ ซึ่งพื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้วประมาณ 110,103 ไร่ โดยมีพื้นที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,846 ไร่ ได้รับผลผลิต 119,814 ตัน คิดเป็นผลผลิตต่อไร่ 1,088 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2558 มีพื้นที่การปลูกทุเรียนทั้งสิ้น 139,663 ไร่ มีพื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้วประมาณ 108,257 ตัน ได้รับผลผลิต 124,495 ตัน คิดเป็นผลผลิตต่อไร่ 1,150 กิโลกรัมต่อไร่ โดยผลผลิตทุเรียนในฤดูจะเริ่มออกสู่ตลาดตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคม - ตุลาคม โดยช่วงที่ทุเรียนจะออกสู่ตลาดมากที่สุดคือ ช่วงเดือนสิงหาคม สภาพการผลิตทุเรียน ทุเรียนฤดูกัลปพฤกษ์ ผลผลิตเริ่มออกเดือนพฤษภาคม -

ตุลาคม ส่วนทุเรียนนอกฤดูผลผลิตเริ่มออกเดือนพฤศจิกายน - เมษายน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559, น. 73) ซึ่งอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร เป็นอำเภอหนึ่งที่ประชากรประกอบอาชีพหลักคือ เกษตรกรรม ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลางสาด ยางพารา กาแฟ ปาล์ม มะพร้าว โดยเฉพาะทุเรียนเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้แก่เกษตรกรในอำเภอเป็นอย่างมาก อำเภอเมืองชุมพร มีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการค้าภายในจังหวัดชุมพร (สำนักงานการค้าภายในจังหวัดชุมพร, 2559, น. 2) จำนวน 2,831 ครัวเรือน มีพื้นที่การปลูกทุเรียน จำนวนทั้งสิ้น 18,472.63 ไร่ พื้นที่ให้ผลผลิตแล้ว 17,323.39 ไร่ ซึ่งถือว่าเป็นอำเภอที่ได้ผลผลิตทุเรียนสูง มากเป็นลำดับต้น ๆ ของจังหวัดชุมพร แต่อย่างไรก็ตามเกษตรกรในอำเภอเมืองชุมพร ยังต้องอาศัยและ พึ่งพาธรรมชาติในการผลิต ทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ อำเภอเมืองชุมพร เป็นเขตที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือเป็นสาเหตุให้มี ฤดูกาลเพียง 2 ฤดูคือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม โดยในช่วงนี้ทางชายฝั่งทะเลด้าน ตะวันออกของภาคใต้ได้รับลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ทำให้อากาศร้อน และฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือน มิถุนายน-มกราคม ซึ่งเป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดผ่านอ่าวไทยเข้าสู่ภาคใต้ เป็นมวลอากาศ ที่มีความชื้นสูง ดังนั้นเมื่อปะทะแนวเทือกเขาตะนาวศรีจึงทำให้เกิดฝนตกชุกตลอดพื้นที่ของอำเภอ จึง ส่งผลให้ผลผลิตทุเรียนที่ออกสู่ตลาดมีปริมาณน้อยลง ทำให้ราคาทุเรียนผันแปรไปตามฤดูกาล ในบางปี หรือบางช่วงที่สภาพอากาศเอื้ออำนวยจะทำให้ปริมาณผลผลิตโดยเฉพาะในช่วงต้นฤดูจะมีมากเกินความ ต้องการของตลาด ทำให้ราคาตกต่ำจึงส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร ปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อ รายได้ของเกษตรกรโดยตรงและยังมีผลต่อเนื่องต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอีกด้วย

จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจการค้าส่งออกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อวิเคราะห์ถึงแนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการส่งออก ทั้งด้าน กลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหา อุปสรรค และความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการ ส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนให้ประสบความสำเร็จหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น จากการทำธุรกิจนี้

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนที่มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.2.4 เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนากับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อยู่ในระดับมาก

1.3.2 ปัจจัยการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านกายภาพ มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตเนื้อหา โดยเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน ประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน เนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนของ Daniels and Lee (1994, p. 14, อ้างถึงใน กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์, 2547, น. 35) ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านการเมืองและกฎหมาย 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม 4) ด้านกายภาพ และเนื้อหาเกี่ยวกับการคำสั่งออกทุเรียนของ Philip (2012, p. 16) ประกอบด้วย 1) ด้านการผลิต 2) ด้านการกำหนดราคา 3) ด้านช่องทางการส่งออก และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 2,831 ครัวเรือน

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 351 คน (Yamane, 1973, p. 727)

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม 2561 ถึง กรกฎาคม 2561

1.4.5 ขอบเขตด้านตัวแปรการวิจัย

1.4.5.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน ประกอบด้วย

- 1) ด้านเศรษฐกิจ
- 2) ด้านการเมืองและกฎหมาย
- 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม
- 4) ด้านกายภาพ

1.4.5.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การค้าส่งออกทุเรียน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการผลิต
- 2) ด้านการกำหนดราคา
- 3) ด้านช่องทางการส่งออก
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

“การค้าส่งออกทุเรียน” หมายถึง การส่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรไปยังต่างประเทศ โดยผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นปัจจัยภายในกิจการในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการผลิต หมายถึง การแบ่งคุณภาพของทุเรียน การบ่งบอกชื่อและแหล่งที่มาของทุเรียน มีการรับรองคุณภาพจากองค์กรของรัฐ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความแข็งแรง สวยงาม การติดตราหยีห่อ การรับประกันคุณภาพ การตรวจสอบคุณภาพทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรก่อนส่งออก
2. ด้านการกำหนดราคา หมายถึง การมีนโยบายการตั้งราคาที่มีความชัดเจน เหมาะสม การกำหนดราคาขายทุเรียนที่แน่นอนเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งขายอื่น ราคาผลิตภัณฑ์สามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการซื้อ มีการแสดงตารางการเคลื่อนไหวของราคาจากราคาตลาดที่ชัดเจน มีการหักส่วนลดทันทีที่สินค้าเสียหายหรือเน่าเสีย การกำหนดราคาทุเรียนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและราคาตลาด
3. ด้านช่องทางการส่งออก หมายถึง การมีสถานที่รับซื้อทุเรียนที่แน่นอน โดยมีการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีความชำนาญด้านการส่งออกทุเรียน ด้านภาษีการส่งออก นำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อซื้อขายและการส่งออก มีความรวดเร็ว มีความรู้ในการจัดจำหน่าย มีตัวแทนผู้ค้าทุเรียนที่ขาย การส่งออกผ่านการตรวจสอบสารพิษตกค้างเชื้อทางจุลชีววิทยา-โรค และศัตรูพืชก่อนการส่งออก หน่วยงานวิจัยและพัฒนาการเกษตรหรือหน่วยงานราชการของกรมวิชาการเกษตร การประกอบการมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดจากสำนักงานการค้าต่างประเทศ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การทำการส่งเสริมการตลาดโดยคำนึงถึงจุดเด่นและคุณสมบัติของทุเรียน โดยมีการให้ส่วนลดทุเรียนสดกรณีต่าง ๆ มีการขายแบบสินเชื่อ มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งผลิตภัณฑ์ถึงที่ สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัททางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และมีความรู้ให้กับเกษตรกร ส่งเสริมการศึกษาการวิจัยผลิตภัณฑ์ และมีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกอย่างชัดเจน

“ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน” หมายถึง สิ่งส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพเศรษฐกิจ ระดับรายได้ ราคาต้นทุนสินค้า ราคาขายสินค้า ความหลากหลายของสินค้า อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา คู่แข่งทางการค้า กำลังซื้อของประชาชนประเทศคู่ค้า การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน ดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร และการเก็บภาษีขาออกและการขอคืนภาษี

2. ด้านการเมืองและกฎหมาย หมายถึง ระบบการปกครองของรัฐบาล นโยบายของรัฐบาล ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการค้ากับหน่วยงานราชการในพื้นที่ นโยบายของนักการเมืองในพื้นที่และนักการเมืองท้องถิ่น การเรียกเก็บเงินสินบน การเกิดข้อพิพาท การปิดด่าน เงื่อนไขทางการค้า และกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ

3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง ศาสนา ภาษา ระดับการศึกษา ค่านิยมและทัศนคติ ประเพณี วัฒนธรรมและวันหยุดที่มีผลต่อการค้าส่งออก

4. ด้านกายภาพ หมายถึง ท่าเลที่ตั้ง ภูมิประเทศ ภูมิศาสตร์ ความเจริญก้าวหน้า สาธารณูปโภค ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ ความเจริญทางด้านสาธารณูปโภค จำนวนแรงงาน กรรมกร การขนส่งสินค้า และสถานที่เก็บสินค้าบริเวณท่าเรือ

“ทุเรียน” หมายถึง ทุเรียนของอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นผลไม้ของเขตร้อนและมีคุณค่าทางอาหารสูง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมในการบริโภคของผู้บริโภคทั่วโลก

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ได้ทราบถึงปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.6.2 นำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ประโยชน์ในการวางแผนด้านการผลิตและการส่งออก ตลอดจนแนวโน้มการส่งออก ผลกระทบ ปัญหาการส่งออก อันจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

1.6.3 อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรได้ขอเสนอเพื่อให้ผู้ผลิต ผู้ส่งออก และผู้สนใจทั่วไปนำไปใช้ศึกษาและนำไปพัฒนา การผลิตทุเรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
2. การผลิตและการส่งออกทุเรียน
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการค้าระหว่างประเทศ
5. ความรู้เกี่ยวกับทุเรียน
6. บริบทของอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

2.1.1 ความหมายการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ การจะเกิดการการค้าระหว่างประเทศได้นั้นจะต้องมีองค์ประกอบทั้งสินค้าออกและสินค้าเข้า ซึ่งสิ่งที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า คือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนที่ใช้ในการผลิต และพื้นฐานทางทรัพยากร เนื่องจากทรัพยากรแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในเรื่องของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่เกิดจากภูมิประเทศ รวมทั้งความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เช่น ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิต เพื่อใช้ในการลดต้นทุนของทรัพยากรที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากประเทศที่มีทรัพยากรที่แตกต่างกันจึงมีความแตกต่างกัน เนื่องจากมีกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันตามแต่ละประเทศ (ธีรัช ฤทธิลา, 2554, น. 13)

การเกิดการค้านระหว่างประเทศได้ แต่ประเทศต้องมีความได้เปรียบโดยเด็ดขาดหรือมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ คือ แต่ละประเทศจะส่งออกสินค้าที่ตัวเองสามารถผลิตได้โดยมีต้นทุนที่ถูกลง ในขณะที่เดียวกันก็จะนำเข้าสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตที่สูงภายในประเทศ เมื่อมีการส่งออกและนำเข้าสินค้าหลายชนิดจึงมีการนำเอาหลักเกณฑ์เรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเทียบกับประเทศอื่นโดยพิจารณาเกี่ยวกับการผลิตหรือค่าเสียโอกาสคือ ถ้าต้องผลิตสินค้าใดเพิ่มขึ้นแล้วส่งผลให้ต้องเสียโอกาสที่จะผลิตสินค้าชนิดอื่นโดยสินค้านั้นมีราคาน้อยกว่าค่าเสียโอกาสที่จะต้องผลิต ควรใช้การนำเข้าจากต่างประเทศ แทนการผลิตสินค้านั้น (ธีรัช ฤทธิลา, 2554, น. 13-14)

ประเทศที่นำเข้าสินค้า ถ้าสามารถผลิตสินค้านั้นที่มีความได้เปรียบกว่าแล้วส่งออก ทำให้ประเทศนั้นเกิดความชำนาญเฉพาะด้านของสินค้า สร้างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบภายใต้ระบบการค้าเสรีหรือไม่มีการกีดกันทางภาษี แต่ความเป็นจริงคือ แต่ละประเทศพยายามพัฒนาการผลิตและการส่งออกโดยกำหนดมาตรการต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดอัตราภาษีศุลกากร นำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควต้า เพื่อเป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ซึ่งมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริง (ธีรัช ฤทธิลา, 2554, น. 14)

2.1.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด (Absolute Advantage Theory)

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาดของ Smith ให้เหตุผลสนับสนุนการค้าเสรีว่า ทำให้เกิดการแบ่งงานกันระหว่างประเทศ ทำให้แต่ละประเทศต่างสามารถแบ่งการผลิตสินค้าให้มีต้นทุนต่ำที่สุด การค้าจะเกิดขึ้นกับสองประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ โดยแต่ละประเทศจะผลิตเพื่อส่งออกเฉพาะสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากกว่าอีกประเทศหนึ่งและนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่า เมื่อทั้งสองประเทศเกิดความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าและทำการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบซึ่งกันและกัน จะทำให้มีผลประโยชน์เกิดขึ้นกับทั้งสองประเทศส่งผลให้การใช้ทรัพยากรของโลกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาดตั้งอยู่บนทฤษฎีของมูลค่าแรงงาน ซึ่งมีสมมุติฐาน คือ แต่ละประเทศจะมีปัจจัยแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพที่เหมือนกัน โดยมีต้นทุนหรือราคาสินค้าขึ้นอยู่กับจำนวนชั่วโมงแรงงานที่ใช้ในการผลิต (กนกรัตน์ ชมพูนาค, 2550, น. 21-22, พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 22)

2.1.3 ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ของ Ricardo ได้แสดงแนวคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมว่า แม้ประเทศใดประเทศหนึ่งจะมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ก็ยังได้รับประโยชน์จากการทำการค้าได้ตราบที่การค้าได้เปรียบเสียเปรียบในการผลิตระหว่างประเทศทั้งสองนั้นมีอัตราไม่เท่ากัน คือเสนอแนวคิดในการเปรียบเทียบอัตราการได้เปรียบหรืออัตราการเสียเปรียบในการผลิตสินค้าในประเทศทั้งสอง ซึ่งถือเป็นหนึ่งในสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด (กนกรัตน์ ชมพูนาค, 2550, น. 22-24, พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 23)

ตามแนวคิดของ Ricardo นั้น ถึงจะไม่มีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์ แต่ทั้งสองประเทศ ที่ทำการค้าระหว่างกันก็ยังสามารถที่จะค้าขายและได้รับผลประโยชน์จากการค้าจากกันได้ โดยประเทศที่ไม่มีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์ จะทำการผลิตสินค้าที่ตนมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยที่สุด ในขณะที่เดียวกันประเทศที่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้า ทั้งสองชนิดนั้นจะทำการผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด โดยความได้เปรียบดังกล่าวถูกกำหนดโดยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบ อยู่ภายใต้เงื่อนไขว่ามีปัจจัยการผลิตชนิดเดียวตามแนวคิดพื้นฐานและจากความแตกต่างระหว่างประเทศในเรื่องของแรงงานการผลิต ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างในด้านเทคโนโลยีและวิธีการผลิตจะทำให้แต่ละประเทศมีความได้เปรียบต่างกัน อย่างไรก็ตามทฤษฎีนี้ก็ยังมีข้อยกเว้นว่าหากความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบของอีกประเทศหนึ่งเท่ากับประเทศอื่น ๆ จะไม่มีผลประโยชน์ทางการค้าเกิดขึ้น (กนกรัตน์ ชมพูนาค, 2550, น. 22-24, พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 23)

2.1.4 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ของ Heckscher and Ohlin

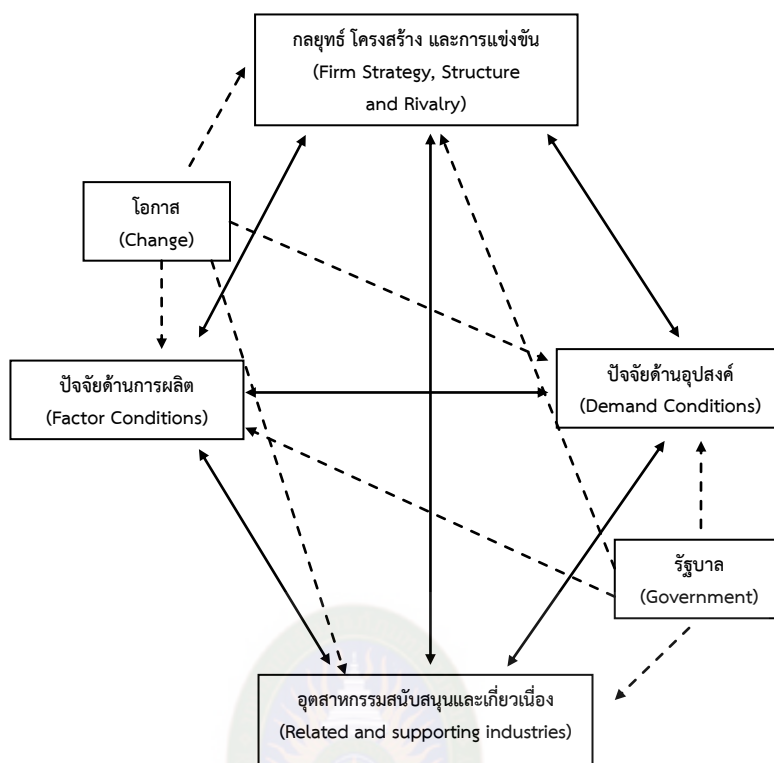
ทฤษฎี Heckscher and Ohlin อธิบายถึงความสามารถในการผลิตของแต่ละประเทศแตกต่างกัน โดยนำเหตุผลของปัจจัยการผลิตที่แต่ละประเทศมีอยู่เข้ามาอธิบาย และชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างในความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต (Factor Abundance) ในแต่ละประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและเป็นสาเหตุทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ สารสำคัญของทฤษฎี Heckscher-Ohlin คือ ประเทศหนึ่งจะส่งออกสินค้าที่ผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีอยู่มากโดยเปรียบเทียบ และจะนำเข้าสินค้าที่ผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีอยู่น้อย ดังนั้น ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยทุนก็จะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้ปัจจัยแรงงาน และประเทศที่มีปัจจัยทุนมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยแรงงานก็จะส่งออกสินค้าที่เน้นหนักการใช้ปัจจัยทุน (อุมา วรรณชัย, 2555, น. 23-24, พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 23-24)

ซึ่งทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นทั้งแนวคิดของ Smith, Ricardo and Heckscher and Ohlin เป็นทฤษฎีพื้นฐานของเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศที่สามารถนำมาวิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับความถนัดและความชำนาญของประเทศ ประเทศจะทำการส่งออกสินค้าที่ตนเองมีความชำนาญในสินค้านั้น และทฤษฎีดังกล่าวได้เป็นพื้นฐานของทฤษฎีและแนวคิดใหม่ ๆ ต่อไป เนื่องจากในระยะหลังได้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้น ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศแบบเดิม ๆ ใช้อธิบายความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการค้าระหว่างประเทศได้ยากขึ้น เนื่องจากประเทศต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อีกทั้งทฤษฎีมีข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน จึงเกิดแนวคิดใหม่ขึ้นเรื่อย ๆ รวมทั้ง ทฤษฎี Diamond ของ Porter ที่จะสามารถอธิบายเรื่องต่าง ๆ ในปัจจุบันได้ดีขึ้น (พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 24)

2.1.5 ทฤษฎี Diamond Model ของ Porter

แนวคิดและการวิเคราะห์ของ Porter (1998) ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชา Industrial Organization มีการศึกษาทั้งความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ ในหนังสือ “Competitive Strategy” ที่เกี่ยวกับพลังทั้ง 5 หรือที่เรียกว่า Five Competitive Forces เกี่ยวกับอำนาจที่ใช้ในการต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจในการต่อรองของผู้ขาย การแข่งขันจากผู้ซื้อ และผู้ขายใหม่ ความกดดันจากสินค้าทดแทนและการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ต่อมาได้มีการศึกษาความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศขึ้น ในหนังสือ “The Competitive Advantage of Nations” ซึ่งมีการแข่งขันเกี่ยวกับความสามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง โดยกุญแจสำคัญคือ มีผลผลิตของการแข่งขันของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ซึ่งนับว่าเป็นงานเขียนที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด โดยเฉพาะในยุค Globalization ในหนังสือเล่มนี้ Michael E. Porter ได้เสนอ Diamond of National Advantage Model ที่เกี่ยวพันกัน

ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่ออธิบายว่าจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ในระดับประเทศ (อัจฉราพรพรรณ วงศ์เรือง, 2554, น. 6-10, พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 25-30)



ภาพที่ 2.1 Diamond model ของ Porter ปรับปรุงจาก การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย (น.11), โดย อัจฉราพรรณ วงศ์เรือง, 2554), เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Diamond model เป็นโมเดลที่สามารถวิเคราะห์ได้ถึงสาเหตุที่ทำให้ศักยภาพการแข่งขันของประเทศหนึ่งมีมากกว่าอีกประเทศหนึ่งหรือศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการหนึ่งมีมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพราะโมเดลได้แสดงถึงองค์ประกอบหลักและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศใดประเทศหนึ่งอันมีผลต่อการพัฒนาและการปรับตัวของอุตสาหกรรมนั้น โดยจากโมเดลมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนสถานะแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมได้ นอกจากนี้ยังมีอีก 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบทั้ง 4 อย่าง สามารถส่งผลกระทบได้ทั้งในด้านบวกหรือลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ ซึ่งได้แสดงถึงปัจจัยที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน และมีผลต่อการสร้างข้อได้เปรียบในระดับประเทศต่าง ๆ ดังนี้ (อัจฉราพรรณ วงศ์เรือง, 2554, น. 6-10 และ พรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546, น. 25-30)

1. ปัจจัยด้านอุปทานหรือปัจจัยด้านการผลิต (Factor Conditions) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตคือ ความสามารถของประเทศในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรทุนต่าง ๆ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และโครงสร้างประชากรแรงงานที่ไม่ชำนาญ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางอุตสาหกรรม โดยปัจจัยการผลิตประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยก้าวหน้า ปัจจัยพื้นฐานเป็นปัจจัยที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ หรือสามารถสร้างขึ้นมาได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือลงทุนมาก เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ท่าเลที่ตั้ง แรงงานพื้นฐาน ส่วนปัจจัยก้าวหน้าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า การจะสร้างขึ้นได้ต้องใช้ความพยายามตั้งใจ และต้องมีการลงทุนทั้งโดยผู้ประกอบการและภาครัฐ ปัจจัยการผลิตก้าวหน้าประกอบด้วย บุคลากร เช่น แรงงานฝีมือ นักออกแบบ วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัยและนักการตลาด องค์กรความรู้ วัตถุดิบ ข้อมูล เครื่องจักร เทคโนโลยี เงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน ห้องวิจัย ห้องทดสอบและสถาบันศึกษาเฉพาะทาง นอกจากนี้ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล เช่น นโยบายด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐ เป็นต้น เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ และสนับสนุนอุตสาหกรรมต่าง ๆ

2. ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภค (Demand Conditions) เงื่อนไขด้านอุปสงค์หรือสภาพของตลาดในประเทศ ปริมาณและระดับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ ต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่ซับซ้อนและละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้นของผู้บริโภคหรือประชาชนโดยเริ่มจากในประเทศก่อน คือ แรงกระตุ้นที่ชักนำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการพยายามแข่งขันกันปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นตลอดเวลา ซึ่งสภาพของตลาดและความต้องการในประเทศนี้มีส่วนสำคัญมากในการที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในประเทศ เพื่อมุ่งสู่ตลาดต่างประเทศ และลักษณะหรือสภาพความต้องการในประเทศที่สำคัญประกอบด้วย 3 ส่วน คือ องค์กรประกอบของตลาด ขนาดและแนวโน้มการเติบโตของตลาด และการที่ความนิยมในประเทศมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการ

3. อุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (Related and Supporting Industries) คือ คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในการค้าจุนสถานภาพการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก เป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญในการทำให้

อุตสาหกรรมแต่ละชนิดที่กระจุกตัวกันในแต่ละพื้นที่ มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่ากันได้ โดยถ้าอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีคุณภาพ สามารถผลิตวัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องจักร สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสายการผลิตแล้ว ก็จะทำให้เกิดข้อได้เปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ ความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ใช้กับผู้ผลิตวัตถุดิบ และการที่บริษัทและซัพพลายเออร์มีสำนักงานใหญ่อยู่ประเทศเดียวกันจะทำให้มีการเจรจาต่อรองกันง่ายกว่า และส่งผลให้เกิดการร่วมมือกันทำมากกว่า นอกจากนี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณา ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านอื่น ๆ

4. กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) คือ กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญ อาจส่งผลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม ซึ่งเกี่ยวพันถึงวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นของประเทศที่มีผลต่อการที่เลือกใช้กลยุทธ์หรือโครงสร้างใดในการบริหารและการจัดการองค์กร ซึ่งมีส่วนอย่างมากในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ โดยกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กรของผู้ประกอบการเอง เช่น ความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง จุดมุ่งหมายขององค์กรและของพนักงาน ความทุ่มเทของพนักงานต่องาน รวมทั้งยังขึ้นอยู่กับภาพพจน์ของอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ โดยสภาพการแข่งขันในประเทศมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนารูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ถ้าหากเป็นการแข่งขันในเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่การมุ่งทำลายล้างกัน นอกจากนี้โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลในด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาดอีกด้วย ซึ่งความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นำไปสู่การกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันซึ่งการแข่งขันในโลก

5. โอกาส (Chance) โอกาสเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อ 4 องค์ประกอบหลักของโมเดลแต่ไม่ได้เป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทหรือของชาติโดยตรงเพราะโอกาสพัฒนามาจากนอกระบบหรืออยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทหรือรัฐบาล เช่น การค้นพบเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ยิ่งใหญ่ หรือเทคโนโลยีหลักพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ภาวะขาดแคลนน้ำมัน ภัยพิบัติ สงคราม การก่อการร้าย การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจากภายนอกและความต้องการของตลาด

ต่างประเทศที่เปลี่ยนไปมาก แต่ทั้งนี้โอกาสก็มีผลต่อองค์ประกอบทั้ง 4 ที่เป็นตัวกำหนดศักยภาพทางการแข่งขัน โดยโอกาสจะมีผลต่อความแน่นอนหรือไม่แน่นอนของศักยภาพทางการแข่งขันของแต่ละประเทศ เพราะโอกาสอาจจะสร้างเสริมศักยภาพทางการแข่งขันให้กับชาติหนึ่ง ในทางกลับกัน ก็สามารถที่จะลบล้างความได้เปรียบที่ได้เคยสร้างมาของอีกชาติหนึ่งได้ ดังนั้นโอกาสจึงมีความสำคัญเนื่องจากสามารถกำหนดได้ว่าโครงสร้างทางอุตสาหกรรมจะคงรูปหรือเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด

6. บทบาทของภาครัฐ (Government) คือ กรอบที่จะสร้างเสริมหรือบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในประเทศนั้น ๆ รัฐบาลในทุกระดับของชาติสามารถที่จะพัฒนาหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชาติได้ เพราะถึงแม้ภาครัฐจะไม่ใช่องค์ประกอบโดยตรง ที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่นโยบายมาตรการ กฎ ระเบียบและพิธีการต่าง ๆ ที่กำหนดโดยภาครัฐสามารถมีผลกระทบต่อองค์ประกอบทั้ง 4 ของโมเดลซึ่งส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่อไปได้ อาทิเช่น นโยบายป้องกันการผูกขาดอาจมีผลต่อการแข่งขันภายในประเทศได้ กฎระเบียบต่าง ๆ ก็อาจทำให้เงื่อนไขทางอุปสงค์ในประเทศเปลี่ยนแปลงไป หรือการลงทุนของรัฐในการศึกษาก็สามารถเปลี่ยนเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตได้ รวมทั้งการใช้จ่ายของภาครัฐก็สามารถกระตุ้นหรือมีผลต่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องได้ ดังนั้นการที่จะกำหนดและปฏิบัตินโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐต้องคำนึงถึงอิทธิพลเหล่านี้ที่อาจส่งผลในทางบวกหรือทางลบต่อองค์ประกอบทั้งหมด ซึ่งเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันของชาติ

จากองค์ประกอบทั้ง 4 กับ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นระบบตามโมเดลข้างต้นสามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมของการแข่งขันให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นได้ โดยในระดับองค์กรหรือบริษัทจะสามารถใช้โมเดลนี้ในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันภายในประเทศตลอดจนในระดับโลก และในระดับชาติโมเดลก็จะเป็นเครื่องมือช่วยในการกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์เพื่อที่จะพัฒนาข้อได้เปรียบอย่างมั่นคงในทางการแข่งขันในระดับโลกต่อไป

2.2 การผลิตและการส่งออกทุเรียน

2.2.1 การผลิตและการส่งออกทุเรียนของไทย

2.2.1.1 การผลิตทุเรียนของไทย

ทุเรียนเป็นราชาผลไม้ที่รู้จักกันดีในแถบเอเชีย มีถิ่นกำเนิดอยู่ในเขตป่าร้อนชื้นแถบคาบสมุทรมลายูหรือประเทศมาเลเซีย ซึ่งต่อมาได้แพร่กระจายไปปลูกในพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ หมู่เกาะบอร์เนียว อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย เมียนมาร์ และศรีลังกา ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีกลิ่นเฉพาะตัว ซึ่งเป็นส่วนผสมของสารระเหยที่ประกอบด้วยเอสเทอร์คีโตนและสารประกอบกำมะถัน บางคนบอกว่าทุเรียนมีกลิ่นหอม ในขณะที่บางคนบอกว่ามีกลิ่นเหม็นรุนแรงมาก ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีน้ำตาลสูงและอุดมไปด้วยกำมะถันและไขมัน จึงไม่เหมาะกับผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวาน (ณรงค์ศักดิ์ เสนาณรงค์ และประเสริฐอนุพันธ์, 2543)

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลไม้ประเภทอื่น ๆ และมีแนวโน้มในการขยายการส่งออกได้อีกมาก จึงถูกกำหนดให้เป็นพืชที่ต้องเร่งรัดเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อการส่งออก ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนจะประสบกับปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาดค่อนข้างมาก แต่ทุเรียนยังเป็นผลไม้ที่ให้ผลตอบแทนสูงอยู่ ถ้าสามารถบริหารจัดการสวนทุเรียนรวมทั้งมีการวางแผนการผลิตและการตลาดที่ดีและมีประสิทธิภาพ (ณรงค์ศักดิ์ เสนาณรงค์ และประเสริฐอนุพันธ์, 2543)

ทุเรียนเป็นไม้ผลยืนต้นขนาดใหญ่ ชอบอากาศร้อนชื้น สามารถเจริญเติบโต และให้ผลผลิตได้ในพื้นที่ที่มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 0-650 เมตร ความลาดเอียง 1-3 เปอร์เซ็นต์ อุณหภูมิที่เหมาะสมอยู่ในช่วง 25-30 องศาเซลเซียส ดินที่เหมาะสมควรระบายน้ำได้ดีและมีสภาพความเป็นกรด-ด่าง (ค่า pH) ประมาณ 5.5-6.5 และควรเลือกแหล่งปลูกที่มีน้ำเพียงพอ ตลอดช่วงหน้าแล้ง โดยทุเรียนจะให้ ผลผลิตได้หลังจากปลูกแล้วประมาณ 5-6 ปี ซึ่งช่วงอายุที่ให้ผลผลิตสูงที่สุด คือ 10 ปีขึ้นไป ผลผลิตที่เก็บได้ประมาณ 80-110 ผลต่อต้นทุเรียนมีมากกว่า 30 ชนิด ซึ่งมีอย่างน้อย 9 ชนิดที่รับประทานได้ แต่มีเพียงทุเรียนพันธุ์ Durio Zibethinus ชนิดเดียวเท่านั้นที่นิยมบริโภคทั่วโลกจนทำให้เกิดมีตลาดสากล

1. พันธุ์ทุเรียน พันธุ์ทุเรียนที่นิยมปลูกเพื่อการค้า ได้แก่ (กฤติกา งามกัมหา, 2546)

1.1 พันธุ์หมอนทอง เป็นพันธุ์ที่มีคนนิยมมาก คุณภาพดี ผลไม่ตกเท่าชะนี แต่ติดผลทุกปีพันธุ์นี้ไม่เหมาะกับสภาพพื้นที่ที่มีน้ำท่วมขังหรือบริเวณที่มีฝนตกชุก ลักษณะผลใหญ่ ตรงกลางป่อง ส่วนหัวแหลม น้ำหนักผลประมาณ 3-4 กิโลกรัมขึ้นไป หนามเล็กกว่าชะนี เนื้อหนาสีเหลืองนวล เมล็ดสีบ กลิ่นไม่รุนแรง รสชาติหวานมัน

1.2 พันธุ์ก้านยาว เป็นพันธุ์ที่ดูแลรักษายาก ติดผลไม่ทุกปี มีต้นกำเนิดมาจากพันธุ์ทองสุก มีลักษณะพิเศษคือ มีก้านผลยาวมากกว่าพันธุ์อื่น ๆ ประมาณ 14 เซนติเมตร มีผล ขนาดปานกลาง น้ำหนักประมาณ 3 กิโลกรัม ลักษณะผลกลมมองเห็นร่องพูไม่ชัดหนามค่อนข้างถี่ และเล็กสม่ำเสมอ ทั้งผล เมื่อสุกเนื้อละเอียดจะมีสีเหลือง เนื้อมากไม่เปียกแฉะ เมล็ดไม่ลึบ กลิ่นไม่ รุนแรงนักรสชาติค่อนข้างมันมากกว่าหวาน

1.3 พันธุ์ชะนี มี 2 ประเภท คือ ชะนีใบใหญ่ และชะนีใบเล็ก ซึ่งคุณภาพ ของชะนีใบใหญ่ไม่ค่อยดี จึงไม่นิยมนำมาขยายพันธุ์ แต่ชะนีใบเล็กมีคุณภาพดีเป็นที่นิยม ชะนีใบเล็กเจริญเติบโตเร็ว ผลตก ติดผลทุกปี ลักษณะผลค่อนข้างใหญ่และยาว ตรงกลางป่อง ก้านปาน ส่วน หัวเรียวย น้ำหนักผลประมาณ 2-3 กิโลกรัม เมื่อสุกเปลือกจะมีสีเขียวแกมน้ำตาล มีพูประมาณ 3-5 พู เนื้อหนามีสีเหลืองจัดจนเกือบเป็นสีจำ ปา เมล็ดลึบ กลิ่นค่อนข้างแรง รสชาติหวานมัน

1.4 พันธุ์กระดุม เป็นทุเรียนที่มีผลขนาดเล็ก เส้นผ่านศูนย์กลางโดยเฉลี่ย ประมาณ 11-12 เซนติเมตร ยาวประมาณ 14-15 เซนติเมตร ผลหนึ่งหนัก1-2 กิโลกรัม ผลค่อนข้างกลมแบน เมล็ดค่อนข้างใหญ่ ป้อม สั้น มีเนื้อประมาณ 33 เปอร์เซ็นต์ ของน้ำหนักผล เนื้อสีเหลือง อ่อน กลิ่นไม่ค่อยฉุน รสชาติไม่ค่อยหวานนัก เนื้อบางละเอียดอ่อนนุ่มและง่ายเมื่อสุกจัด

พันธุ์ทุเรียนที่นิยมในการส่งออก ได้แก่ พันธุ์หมอนทอง ก้านยาว และชะนี สำหรับทุเรียนชนิดอื่นนั้นโดยทั่วไปมีขายแคในท้องถิ่นเท่านั้น

2. แหล่งผลิตและปริมาณการผลิต ทุเรียนเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย มีการปลูกกันมากใน 14 จังหวัด สำหรับจังหวัดที่มีการปลูกทุเรียนมากในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด ช่วงเก็บเกี่ยวเดือนมีนาคม-กรกฎาคมของทุกปี โดยมีผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาดมากช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม ส่วนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช ช่วงเก็บเกี่ยวเดือนมิถุนายน-ตุลาคมของทุกปี ทุเรียนจะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม (ภาณุวัฒน์ สุกรี, 2546)

เนื้อที่ยืนต้นทุเรียน เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตที่ได้ ปี 2547-2556 เนื้อที่ยืนต้นทุเรียน ในปี 2547 มีจำนวน 873,643 ไร่ ปี 2556 มีจำนวน 641,248 ไร่ ลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.35 เนื้อที่ให้ผลผลิต ในปี 2547 มีจำนวน 748,824 ไร่ ปี 2556 มีจำนวน 577,124 ไร่ ลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 2.84 ผลผลิตทุเรียน ในปี 2547 มีจำนวน 831,182 ตัน ปี 2556 มีจำนวน 569,238 ตัน ลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3.31

สาเหตุหลักที่ทำให้พื้นที่ปลูกลดลง เนื่องจากปัญหาโรครากเน่า ทำให้ต้นทุเรียนตายไปเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออก จังหวัดระยอง และจันทบุรี ประกอบกับ ราคาทุเรียนตกต่ำ ทำให้เกษตรกรหันไปปลูกยางพาราทดแทน ในการปลูกเพิ่มเติมของทุเรียนมีปลูกเพิ่มบ้างเล็กน้อยในแถบจังหวัดปราจีนบุรี และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ปริมาณการปลูกไม่มากนัก

2.2.1.2 การส่งออกทุเรียนของไทย

ความต้องการบริโภคทุเรียนส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มชนชาติเอเชีย จากการศึกษาของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (MARDI) เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนในมาเลเซีย พบว่า ผู้บริโภคทุเรียนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 98 นิยมบริโภคทุเรียนทั้งในฤดูและนอกฤดู ปริมาณการซื้อเฉลี่ยในแต่ละปีเท่ากับ 8 ผล/คน หรือน้ำหนักรวมเท่ากับ 22.8 กิโลกรัม โดยผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อทุเรียนพันธุ์หอมทองมากที่สุด ทั้งนี้คุณสมบัติภายนอก รสชาติ สีเนื้อ กลิ่นของทุเรียนรวมทั้งราคามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียน (ณรงค์ศักดิ์ เสนาณรงค์ และประเสริฐ อนุพันธ์, 2543)

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยพันธุ์ที่นิยมส่งออก ได้แก่ พันธุ์หอมทอง พันธุ์ก้านยาว และพันธุ์ชะนี คู่แข่งประเทศอื่นมีการส่งออกบ้างเล็กน้อย เช่น มาเลเซีย และเวียดนาม ทั้งนี้เนื่องจากผลผลิตส่วนใหญ่จะใช้ในการบริโภคภายในประเทศของตน (ณรงค์ศักดิ์ เสนาณรงค์ และประเสริฐ อนุพันธ์, 2543)

การส่งออกทุเรียนสดส่วนใหญ่ส่งออกไปฮ่องกง จีนและไต้หวัน โดยจะให้ล้งเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อและบรรจุกล่อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรวบรวมทุเรียนได้ในปริมาณที่เพียงพอ เนื่องจากการปฏิบัติสำหรับทุเรียนเพื่อส่งออกนั้นจะต้องใช้แรงงานที่มีความชำนาญในการคัดคุณภาพ และแรงงานในการรวบรวมจำนวนมาก รวมทั้งผู้ส่งออกไม่ต้องลงทุนในการสร้างโรงบรรจุหีบห่อ ผู้ส่งออกกว่าร้อยละ 60 ประกอบธุรกิจส่งออกมากกว่า 5 ปี ซึ่งนอกจากจะส่งออกในรูปทุเรียนสดแล้ว ยังส่งออกในรูปทุเรียนแช่แข็ง ดังนั้นระบบตลาดเพื่อส่งออก ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถระบุได้ว่าตลาดแต่ละระดับนั้นลักษณะเป็น

อย่างไรใครเป็นผู้มีอิทธิพลทางการตลาดหรือทุกคนมีอิทธิพลเท่าเทียมกัน (ณรงค์ศักดิ์ เสนาณรงค์ และ ประเสริฐ อนุพันธ์, 2543) 1) ผู้ประกอบการค้าทุเรียน นับตั้งแต่พ่อค้ารวบรวมท้องที่ พ่อค้ารวบรวมท้องถื่น ล้ง และผู้ส่งออก มีทั้งที่เป็นธุรกิจที่เป็นของคนไทยโดยตรงและเป็นการร่วมทุนในลักษณะเครือญาติกับชาวฮ่องกง จีนและไต้หวัน 2) แหล่งของทุเรียนเพื่อการส่งออก การซื้อขายทุเรียนเพื่อส่งออกมีศูนย์กลางการซื้อในแหล่งผลิตที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ ภาคตะวันออก ได้แก่ อำเภอมะนัง อำเภอน้ำขุ่น กิ่งอำเภอน้ำขุ่น และอำเภอน้ำขุ่น จังหวัดจันทบุรี อำเภอกาบัง และอำเภอน้ำขุ่น จังหวัดระยอง ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งหมดและอีกร้อยละ 30 เป็นการซื้อขายในแหล่งผลิตภาคใต้ มีศูนย์กลาง ได้แก่ อำเภอมะนัง อำเภอลำสนธิ อำเภอบางขัน จังหวัดชุมพร และอำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี นอกจากนี้จะมีบ้างเล็กน้อยในภาคเหนือที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ 3) ฤดูกาลรับซื้อผลผลิต การซื้อขายทุเรียนเพื่อส่งออกจะมีการซื้อขาย ตลอดทั้งปี ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตทุเรียนนอกฤดูมากขึ้น ประกอบกับความต้องการของตลาด โดยร้อยละ 80 เป็นการซื้อขายในช่วงเดือนเมษายน-กันยายน ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลที่ทุเรียนออกสู่ตลาดมาก ในเดือนเมษายน-กรกฎาคม จะเป็นการซื้อขายในภาคตะวันออก และเดือนสิงหาคม-กันยายน เป็นการซื้อขายในภาคใต้ และร้อยละ 20 เป็นการซื้อขายนอกฤดู

2.2.1.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกทุเรียนของไทย

การส่งออกทุเรียน จำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ การส่งออกทุเรียนสด และการส่งออกผลิตภัณฑ์ทุเรียน ซึ่งประกอบด้วย ทุเรียนแช่เย็นจนแข็ง ทุเรียนทำไว้ไม่ให้เสียโดยใช้น้ำตาล และทุเรียนอบแห้ง

การส่งออกทุเรียนของไทย ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกทุเรียนสด โดยในระหว่าง ปี 2555-2559 การส่งออกทุเรียนสดมีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 19.18 และ 19.18 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์ทุเรียนมีปริมาณลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.21 และมูลค่า เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10.13

ปริมาณการส่งออกทุเรียนสดไปทั่วโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2555-2559 ปริมาณการส่งออกทุเรียน ปี 2555 จำนวน 371,945 ตัน ปี 2559 มีจำนวน 401,359 ตัน โดยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.53 ไทยมีการส่งออกทุเรียนสดไปมาก ได้แก่ จีนในปี 2555 จำนวน 27,054 ตัน ปี 2559 มีจำนวน 198,875 ตัน เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 28.85 ฮ่องกง ในปี 2555 จำนวน 16,457 ตัน ปี 2559 มี

จำนวน 147,803 ตัน เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 34.10 และประชาคมอาเซียน ปี 2555 จำนวน 15,816 ตัน ปี 2559 มีจำนวน 8,480 ตัน ลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.90

เมื่อพิจารณาในด้านมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดไปทั่วโลก ช่วงปี 2555-2559 พบว่า ในปี 2555 เท่ากับ 7,167.28 ล้านบาท ปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 718,398.00 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 28.23 โดยประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมาก ได้แก่ จีน ในปี 2555 เท่ากับ 560,306 พันบาท ปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 4,305,396 พันบาท เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 27.69 ฮองกง ปี 2555 เท่ากับ 221,805 พันบาท ปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 2,569,083 พันบาท เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 36.62 และประชาคมอาเซียน ในปี 2555 เท่ากับ 317,402 พันบาท ปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 236,118 พันบาท เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.06

2.2.2 มาตรฐานระบบการผลิต

2.2.2.1 มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 3-2556 สำหรับทุเรียน

มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 3-2556 ใช้กับผลทุเรียน (Durian) (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2557) ซึ่งได้มาจากพืชที่มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Durio Spp. วงศ์ Bombacaceae พันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้า เพื่อนำมาบริโภคสด ไม่ใช้กับผลทุเรียนที่ใช้สำหรับการแปรรูป โดยมีมาตรฐาน ดังนี้

1) ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ มีดังต่อไปนี้

- 1.1) แกน หมายถึง เนื้อทุเรียนบางส่วนมีลักษณะแข็งและมีสีอ่อนกว่าปกติ
- 1.2) เต่าเผา หมายถึง ปลายเนื้อทุเรียนบางส่วนที่หุ้มเมล็ดมีสีน้ำตาลหรือน้ำตาลไหม้
- 1.3) ไล่ซีม หมายถึง ไส้กลางของผลฉ่ำน้ำ ถ้าอาการรุนแรงจะลามไปถึงเนื้อทุเรียนได้
- 1.4) พุสมบูรณ์ หมายถึง ลักษณะของทุเรียนที่เป็นพูเต็มตลอดความยาวของผล

2) ด้านคุณภาพ

2.1) ผลทุเรียนทุกชั้นคุณภาพต้องเป็นไปตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้นคุณภาพและเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้

2.1.1) เป็นทุเรียนทั้งผลที่มีขั้วผล

2.1.2) ตรงตามพันธุ์

2.1.3) สด

2.1.4) สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้

2.1.5) ไม่มีรอยแตกที่เปลือก

2.1.6) ไม่มีศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอกของผลทุเรียน

2.1.7) ไม่มีร่องรอยความเสียหายเนื่องมาจากศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อ

คุณภาพของเนื้อทุเรียน

2.1.8) ไม่มีความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำ และ/หรืออุณหภูมิสูง

2.1.9) ไม่มีกลิ่นแปลกปลอม และ/หรือรสชาติที่ผิดปกติ

2.1.10) เมื่อผลทุเรียนสุก ไม่มีความผิดปกติของเนื้อ ได้แก่ แแกน เต่าเผา ไส้

ชิม ถ้ามีอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือรวมกันต้องไม่เกิน 5% ของส่วนที่บริโภคได้

2.2) ผลทุเรียนต้องแก่ได้ที่ขึ้นกับพันธุ์ ฤดูกาล และแหล่งที่ปลูก มีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุและการขนส่งอย่างระมัดระวัง เพื่อให้อยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง

3) การแบ่งชั้นคุณภาพ ผลทุเรียนตามมาตรฐานสินค้าเกษตรนี้ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพ ดังนี้

3.1) ชั้นพิเศษ (Extra Class) ผลทุเรียนในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดีที่สุดในนามสมบูรณ์ ต้องมีจำนวนพูสมบูรณ์ ไม่น้อยกว่า 4 พู ไม่มีความผิดปกติด้านรูปร่างและไม่มีตำหนิ ในกรณีที่มีความผิดปกติหรือตำหนิต้องมองเห็นได้ไม่ชัดเจน และไม่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอกคุณภาพของเนื้อทุเรียน คุณภาพระหว่างการเก็บรักษาและการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

3.2) ชั้นหนึ่ง (Class I) ผลทุเรียนในชั้นนี้ต้องมีคุณภาพดี อาจมีความผิดปกติหรือตำหนิได้เล็กน้อย ดังต่อไปนี้

3.2.1) ความผิดปกติเล็กน้อยด้านรูปร่าง โดยจำนวนพูสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 3 พู และพูไม่สมบูรณ์อีก 2 พูและไม่ทำให้รูปร่างผลทุเรียนเสียไป

3.2.2) ตำหนิเล็กน้อยซึ่งเกิดจากกระบวนการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวหรือการขนส่ง เช่น รอยแผลเป็นตื้น ๆ และหนามหักหรือซ้ำ โดยขนาดของตำหนิโดยรวมต้องไม่เกิน 10% ของพื้นที่ผิวของผลทุเรียน ความผิดปกติหรือตำหนิจะต้องไม่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อทุเรียน คุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ

3.3) ชั้นสอง (Class II) ผลทุเรียนในชั้นนี้รวมผลทุเรียนที่มีคุณภาพไม่เข้าขั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพตามข้อกำหนดขั้นต่ำที่กำหนดในข้อ 2. ผลทุเรียนในชั้นนี้มีความผิดปกติหรือตำหนิได้ดังต่อไปนี้

3.3.1) ความผิดปกติด้านรูปร่าง โดยจำนวนพูสมบูรณ์ไม่น้อยกว่า 2 พู และพู ไม่สมบูรณ์อีก 2 พู และไม่ทำให้รูปร่างทุเรียนเสียไป

3.3.2) ตำหนิเล็กน้อยซึ่งเกิดจากกระบวนการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวหรือการขนส่ง เช่น รอยแผลเป็นตื้น ๆ และหนามหักหรือซ้ำ โดยขนาดของตำหนิโดยรวมต้องไม่เกิน 10% ของพื้นที่ผิวของผลทุเรียน ความผิดปกติหรือตำหนิจะต้องไม่มีผลกระทบต่อลักษณะภายนอก คุณภาพของเนื้อทุเรียนคุณภาพระหว่างการเก็บรักษา และการจัดเรียงเสมอในภาชนะบรรจุ

4) ขนาด ผลทุเรียนที่เป็นพันธุ์ทางการค้าทั่วไปต้องมีน้ำหนักต่อผล ดังนี้

4.1) พันธุ์ชะนี ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4.5 กิโลกรัม

4.2) พันธุ์หมอนทอง ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 6 กิโลกรัม

4.3) พันธุ์ก้านยาว ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4 กิโลกรัม

4.4) พันธุ์กระดุมทอง ไม่น้อยกว่า 1.3 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4 กิโลกรัม

4.5) พันธุ์นวลทองจันทร์ ไม่น้อยกว่า 1.5 กิโลกรัม และไม่มากกว่า 4.5 กิโลกรัม

4.6) พันธุ์พวงมณี ไม่น้อยกว่า 1.0 กิโลกรัม

4.7) พันธุ์หลงลับแล ไม่น้อยกว่า 1.0 กิโลกรัม

4.8) พันธุ์อื่น ๆ ที่เป็นพันธุ์ทางการค้า ไม่น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม

5) การบรรจุ ภาชนะบรรจุต้องมีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ ไม่มีกลิ่นและสิ่งแปลกปลอม สามารถป้องกันความเสียหายที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของผลทุเรียนได้ วัสดุที่ใช้ภายในภาชนะบรรจุต้องสะอาด และมีคุณภาพ หากมีการใช้วัสดุโดยเฉพาะกระดาษหรือกระดาษที่พิมพ์ข้อมูลทางการค้าต้องใช้หมึกพิมพ์หรือกาวที่ไม่เป็นพิษ และผลทุเรียนที่บรรจุในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องมีการจัดเรียงสม่ำเสมอทั้งในเรื่องของพันธุ์ คุณภาพและขนาด กรณีที่มองเห็นผลทุเรียนจากภายนอกภาชนะบรรจุ ผลทุเรียนส่วนที่มองเห็นต้องเป็นตัวแทนของผลิตผลทั้งหมด

6) ฉลากและเครื่องหมาย

6.1) ผลผลิตที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดที่ภาษาบรรจูลูก สิ่งห่อหุ้ม สิ่งผูกมัด ป้ายสินค้าหรือบนผลผลิต โดยต้องมองเห็นได้ง่าย ชัดเจน ไม่หลุดลอก ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวง ดังต่อไปนี้

6.1.1) ชื่อผลผลิต ให้ระบุข้อความว่า “ทุเรียน” และ “ชื่อพันธุ์ทุเรียน”

6.1.2) น้ำหนักสุทธิ

6.1.3) ชั้นคุณภาพ

6.1.4) รหัสขนาด และ/ หรือขนาด

6.1.5) ข้อมูลผู้ผลิต และ/ หรือผู้นำเข้า และ/ หรือผู้จำหน่าย ให้ระบุชื่อและที่อยู่ของสถานที่ผลิต หรือแบ่งบรรจุ หรือจัดจำหน่าย ทั้งนี้อาจแสดงชื่อและที่อยู่สำนักงานใหญ่ของผู้ผลิต หรือแบ่งบรรจุก็ได้ กรณีที่นำเข้า ให้ระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้า

6.1.6) ข้อมูลแหล่งผลิต ให้ระบุประเทศผู้ผลิต ยกเว้นกรณีที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ

6.1.7) วันที่ผลิต และ/ หรือบรรจุ

6.1.8) ภาษา กรณีที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศต้องใช้ข้อความเป็นภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ กรณีที่ผลิตเพื่อการส่งออกให้แสดงข้อความเป็นภาษาต่างประเทศได้

6.2) ผลผลิตที่ไม่ได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องมีข้อความที่ระบุในเอกสารกำกับสินค้า ฉลาก หรือแสดงไว้ที่ภาษาบรรจูลูก โดยข้อความต้องมองเห็นได้ง่าย ชัดเจน ไม่หลุดลอก ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวง ดังต่อไปนี้

6.2.1) ชื่อผลผลิต ให้ระบุข้อความว่า “ทุเรียน” และ “ชื่อพันธุ์ทุเรียน”

6.2.2) น้ำหนักสุทธิ

6.2.3) ชั้นคุณภาพ

6.2.4) รหัสขนาด และ/ หรือขนาด

6.2.5) ข้อมูลผู้ผลิต และ/ หรือผู้นำเข้า และ/ หรือผู้จำหน่าย ให้ระบุชื่อและที่อยู่ของสถานที่ผลิต หรือแบ่งบรรจุ หรือจัดจำหน่าย ทั้งนี้อาจแสดงชื่อและที่อยู่สำนักงานใหญ่ของผู้ผลิต หรือแบ่งบรรจุก็ได้ กรณีที่นำเข้า ให้ระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้า

6.2.6) ข้อมูลแหล่งผลิต ให้ระบุประเทศผู้ผลิต ยกเว้นผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ

6.2.7) วันที่ผลิต และ/ หรือบรรจุ

6.2.8) ภาษา กรณีที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศต้องใช้ข้อความเป็นภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ กรณีที่ผลิตเพื่อการส่งออกให้แสดงข้อความเป็นภาษาต่างประเทศได้

6.3) เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร การใช้เครื่องหมายรับรอง ให้เป็นไปตามกฎกระทรวง เรื่อง กำหนดลักษณะของเครื่องหมาย การใช้เครื่องหมายและการแสดงเครื่องหมายรับรองมาตรฐานกับสินค้าเกษตร พ.ศ. 2553 และประกาศสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติที่เกี่ยวข้อง

7) สารปนเปื้อน ชนิดและปริมาณสารปนเปื้อนในผลทุเรียนให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประกาศโดยกระทรวงค้ำสุข เรื่อง มาตรฐานอาหารที่มีสารปนเปื้อน

8) สารพิษตกค้าง ชนิดและปริมาณสารพิษตกค้างในผลทุเรียนให้เป็นไปตามข้อกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประกาศโดยกระทรวงค้ำสุข เรื่อง อาหารที่มีสารพิษตกค้าง และ มกษ. 9002 มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง: ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด และ มกษ. 9003 มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง สารพิษตกค้าง: ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

9) สุขลักษณะ ผลทุเรียนต้องผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกสุขลักษณะ โดยมีการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ที่เกี่ยวข้อง และ มกษ. 9035 มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด หรือมาตรฐานอื่นที่เทียบเท่า

2.2.3 มาตรฐานการผลิต GAP

กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2556, น. 18-20) GAP ย่อมาจากคำว่า “Good Agricultural Practice” ซึ่งทางกรมวิชาการเกษตรได้ให้ความหมายว่า “เกษตรดีที่เหมาะสม” เป็นระบบการจัดการกระบวนการผลิตทางการเกษตร เพื่อให้ได้ผลิตผลที่มีคุณภาพ ปราศจากศัตรูพืช และจุลินทรีย์ ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ผลผลิตสูงคุ้มค่าต่อการลงทุน ขบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค มีการใช้ทรัพยากรที่เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืนทางการเกษตรและไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภคในประเทศไทย การตรวจประเมิน และรับรอง

ระบบการจัดการโดยกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ถือเป็นหนึ่งในมาตรฐานการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งหากเกษตรกรที่ทำการเกษตรไม่ได้รับรองมาตรฐานการผลิต GAP ก็จะไม่สามารถส่งออกผลผลิตได้ ทำให้ราคาสินค้าถูกกว่าผลผลิตที่สามารถส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยปัจจัยที่ใช้ในการตรวจประเมินแปลงผลิตของเกษตรกรเพื่อให้ได้ตามระบบการจัดการคุณภาพพืช “เกษตรดีที่เหมาะสม” (GAP) มีการตรวจสอบอย่างน้อย 8 ปัจจัย คือ 1) แหล่งน้ำ 2) พื้นที่ปลูก 3) การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร 4) การเก็บรักษาและขนย้ายผลผลิตภายในแปลง 5) การบันทึกข้อมูล 6) การผลิตให้ปลอดภัยจากศัตรูพืช 7) การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ และ 8) การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว

ระเบียบปฏิบัติ GAP (Good Agricultural Practice) ระบบการผลิตทุเรียนระดับเกษตรกร
ระบบการจัดการคุณภาพ: GAP ทุเรียน ของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

1. ขอบข่าย ระเบียบปฏิบัติฉบับนี้ ครอบคลุมระบบการผลิตทุเรียนในทุกขั้นตอนการผลิตที่ดำเนินการในระดับเกษตรกร เพื่อให้ได้ผลิตผลทุเรียนที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่พึงพอใจของคู่ค้าและผู้บริโภค

2. ข้อกำหนด เกณฑ์ที่กำหนดและวิธีการตรวจประเมินว่าเป็นไปตามระบบการผลิตทุเรียนให้เป็นไปตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

ข้อกำหนด เกณฑ์ที่กำหนดและวิธีการตรวจประเมิน

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
1. แหล่งน้ำ	น้ำที่ใช้ต้องได้จากแหล่งที่ไม่มีสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อน จุลินทรีย์ สารเคมี และโลหะหนัก	ตรวจพินิจสภาพแวดล้อมหากอยู่ในสถานะเสี่ยงให้ตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำ 1. แหล่งน้ำไม่อยู่ใกล้ หรือไหลผ่านชุมชนหรือคอกสัตว์ หรือโรงเก็บสารเคมี หรือสถานที่ผสมสารเคมีสำหรับพ่นในสวน หรือโรงงานอุตสาหกรรม

(ต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
		<p>2. ไม่เป็นน้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือกิจกรรมอื่น ๆ หากจำเป็นต้องใช้ ต้องมีหลักฐานประกอบว่าได้ผ่านการบำบัดน้ำเสียมาแล้วตามมาตรฐาน</p> <p>3. หากเป็นแหล่งน้ำที่จัดทำขึ้นใหม่ บริเวณที่เป็นแหล่งน้ำนั้น ต้องไม่มีประวัติเคยเป็นโรงพยาบาล หรือคอกสัตว์ หรือโรงงานอุตสาหกรรมมาก่อน</p> <p>4. ใช้แผนภูมิ 1 และ 2 Decision tree ความเสี่ยงในการปนเปื้อนจุลินทรีย์ในน้ำ ใช้ในระหว่างกระบวนการผลิต และน้ำใช้ในการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว และเอกสารสนับสนุน การประเมินความเสี่ยงเนื่องจากการปนเปื้อนประกอบการตัดสินใจ</p>
2. พื้นที่ปลูก	<p>ต้องเป็นพื้นที่ที่ไม่มีความเสี่ยง เนื่องจากสารเคมี จุลินทรีย์ และโลหะหนัก ที่จะทำให้เกิดการตกค้างหรือปนเปื้อนในผลิตผล</p>	<p>ตรวจพินิจสภาพแวดล้อมหากอยู่ในสถานะเสี่ยงให้ตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพดิน</p> <p>1. พื้นที่ปลูก ต้องไม่มีประวัติเคยเป็นโรงพยาบาลหรือโรงงานอุตสาหกรรมหรือคอกสัตว์ หรือโรงเก็บสารเคมีหรือสถานที่ทิ้งขยะมาก่อน</p> <p>2. ต้องไม่ใช่พื้นที่ที่มีการตรวจพบสารป้องกันกำจัดศัตรูพืชกลุ่มออร์แกโนคลอรีน (OC) และ/ หรือกลุ่มออร์แกโนฟอสเฟต (OP) ในดิน หรือในผลิตผลมาก่อน</p>

(ต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
		<p>3. ใช้แผนภูมิ 3 Decision tree ความเสี่ยง เนื่องจากสารพิษตกค้างในดินประกอบการตัดสินใจ</p> <p>4. ปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ที่ใช้ทางดินไม่มีธาตุโลหะหนัก ปนเปื้อนอยู่ เช่น แคดเมียม ตะกั่ว และปรอท เป็นต้น</p> <p>5. มีการนำส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่ไม่ได้ผ่านการหมัก (Compost) หรือบ่ม (Aging) มาใช้เป็นปุ๋ย ใช้แผนภูมิ 4. Decision tree ความเสี่ยงในการปนเปื้อนจุลินทรีย์ เนื่องจากปุ๋ยและสารเสริมประสิทธิภาพ ปุ๋ยและเอกสารสนับสนุนการประเมิน ความเสี่ยงเนื่องจากการปนเปื้อนประกอบการตัดสินใจ</p>
3. การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร	<p>1. สถานที่เก็บรักษาต้องสะอาด มีอากาศถ่ายเทได้ดีสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากวัตถุแปลกปลอมวัตถุอันตรายและสัตว์พาหะนำโรค</p> <p>2. อุปกรณ์และพาหะในการขนย้ายต้องสะอาดปราศจากการปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค</p> <p>3. ต้องขนย้ายผลผลิตอย่างระมัดระวัง มิให้เกิดรอยขีด</p>	<p>ตรวจพินิจสถานที่อุปกรณ์ภาชนะบรรจุ ขั้นตอน และวิธีการขนย้ายผลผลิต</p>
4. การบันทึกข้อมูล	<p>1. ต้องบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้วัตถุอันตราย</p> <p>2. ต้องบันทึกข้อมูลการสำรวจศัตรูพืชและการป้องกันกำจัด</p> <p>3. ต้องบันทึกแหล่งที่มาของปัจจัยการผลิต</p> <p>4. ต้องบันทึกการจัดการให้ได้คุณภาพ</p>	<p>ตรวจบันทึกข้อมูลของเกษตรกร ตามแบบบันทึกข้อมูล</p>

(ต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
5. ผลิตผลผิวสวยปลอดจากศัตรูพืช	<p>สำรวจการเข้าทำลายของศัตรูทุเรียนเพื่อป้องกันกำจัดศัตรูพืชไม่ให้เกินค่ากำหนด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพี้ยไ้แก่แจ้: ใบอ่อนถูกทำลายเกิน 20-30% ของยอดทั้งหมด 2. เพลี้ยจักจั่นฝอย: ใบอ่อนถูกทำลายเกิน 20-30% ของยอดทั้งหมด 3. หนอนกินใบ: ใบถูกทำลายเกิน 30% ของพื้นที่ทั้งต้น 4. ไรแดง: ใบอ่อนถูกทำลายมากกว่า 20-30% ของยอดทั้งหมด 5. หนอนด้วงหนวดยาว: เกินค่าควบคุมเจาะลำต้นทุเรียน 6. เพลี้ยไฟ: พบ 5 ตัว/ ช่อดอก 7. หนอนกินดอก: ดอกเสียหายไม่เกิน 20% ของดอกทั้งหมด 8. หนอนกินขั้วผล: 10% ของผลทั้งหมด 9. หนอนเจาะเมล็ด: พบ 1 ตัว/กับดักแสงไฟ 10. เพลี้ยแป้: ทำลาย 10% ของผลทั้งหมด 11. หนอนเจาะขั้วผล: เจาะผล เสียหาย 10% ของผลทั้งหมด 12. ไรใบไหม้: ใบเสียหาย 10% ของพื้นที่ใบทั้งต้น 13. ไรใบติด: ใบเสียหาย 10% ของพื้นที่ใบทั้งต้น 14. ไรเชื้อราไฟทอปธอรา: ใบเสียหาย 10% ของพื้นที่ใบ ทั้งต้น 15. ไรครากเน่าโคนเน่า: เสียหาย 10% ของพื้นที่ผิวลำต้นและราก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตรวจพินิจผลผลิตที่มีร่องรอยถูกทำลายจากศัตรูพืชของทุเรียน 2. ตรวจสอบทึ่กข้อมูลการสำรวจศัตรูทุเรียนและการป้องกันกำจัด 3. ตรวจพินิจผลการตัดแยก

(ต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
	16. โรคเกิดที่ลำต้น/ กิ่ง: พบเสียหาย 10% ของกิ่งทั้งหมด	
	17. โรคราสีชมพู: พบอาการ 5% ของกิ่งทั้งหมด	
	18. โรคแอนแทรคโนส: ดอกถูกทำลายมากกว่าหรือเท่ากับ 20% ของดอกทั้งหมด	
	19. โรคผลเน่า: พบ 1 ผล	
6. การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพ	การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพ	ตรวจบันทึกตามแผนควบคุมการผลิต
7. การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	<p>1. เก็บเกี่ยวทุเรียนในระยะที่แก่ได้ที่ของแต่ ละพันธุ์</p> <p>2. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว ภาชนะบรรจุ และวิธีการเก็บเกี่ยวจะต้องไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคุณภาพและปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อการบริโภค</p> <p>3. คัดแยกผลที่มีอายุอ่อนเกินไปแยกไว้ต่างหาก คัดแยกทุเรียนที่เสียหายจากการเก็บเกี่ยวหรือมีตำหนิจากการเข้าทำลายของศัตรูพืช หรือมีศัตรูพืชติดมาด้วย หรือที่ไม่ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาดแยกไว้ต่างหาก</p> <p>4. สถานที่เก็บรักษาต้องสะอาด มีอากาศถ่ายเทได้ดี สามารถป้องกันการปนเปื้อนจากวัตถุแปลกปลอม วัตถุอันตราย และสัตว์พาหะนำโรค</p> <p>5. อุปกรณ์และพาหะในการขนย้ายต้องสะอาดปราศจากการปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค</p> <p>6. ต้องขนย้ายผลผลิตอย่างระมัดระวัง มิให้เกิดรอยช้ำ</p>	<p>1. ตรวจพินิจอุปกรณ์ ภาชนะบรรจุ และวิธีการเก็บเกี่ยว</p> <p>2. ตรวจพินิจผลผลิตหลังเก็บเกี่ยว และผล การคัดแยก</p> <p>3. ตรวจพินิจสถานที่ อุปกรณ์ ภาชนะบรรจุ ขึ้นตอน และวิธีการขนย้ายผลผลิต</p>

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการตลาด

2.3.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้

Philip (2012, p. 16) ให้ความหมายของการตลาดว่าเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่ดำเนินไปเพื่อ กำกับให้มีการตอบสนองความพอใจและความต้องการต่าง ๆ โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน

พนา ทองมีอาคม (2550) ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการตลาด ซึ่งครอบคลุมหลักการ บริหารธุรกิจว่า การตลาด คือ การสร้างความพึงพอใจหรือบำบัดความต้องการของบุคคลโดยการซื้อ แลกเปลี่ยน ซึ่งที่การซื้อขายแลกเปลี่ยน และความพึงพอใจที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากการวางแผนงาน และการ ปฏิบัติตามแผนงาน ในแต่ละองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การวางรูปแบบผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การทำส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ทั้ง 4 ลักษณะนี้ สามารถเรียกว่า ส่วนประสม การตลาด (Marketing Mix คือ 4P's) ได้แก่

1. ส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Mix)
2. ส่วนประสมทางด้านราคา (Price Mix)
3. ส่วนประสมทางด้านสถานที่จำหน่าย (Place Mix)
4. ส่วนประสมทางการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 53) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาความหมายส่วนประสมทางการตลาดผู้วิจัยได้สรุปว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความ ต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.3.2 องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, น. 23) ได้กล่าวว่า ในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าต้อง คำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ หรือ 4Ps ในการตอบสนองความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้า 4 ประการ (4Cs) ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)	=>	ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs and Wants)
ราคา (Price)	=>	ต้นทุน (Cost to Customer)
ช่องทางการจำหน่าย (Place)	=>	ความสะดวก (Convenience)
การส่งเสริมตลาด (Promotion)	=>	การสื่อสาร (Communication)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ตัวแปรสำคัญ 4 ประการคือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยการสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ และความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) 2) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) 3) ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ (Product Component) 4) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) 6) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึงมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน อันเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง ปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าผลิตภัณฑ์ว่าสูงหรือเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น 2) ต้นทุนผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขันในตลาด 4) ปัจจัยอื่น ๆ เช่น กลยุทธ์การตั้งราคาของคู่แข่ง สภาพเศรษฐกิจ นโยบายของธุรกิจ เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด โดยสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เป้าหมายก็คือสถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง สามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของการจัดจำหน่ายออก เป็น 2 ส่วนดังนี้ 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางผลิตภัณฑ์ หรือ

กรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด โดยเริ่มต้นจากแหล่งผลิตฝ่ายผู้ขายไปสู่ผู้ซื้อ ดังนั้นในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทาง อุตสาหกรรม

2) การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วย การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาและการคลังสินค้า (Storage and Warehousing) และการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management) 3) การแข่งขันในตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายโดยตรง (Personal Selling) หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Nonpersonal Selling) การส่งเสริมการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประการใหญ่ ๆ ดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ บุคคล หรือองค์การ โดยสร้างสรรค์งานโฆษณาและโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สื่อเคลื่อนที่ต่าง ๆ และป้ายโฆษณา เป็นต้น โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อในรูปแบบของผู้อุปถัมภ์ (Sponsor)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล ซึ่งมีงานที่เกี่ยวข้องดังนี้ 1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย 2) การบริหารทีมขาย (Sales force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการกระตุ้นให้เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการขาย โดยใช้พนักงานขาย โดยการส่งเสริมการขายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ 1) การส่งเสริมการขายมุ่งที่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) 2) การส่งเสริมการขายมุ่งที่คนกลาง (Trade Promotion) 3) การส่งเสริมการขายมุ่งที่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และบริษัทโดยผ่านสื่อ ซึ่งการให้ข่าวมีลักษณะที่แตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ 1) การให้ข่าวเป็นการให้ข้อมูลความจริงหรือแก้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์การ โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อแต่อย่างใด 2) การประชาสัมพันธ์ เป็นการวางแผนในการให้ข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือองค์การ การประชาสัมพันธ์อาจต้องมีค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 80-81) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งผู้วางแผนทางการตลาดต้องเลือกใช้เป็นเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุม หรือพัฒนาได้ 4P's เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาด แต่ละคนจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ 1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) 2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น 3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น 5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. การกำหนดราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price)

ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง 1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขัน 4) ปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อ สื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งแข่งขันโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Create Strategy) และ ยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising Tactics) 2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) 2) การบริหารหน่วยงานขาย (Sales Force Management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ 1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) 2) การกระตุ้นคน

กลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) 3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales Force Promotion)

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมาย ดังนี้ 1) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ 2) ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising) มีความหมายต่างกันดังนี้ (1) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก 2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา (3) การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ประกอบด้วย 1) การขายทางโทรศัพท์ 2) การขายโดยใช้จดหมายตรง 3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก 4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยู หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค หรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct Channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ 1) การขนส่ง 2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า 3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่าส่วนประสมของปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการนี้ จะมุ่งเข้าสู่จุดมุ่งหมายเดียวกันคือ เป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริหารการตลาดจะต้องจัดความสมดุลเหมาะสมขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด การขาดความสมดุลขององค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่งคือ สาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารงานกิจการ

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการค้าระหว่างประเทศ

Daniels and Lee (1994, p. 14, อ้างถึงใน กัตถัญญ หิรัญญสมบุรณ์, 2547, น. 35) ได้ให้ความหมายปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ จำแนกได้เป็น 4 ปัจจัยหลักดังต่อไปนี้

2.4.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

สถานภาพทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงในการทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ประกอบด้วย

2.4.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของตลาดประเทศคู่ค้า อาทิเช่น ขนาดของตลาด การกระจายของประชากรระดับรายได้ รายได้ต่อหัว เพื่อทราบถึงศักยภาพและอำนาจซื้อของตลาดต่างประเทศ

2.4.1.2 ดุลการชำระเงิน เป็นดัชนีบ่งชี้ความอุดมสมบูรณ์ทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ภาวะการณ์ เกินดุลหรือขาดดุลที่เกิดขึ้นติดต่อกันนาน ๆ ย่อมเป็นผลเสียต่อประเทศทั้งสิ้น ในกรณีของการเกินดุลแม้จะบ่งชี้ให้เห็นว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจของประเทศดีกว่าประเทศคู่ค้า แต่ถ้าเกิดติดต่อกันเป็นเวลานาน โดยปราศจากมาตรการทางเศรษฐกิจเพื่อรองรับที่เหมาะสมอาจทำให้เกิดปัญหา คือ ภาวะเงินเฟ้อ ประชาชนใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ราคาสินค้าสูงขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตามผลจากการขาดดุลเป็นเวลานานจะทำให้เกิดความเสียหายที่รุนแรง สืบเนื่องจากการที่ทุนสำรองระหว่างประเทศลดลง ทำให้ปริมาณเงินหมุนเวียนภายในประเทศลดลงส่งผลกระทบต่อการทำงานของแรงงานและปัญหาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ตามมา เช่น การจ้างงานที่สูงขึ้น ภาวะเงินฝืด ประชากรมีรายได้น้อยลงและใช้จ่ายลดลง เป็นต้น และเป็นเหตุให้ประเทศต้องทำการลดค่าเงิน (Devaluation) ในที่สุด ดังนั้นดุลการชำระเงินจึงเป็นดัชนีที่มีประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกประเทศเป้าหมายที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจ

2.4.1.3 มาตรการควบคุมการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลประเทศคู่ค้า การใช้มาตรการควบคุม การค้ำประกันเป้าหมายเศรษฐกิจคือ เพื่อก่อให้เกิดรายได้โดยการใช้จ่ายมาตรการทางด้านภาษี การกำหนดปริมาณนำเข้าและการควบคุมการเคลื่อนย้ายของเงินทุน ซึ่งหากมีมากก็อาจกีดกันการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศอย่างมาก

2.4.2 ปัจจัยทางการเมือง

ในปัจจุบันปัจจัยทางการเมืองได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจระหว่างประเทศทั้งโดยตรงและทางอ้อม ปัจจัยทางการเมืองที่เข้ามาเกี่ยวข้องนั้นเกิดจากการดำเนินนโยบายของแต่ละประเทศที่เข้ามาแทรกแซงระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศของตน ตัวแปรต่าง ๆ ของปัจจัยทางการเมือง อาทิเช่น

2.4.2.1 ฐานคติทางการเมือง แนวคิดที่แตกต่างกันย่อมส่งผลการทำธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ บางประเทศมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองแบบประชาธิปไตย (Democracy) ในขณะที่บางประเทศมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองแบบสังคมนิยม (Socialism) รัฐบาลก็จะเข้ามามีส่วนในการตัดสินใจในเรื่องธุรกิจระหว่างประเทศด้วย

2.4.2.2 ความมั่นคงทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการลงทุน ดัชนีที่วัดระดับความมั่นคงทางการเมืองมีหลายตัว เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบการปกครอง การเกิดวิกฤตการณ์ความขัดแย้งของชนกลุ่มต่าง ๆ เสถียรภาพของรัฐบาล เป็นต้น ดัชนีเหล่านี้ผู้บริหารบริษัทข้ามชาติควรจะนำมาพิจารณาอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจเลือกทำธุรกิจการค้ากับประเทศนั้น ๆ

2.4.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ประเทศคู่ค้าอาจจะเป็นสมาชิกในกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป กลุ่มอาเซียน เป็นต้น เนื่องจากประเทศที่เป็นสมาชิกของกลุ่มการค้าดังกล่าวจะได้รับสิทธิพิเศษบางประการด้านการค้า เช่น สิทธิพิเศษทางด้านภาษี หรือมีข้อตกลงพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่ม ทำให้บริษัทธุรกิจระหว่างประเทศที่อยู่นอกกลุ่มเสียเปรียบในเชิงการแข่งขัน

2.4.3 ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

ประเทศคู่ค้าแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับประเทศหนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกประเทศหนึ่ง ดังนั้นการขาดความเข้าใจในเรื่องวัฒนธรรมย่อมก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารงาน การจัดองค์กร หรือทางด้านสังคม ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของบริษัทข้ามชาติ ปัจจัยสำคัญทางด้านสังคม และวัฒนธรรมประกอบไปด้วย

2.4.3.1 ศาสนา บางศาสนามีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภค เช่น กฎข้อห้ามของศาสนาอิสลาม ซึ่งข้อห้ามบางอย่างอาจเป็นอุปสรรคต่อสินค้าบางประเภท และในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าประเภทอื่น บางประเทศมีข้อบังคับจำกัดบทบาทและสิทธิสตรีทำให้สินค้าบางประเภทสูญเสียตลาดส่วนนี้ไป

2.4.3.2 ภาษา ในแต่ละประเทศจะบ่งบอกถึงวัฒนธรรมบางประเทศที่มีภาษาที่ใช้มากกว่าหนึ่งภาษาจะเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งความแตกต่างของภาษาต่าง ๆ มักจะนำไปสู่ปัญหาทางด้านสังคมและการติดต่อ สื่อสาร เช่น การบันทึกข้อมูลทางการเงิน กฎหมายของแต่ละประเทศมักกำหนดให้ใช้ภาษาท้องถิ่น แต่ละสำนักงานใหญ่หรือบริษัทแม่ต้องการให้รายงานในภาษาของประเทศที่สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ซึ่งทำให้อาจเกิดความสับสนในการแปลความได้

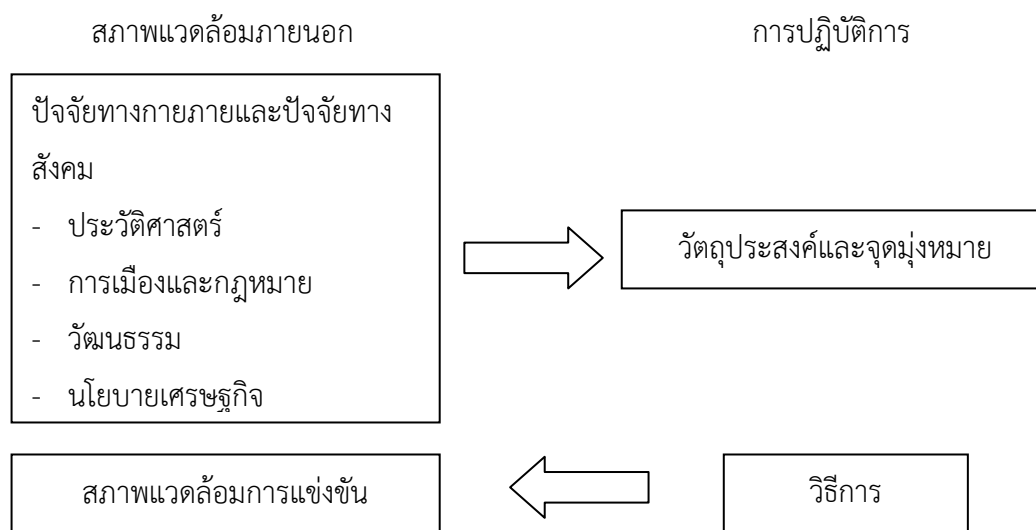
2.4.3.3 การศึกษา เป็นตัวแปรสำคัญสำหรับการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อความทางด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคในประเทศนั้น แนวทางของการโฆษณา ตลอดจนเนื้อหาบนฉลากของผลิตภัณฑ์ อาจจะต้องดัดแปลงแก้ไขจากที่มีอยู่เดิม สินค้าที่มีความซับซ้อนหรือจำเป็นต้องมีทักษะในการใช้งาน อาจจะต้องดัดแปลงให้เข้ากับระดับทักษะและการศึกษาของผู้บริโภคในตลาดนั้น

2.4.4 ปัจจัยด้านกฎหมาย

ในแต่ละประเทศที่บริษัทข้ามชาติดำเนินกิจการอยู่จะมีระบบกฎหมายเป็นของตนเอง สิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศหนึ่งอาจผิดกฎหมายในอีกประเทศหนึ่งก็ได้ เช่น ประเทศที่กฎหมายอิสลามห้ามขายสินค้าเกี่ยวกับเหล้า ดังนั้นการดำเนินกิจการของบริษัทข้ามชาติภายใต้กฎหมายที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศจึงเป็นเรื่องยุ่งยาก

สภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่สำคัญ ได้แก่ ภาษีอากร บางประเทศอาจเรียกเก็บภาษีพิเศษสำหรับกิจการข้ามชาติ ในกรณีที่ไม่ได้ทำสัญญาตกลงเรื่องภาษีซับซ้อน อาจมีการเก็บภาษีซ้อนได้นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศเกี่ยวกับเรื่องชนิดของภาษี ฐานภาษี อัตราภาษี ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องศึกษาอย่างระมัดระวังในเรื่องภาษีของประเทศต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาระบบ การวางแผนทางด้านภาษีและการวางหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ ในแง่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี เนื่องจากวิธีการบัญชีไม่เหมือนกัน กฎหมายที่ใช้บังคับไม่เหมือนกัน ความต้องการงบการเงินไม่เหมือนกัน ตลอดจนแบบฟอร์มเอกสารบัญชีที่ต้องเปิดเผยไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้บริหารบริษัทข้ามชาติจึงต้องวางระบบข้อมูลให้สอดคล้องกับเกณฑ์ของประเทศต่าง ๆ นอกเหนือจากต้องวางระบบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการวางแผนและการตัดสินใจแล้ว

Daniels and Lee (1994, p. 14, อ้างถึงใน กัตัญญู หิรัญสมบุญ, 2547, น. 35) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมธุรกิจออกเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน โดยสภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ปัจจัยทางกายภาพ เช่น ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศคู่ค้า ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น นโยบายเศรษฐกิจ กฎหมาย และวัฒนธรรมของประเทศคู่ค้า และปัจจัยทางการแข่งขัน เช่น จำนวนผู้ส่งวัตถุดิบ จำนวนลูกค้า และบริษัทคู่แข่ง ส่วนสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ วิธีการปฏิบัติงานของแต่ละบริษัท ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมาย ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 สภภาพแวดล้อมของธุรกิจ ปรับปรุงจาก การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (น.35), โดย กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์, 2547, กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัล พับลิเคชัน จำกัด.

ปัจจัยทางด้านกายภาพ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประวัติศาสตร์ ได้แก่ การศึกษาถึงความสัมพันธ์ในอดีตระหว่างประเทศ และทัศนคติของประชาชนต่อธุรกิจและรัฐบาล ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเข้าใจหน้าที่ทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศในปัจจุบันดียิ่งขึ้น
2. การเมือง ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและรัฐบาล ซึ่งจะอธิบายว่าทั้งสองด้านทำปฏิกริยาต่อกันและกันอย่างไร และตอบสนองอย่างไรเมื่อเผชิญความขัดแย้ง ผู้นำทางการเมืองในแต่ละประเทศควบคุมการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศว่าจะเป็นไปในรูปแบบใดในประเทศนั้น ๆ ข้อโต้แย้งทางการเมืองส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง สามารถทำลายการค้าและการลงทุนแม้เพียงความขัดแย้งในท้องถิ่นก็สามารถทำให้เกิดผลกระทบที่ไกลออกไปได้
3. กฎหมาย เป็นส่วนชี้นำผู้จัดการธุรกิจระหว่างประเทศว่าบริษัทควรทำอย่างไร ซึ่งกฎหมายภายในประเทศ รวมถึงข้อบังคับทั้งในประเทศเจ้าบ้านและประเทศผู้ลงทุนในด้านต่าง ๆ เช่น ภาษี การจ้างงาน และอัตราแลกเปลี่ยน กฎหมายระหว่างประเทศ
4. มานุษยวิทยา สังคมวิทยา และจิตวิทยา ได้แก่ การศึกษาด้านค่านิยมทางสังคม ทัศนคติ ความเชื่อเพื่อเข้าใจถึงสังคม การพัฒนาจิตใจ พฤติกรรม และกิจกรรมด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลด้านการเจาะตลาดและการบริหารงานของธุรกิจระหว่างประเทศ

5. เศรษฐกิจ ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการของแต่ละประเทศ การหมุนเวียนของเงินทุน รวมถึงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในด้านธุรกิจอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตาของประเทศคู่ค้า นอกจากนี้ควรเข้าใจว่าทำไม ที่ไหน และเมื่อไหร่ที่ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ถูกกว่าอีกประเทศ และยังสามารถคาดการณ์ได้ว่าผลกระทบทางการเมืองที่มีผลต่อเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมในประเทศมีมากน้อยเพียงใด

6. ลักษณะทางภูมิศาสตร์ และภูมิอากาศ รวมทั้งการกระจายตัวของประชากร โดยลักษณะทางภูมิศาสตร์สามารถเป็นอุปสรรคทางด้านธุรกิจ เช่น ภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูง ทะเลทราย ป่าดงดิบ ที่ส่งผลต่อการติดต่อสื่อสาร ช่องทางการขนส่ง อีกทั้งสภาพภูมิอากาศที่มีความแตกต่างอาจส่งผลให้เกิดอันตรายต่อการลงทุนได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ยังส่งผลถึงผู้จัดส่งวัตถุดิบและสินค้าเกษตร นอกจากนี้การกระจายตัวของจำนวนประชากรยังส่งผลต่อกิจกรรมของมนุษย์ที่มีผลต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

ปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางด้านสังคมส่งผลต่อการดำเนินงานและการตัดสินใจที่กระทำแต่ละประเภทธุรกิจ ซึ่งการทำงานในทุกหน้าที่ทางธุรกิจได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในประเทศ การตัดสินใจได้รับอิทธิพลจากความคล้ายคลึงและความแตกต่างของสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ โดยมีรายละเอียดด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และวัฒนธรรมที่ธุรกิจต้องเผชิญ

1.1 คุณสมบัติด้านกายภาพ ได้แก่ การศึกษาถึงความแตกต่างด้านกายภาพระหว่างสังคมและอธิบายถึงผลกระทบที่มีผลต่อสุขภาพ ได้แก่ ลักษณะท่าทาง ขนาด อุบิสัยในอุดมคติ การกระจายตัวทางอายุ

1.2 วัฒนธรรม กล่าวถึง ความแตกต่างด้านภาษา ศาสนา ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นทั่วโลก

1.3 วิถีพฤติกรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจ ได้แก่ การรวมกลุ่มด้านต่าง ๆ ของประชากร บทบาททางสังคม ความสำคัญด้านความแตกต่างในกลุ่ม ปัจจัยเรื่องเพศ ความไม่เสมอภาค ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านครอบครัว การให้ความสำคัญกับงาน ความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความไว้วางใจ ความเชื่อในเหตุการณ์ ความเห็นของตนและของกลุ่ม การสื่อสารด้านภาษาพูด ภาษาท่าทาง การรับรู้และกระบวนการสื่อสาร การประเมินข่าวสาร

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศควรที่จะศึกษาปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยทางด้านสังคมที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน และการตัดสินใจที่กระทำธุรกิจแต่ละประเภท ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัญหา และการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะสามารถประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้

2. สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมายที่ธุรกิจต้องเผชิญ

2.1 การเมือง ได้แก่ ความแตกต่างด้านการเมืองการปกครอง โดยแบ่งประเทศต่าง ๆ เป็น 3 กลุ่มการปกครอง โดยประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มมีความเสรีบางส่วน มีอิสระบางส่วน (Partly Free) และประเทศสหภาพมาอยู่ในกลุ่มไม่มีความเสรี ไม่มีอิสระ (Not Free)

2.2 อิทธิพลของรัฐบาลต่อการค้า ได้แก่ การพิจารณาจากปัจจัยดังนี้ การว่างงาน ข้อโต้แย้งด้านอุตสาหกรรม การกระจายรายได้ การสนับสนุนด้านธุรกิจ การทดแทนการนำเข้าและการสนับสนุนการส่งออก การควบคุมเวลา-การทุ่มตลาด ความสัมพันธ์ทางการค้าและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การใช้งบประมาณแผ่นดินของรัฐบาล การแทรกแซงกีดกันด้านการค้าโดยใช้ภาษีและไม่ใช้กำแพงภาษี

2.3 กฎหมาย ได้แก่ การทำความเข้าใจด้านชนิดของระบบกฎหมาย การปฏิบัติตามกฎหมาย

3. สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การพิจารณาปัจจัยด้านระบบทางเศรษฐกิจ Market Economy, Centrally Planned Economy, Mixed Economy ระดับ GNP GDP ระดับคุณภาพชีวิต กำลังซื้อ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความอดอยาก อัตราเงินเฟ้อ งบประมาณ Balance of Payment หนี้สินของประเทศ

Czislota, Ronlaine and Moffet (1994, p. 236, อ้างถึงใน กัตัญญู ทิรัญญสมบุรณ์, 2547, น. 35) กล่าวถึง การทำธุรกิจระหว่างประเทศว่าควรมีความเข้าใจในด้านสภาพแวดล้อมทางการเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรมระหว่างประเทศ โดยควรให้ความสนใจในปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Politics and Laws) ได้แก่ ปัจจัยด้านข้อห้ามและขออนุญาตทางการค้า การควบคุมด้านการส่งออก สงครามและความปลอดภัยภายในประเทศ การคว่ำบาตรทางการค้า

2. ความท้าทายทางด้านวัฒนธรรม (The Cultural Challenge) ส่วนประกอบของวัฒนธรรม ได้แก่ ภาษาทั้งภาษาพูดและภาษากาย ศาสนา ค่านิยมและทัศนคติ วิธีการกระทำและธรรมเนียมปฏิบัติ ส่วนประกอบที่เป็นปัจจัยสำคัญ เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ระบบการเงิน และการตลาด ความสุนทรีย์ การศึกษา สถาบันทางสังคม

Ball and McCulloch (1993, p. 192, อ้างถึงใน กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2547, น. 35) ได้กล่าวถึง สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมดังต่อไปนี้

1. คู่แข่งขัน เช่น ประเภทและจำนวนคู่แข่ง ที่ตั้งและกิจกรรม เป็นต้น
2. ช่องทางการกระจายสินค้าตัวแทนในการกระจายสินค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
3. เศรษฐกิจ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดำรงธุรกิจของกิจการ เช่น GNP ค่าแรงขั้นต่ำ ดัชนีการบริโภคต่อหัว เป็นต้น
4. เศรษฐศาสตร์ สังคม ลักษณะและการกระจายตัวของประชากร
5. การเงิน ตัวแปร เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ และภาษี เป็นต้น
6. กฎหมาย ทั้งกฎหมายในประเทศและต่างประเทศ
7. ลักษณะทางกายภาพ ส่วนประกอบทางธรรมชาติ เช่น ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น
8. การเมือง องค์ประกอบทางแนวคิดด้านการเมืองภายในประเทศ เช่น ความรักชาติ รูปแบบรัฐบาลและองค์การระหว่างประเทศ เป็นต้น
9. วัฒนธรรมสังคม ส่วนประกอบทางวัฒนธรรม เช่น ทัศนคติ ความเชื่อ และความคิดเห็น เป็นต้น
10. แรงงาน งานศิลปะ ทักษะ และทัศนคติของแรงงาน
11. เทคโนโลยี ทักษะด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนวัตถุดิบเป็นสินค้า

จากปัจจัยที่มีผลต่อการค้าระหว่างประเทศสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลักดังนี้ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเมือง และกฎหมาย ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านกายภาพ

2.5 ความรู้เกี่ยวกับทุเรียน

2.5.1 ลักษณะทั่วไป

ทุเรียนเป็นไม้ผลยืนต้นขนาดใหญ่ เจริญเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีในเขตที่มีสภาพอากาศร้อนชื้น อุณหภูมิที่เหมาะสมประมาณ 10-46 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนไม่น้อยกว่า 2,000 มิลลิเมตรต่อปี การกระจายตัวของฝนดี ความชื้นสัมพัทธ์ของอากาศสูงประมาณ 75-85 % ดินมีค่าความเป็นกรดเป็นด่าง (pH) ประมาณ 5.5-6.5 (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556, น. 7-8)

2.5.2 พันธุ์ส่งเสริม

2.5.2.1 พันธุ์ชะนี

ลักษณะเด่น เนื้อละเอียดเหนียว สีสวย มีสีเหลืองเข้ม การสุกของเนื้อในผลเดียวกัน สม่ำเสมอ ทนทานต่อโรครากเน่าโคนเน่าพอสมควร

ลักษณะด้อย ออกดอกติดผลไม่ดี มักพบอาการแกน เต่าเผา ไข่ซิม งามแล้วเนื้อ และ กลิ่นฉุน คุณภาพเนื้อ ไม่เหมาะสำหรับแปรรูป

2.5.2.2 พันธุ์หมอนทอง

ลักษณะเด่น เนื้อหนา เมล็ดลีบ กลิ่นไม่แรง ติดผลดี ผลสุกเก็บได้นานกว่าพันธุ์อื่น (งามแล้วเนื้อไม่แฉะ) ไม่ค่อยพบอาการแกน เต่าเผาหรือไข่ซิม คุณภาพเนื้อเหมาะสำหรับการแปรรูป ทั้งแช่แข็ง กวน ทอดกรอบ

ลักษณะด้อย ไม่ทนทานต่อรากเน่า โคนเน่า เนื้อหยาบ สีเนื้อเหลืองอ่อน (ไม่เข้ม) มักพบการสุกไม่สม่ำเสมอ อาจสุกทั้งผล สุกบางพู หรือสุกบางส่วนในพูเดียวกัน

2.5.2.3 พันธุ์ก้านยาว

ลักษณะเด่น เนื้อละเอียดเหนียว สีเนื้อสม่ำเสมอ งามแล้วเนื้อไม่แฉะ ติดผลดีพบอาการแกนเล็กน้อย ติดผลง่าย ผลมีขนาดปานกลางถึงใหญ่

ลักษณะด้อย เปลือกหนา เนื้อไม่ค่อยหนา เมล็ดมีขนาดใหญ่และมีจำนวนมากเป็นไข่ซิมง่าย มีอาการเต่าเผาปานกลาง ไม่ทนทานต่อโรครากเน่าโคนเน่า ถ้าไว้ผลมากคุณภาพผลจะไม่ดีและกิ่งจะแห้งตายภายหลัง อายุการให้ผลหลังปลูกรุ่น ผลสุกเก็บได้นาน ก้นผลแตกง่าย

2.5.2.4 พันธุ์กระดุม

ลักษณะเด่น ออกดอกเร็ว ผลแก่เร็วจึงขายได้ราคาดีและไม่มีปัญหาไส้ซึ่ม อายุการให้ผล หลังปลูกเร็ว ติดผลดี ผลดก

ลักษณะด้อย ไม่ทนทานต่อโรครากเน่าโคนเน่า ผลมีขนาดเล็ก เนื้อบาง ถ้าออกนำไปตรงกับ พันธุ์อื่นจะมีปัญหาเรื่องตลาด

2.5.3 การปลูก

2.5.3.1 การเตรียมการก่อนปลูก

1) การเตรียมดิน

ที่ลุ่ม ยกร่องสวนให้สันร่องกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร ร่องน้ำกว้าง 1.5 เมตร ลึก 1 เมตรมีระบบระบายน้ำเข้า-ออก

ที่ดอน ไถพรวน ปรับพื้นที่ให้เรียบ และขุดร่องระบายน้ำภายในสวน

2) การเตรียมพันธุ์ ต้นแข็งแรง ไม่ค้ำปี ตรงตามพันธุ์ ต้นต่อเป็นพันธุ์พื้นเมือง ทนต่อโรครากเน่าโคนเน่าระบบรากไม่ชดหรืองอ มีใบหนาสีเขียวเข้ม

2.5.3.2 วิธีการปลูก ทำได้ทั้งการขุดหลุมปลูกซึ่งเหมาะกับพื้นที่ค่อนข้างแล้งและยังไม่มีการวางระบบน้ำไว้ก่อนปลูก วิธีนี้ดินในหลุมจะช่วยเก็บความชื้นได้ดีขึ้น แต่ถ้ามีฝนตกชุก น้ำขัง รากเน่าและต้นตายได้ง่าย ส่วนการปลูกโดยไม่ต้องขุดหลุม (ปลูกแบบนั่งแท่นหรือยกโคก) เหมาะกับพื้นที่ฝนตกชุก วิธีนี้การระบายน้ำดี น้ำไม่ขังโคนต้น แต่ต้องวางระบบน้ำก่อนปลูก ซึ่งต้นทุนจะเจริญเติบโตเร็วกว่าการขุดหลุม ทั้งนี้ จุดเน้นที่สำคัญ คือ ควรใช้ต้นกล้าขนาดเล็กที่มีระบบรากดี ไม่ชดงอ แต่ถ้าจะปลูกด้วยต้นกล้าขนาดใหญ่ควรตัดแต่งรากที่ชดงอทั้งที่ก้นถุงและด้านข้างออก รวมทั้งควรพรางแสงให้กับต้นที่ปลูกใหม่ด้วยตาข่ายพรางแสง หรือทางมะพร้าว หรือปลูกไม้ให้ร่มเงา เช่น กล้าย

2.5.3.3 ระยะปลูก 8-10 x 8-10 เมตร ปลูกทุเรียนได้ประมาณ 16-25 ต้น/ไร่

2.5.4 การดูแลรักษาในระยะก่อนให้ผล

2.5.4.1 การให้น้ำ ให้น้ำอย่างสม่ำเสมอเพื่อการเจริญเติบโตที่ดีและต่อเนื่อง

2.5.4.2 การตัดแต่งกิ่ง เริ่มตัดแต่งกิ่งหลังจากปลูกแล้วประมาณ 1-1.5 ปี เพื่อให้ต้นทุเรียนมีโครงสร้างและทรงพุ่มที่ดี ไม้ลำต้นเดี่ยว และไม้กิ่งประธานกิ่งแรกสูงจากพื้นดินประมาณ 1 เมตร ไม้กิ่งให้เรียงเป็นระเบียบ เหมาะแก่การไว้ผลและไม่บดบังแสงแดดซึ่งกันและกันควบคุมความสูงของลำต้นไว้ที่ประมาณ 7 เมตร

2.5.4.3 การใส่ปุ๋ย ปีแรกหลังปลูก ควรใส่ปุ๋ยและทำโคน 4 ครั้ง (การทำโคน หมายถึง การกำจัดวัชพืชใต้ทรงพุ่ม ถากดินรอบนอกทรงพุ่มมาพูนกลบใต้ทรงพุ่มในลักษณะลาดเอียงจากต้นพันธุ์ออกไปโดยรอบ หลีกเลียงการถากดินบริเวณโคนต้นเพราะระบบรากทุเรียนที่อยู่ค่อนข้างตื้นใกล้ผิวดินจะได้รับอันตราย ชะงักการเจริญเติบโต หรือทำให้โรครากเน่าโคนเน่าเข้าทำลายได้ง่ายขึ้น) โดยควรใส่ปุ๋ยและทำโคนครั้งที่ 1 หลังจากปลูกแล้วประมาณ 1 เดือน หลังจากนั้นต่อเนื่องจนถึงสิ้นปีนั้น ควรใส่ปุ๋ยและทำโคน เดือนเว้นเดือน โดยในแต่ละครั้ง ควรใส่ปุ๋ยในปริมาณ ดังนี้

ครั้งที่ 1-3 ใส่ปุ๋ยคอก 5 กิโลกรัมต่อต้น

ครั้งที่ 4 ใส่ปุ๋ยคอก 5 กิโลกรัมต่อต้น ร่วมกับ ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 หรือ 16-16-16 ประมาณ 150-200 กรัมต่อต้น

ปีต่อ ๆ ไป (ระยะที่ต้นทุเรียนยังไม่ให้ผลผลิต) ควรใส่ปุ๋ยและทำโคนอย่างน้อย ปีละ 2 ครั้ง ในช่วงต้นฤดูฝนและหลังฤดูฝน โดยควรใส่ปุ๋ยในปริมาณ ดังนี้

ปุ๋ยคอก อัตราเป็นบุงก์ก็ต่อต้นต่อปี เท่ากับสองเท่าของขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางทรงพุ่ม (เมตร) แบ่งใส่ 2 ครั้งต่อปี ยกตัวอย่าง เช่น ต้นทุเรียนมีเส้นผ่าศูนย์กลางทรงพุ่ม 3 เมตร ควรใส่ปุ๋ยคอกปีละ 6 บุงก์ หรือ 13.5 กิโลกรัม แบ่งใส่ 2 ครั้ง (2.25 กิโลกรัม = 1 บุงก์)

ปุ๋ยเคมี สูตร 15-15-15 หรือ 16-16-16 อัตราเป็นกิโลกรัมต่อต้นต่อปี เท่ากับขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางทรงพุ่ม (เมตร) แบ่งใส่ 2-4 ครั้งต่อปี ยกตัวอย่างเช่น ต้นทุเรียนมีเส้นผ่าศูนย์กลางทรงพุ่ม 3 เมตร ควรใส่ปุ๋ยเคมีปีละ 3 กิโลกรัม แบ่งใส่ 2-4 ครั้งต่อปี

2.5.5 การป้องกันศัตรูพืช

ศัตรูที่สำคัญของทุเรียนในระยะต้นเล็กซึ่งมีการเจริญเติบโตทางกิ่งก้านสาขา ได้แก่ โรครากเน่าโคนเน่า โรคราใบติด โรคราสีชมพู เพลี้ยไก่แจ้ และปัญหาสำคัญ คือ วัชพืช ควรใช้หลาย ๆ วิธีประกอบกัน ทั้งการใช้แรงงานถอน ถาก ตัดด้วยเครื่องมือหรือใช้สารเคมี โดยต้องระมัดระวังอย่าให้ระบบรากกระทบกระเทือนและระวังไม่ให้ละอองสารเคมีกำจัดวัชพืชสัมผัสกับต้นทุเรียน

2.5.6 การดูแลในระยะให้ผลแล้ว

2.5.6.1 การให้น้ำ ให้น้ำสม่ำเสมอช่วงเจริญเติบโตทางใบ และงดน้ำช่วงปลายฝนเพื่อเตรียมการออกดอก เมื่อทุเรียนออกดอกแล้วให้ควบคุมปริมาณน้ำ โดยค่อย ๆ เพิ่มปริมาณน้ำขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อให้ดอกทุเรียนมีพัฒนาการที่ดี จนเมื่อดอกทุเรียนพัฒนาถึงระยะหั่วกำไล (ก่อนดอกบาน 1 สัปดาห์) ให้ลดปริมาณน้ำโดยให้เพียง 1 ใน 3 ของปกติ เพื่อช่วยให้มีการติดผลดีขึ้น และให้น้ำในปริมาณนี้ไปจน

ดอกบานและติดผลได้ 1 สัปดาห์ จากนั้นจึงค่อย ๆ เพิ่มปริมาณน้ำขึ้นเรื่อย ๆ และต้องให้น้ำอย่างเพียงพอ และสม่ำเสมอ ตลอดช่วงพัฒนาการของผล

2.5.6.2 การใส่ปุ๋ย ควรใส่ปุ๋ยและวัสดุปรับปรุงดินตามผลการตรวจวิเคราะห์ดินหรือใส่ปุ๋ยตามแนวทางดังนี้

1) ใส่ปุ๋ยเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ดินหลังเก็บเกี่ยว

ปุ๋ยอินทรีย์ 20-50 กิโลกรัม/ ตัน

ปุ๋ยเคมี สูตร 15-15-15 หรือ 16-16-16 อัตราเป็นกิโลกรัมต่อตันเท่ากับ 1 ใน 3

ของเส้นผ่าศูนย์กลางทรงพุ่ม

2) ใส่ปุ๋ยเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของผล เมื่อผลมีอายุ 7 สัปดาห์ ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 12-

12-17-2 หรือ 13-13-21 อัตราเป็นกิโลกรัมต่อตัน เท่ากับ 1 ใน 3 ของเส้นผ่าศูนย์กลางทรงพุ่ม

3) ใส่ปุ๋ยเพื่อเพิ่มคุณภาพเนื้อ เมื่อผลมีอายุ 10-11 สัปดาห์ ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 0-0-50

อัตรา 1-2 กิโลกรัมต่อตัน

2.5.7 ศัตรูพืชและการป้องกันกำจัด

เน้นการป้องกันกำจัดโดยวิธีผสมผสาน

2.5.7.1 โรคจากเชื้อราไฟทอปธอรา

โรคเข้าทำลายใบ ให้พ่นสารเมตาแลกซิล หรืออีพอไซท์อลูมิเนียม หรือกรดฟอสฟอรัส ให้ทั่วทั้งภายในและนอกทรงพุ่ม

โรคที่ระบบราก ใช้สารเมตาแลกซิลราดใต้ทรงพุ่มให้ทั่ว พร้อมกับกระตุ้นการเจริญของราก

โรคที่ลำต้นและกิ่ง ถ้าอาการเล็กน้อย ให้ขูดผิวเปลือกส่วนที่เป็นโรคออกไปเผาทำลาย แล้วทำด้วยปูนแดง หรือสารเมตาแลกซิล ถ้าพบอาการรุนแรง ใช้กรดฟอสฟอรัส ฉีดเข้าลำต้น หรือกิ่งในบริเวณตรงข้าม หรือส่วนที่เป็นเนื้อไม้ดีใกล้บริเวณที่เป็นโรค

2.5.7.2 โรคใบติด พบอาการเล็กน้อยให้ตัดเผาทำลาย ถ้าอาการรุนแรงให้พ่นด้วยสารคาร์เบนดาซิม

2.5.7.3 เพลี้ยไก่แจ้ เมื่อพบยอดทุเรียนถูกทำลายมากกว่า 30% ของยอดหรือพบไข่บนยอดมากกว่า 20% ให้พ่นด้วยสารแลมบ์ดา ไซฮาโลทริน หรือคาร์บาริล หรือไซเปอร์เมทริน/ โฟซาโลน ทุก 7-10 วัน จนใบแก่

2.5.7.4 ไรแดง พ่นสาร โพรพาไกต์ สลับกับสารเอกซีไทอะซอกซ์

2.5.7.5 หนอนเจาะผล พันด้วยสารสะเดา หรือสารแลมบีตาไซฮาโลทริน หรือคาร์โบซัลแฟน หรือไซเพอร์เมทริน/ โฟซาโลน แต่ต้องหยุดใช้สารเคมีก่อน เก็บเกี่ยว 15 วัน

2.5.7.6 หนอนเจาะเมล็ดทุเรียน พันด้วยสารไซเพอร์เมทริน/ โฟซาโลน หรือสารไดอะซินอน แต่ต้องหยุดใช้สารเคมีก่อนเก็บเกี่ยว 15 วัน

2.5.7.7 เปลี้ยแปง ตัดแต่งผลอ่อนที่พบเปลี้ยแปงเผาทำลาย โรยสารคาร์บาริลรอบโคนต้น ป้องกันการแพร่ระบาดของมดดำ ในกรณีที่พบเปลี้ยแปงหลังตัดแต่งผลครั้งสุดท้าย ควรพันด้วยสารมาลาไรออน ร่วมกับปีโตรเลียมออยล์ หรือใช้สารคลอไพริฟอส พันเป็นจุดเฉพาะกลุ่มผลที่สำรวจพบการทำลาย และต้องหยุดใช้ สารเคมีก่อนเก็บเกี่ยว 15 วัน

2.5.7.8 โรคผลเน่า ตัดและเผาทำลายเมื่อพบผลที่เป็นโรค แล้วพันด้วยสารอีพอไซท์ อะลูมิเนียม หรือกรดฟอสฟอรัส ให้ทั่วต้นและหยุดพ่นสารเคมีก่อนเก็บเกี่ยวอย่างน้อย 30 วัน

2.5.8 การปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว

การเก็บเกี่ยว นับอายุผลตั้งแต่วันดอกบานจนถึงวันเก็บเกี่ยว เช่น พันธุ์กระดุมทองประมาณ 90-100 วัน พันธุ์ชะนีประมาณ 105-110 วัน และพันธุ์หมอนทอง ประมาณ 120-135 วัน สังเกตก้านผล จะแข็งและมีสีเข้มขึ้น สัมผัสจะรู้สึกสากมือ ปากปลิงจะบวมโตเห็นรอยต่อชัดเจน เมื่อจับก้านผลแล้วแกว่งจะรู้สึกวาก้านผลมีสปริงมากขึ้น สังเกตสีผิวผลและร่องหนาม ผิวจะแห้ง กร้าน ปลายหนามจะแห้งร่องหนามห่างและกว้างขึ้น เมื่อปีบหนามเข้าหากันจะทำได้ง่าย การเคาะเปลือกจะมีเสียงก้องดังโปรง ๆ ไม่นั่นทึบ การชิมปลิง เมื่อปาดขั้วผลจะพบว่ามีน้ำใส ไม่ข้นเหนียว และชิมดู จะมีรสหวาน สังเกตสีเนื้อและสีเมล็ด สีเนื้อทุเรียนจะเปลี่ยนจากสีขาวเป็นสีเหลืองอ่อนและเข้มขึ้น เมล็ดจะเปลี่ยนจากสีครีมเป็นสีน้ำตาล การปล่อยให้ผลทุเรียนร่วง ผลทุเรียนบนต้นเริ่มแก่สุกและร่วงเป็นสัญญาณเตือนว่าทุเรียนที่เหลือบนต้นเริ่มแก่สามารถเก็บเกี่ยวได้

หลังเก็บเกี่ยว การขนย้าย ควรขนย้ายให้น้อยครั้งที่ที่สุด เพราะการขนย้ายแต่ละครั้งจะทำให้หนามทุเรียนทิ่มแทงกัน เป็นช่องทางให้เชื้อราเข้าทำลายได้ การคัดคุณภาพ คัดแยกผลที่มีตำหนิจากโรคและแมลง จากการเก็บเกี่ยว ขั้วหัก และคัดขนาดตามความต้องการของตลาดการควบคุมโรคผลเน่า โดยการจุ่มผลในสารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อรา การบ่มทุเรียน ด้วยการจุ่มสารเอทีฟอน จะทำให้ผลสุกสม่ำเสมอและมีคุณภาพดี หลังจุ่มผลทุเรียนในสารป้องกันกำจัดเชื้อราและสารเอทีฟอนแล้ว ให้ผึ่งผลทุเรียนให้แห้ง ติดสติ๊กเกอร์รับรองคุณภาพที่ขั้วผล รอการขนส่งไปยังตลาดต่อไป การเก็บรักษา อุณหภูมิที่เหมาะสมต่อ

การเก็บรักษาอยู่ช่วงระหว่าง 14-16 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ 85-90 % จะเก็บรักษาไว้ได้นานประมาณ 2 สัปดาห์ ขึ้นอยู่กับอายุของผลทุเรียน

2.6 บริบทของอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

2.6.1 ประวัติความเป็นมา

เดิมชื่ออำเภอท่าตะเภา ตั้งเป็นอำเภอเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2450 เป็นอำเภอชั้น 1 สำหรับชื่อเมืองชุมพร สันนิษฐานว่ามาจากคำว่า “ชุมนุมล” เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่านการเดินทัพ แต่ด้วยเหตุที่คนภาคใต้ชอบพูดคำสั้น ๆ จึงตัดคำกลางออกเหลือเพียง “ชุมพล” และต่อมาเพียงเป็น “ชุมพร” อีกประการหนึ่งในการเดินทางไปรบทัพจับศึกของแม่ทัพนายกองตั้งแต่สมัยโบราณเมื่อจะเคลื่อนพลจะต้องทำพิธีบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอให้ได้รับชัยชนะในการสู้รบเป็นการบำรุงขวัญทหารในสถานที่ชุมนุมลเพื่อรับพร เช่นนี้ตรงกับความหมาย “ชุมนุมลพร” หรือ “ประชุมพร” ซึ่งสองคำนี้อาจเป็นต้นเหตุของคำว่า “ชุมพร” เช่นเดียวกัน (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ, 2559)

2.6.2 เนื้อที่/พื้นที่

748.39 ตารางกิโลเมตร

2.6.3 สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป

มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม และฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน - มกราคม

2.6.4 ข้อมูลการปกครอง

2.6.4.1 ตำบล 16 แห่ง

2.6.4.2 หมู่บ้าน 161 แห่ง

2.6.4.3 เทศบาล 9 แห่ง

2.6.4.4 องค์การบริหารส่วนตำบล 9 แห่ง

2.6.5 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

อาชีพหลัก ได้แก่

2.6.5.1 เกษตรกรรม

2.6.5.2 พาณิชยกรรมและการบริการ

อาชีพเสริม ได้แก่ รับจ้างทั่วไป

2.6.6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของอำเภอ

2.6.6.1 พื้นที่ป่าสงวน 198,086 ไร่ พื้นที่ป่าชายเลน 34,124 ไร่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 85,000 ไร่ อุทยานแห่งชาติ 94,000 ไร่ รวมพื้นที่ป่าทั้งหมด 411,210 ไร่

2.6.6.2 เกาะ จำนวน 10 แห่ง ในจำนวนนี้มีเกาะรังนก 5 แห่ง ด้วยกัน

2.6.6.3 ดิน มีลักษณะเป็นดินร่วน ดินทราย และดินเหนียว

2.6.6.4 แร่ธาตุ มี 2 ชนิด ด้วยกัน ได้แก่ แร่หินปูน และแร่ทรายแก้ว

2.6.6.5 แหล่งน้ำธรรมชาติ มี 3 กลุ่มน้ำที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มน้ำท่าตะเภา มีลำน้ำสาขา 12 สาย ความยาว 210 กิโลเมตร กลุ่มน้ำชุมพร มีคลองชุมพรเป็นต้นกำเนิด มีลำน้ำสาขา 22 สาย ความยาว 208 กิโลเมตร และกลุ่มน้ำสวีเฒ่า มีคลองวิสัยเป็นลำน้ำสายหลัก ความยาว 93 กิโลเมตร

2.6.7 ด้านประชากร

จำนวนประชากรทั้งสิ้น 144,682 คน

จำนวนประชากรชาย 71,103 คน

จำนวนประชากรหญิง 73,579 คน

ความหนาแน่นของประชากร 213.53 คน/ตร.กม.

2.6.8 ด้านการคมนาคม

2.6.8.1 ทางบก

1) รถยนต์ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 และหมายเลข 41 แยกจากถนนหมายเลข 4 ถนนสี่แยกปฐมพร

2) สถานีขนส่ง หมายเลขโทรศัพท์ 0-7750-2725

3) สถานีรถไฟ หมายเลขโทรศัพท์ 0-7751-1013

2.6.8.2 ทางน้ำ

1) ท่าเรือขนส่งโดยสาร

2) ท่าแพขนานยนต์

2.6.9 ด้านการเกษตร และอุตสาหกรรม

2.6.9.1 ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่

- 1) ผลไม้ เช่น ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลางสาด
- 2) ยางพารา
- 3) กาแฟ
- 4) ปาล์ม
- 5) มะพร้าว

2.6.9.2 ชื่อแหล่งน้ำที่สำคัญได้แก่ (แม่น้ำ/บึง/คลอง)

- 1) ลุ่มน้ำท่าตะเภา
- 2) ลุ่มน้ำชุมพร
- 3) ลุ่มน้ำสวีเฒ่า

2.6.9.3 โรงงานอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่

- 1) โรงงานทำห้องเย็นและสัตว์น้ำแช่แข็ง บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรีจำกัด (มหาชน) ที่ตั้ง หมู่ 8 ตำบลปากน้ำ
- 2) โรงงานผลิตอาหารทะเลกึ่งสำเร็จรูป แซมดีฟาร์ม ที่ตั้ง หมู่ 1 ตำบลทุ่งคา
- 3) โรงงานผลิตเสาเข็มคอนกรีตพื้นสำเร็จรูปทุ่งคาคอนกรีต ที่ตั้ง หมู่ 5 ตำบลทุ่งคา

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกรัตน์ ชมภูณาค (2550) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทยไปยังค้ำรัฐประชาชนจีนก่อนและหลังการทำข้อตกลงการค้าเสรี โดยการประเมินสถานภาพการแข่งขันของผลไม้ไทยที่สำคัญในตลาดค้ำรัฐประชาชนจีน สรุปได้ว่าทุเรียนสดของประเทศไทยเป็นผู้ครองตลาดนำเข้า ประเด็นสำคัญคือเมื่อเปรียบเทียบการผลิตผลไม้เมืองร้อนของค้ำรัฐประชาชนจีนกับประเทศไทยแล้วพบว่า ค้ำรัฐประชาชนจีนสามารถผลิตได้เกือบทุกชนิดที่ประเทศไทยผลิตได้ยกเว้น ทุเรียน มังคุดและเงาะที่ยังผลิตไม่ได้ในปัจจุบัน ทุเรียนสดของประเทศไทยอยู่ในสถานะผู้นำตลาด ซึ่งวิเคราะห์จากทฤษฎีส่วนประสมการตลาดที่มุ่งตลาดระดับกลางและระดับล่าง กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีหลายขนาด หลายรูปแบบ และมีการแปรรูปให้เป็นอาหารลักษณะอื่น

เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคหลายระดับ กลยุทธ์ด้านราคา ตั้งราคาให้แตกต่างกันตามระดับรายได้ของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งสามารถทำได้โดยการศึกษาความต้องการผู้บริโภคในค้ำรัฐประชาชนจีนอยู่เสมอ เพื่อที่จะสามารถกำหนดราคาส่งออกขั้นต่ำ กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กระจายสินค้าโดยมุ่งตลาดระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งเน้นไปยังมณฑลภาคใต้ และลูกค้าที่มีระดับรายได้น้อยทางมณฑลภาคตะวันตก กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างในสินค้าไทย

ธีรัช ฤทธิลา (2554) ได้ศึกษาศักยภาพการส่งออกทุเรียนไปยังค้ำรัฐประชาชนจีนผลการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยไปค้ำรัฐประชาชนจีน ปัจจุบันการส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยไปค้ำรัฐประชาชนจีนต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ในหลายด้าน ได้แก่ 1) ด้านการผลิต ประกอบด้วย ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ออกผลตามฤดูกาล และต้องพึ่งพาปัจจัยตามธรรมชาติที่จะเป็นตัวกำหนดปริมาณและคุณภาพ ทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพผลผลิตที่จะออกสู่ตลาดได้ ลักษณะการผลิตของเกษตรกรชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์ ทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองทางการค้า ประกอบกับเกษตรกรมีการใช้สารเคมีเพื่อฆ่าแมลงในปริมาณที่มากทำให้เกิดสารเคมีตกค้าง และการขาดความรับผิดชอบต่อคุณภาพของสินค้า 2) ด้านส่งออก การขนส่งสินค้าไปยังค้ำรัฐประชาชนจีนทางน้ำประสบปัญหาเรื่องการตื่นเงินของแม่น้ำและพายุทางทะเล ทำให้สินค้าถึงปลายทางช้า รวมถึงการกระจายสินค้าภายในค้ำรัฐประชาชนจีนมีผู้บริภกรน้อยราย ทำให้ผลผลิตไปถึงมือผู้บริโภคช้ากว่าที่ควรจะเป็นจนอาจทำให้สินค้าเน่าเสียได้

นนท์โชติ อุตมศรี (2554) ศึกษาการออกแบบการพยากรณ์ความต้องการทุเรียนในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศโดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลาและโครงข่ายประสาทเทียม พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ผลผลิตทุเรียนออกมอล้นตลาด เนื่องจากผลผลิตทุเรียนนำออกมาขายในตลาดพร้อมกันในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม ทำให้เกษตรกรชาวสวนชายทุเรียนได้ในราคาต่ำกว่าทุน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาทุเรียนเกินความต้องการของผู้บริโภค การพยากรณ์ความต้องการของทุเรียน 4 ชนิด คือ ทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนกวน และทุเรียนอบแห้งในปีถัดไป ซึ่งมีการพยากรณ์ 2 แบบ คือ 1) การพยากรณ์แบบนำปริมาณการส่งออกที่ผ่านมาใช้ (Output Models) โดยอนุกรมเวลามี 4 ตัวแบบ ได้แก่ ตัวแบบค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ ตัวแบบฤดูกาล ตัวแบบการปรับเรียบด้วยเอ็กซ์โปเนนเชียล และตัวแบบการพยากรณ์การปรับเรียบแบบเอกซ์โปเนนเชียลสองครั้ง 2) การพยากรณ์แบบกำหนดปัจจัยที่มีผลกระทบต่อส่งออกมาพยากรณ์ปริมาณการส่งออก (Input Models) โดยมีตัวแบบการถดถอย และตัวแบบโครงข่าย

ประสาทเทียม จากนั้นนำผลการพยากรณ์ของแต่ละตัวแบบมาเปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ค่าความคลาดเคลื่อนเฉลี่ยสัมบูรณ์ (Mean Absolute Percent Error : MAPE) ถ้าค่า MAPE ต่ำ การพยากรณ์ความต้องการทุเรียนจะมีความถูกต้องและแม่นยำ ผลการวิจัยการพยากรณ์ด้วย Output Models พบว่าตัวแบบการพยากรณ์ที่มีความแม่นยำคือ ตัวแบบฤดูกาล (Deseasonlised Model) และการพยากรณ์แบบ Input Models พบว่า ตัวแบบการพยากรณ์ที่มีความแม่นยำคือ ตัวแบบโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Networks) ต่อจากนั้นนำผลการพยากรณ์ปริมาณทุเรียนจากตัวแบบที่มีความแม่นยำไปใช้วิเคราะห์ด้วยตัวแบบการโปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming) เพื่อหาปริมาณความต้องการทุเรียนที่เหมาะสมในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศของทุเรียนทั้ง 4 ชนิด เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการขายทุเรียนให้มีกำไรอย่างเหมาะสม โดยใช้ข้อมูลความต้องการทุเรียนจากการคำนวณใน พ.ศ. 2552 ผลการวิจัยพบว่า ถ้าสามารถขายทุเรียนได้ตามผลการคำนวณจากตัวแบบ จะทำให้การขายทุเรียนมีมูลค่ากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 16 โดยปริมาณทุเรียนที่เหมาะสมของการบริโภคภายในประเทศ (Domestic Markets) ที่ทำให้ผู้ประกอบการขายได้มีกำไรสูงสุด คือ ทุเรียนสด เท่ากับ 442,438 ตัน ทุเรียนแช่แข็ง เท่ากับ 19,185 ตัน ทุเรียนกวน เท่ากับ 5,801 ตัน ทุเรียนอบแห้ง เท่ากับ 529 ตัน และปริมาณทุเรียนที่เหมาะสมของการบริโภคภายนอกประเทศ (Export Markets) ที่ทำให้ผู้ประกอบการขายได้กำไรสูงสุด คือ ทุเรียนสด เท่ากับ 190,555 ตัน ทุเรียนแช่แข็ง เท่ากับ 15,955 ตัน ทุเรียนกวน เท่ากับ 2,648 ตัน ทุเรียนอบแห้ง เท่ากับ 329 ตัน

วรวิธินันท์ ชุมประเสริฐ (2555) ศึกษาแนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยกับอาเซียนหลังมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ปัจจุบันอาเซียนเป็นตลาดส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญอันดับหนึ่งของไทย มีสัดส่วนการค้าสินค้าเกษตรกับอาเซียนร้อยละ 19 ของสัดส่วนการค้าสินค้าเกษตรของประเทศ ซึ่งนับว่าสูงกว่าการค้ากับประเทศญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐอเมริกา เห็นได้ว่าความสำคัญของอาเซียนกับการเป็นตลาดรองรับสินค้าเกษตรของไทยนั้นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อาจเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจที่ลดลงเรื่อย ๆ ประกอบกับความต้องการสินค้าเกษตรเพื่อนำไปแปรรูป ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าเกษตรอยู่หลายชนิด มีภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการทำการเกษตรทั้งพืชเมืองร้อนและพืชเมืองหนาว รวมทั้งมีต้นทุนในการผลิตสินค้าเกษตรที่ต่ำ จากการที่มีแรงงานเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในภาคการเกษตรของประเทศเพื่อนบ้านจำนวนมาก ทำให้ประเทศไทยยังคงมีจุดแข็งที่ทำให้สามารถส่งออกสินค้าเกษตร ที่มีคุณภาพและราคาถูกไปยังตลาดอาเซียนได้มากขึ้น การพยากรณ์แนวโน้มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยกับอาเซียนหลังการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ มีแนวโน้มส่งออกไม่ได้เพิ่มขึ้นมากอย่างที่คาดหวังไว้ เนื่องจาก

พิจารณาเฉพาะเงื่อนไขทางด้านภาษีนาเข้าเท่านั้น โดยให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว เมื่อมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจผลที่ตามมาจากการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเสรีแล้วยังมีการเคลื่อนย้ายแรงงาน และเงินทุนโดยเสรีอีกด้วย ซึ่งอาจทำให้ประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบเพิ่มขึ้นได้

Yuyan (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าชายแดนของผู้ส่งออกอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า มีความสามารถทางด้านภาษาลาว ส่งออกสินค้าประเภทข้าว ผัก ผลไม้ น้ำตาล ทราบ และเครื่องเทศ ไปจีน ลาว มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ 1-5 ปี และมีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับบริษัทคู่ค้าตั้งแต่รุ่นพ่อ-แม่ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าชายแดนของผู้ส่งออก อำเภอเชียงคาน จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสูงสุดคือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกายภาพ และต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าชายแดนของผู้ส่งออก อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนขององค์กรที่ทำงานอยู่ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าชายแดนมากกว่าเพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนขององค์กรที่ทำงานอยู่ 50,001-100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยมากกว่ากลุ่มรายได้อื่น ๆ

อุมา วรณชัย (2555) ได้ศึกษาการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุเรียนสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ ราคาส่งออกทุเรียนสด ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้นของจีน และข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ร้อยละ 95 และร้อยละ 95 ตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกลำไยสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ ราคาส่งออกลำไยสด และข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และร้อยละ 99 ตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกมังคุดสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ ราคาส่งออกมังคุดสด ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้นของจีน อัตราแลกเปลี่ยนต่อเงินตราของจีน และข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ร้อยละ 99 ร้อยละ 99 และร้อยละ 95 ตามลำดับ

นางนุช อังยุธิกุล และวริศสาข์ สุขชาติ (2556) ศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ไม้ผล 4 ชนิดของ ไทย ได้แก่ ลำไยทุเรียน มะพร้าว และมะขามเปรี้ยว มีจุดอ่อนที่การรวบรวมสินค้าของคนกลาง ซึ่งมีชาวจีนเข้ามาดำเนินการมากขึ้นอย่างผิดปกติ ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของไทยกรณีการค้ากับอินโดนีเซียพบว่าอยู่ในระดับค่อนข้างดี ส่วนโอกาสและอุปสรรคทางการค้า พบว่า ไทยมีโอกาสในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยชี้ความสำเร็จ 3 ลำดับแรก คือ กฎระเบียบและข้อบังคับของอินโดนีเซีย นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำของไทย และชื่อเสียงไม้ผลไทย คาดว่าการเปิด AEC ไทยจะได้รับผลกระทบในเชิงลบต่อการส่งออกผลไม้ไทยไปอินโดนีเซีย แนวทางปรับตัวเชิงรุกต้องดำเนินการโดยภาครัฐในการเจรจาทางการทูตที่ส่งผลต่อการค้า และการเชื่อมความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ในระดับต้นน้ำของโซ่อุปทานเพื่อการส่งออกต้องมีการประกาศใช้ GAP เพื่อเตรียมการให้ทันต่อการใช้เป็นเงื่อนไขของการส่งออกสินค้าเกษตรไทยต่อไป

บัญชา สมบูรณ์สุข และคณะ (2556) ศึกษากระบวนการตลาดผักและผลไม้ไทยในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า มีช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ผลิตมีทั้งกลุ่มวิสาหกิจและเกษตรกรรายย่อย คนกลางคือผู้รวบรวม ผู้ส่งออกกระด้างชาติ ผู้ส่งออกกระด้างท้องถิ่น นายหน้าที่หาดใหญ่และสุโขทัยที่ตลาดปลายทางในมาเลเซีย นำเข้าโดยผู้ค้าส่งและสิงคโปร์ โดยผ่านผู้นำเข้า ตลาดผู้บริโภคในมาเลเซียเป็นตลาดสด อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 60-70 ในขณะที่สิงคโปร์เป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 60-70 สำหรับปัญหาที่สำคัญของตลาดผักและผลไม้ไทยไปสู่มาเลเซียและสิงคโปร์ คือ การรักษามาตรฐานและคุณภาพ ปัญหาการออกกฎระเบียบเพื่อการกีดกันการค้าสินค้าผักและผลไม้ไทย สำหรับระบบโลจิสติกส์ผักและผลไม้พบว่าไทยต้องปรับปรุงในข้อตกลงระหว่างประเทศไทยและมาเลเซียและสิงคโปร์ โดยให้รถขนส่งไทยสามารถขนส่งสินค้าผ่านได้สะดวกเช่นเดียวกับที่มาเลเซียเข้าไทยได้ง่าย การปรับตัวในห่วงโซ่อุปทาน ต้องร่วมกันพัฒนาระบบตลาดทั้งผู้ผลิตคนกลางไทยและภาครัฐ (Co-Create Marketing) พัฒนาตัวเองสู่ความเป็นสากล กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันการส่งออกผัก ผลไม้ของไทย คือ ต้องสร้างตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ให้แก่สินค้าแต่ละประเภท การสร้างความเชื่อมั่นที่เข้มแข็งให้กับลูกค้า และการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตผักและผลไม้ไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

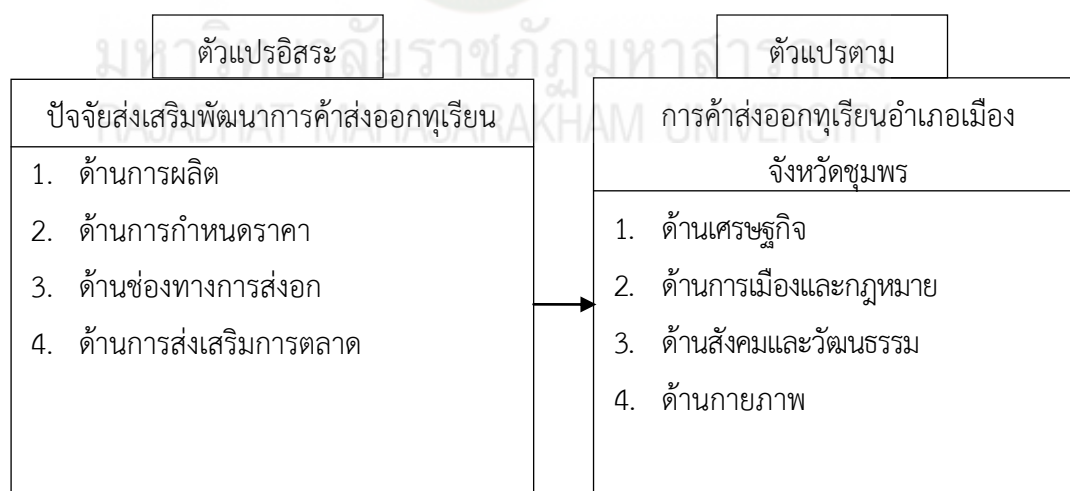
จักรพงษ์ หาญบุญทรง (2557) ได้ศึกษากลยุทธ์การส่งออกทุเรียนสดและลำไยสดของไทยสู่ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปริมาณการส่งออกทุเรียนสดของไทยไปประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนรวมปี 2547-2556 สามอันดับแรกคือ อินโดนีเซีย ลาว และมาเลเซีย ตามลำดับ ปริมาณการส่งออกลำไยสดสามอันดับแรกคือ อินโดนีเซีย เวียดนาม และลาว ตามลำดับ 2) การวิเคราะห์แนวโน้ม พบว่า การส่งออกทุเรียนสดไปอินโดนีเซียและลาวมีแนวโน้มลดลง ส่วนมาเลเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และการส่งออกในกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยรวมมีแนวโน้มลดลง การส่งออกลำไยสดไปอินโดนีเซียและลาวมีแนวโน้มลดลง ส่วนเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และการส่งออกในกลุ่มประชาคมอาเซียนโดยรวมมีแนวโน้มลดลง ส่วนดัชนีฤดูกาลปริมาณการส่งออกทุเรียนสดสูงสุดในไตรมาสที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน) ดัชนีฤดูกาลปริมาณการส่งออกลำไยสดสูงสุดในไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน) การส่งออกในไตรมาสอื่นๆ มีน้อย (3) การวิเคราะห์จุดแข็ง พบว่า ผลผลิตมีคุณภาพและรสชาติดี พื้นที่ปลูกและสภาพอากาศเหมาะสม เกษตรกรมีความชำนาญสูง มีเทคโนโลยีการเกษตรดี จุดอ่อนคือ ผลไม้เมื่อร้อนเสียหายง่าย การใช้สารเคมีกับผลผลิต เกษตรกรบางรายขาดจริยธรรม ต่างชาติเข้ามาสั่งซื้อผลผลิตเพื่อส่งออกเอง ด้านโอกาสการผลิตทุเรียนและลำไยมีคู่แข่งในต่างประเทศน้อย มีช่องทางการตลาดในกลุ่มร้านค้าสมัยใหม่ อุปสรรคคือ การพัฒนาการผลิตผลไม้ของหลายประเทศ มาตรการที่มีใช้ภาษีของประเทศคู่ค้า ภาวะการแข่งขันในตลาดผลไม้มีแนวโน้มจะรุนแรงมากขึ้น ข้อมูลการตลาดผลไม้ของกลุ่มประชาคมอาเซียนหาได้ยากและไม่ทันสมัย 4) กลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ เกษตรกรควรปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทำ GAP ขยายการผลิตนอกฤดู ผู้รวบรวมและผู้ส่งออกเน้นควบคุมคุณภาพผลไม้ส่งออก ผู้ส่งออกควรขยายช่องทางการตลาดและหาตลาดใหม่ หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างเต็มที่ ตรวจสอบสินค้าที่ส่งออกอย่างเข้มงวด เร่งเจรจาหาข้อยุติหรือผ่อนผันการใช้มาตรการที่มีใช้ภาษีของประเทศคู่ค้า ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในงานแสดงสินค้า ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้รวบรวมและผู้ส่งออก เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และความเป็นธรรมทางการค้า

อนุวัตร คุณาวุฒิ (2558) ได้ศึกษาแนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการส่งออกทุเรียนสดจากประเทศไทยสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมเกษตรกรใช้วิธีการเพาะปลูกทุเรียนเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการเพาะปลูก GAP ของกรมวิชาการเกษตร ปี 2556 ผู้ประกอบการส่งออกมีปัจจัยและวิธีการในการรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน ผู้ประกอบการส่งออกมีกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการส่งออกเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาหลักของเกษตรกรและผู้ประกอบการส่งออก คือ ทุเรียนอ่อน ราคาซื้อขาย ซึ่งเกิดในช่วงต้นฤดูผลผลิตทุเรียนออกสู่

ตลาดน้อย ทำให้มีการแย่งซื้อทุเรียนเพื่อส่งไปขายที่จีน ประกอบกับมีผู้ประกอบการส่งออกรายใหม่เข้ามา ทาธุรกิจโดยขาดความรู้ ความชำนาญในการตรวจสอบความสุกแก่ของทุเรียนทำให้เกิดปัญหาทุเรียนอ่อน ออกสู่ตลาด จึงควรมีการใช้เครื่องตรวจสอบความสุกแก่ของทุเรียนแทนการใช้คนตรวจและควรมีการสร้าง ระบบการกีดกันทางการค้าหรือการสร้างระบบโควตาสำหรับผู้ประกอบการส่งออกของประเทศไทย โดย จำกัดเฉพาะผู้ประกอบการไทยให้สามารถส่งออกทุเรียนไทยได้ เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นทางด้าน ชื่อเสียง และการส่งออกของประเทศไทย

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัด ชุมพรครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบ แนวคิดในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของ Daniels and Lee (1994, p. 14, อ้างถึงใน กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2547, น. 35) และศึกษาแนวคิดปัจจัยทาง การตลาดของ Philip (2012, p. 16) สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือวิจัย
3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 2,831 ครัวเรือน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973, p. 727) โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ตามสูตรดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3-1)$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{2,831}{1 + 2,831(0.05)^2}$$

$$= 350.48$$

ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 350 คน ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) ไม่ใช่หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Nonprobability Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

3.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ โดยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน และประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียนมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านกายภาพ จำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 3 การค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการกำหนดราคา ด้านช่องทางการส่งออก และด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 22 ข้อ

จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 มีลักษณะคำถามเป็นการถามระดับความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert Rating Scale

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรเพื่อนำมากำหนดแนวทางในการส่งออกและการปฏิบัติงานต่อไป

3.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.3.1 การสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

3.3.1.2 สร้างแบบสอบถาม โดยมีประเด็นสำคัญตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรต้นคือ ลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนตัวแปรตามคือ การคำสั่งออกทุเรียน

3.3.1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเหมาะสมถูกต้องและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำ

3.3.2 การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.3.2.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมทางด้านภาษาและวิชาการ โดยหาค่าความเที่ยงตรง (Validity Value) เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำมาหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) ซึ่งข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.05-1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นนำมาใช้ได้โดยใช่สูตร

$$IOC = \Sigma R/N \quad (3-2)$$

ΣR = ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

1) นางสาวภัทราพร จำเริญ วุฒิการศึกษารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหิดล ตำแหน่งอาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

2) นายพลสิทธิ์ สิงห์พันธ์ วุฒិการศึกษาศรุตสาตรมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา ตำแหน่งรองผู้อำนวยการโรงเรียนทรายทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา

3) นางสาวหนึ่งฤทัย มะลาไวย วุฒิการศึกษาคม (วิจัยการศึกษา) ตำแหน่ง ครูชำนาญการพิเศษโรงเรียนโคกล่ามวิทยาการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ดเขต 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ การวัดผลและประเมินผลการวิจัย

จากนั้นได้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อคำถามที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องได้ค่าเท่ากับ 1.00และนำไปสร้างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ

3.3.2.2 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับบุคลากรที่มีลักษณะเช่นเดียวกับประชากรและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40คน แล้วนำค่าคะแนนที่ได้ไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (1970, อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2550) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.947 โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \frac{(1 - \sum \alpha_i^2)}{\alpha r^2} \quad (3-3)$$

α แทน ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

$\sum \alpha_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแบบสอบถามแต่ละข้อ

αr^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนในแบบสอบถามทั้งฉบับ

n แทน จำนวนข้อทั้งหมดในแบบสอบถาม

โดยได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .94 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นครั้งสุดท้ายเพื่อตรวจสอบและแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำฉบับที่สมบูรณ์ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ประสานงานขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

3.4.2 จัดส่งแบบสอบถามให้กับเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 351 ฉบับ

3.4.3 หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามจนครบ เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติและวิเคราะห์เนื้อหาต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปดำเนินการดังนี้

3.5.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม

3.5.2 นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วลงรหัสตามแบบการลงรหัส (Coding Form) ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งระดับของคุณภาพชีวิตออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการประเมินผลจากสูตรต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย/ปฏิบัติมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย/ปฏิบัติมาก
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย/ปฏิบัติปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย/ปฏิบัติน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย/ปฏิบัติน้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์ประเมินผลดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็น/การปฏิบัติในระดับมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็น/การปฏิบัติในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็น/การปฏิบัติในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็น/การปฏิบัติในระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็น/การปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

ส่วนเกณฑ์การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงแต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลย (Walter, 1971, p. 121) ดังนี้

ตารางที่ 3.1

ค่าระดับของความสัมพันธ์

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.71 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.51 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.31 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.6.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.6.1.2 วิเคราะห์ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการกับการค้าส่งออกทุเรียนและการค้าส่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติสัมประสิทธิ์ Pearson Product Moment Correlation และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3.6.3 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดที่แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์จะนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ข้างต้นในประเด็นดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการคำสั่งออกทุเรียนที่มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	หมายถึง	จำนวนคน
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r_{xy}	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ
Adj. R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณที่ปรับแก้แล้ว
ss	หมายถึง	ผลรวมกำลังสองของค่าคะแนน (Sum of Square)
df	หมายถึง	ค่าของขั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
ms	หมายถึง	ความแปรปรวน หรือส่วนเบี่ยงเบนกำลังสองเฉลี่ย

- F หมายถึง สถิติทดสอบ F ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวน
- * หมายถึง ค่านัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้

4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย จึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับเพื่อศึกษาความสัมพันธ์การค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับเพื่อศึกษาความสัมพันธ์การคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง
จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	250	71.23
1.2 หญิง	101	28.77
รวม	351	100
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 30 ปี	21	5.98
2.2 30-40 ปี	102	29.06
2.3 41-50 ปี	117	33.33
2.4 51 ปีขึ้นไป	111	31.62
รวม	351	100
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	317	90.31
3.2 ปริญญาตรี	30	8.55
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.14
รวม	351	100

(ต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
4. จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน		
4.1 ต่ำกว่า 10 ไร่	41	11.68
4.2 10-20 ไร่	165	47.01
4.3 21-30 ไร่	80	22.79
4.4 มากกว่า 30 ไร่	65	18.52
รวม	351	100
5. ประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน		
5.1 ต่ำกว่า 5 ปี	69	19.66
5.2 5-10 ปี	128	36.47
5.3 11-20 ปี	137	39.03
5.4 มากกว่า 21 ปี	17	4.84
รวม	351	100

จากตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 71.23 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 28.77 จำแนกตามอายุ อายุ 41-50 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 31.62 จำแนกตามระดับการศึกษา มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 90.31 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.55 จำแนกตามจำนวนผู้ที่เพาะปลูกทุเรียน มีจำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน 10-20 ไร่ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 รองลงมาคือ มีจำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน 21-30 ไร่ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 22.79 และจำแนกตามประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน 11-20 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 39.03 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน 5-10 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.47

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน

ตารางที่ 4.2

ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ด้านเศรษฐกิจ	4.12	0.48	มาก
2. ด้านการเมืองและกฎหมาย	4.10	0.43	มาก
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.96	0.53	มาก
4. ด้านกายภาพ	4.06	0.41	มาก
รวม	4.06	0.38	มาก

จากตารางที่ 4.2 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ ด้านการเมืองและกฎหมาย ($\bar{X} = 4.10$) ด้านกายภาพ ($\bar{X} = 4.06$) และด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านเศรษฐกิจจำแนกเป็นรายข้อ

ด้านเศรษฐกิจ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. สภาพเศรษฐกิจของไทยกับประเทศปลายทางคำสั่งออก	4.36	0.61	มากที่สุด
2. ราคาต้นทุนสินค้า	4.20	0.56	มาก
3. ดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร	4.10	0.66	มาก
4. อัตราการแลกเปลี่ยนของเงินตรา	4.05	0.69	มาก
5. การปรับตัวของราคาน้ำมัน	4.08	0.70	มาก
6. กำลังซื้อของประเทศคู่ค้า	4.03	0.69	มาก
7. การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน	4.04	0.63	มาก
รวม	4.12	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.3 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ สภาพเศรษฐกิจของไทยกับประเทศปลายทางการส่งออก ($\bar{X} = 4.36$) และระดับมาก 6 ข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ราคาต้นทุนสินค้า ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ ดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร ($\bar{X} = 4.10$) การปรับตัวของราคาน้ำมัน ($\bar{X} = 4.08$) อัตราการแลกเปลี่ยนของเงินตรา ($\bar{X} = 4.05$) การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน ($\bar{X} = 4.04$) และกำลังซื้อของประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการเมืองและกฎหมาย จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการเมืองและกฎหมาย	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความมั่นคงทางการเมืองของไทย	4.14	0.58	มาก
2. นโยบายของรัฐบาลไทย	4.08	0.56	มาก
3. ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ	4.13	0.54	มาก
4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกกับหน่วยงานราชการในพื้นที่	4.12	0.65	มาก
5. นโยบายของนักการเมืองท้องถิ่น	4.07	0.62	มาก
6. ความเชื่อมั่นของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อรัฐบาลไทย	4.08	0.58	มาก
7. เงื่อนไขทางด้านการค้าและกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ	4.12	0.61	มาก
รวม	4.10	0.43	มาก

จากตารางที่ 4.4 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการเมืองและกฎหมาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความมั่นคงทางการเมืองของไทย ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ ($\bar{X} = 4.13$) เงื่อนไขทางด้านการค้าและกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ ($\bar{X} = 4.12$) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกกับหน่วยงาน

ราชการในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.12$) นโยบายของรัฐบาลไทย ($\bar{X} = 4.08$) ความเชื่อมั่นของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อรัฐบาลไทย ($\bar{X} = 4.08$) และนโยบายของนักการเมืองท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5

ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านสังคมและวัฒนธรรม
จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านสังคมและวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความแตกต่างของศาสนา	4.07	0.76	มาก
2. ความแตกต่างของวัฒนธรรม	3.94	0.67	มาก
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร	3.99	0.66	มาก
4. ระดับการศึกษาของผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออก	4.01	0.65	มาก
5. ค่านิยมและทัศนคติของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อสินค้าไทย	3.92	0.64	มาก
6. งานประเพณีต่าง ๆ ที่สำคัญในประเทศ	3.93	0.70	มาก
7. วันหยุดของไทยกับประเทศคู่ค้า	3.91	0.72	มาก
รวม	3.96	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.5 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความแตกต่างของศาสนา ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ระดับการศึกษาของผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออก ($\bar{X} = 4.01$) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.99$) ความแตกต่างของวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.94$) งานประเพณีต่าง ๆ ที่สำคัญในประเทศ ($\bar{X} = 3.93$) ค่านิยมและทัศนคติของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อสินค้าไทย ($\bar{X} = 3.92$) และวันหยุดของไทยกับประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านกายภาพ จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านกายภาพ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ท่าเลที่ตั้ง ภูมิประเทศของไทยกับประเทศคู่ค้า	3.96	0.60	มาก
2. ความเจริญด้านสาธารณูปโภคของไทย	4.12	0.56	มาก
3. ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทย	4.09	0.55	มาก
4. การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ	3.99	0.59	มาก
5. จำนวนแรงงานกรรมกรของไทย	4.08	0.59	มาก
6. การเปิดเส้นทางคมนาคมขนส่งเพื่อความสะดวกในการเดินทาง	4.12	0.58	มาก
7. ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า	4.14	0.58	มาก
รวม	4.06	0.41	มาก

จากตารางที่ 4.6 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ ความเจริญด้านสาธารณูปโภคของไทย ($\bar{X} = 4.12$) การเปิดเส้นทางคมนาคมขนส่งเพื่อความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.12$) ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทย ($\bar{X} = 4.09$) จำนวนแรงงานกรรมกรของไทย ($\bar{X} = 4.08$) การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ ($\bar{X} = 3.99$) และท่าเลที่ตั้ง ภูมิประเทศของไทยกับประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.7

ระดับการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

การคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ด้านการผลิต	4.28	0.55	มากที่สุด
2. ด้านการกำหนดราคา	4.17	0.57	มาก
3. ด้านช่องทางการส่งออก	4.25	0.56	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	0.57	มาก
รวม	4.04	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.7 การคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายด้าน มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการผลิต ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการส่งออก ($\bar{X} = 4.25$) และมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 2 ด้านคือ ด้านการกำหนดราคา ($\bar{X} = 4.17$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

ระดับการค้ำส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการผลิต จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการผลิต	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีการรับรองคุณภาพจากองค์กรของรัฐ	4.35	0.64	มากที่สุด
2. ตรายี่ห้อของบริษัทเป็นที่ยอมรับ	4.27	0.63	มากที่สุด
3. น้ำหนักของทุเรียนตรงตามมาตรฐาน	4.28	0.62	มากที่สุด
4. มีการคัดเกรดทุเรียน	4.28	0.64	มากที่สุด
5. บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพใหม่และสะอาด	4.25	0.67	มากที่สุด
รวม	4.28	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 ระดับการค้ำส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการรับรองคุณภาพจากองค์กรของรัฐ ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ น้ำหนักของทุเรียนตรงตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.28$) มีการคัดเกรดทุเรียน ($\bar{X} = 4.28$) ตรายี่ห้อของบริษัทเป็นที่ยอมรับ ($\bar{X} = 4.27$) และบรรจุภัณฑ์มีคุณภาพใหม่และสะอาด ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

ระดับการค้ำส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการกำหนดราคา จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการกำหนดราคา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ	4.23	0.66	มากที่สุด
2. ราคาผลิตภัณฑ์สามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการซื้อ	4.16	0.68	มาก
3. แสดงตารางการเคลื่อนไหวของราคาจากราคาตลาดที่ชัดเจน	4.17	0.68	มาก
4. บริษัทหักส่วนลดทันทีที่สินค้าเสียหายหรือน่าเสีย	4.13	0.73	มาก
5. การกำหนดราคาทุเรียนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและราคาตลาด	4.19	0.66	มาก
รวม	4.17	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.9 ระดับการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการกำหนดราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.23$) และระดับมาก 4 ข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การกำหนดราคาทุเรียนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและราคาตลาด ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา คือ แสดงตารางการเคลื่อนไหวของราคาจากราคาตลาดที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.17$) ราคาผลิตภัณฑ์สามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการซื้อ ($\bar{X} = 4.16$) และบริษัทหักส่วนลดทันทีที่สินค้าเสียหายหรือเน่าเสีย ($\bar{X} = 4.13$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

ระดับการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านช่องทางการส่งออก จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านช่องทางการส่งออก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกทุเรียน	4.25	0.67	มากที่สุด
2. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อซื้อขายและการส่งออก	4.25	0.62	มากที่สุด
3. ความรวดเร็วในการส่งออก	4.25	0.66	มากที่สุด
4. มีตัวแทนผู้ค้าทุเรียน ณ ที่ขาย	4.25	0.63	มากที่สุด
5. ก่อนการส่งออกมีการตรวจสอบสารพิษตกค้าง เชื้อทางจุลชีววิทยา-โรค และศัตรูพืชจากสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรหรือหน่วยงานราชการของกรมวิชาการเกษตร	4.24	0.84	มากที่สุด
6. การส่งออกทุเรียนผ่านเจ้าหน้าที่ด้านตรวจพืช ณ จุดส่งออก	4.32	0.83	มากที่สุด
รวม	4.24	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 ระดับการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านช่องทางการส่งออก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การส่งออกทุเรียนผ่านเจ้าหน้าที่ด้านตรวจพืช ณ จุดส่งออก ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อซื้อขายและการส่งออก ($\bar{X} = 4.25$) มีตัวแทนผู้ค้าทุเรียน ณ ที่ขาย ($\bar{X} = 4.25$) ความรวดเร็วในการส่งออก ($\bar{X} = 4.25$) มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกทุเรียน ($\bar{X} = 4.25$) และก่อนการส่งออกมีการตรวจสอบสารพิษตกค้าง เชื้อทางจุลชีววิทยา-โรค

และศัตรูพืชจากสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรหรือหน่วยงานราชการของกรมวิชาการเกษตร
($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11

ระดับการค้ำส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีการให้ส่วนลดทุเรียนกรณีต่าง ๆ	3.32	0.68	ปานกลาง
2. มีการขายแบบให้สินเชื่อ	3.26	0.63	ปานกลาง
3. การรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งผลิตภัณฑ์ถึงที่	3.32	0.66	ปานกลาง
4. สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง	3.30	0.68	ปานกลาง
5. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	3.68	0.70	มาก
6. มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกอย่างชัดเจน	3.77	0.81	มาก
รวม	3.44	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.11 ระดับการค้ำส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ คือ มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.77$) และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัททางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.68$) และระดับปานกลาง 4 ข้อ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งผลิตภัณฑ์ถึงที่ ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลดทุเรียนกรณีต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.32$) สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.30$) และมีการขายแบบให้สินเชื่อ ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกหูเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกหูเรียน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วยวิธี Pearson's Product Moment Correlation (r) ในการหาค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่เรียกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นบวก (+) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงตามกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งสูงค่าตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะสูงด้วย ถ้าค่าตัวแปรตัวหนึ่งต่ำค่าตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำด้วย ค่าสัมประสิทธิ์ที่มีค่าเป็นลบ (-) หมายความว่า ข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามคือกลับกัน ถ้าค่าเป็นศูนย์ (0) หมายความว่า ข้อมูลทั้งสองชุดไม่เกี่ยวข้องกัน ไม่สัมพันธ์กันหรือไม่แปรผันร่วมกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรตัวหนึ่งสูงค่าตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำ ถ้าค่าตัวแปรตัวหนึ่งต่ำค่าตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะสูง จากค่า Correlation Coefficient มีเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ดังนี้ (Hinkle, 1998, p. 118)

ตารางที่ 4.12

ค่าระดับของความสัมพันธ์

ค่า r_{xy}	ระดับของความสัมพันธ์
.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.71 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.51 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.31 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันควรมีค่าสูงสุดไม่เกิน 0.85 เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการเกิด Multi-Collinearity ซึ่งหมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูงมากเกินไป จนไม่เหมาะสมที่จะนำตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปเข้าสมการทั้งสองตัว ผลการวิเคราะห์

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านการเมืองและกฎหมาย 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 4) ด้านกายภาพ

สัญลักษณ์ที่ใช้ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

X	หมายถึง	ตัวแปรปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน
X ₁	หมายถึง	ด้านเศรษฐกิจ
X ₂	หมายถึง	ด้านการเมืองและกฎหมาย
X ₃	หมายถึง	ด้านสังคมและวัฒนธรรม
X ₄	หมายถึง	ด้านกายภาพ
X _{รวม}	หมายถึง	โดยรวมปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน
Y	หมายถึง	การคำสั่งออกฤทธิ์เรียน
Y ₁	หมายถึง	ด้านการผลิต
Y ₂	หมายถึง	ด้านการกำหนดราคา
Y ₃	หมายถึง	ด้านช่องทางการส่งออก
Y ₄	หมายถึง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
Y _{รวม}	หมายถึง	โดยรวมการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน

ตารางที่ 4.13

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตัวแปร	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y _{รวม}
ด้านเศรษฐกิจ (X ₁)	0.457**	0.621**	0.424**	0.042	0.486**
ด้านการเมืองและกฎหมาย (X ₂)	0.528**	0.532**	0.457**	0.158**	0.527**
ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X ₃)	0.359**	0.573**	0.286**	-0.035	0.372**
ด้านกายภาพ (X ₄)	0.536**	0.556**	0.490**	0.215**	0.566**
โดยรวมปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน (X _{รวม})	0.559**	0.691**	0.491**	0.103	0.580**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการคำสั่งออกทุเรียน โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.580 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. ปัจจัยเศรษฐกิจ (X_1) กับการคำสั่งออกทุเรียน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.486 เมื่อดูความสัมพันธ์กับด้านการกำหนดราคา (Y_2) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.621 รองลงมาคือ ด้านการผลิต (Y_1) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.457 ด้านช่องทาง การส่งออก (Y_3) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.424 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Y_4) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเท่ากับ 0.042

2. ปัจจัยการเมืองและกฎหมาย (X_2) กับการคำสั่งออกทุเรียน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.527 เมื่อดูความสัมพันธ์กับด้านการกำหนดราคา (Y_2) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.532 รองลงมาคือ ด้านการผลิต (Y_1) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.528 ด้านช่องทาง การส่งออก (Y_3) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.457 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Y_4) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเท่ากับ 0.158

3. ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม (X_3) กับการคำสั่งออกทุเรียน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.372 เมื่อดูความสัมพันธ์กับด้านการกำหนดราคา (Y_2) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.573 รองลงมาคือ ด้านการผลิต (Y_1) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.359 ด้านช่องทาง การส่งออก (Y_3) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเท่ากับ 0.286 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Y_4) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเท่ากับ -0.035

4. ปัจจัยกายภาพ (X_4) กับการคำสั่งออกทุเรียน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.566 เมื่อดูความสัมพันธ์กับด้านการกำหนดราคา (Y_2) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.556 รองลงมาคือ ด้านการผลิต (Y_1) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 0.536 ด้านช่องทาง การส่งออก (Y_3) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.490 และด้านการส่งเสริมการตลาด (Y_4) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าเท่ากับ 0.215

ตารางที่ 4.14

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยรวม

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	SE	Beta	t
1. ด้านเศรษฐกิจ (X ₁)	0.266	0.057	0.290	4.698**
2. ด้านการเมืองและกฎหมาย (X ₂)	0.221	0.058	0.214	3.824**
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X ₃)	-0.140	0.053	-0.166	-2.661**
4. ด้านกายภาพ (X ₄)	0.427	0.061	0.390	7.009**
ค่าคงที่ (Constant)	-	0.854	-	-
Multiple R	-	0.642	-	-
R ²	-	0.413	-	-
Adjusted R ²	-	0.406	-	-
F	-	60.753**	-	-

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมสามารถอธิบายได้ร้อยละ 41.30 มีค่า $R^2 = 0.413$ และมีค่า $F = 60.753$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกฤทธิ์เรียนมากที่สุดคือ ด้านกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.390 รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 0.290 ด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเท่ากับ 0.214 และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเท่ากับ 0.166 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
ด้านการผลิต

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	SE	Beta	t
1. ด้านเศรษฐกิจ (X ₁)	0.275	0.072	0.241	3.805**
2. ด้านการเมืองและกฎหมาย (X ₂)	0.330	0.074	0.258	4.475**
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X ₃)	0.148	0.067	-0.141	2.193*
4. ด้านกายภาพ (X ₄)	0.468	0.078	0.344	6.013**
ค่าคงที่ (Constant)	-	0.480	-	-
Multiple R	-	0.616	-	-
R ²	-	0.380	-	-
Adjusted R ²	-	0.373	-	-
F	-	53.027**	-	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกที่มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการผลิต สามารถอธิบายได้ร้อยละ 38.00 มีค่า $R^2 = 0.380$ และมีค่า $F = 10.186$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกส่งผลต่อการคำสั่งออกทุเรียน ด้านการผลิต มากที่สุดคือ ด้านกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.344 รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 0.258 ด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเท่ากับ 0.241 และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเท่ากับ -0.141 ตามลำดับ การส่งเสริมปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ยังทำให้ช่องทางการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.16

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
ด้านการกำหนดราคา

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	SE	Beta	t
1. ด้านเศรษฐกิจ (X ₁)	0.396	0.068	0.338	5.861**
2. ด้านการเมืองและกฎหมาย (X ₂)	0.168	0.069	0.128	2.444*
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X ₃)	0.142	0.063	0.132	2.256*
4. ด้านกายภาพ (X ₄)	0.332	0.073	0.238	4.575**
ค่าคงที่ (Constant)	-	-0.064	-	-
Multiple R	-	0.697	-	-
R ²	-	0.486	-	-
Adjusted R ²	-	0.480	-	-
F	-	81.733**	-	-

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกที่มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการกำหนดราคา สามารถอธิบายได้ร้อยละ 48.60 มีค่า R² = 0.486 และมีค่า F = 81.733 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกส่งผลต่อการคำสั่งออกทุเรียน ด้านการกำหนดราคามากที่สุดคือ ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 0.338 รองลงมาคือ ด้านกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.238 ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเท่ากับ 0.132 และด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเท่ากับ 0.128 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
ด้านช่องทางการส่งออก

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	SE	Beta	t
1. ด้านเศรษฐกิจ (X ₁)	0.350	0.076	0.304	4.600**
2. ด้านการเมืองและกฎหมาย (X ₂)	0.241	0.077	0.187	3.113**
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม (X ₃)	-0.245	0.071	0.232	3.469**
4. ด้านกายภาพ (X ₄)	0.496	0.082	0.362	6.068**
ค่าคงที่ (Constant)	-	0.782	-	-
Multiple R	-	0.570	-	-
R ²	-	0.325	-	-
Adjusted R ²	-	0.318	-	-
F	-	41.731**	-	-

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกที่มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านช่องทางการส่งออก สามารถอธิบายได้ร้อยละ 32.50 มีค่า $R^2 = 0.325$ และมีค่า $F = 41.731$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกส่งผลกระทบต่อคำสั่งออกทุเรียน ด้านช่องทางการส่งออกมากที่สุดคือ ด้านกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.362 รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 0.304 ด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเท่ากับ 0.187 และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเท่ากับ -0.232 ตามลำดับ การส่งเสริมปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ยังทำให้ช่องทางการส่งออกลดลง

ตารางที่ 4.18

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปร	Regression Coefficient			
	B	SE	Beta	t
1. ปัจจัยการมีความสุขทางด้านจิตใจ (X_1)	0.044	0.090	0.038	0.493
2. ปัจจัยความสามารถในการแสดงพฤติกรรม (X_2)	0.144	0.092	0.109	1.570
3. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของบุคคล (X_3)	-0.310	0.084	-0.287	-3.699**
4. ปัจจัยการรับรู้คุณภาพชีวิต (X_4)	0.413	0.097	0.295	4.259**
ค่าคงที่ (Constant)	-	2.218	-	-
Multiple R	-	0.304	-	-
R^2	-	0.092	-	-
Adjusted R^2	-	0.082	-	-
F	-	8.803**	-	-

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกที่มีผลต่อการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถอธิบายได้ร้อยละ 9.20 มีค่า $R^2 = 0.092$ และมีค่า $F = 8.803$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียน ด้านการส่งเสริมการตลาด มากที่สุดคือ ด้านกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.295 และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเท่ากับ -0.287 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

จากการสอบถามข้อมูลจากเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ได้สรุปเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียน ไว้ดังนี้

1. เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์ เนื่องจากลักษณะการผลิตของเกษตรกรในพื้นที่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองทางการค้า เพื่อป้องกันการครอบงำของกลุ่มทุนจากต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทย เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความเป็นธรรมทางการค้า
2. ควรมีการจดทะเบียนผู้ปลูกทุเรียนและผู้ส่งออกทุเรียนให้สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของการผลิต รวมทั้งมาตรการตรวจสอบปลายทาง พร้อมมาตรการลงโทษ หากพิสูจน์ได้ว่าการฉ้อโกงหรือใช้เล่ห์เหลี่ยมเพื่อหาประโยชน์ส่วนตนโดยทำลายส่วนรวม
3. เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่ออกผลตามฤดูกาล และต้องพึ่งพาปัจจัยธรรมชาติที่เป็นตัวกำหนดปริมาณและคุณภาพ ทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพผลผลิตที่จะออกสู่ตลาดได้ ดังนั้นต้องมีการตรวจสอบ และควบคุมผลผลิตให้ได้มาตรฐานก่อนการส่งออก โดยเกษตรกรทุกคนต้องช่วยกันแจ้งเบาะแส ตักเตือน หรือใช้ลักษณะของสังคมในการควบคุมซึ่งกันและกัน เพื่อไม่ให้เกษตรกรตัดทุเรียนอ่อนออกมาขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความมั่นใจให้กับประเทศคู่ค้า
4. ควรมีการพัฒนาการเก็บรักษาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ให้ได้ตลอดปี ซึ่งกรณีนี้ภาครัฐควรส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากถ้าสามารถเก็บรักษาผลผลิตให้ได้ตลอดปีประเทศไทยก็จะมีสินค้าทุเรียนนอกฤดูกาล เพื่อการจำหน่ายเชิงธุรกิจซึ่งจะทำให้สามารถขายได้ในราคาดี
5. เกษตรกรต้องเน้นการรักษาคุณภาพของผลผลิตและจัดหาวิธีการจัดการการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิตให้มาก จะทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ และควรศึกษาช่วงระยะเวลาที่ทำให้ผลผลิตออกไม่ตรงกับประเทศคู่ค้าที่มีผลผลิตแบบเดียวกันหรือการทำให้ผลผลิตออกนอกฤดูกาล เพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออก
6. ภาครัฐควรมีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานทางการค้าส่งออกทุเรียน และจัดงานแสดงสินค้าร่วมกับภาคธุรกิจของต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้มีการพบปะกันระหว่างนักธุรกิจกลุ่มร้านค้าซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางการส่งออก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรผู้วิจัยนำมาสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. สรุปผลการวิจัย
6. อภิปรายผล
7. ข้อเสนอแนะ



5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 5.1.1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 5.1.2 เพื่อศึกษาระดับการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 5.1.3 เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

5.2 สมมติฐานการวิจัย

- 5.2.1 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อยู่ในระดับมาก
- 5.2.2 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านกายภาพ มีผลต่อการคำสั่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

5.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรจำนวน 2,831 ครัวเรือน

5.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro (1973, p. 727) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 351 คน

5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากกรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน และประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ ประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านกายภาพ จำนวน 28 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นการถามระดับคุณภาพชีวิต แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert มี 5 ระดับ 5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = ปานกลาง 2 = ต่ำ 1 = ต่ำมาก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการกำหนดราคา ด้านช่องทางการส่งออก และด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 22 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นการถามระดับคุณภาพชีวิต แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert มี 5 ระดับ 5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = ปานกลาง 2 = ต่ำ 1 = ต่ำมาก

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรเพื่อนำมากำหนดแนวทางในการส่งออกและการปฏิบัติงานต่อไป

5.5 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรสรุปผลได้ดังนี้

5.5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 71.23 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 90.31 มีจำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน 10-20 ไร่ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 47.01 และมีประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน 11-20 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 39.03

5.5.2 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลอยู่ในระดับมากทุกด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจ รองลงมาคือ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านกายภาพและด้านสังคมและวัฒนธรรม ตามลำดับ

5.5.3 การค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการผลิต รองลงมาคือ ด้านช่องทางการส่งออกด้านการกำหนดราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

5.5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยรวมมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการเมืองและกฎหมายและปัจจัยกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยเศรษฐกิจ และปัจจัยสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

5.5.5 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกที่มีผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยภาพรวมสามารถอธิบายได้ร้อยละ 41.30 มีค่า $R^2 = 0.413$ และมีค่า $F = 60.753$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนมากที่สุดคือ ด้านกายภาพ มีค่าเท่ากับ 0.390 รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 0.290 ด้านการเมืองและกฎหมาย มีค่าเท่ากับ 0.214 และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเท่ากับ -0.166 ตามลำดับ

5.5.6 แนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีดังนี้ เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความเป็นธรรมทางการค้า อีกทั้งควรมีการจดทะเบียนผู้ปลูกทุเรียนและผู้ส่งออกทุเรียนให้สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของการผลิต และควบคุมผลผลิตให้ได้มาตรฐานก่อนการส่งออก รวมทั้งมาตรการตรวจสอบปลายทาง มาตรการลงโทษ หากพิสูจน์ได้ว่าการจงใจหรือใช้เล่ห์เหลี่ยมเพื่อหาประโยชน์ส่วนตนโดยทำลายส่วนรวม ภาครัฐควรส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนาการเก็บรักษาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ให้ได้ตลอดปีเนื่องจากหากสามารถเก็บรักษาผลผลิตให้ได้ตลอดปีประเทศไทยก็จะมีสินค้าทุเรียนนอกฤดูกาล ซึ่งจะทำให้สามารถขายได้ในราคาดี หรือศึกษาช่วงระยะเวลาที่ทำให้ผลผลิตออกไม่ตรงกับประเทศคู่แข่งที่มีผลผลิตแบบเดียวกันหรือ การทำให้ผลผลิตออกนอกฤดูกาลเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกและภาครัฐควรจัดตั้งศูนย์ประสานงานทางการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ และจัดงานแสดงสินค้าร่วมกับภาครัฐกิจของต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้มีการพบปะกันระหว่างนักธุรกิจกลุ่มร้านค้าซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางทางการส่งออก

5.6 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรโดยรวมอยู่ในระดับมากผลการวิจัยที่พบเป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้เป็นเพราะการส่งออกทุเรียนในปัจจุบันมีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งทางด้านคุณภาพและราคา ประเทศผู้ส่งออกหลายประเทศได้มีการพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เป็นผลให้ประเทศผู้นำเข้าหรือผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อจากแหล่งต่าง ๆ มากขึ้น จากการแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงในปัจจุบันทำให้ทางภาครัฐควรหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมส่งออกทุเรียนมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Daniels and Lee (1994, p. 14, อ้างถึงใน กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2547, น. 35) ได้กล่าวถึง ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ จำแนกได้เป็น 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงในการทำธุรกิจ

การค้าระหว่างประเทศ 2) ด้านการเมือง ปัจจัยทางการเมืองที่เข้ามาเกี่ยวข้องนั้นเกิดจากการดำเนินนโยบายของแต่ละประเทศที่เข้ามาแทรกแซงระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศของตน 3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งประเทศคู่ค้าแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ศาสนา ภาษา การศึกษาและ 4) ด้านกฎหมาย ซึ่งในแต่ละประเทศที่บริษัทข้ามชาติดำเนินกิจการอยู่จะมีระบบกฎหมายเป็นของตนเอง สิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศหนึ่งอาจผิดกฎหมายในอีกประเทศหนึ่งก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yuyan (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าขายแดนของผู้ส่งออกอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของบัญชาสมบูรณ์สุขและคณะ (2556) ศึกษาระบบตลาดผักและผลไม้ไทยในประเทศมาเลเซียสิงคโปร์ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผลการวิจัยพบว่ามีช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ผลิตมีทั้งกลุ่มวิสาหกิจและเกษตรกรรายย่อยคนกลางคือผู้รวบรวมผู้ส่งออกระดับชาติผู้ส่งออกระดับท้องถิ่นนายหน้าที่หาตลาดใหญ่และสุโงโกลกที่ตลาดปลายทางในมาเลเซียนำเข้าโดยผู้ค้าส่งและสิงคโปร์โดยผ่านผู้นำเข้าตลาดผู้บริโภคในมาเลเซียเป็นตลาดสดอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 60-70 และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนนุชช้อยบุรีกุลและวิวิสาข์สุชาโต (2556) ศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยกรณีการค้ากับอินโดนีเซียพบว่ามีอยู่ในระดับค่อนข้างดี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านกายภาพ มีผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนอำเภอเมืองจังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนมากที่สุดคือ ด้านกายภาพ รองลงมาคือ ด้านการเมืองและกฎหมาย ละด้านสังคมและวัฒนธรรม ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออกต่างประเทศจำเป็นต้องศึกษาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัญหา และการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะสามารถประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้สอดคล้องกับ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Ball and McCulloch (1993, p. 192, อ้างถึงใน กัตัญญู หิรัญญสมบูรณ์, 2547, น. 35) ได้กล่าวถึง สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อม

ประกอบด้วย คู่แข่งขัน ช่องทางการกระจายสินค้า เศรษฐกิจ เศรษฐศาสตร์ การเงิน กฎหมายในประเทศ และต่างประเทศ ลักษณะทางกายภาพ การเมือง วัฒนธรรมสังคม แรงงาน และเทคโนโลยี สอดคล้องกับ งานวิจัยของนงนุชอึ้งยงกุลและวิสาข์สุชาโต (2556) ศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ ระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยชี้ ความสำเร็จ 3 ลำดับแรกคือกฎระเบียบและข้อบังคับของอินโดนีเซียนโยบายการส่งเสริมการผลิตใน ระดับต้นน้ำของไทยและชื่อเสียงผลไม้ไทย

1. ด้านการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่งเสริมด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อ การค้าส่งออกทุเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกรัตน์ชมภูนาถ (2550) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทยไปยังค้ำรัฐประชาชาจีนก่อนและ หลังการทำข้อตกลงการค้าเสรีผลการวิจัยพบว่า ทุเรียนสดของประเทศไทยเป็นผู้ครองตลาดนำเข้า ทุเรียนสดของประเทศไทยอยู่ในสถานะผู้นำตลาดซึ่งวิเคราะห์จากทฤษฎีส่วนประสมการตลาดที่มุ่งตลาด ระดับกลางและระดับล่างกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีหลายขนาดหลายรูปแบบและมี การแปรรูปให้เป็นอาหารลักษณะอื่นเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคหลายระดับไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิทย์นันท์ชุมประเสริฐ (2555) ศึกษาแนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย กับอาเซียนหลังมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า การพยากรณ์แนวโน้มมูลค่าการส่งออก สินค้าเกษตรของไทยกับอาเซียนหลังมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มส่งออกไม่ได้เพิ่มขึ้นมากอย่างที่ คาดหวังไว้เนื่องจากพิจารณาเฉพาะเงื่อนไขทางด้านภาษ้นำเข้าเท่านั้นโดยให้ปัจจัยด้านอื่นๆที่ซึ่งใน ความเป็นจริงแล้วเมื่อมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจผลที่ตามมานอกจากการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเสรีแล้ว ยังมีการเคลื่อนย้ายแรงงานและเงินทุนโดยเสรีอีกด้วยซึ่งอาจทำให้ประเทศไทยได้เปรียบหรือเสียเปรียบ เพิ่มขึ้นได้ทั้งนี้เพราะสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงใน การทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ตัวแปรสำคัญที่บ่งชี้ถึงสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าคือ ลักษณะโดยทั่วไปของตลาดประเทศคู่ค้า ดุลการชำระเงิน และมาตรการควบคุมการค้าระหว่างประเทศ ของรัฐบาลประเทศคู่ค้า ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงได้มีการเปิดเขตเสรีอาเซียน ทำให้ตลาดส่งออกทุเรียนขยาย วงกว้างมากขึ้นส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจของทุเรียนไปต่างประเทศคล่องตัวมากขึ้น อีกทั้งจังหวัดชุมพรมี การวางแผนการเพาะปลูกทุเรียนจึงทำให้ต้นทุนสินค้าและปริมาณของทุเรียนไม่ล้นตลาดมากเกินไป ซึ่ง ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของไทยและส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

2. ด้านการส่งเสริมด้านการเมืองและกฎหมาย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่งเสริมด้านการเมืองและกฎหมาย ส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนสดคล้องกับงานวิจัยของ นางนุชอังษุรีกุลและวิสา สาส์สุชาโต (2556) ศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซียภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยชี้ความสำเร็จในการแข่งขันของไทยกรณีการค้ากับอินโดนีเซียคือกฎระเบียบและข้อบังคับของอินโดนีเซียไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบัญชาสมบูรณ์สุขและคณะ (2556) ศึกษาระบบตลาดผักและผลไม้ไทยในประเทศมาเลเซียสิงคโปร์ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผลการวิจัยพบว่าปัญหาที่สำคัญของตลาดผักและผลไม้ไทยไปสู่มาเลเซียและสิงคโปร์คือ ปัญหาการออกกฎระเบียบเพื่อกีดกันการค้าสินค้าผักและผลไม้ไทย ทั้งนี้เป็นเพราะแต่ละประเทศที่บริษัทข้ามชาติดำเนินกิจการอยู่จะมีระบบกฎหมายเป็นของตนเอง สิ่งที่ต้องทำตามกฎหมายของประเทศหนึ่งอาจผิดกฎหมายในอีกประเทศหนึ่งก็ได้ ดังนั้นการดำเนินกิจการของบริษัทข้ามชาติภายใต้กฎหมายที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศจึงเป็นเรื่องยุ่งยาก แต่รัฐบาล นักการเมืองในพื้นที่และนักการเมืองท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญและมีการส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ การวางเงื่อนไขทางการค้าที่ยุติธรรม จึงทำให้ประเทศคู่ค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อนโยบายทางการเมืองและกฎหมายของไทย ซึ่งส่งผลดีต่อตลาดการส่งออกทุเรียน

3. ด้านการส่งเสริมด้านสังคมและวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่งเสริมด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yuyan (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าชายแดนของผู้ส่งออกอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าชายแดนของผู้ส่งออก อำเภอเชียงคาน จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อูมา วรรณชัย (2555) ได้ศึกษาการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ไม่มีผลต่อปริมาณการส่งออกมั่งคุดสดไปสาธารณรัฐประชาชนจีนคือ สังคมและวัฒนธรรมของจีนทั้งนี้เป็นเพราะประเทศคู่ค้าแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับประเทศหนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกประเทศหนึ่ง ดังนั้นรัฐบาลและผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพรต้องมีความเข้าใจในเรื่องวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้ไม่เกิดปัญหาขัดแย้งในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารงาน การจัดองค์กร หรือทางด้านสังคม ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของบริษัทข้ามชาติ

4. ด้านการส่งเสริมด้านกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่งเสริมด้านกายภาพส่งผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิทย์นันท์ ชุมประเสริฐ (2555) ศึกษาแนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยกับอาเซียนหลังมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันอาเซียนเป็นตลาดส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญอันดับหนึ่งของไทยประเทศไทยมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าเกษตรอยู่หลายชนิดเนื่องจากมีภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการทำการเกษตรทั้งพืชเมืองร้อนและพืชเมืองหนาวรวมทั้งมีต้นทุนในการผลิตสินค้าเกษตรที่ต่ำกว่าการที่มีแรงงานเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในภาคการเกษตรของประเทศเพื่อนบ้านจำนวนมากทำให้ประเทศไทยยังคงมีจุดแข็งที่ทำให้สามารถส่งออกสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและราคาถูกไปยังตลาดอาเซียนได้มากขึ้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรัช ฤทธิลา (2554) ได้ศึกษาศักยภาพการส่งออกทุเรียนไปยังค้ำรัฐประชาชนจีนผลการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยไปค้ำรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยพบว่า ด้านส่งออกการขนส่งสินค้าไปยังค้ำรัฐประชาชนจีนทางน้ำประสบปัญหาเรื่องการตื่นเงินของแม่น้ำและพายุทางทะเลทำให้สินค้าถึงปลายทางช้ารวมถึงการกระจายสินค้าภายในค้ำรัฐประชาชนจีนมีผู้บริภรณ์น้อยรายทำให้ผลผลิตไปถึงมือผู้บริภรณ์ช้ากว่าที่ควรจะเป็นจนอาจทำให้สินค้าเน่าเสียได้ ทั้งนี้เป็นเพราะจังหวัดชุมพรมีการลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกทุเรียน ทั้งทำเลที่ตั้งภูมิอากาศ จำนวนแรงงาน การขนส่งสินค้า และสถานที่เก็บสินค้าบริเวณท่าเรือ จากความพร้อมของทรัพยากรธรรมชาติและสาธารณูปโภคต่าง ๆ นั้น จึงทำให้การส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศของอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรประสบความสำเร็จ

5.7 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.7.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

5.7.1.1 วัตถุประสงค์ข้อ 1 ระดับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีข้อเสนอแนะดังนี้ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับสภาพเศรษฐกิจของไทยกับประเทศปลายทางการค้าในด้านราคาต้นทุนสินค้า ความมั่นคงทางการเมือง ความ

แตกต่างของศาสนา และความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า เพื่อส่งเสริมพัฒนาส่งออกให้เกิดความได้เปรียบในการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

5.7.1.2 วัตถุประสงค์ข้อ 2 ระดับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีข้อเสนอแนะดังนี้ ภาครัฐควรระบบการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อรับรองคุณภาพของทุเรียนให้มีมาตรฐานเดียวกัน ทั้งก่อนและหลังผ่านเจ้าหน้าที่ด่านตรวจพืช ณ จุดส่งออก เพื่อสามารถกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับคุณภาพ อีกทั้งควรมีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถวางแผนการตลาดและการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศได้อย่างเป็นระบบและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

5.7.1.3 วัตถุประสงค์ข้อ 3 ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกที่มีผลต่อการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีข้อเสนอแนะดังนี้ ประเทศไทยลักษณะทางกายภาพมีทำเลที่ตั้ง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ มีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการปลูกทุเรียน ซึ่งถือว่าเป็นความได้เปรียบทางการค้า ดังนั้นภาครัฐควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญและการสนับสนุนทำผลผลิตให้ออกนอกฤดูกาลให้มากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงทั้งทางด้านการผลิต ทางด้านราคา และให้ความสำคัญกับการขนส่งที่ปลอดภัย

5.7.1.4 วัตถุประสงค์ข้อ 4 แนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีข้อเสนอแนะดังนี้ เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความเป็นธรรมทางการค้าและป้องกันการครอบงำของกลุ่มทุนจากต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทย

5.7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.7.2.1 ควรศึกษาสภาพสังคมและวัฒนธรรม ค่านิยม และทัศนคติของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อสินค้าของประเทศไทย เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ของการผลิตและการส่งออกให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

5.7.2.2 ควรศึกษาสภาพทางกายภาพ ทั้งทำเลที่ตั้ง ภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศของประเทศไทยกับประเทศคู่ค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การผลิตสินค้าของไทยให้ได้เปรียบทางการแข่งขันและต่อยอดการพัฒนาศักยภาพของการผลิตทุเรียนของไทยให้เป็นประเทศลำดับต้น ๆ ในการส่งออกทั้งภายในกลุ่มประชาคมอาเซียนและของโลกสืบต่อไป

5.7.2.3 ควรศึกษาสภาพการเมืองและกฎหมายภายในประเทศ นโยบายของ
นักการเมืองท้องถิ่น เจือจางทางด้านการค้าและกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ และความสัมพันธ
ทางการเมืองระหว่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศต่อไป

5.7.2.4 ควรศึกษาสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน
อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา ดอกเบี้ยเงินฝาก ราคาต้นทุนสินค้า ราคาน้ำมัน เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์
ของการผลิต การส่งออกทุเรียน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กัตัญญู หิรัญญูสมบุรณ์. (2547). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัล พับลิเคชัน จำกัด.
- กนกรัตน์ ชมพูนาค. (2550). *การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกผลไม้ที่สำคัญของประเทศไทยไปยังประเทศจีนก่อนและหลังการทำข้อตกลงการค้าเสรี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). *ระบบการจัดการคุณภาพ GAP ทุเรียน*. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กฤติกา งามกัณหา. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน: ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ส่งออก*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จักรพงษ์ หาญบุญทรง. (2557). *กลยุทธ์การส่งออกทุเรียนสดและลำไยสดของไทยสู่ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *สรุปรวม...สุดยอดกลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณรงค์ศักดิ์ เสนาณรงค์ และประเสริฐ อนุพันธ์. (2543). *โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตและการตลาดทุเรียนเพื่อการส่งออก*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ธีรัช ฤทธิลา. (2554). *ศักยภาพการส่งออกทุเรียนไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคาแหง.
- นงนุช อังยุรีกุล และริสสาห์ สุชาโต. (2556). *โครงการโอกาสและอุปสรรคของการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินโดนีเซีย ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นนทโชติ อุดมศรี. (2554). *การออกแบบการพยากรณ์ความต้องการทุเรียนในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศโดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลาและโครงข่ายประสาทเทียม*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

- บัญชา สมบูรณ์สุข และคณะ. (2556). *ระบบตลาดผักและผลไม้ไทยในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. (2546). *ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก: กรณีศึกษา เซรามิกศิลาดล*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนา ทองมีอาคม. (2550). *แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดในพฤติกรรมกรรสื่อสารในตลาด*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภาณุวัฒน์ สุกรี. (2546). *การพยากรณ์การส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วริทธิ์นันท์ ชุมประเสริฐ. (2555). *แนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยกับอาเซียนหลังมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาสน์.
- ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ. (2559). *อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร*. สืบค้นจาก <http://www.amphoe.com/menu.php?mid=1&am=122&pv=11>.
- สำนักงานการค้าภายในจังหวัดชุมพร. (2559). *ข้อมูลเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ในอำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร*. ชุมพร : สำนักงานการค้าภายในจังหวัดชุมพร.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2557). *มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 3-2556 ทุเรียน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2560*. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- อัจฉราพรรณ วงศ์เรือง. (2554). *การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อนุวัตร คุณาวุฒิ. (2558). *แนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการส่งออกทุเรียนสดจากประเทศไทยสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุมา วรณชัย. (2555). *การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Yuyan. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการค้าขายแดนของผู้ส่งออกอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย.*

เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

Kotler, Phillip. (2012). *Marketing Management* (8th ed). New Jersey : Prentice-Hall.

Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed). New York : Harper and Row Publications.

Walter, Williams. (1971). *Social Policy Research and Analysis: The Experience in The Federal Social Agencies.* New York : American Elsevier Publishing Co.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนากับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ
อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อทราบความคิดเห็นของเกษตรกรที่เพาะปลูกทุเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อรับทราบเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมพัฒนากับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรให้ดียิ่งขึ้น

2. แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ กรุณาตอบแบบสอบถามด้วยตัวของท่านเองให้ตรงกับความรู้สึก ความเป็นจริง หรือความคิดเห็นส่วนตัวของท่านเอง และไม่ต้องลงชื่อในแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยถือว่าคำตอบหรือข้อมูลจากผู้ตอบทั้งหมดเป็นความลับ

4. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 เสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวปานทิพย์ ใจดี

นักศึกษาลัทธิสุตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงช่องเดียว

(กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี 30-40 ปี

41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน

ต่ำกว่า 10 ไร่ 10-20 ไร่

21-30 ไร่ มากกว่า 30 ไร่

5. ประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน

ต่ำกว่า 5 ปี 5-10 ปี

11-20 ปี มากกว่า 21 ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัด
ชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

(5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = ต่ำ, 1 = ต่ำมาก)

ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านเศรษฐกิจ					
1. สภาพเศรษฐกิจของไทยกับประเทศปลายทางการค้าส่งออก					
2. ราคาต้นทุนสินค้า					
3. ดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร					
4. อัตราการแลกเปลี่ยนของเงินตรา					
5. การปรับตัวของราคาน้ำมัน					
6. กำลังซื้อของประเทศคู่ค้า					
7. การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน					
ด้านการเมืองและกฎหมาย					
1. ความมั่นคงทางการเมืองของไทย					
2. นโยบายของรัฐบาลไทย					
3. ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ					
4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกกับหน่วยงานราชการ ในพื้นที่					
5. นโยบายของนักการเมืองท้องถิ่น					
6. ความเชื่อมั่นของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อรัฐบาลไทย					

ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7. เงื่อนไขทางการค้าและกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ					
ด้านสังคมและวัฒนธรรม					
1. ความแตกต่างของศาสนา					
2. ความแตกต่างของวัฒนธรรม					
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร					
4. ระดับการศึกษาของผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออก					
5. ค่านิยมและทัศนคติของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อสินค้าไทย					
6. งานประเพณีต่าง ๆ ที่สำคัญในประเทศ					
7. วันหยุดของไทยกับประเทศคู่ค้า					
ด้านกายภาพ					
1. ท่าเรือที่ตั้ง ภูมิประเทศของไทยกับประเทศคู่ค้า					
2. ความเจริญด้านสาธารณูปโภคของไทย					
3. ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทย					
4. การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ					
5. จำนวนแรงงานกรรมกรของไทย					
6. การเปิดเส้นทางคมนาคมขนส่งเพื่อความสะดวกในการเดินทาง					
7. ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

(5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = ต่ำ, 1 = ต่ำมาก)

การค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการผลิต					
1. มีการรับรองคุณภาพจากองค์กรของรัฐ					
2. ตรายี่ห้อของบริษัทเป็นที่ยอมรับ					
3. น้ำหนักของทุเรียนตรงตามมาตรฐาน					
4. มีการคัดเกรดทุเรียน					
5. บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพใหม่และสะอาด					
ด้านการกำหนดราคา					
1. ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคาผลิตภัณฑ์สามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการซื้อ					
3. แสดงตารางการเคลื่อนไหวของราคาจากราคาตลาดที่ชัดเจน					
4. บริษัทหักส่วนลดทันทีที่สินค้าเสียหายหรือเน่าเสีย					
5. การกำหนดราคาทุเรียนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและราคาตลาด					
ด้านช่องทางการส่งออก					
1. มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกทุเรียน					
2. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อซื้อขายและการส่งออก					
3. ความรวดเร็วในการส่งออก					

การค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับการปฏิบัติ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
4. มีตัวแทนผู้ค้าทุเรียน ณ ที่ชาย					
5. ก่อนการส่งออกมีการตรวจสอบสารพิษตกค้าง เชื้อทางจุลชีววิทยา-โรค และศัตรูพืชจากสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรหรือหน่วยงานราชการของกรมวิชาการเกษตร					
6. การส่งออกทุเรียนผ่านเจ้าหน้าที่ด่านตรวจพืช ณ จุดส่งออก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการให้ส่วนลดทุเรียนกรณีต่าง ๆ					
2. มีการขายแบบให้สินเชื่อ					
3. การรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งผลิตภัณฑ์ถึงที่					
4. สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง					
5. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัททางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น					
6. มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกอย่างชัดเจน					

ตอนที่ 4 เสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านคะ



ภาคผนวก ข

คำดัชนีความสอดคล้อง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรื่อง ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ
อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการตัดสินใจที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว ดังต่อไปนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้อง

ข้อความ		ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม						
1.	เพศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	อายุ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	จำนวนพื้นที่เพาะปลูกทุเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	ประสบการณ์ในการเพาะปลูกทุเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการคำสั่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร						
ด้านเศรษฐกิจ						
1.	สภาพเศรษฐกิจของไทยกับประเทศปลายทางคำสั่งออก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	ราคาต้นทุนสินค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	ดอกเบี้ยเงินฝากและดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	อัตราการแลกเปลี่ยนของเงินตรา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	การปรับตัวของราคาน้ำมัน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อความ		ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
6.	กำลังซื้อของประเทศคู่ค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.	การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการเมืองและกฎหมาย						
1.	ความมั่นคงทางการเมืองของไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	นโยบายของรัฐบาลไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งออกกับหน่วยงานราชการในพื้นที่	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	นโยบายของนักการเมืองท้องถิ่น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	ความเชื่อมั่นของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อรัฐบาลไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.	เงื่อนไขทางการค้าและกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านสังคมและวัฒนธรรม						
1.	ความแตกต่างของศาสนา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	ความแตกต่างของวัฒนธรรม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	ระดับการศึกษาของผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	ค่านิยมและทัศนคติของประชาชนประเทศคู่ค้าต่อสินค้าไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	งานประเพณีต่าง ๆ ที่สำคัญในประเทศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.	วันหยุดของไทยกับประเทศคู่ค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านกายภาพ						
1.	ทำเลที่ตั้ง ภูมิประเทศของไทยกับประเทศคู่ค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	ความเจริญด้านสาธารณูปโภคของไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อความ		ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
3.	ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	จำนวนแรงงานกรรมกรของไทย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	การเปิดเส้นทางการคมนาคมขนส่งเพื่อความสะดวกในการเดินทาง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.	ความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร						
ด้านการผลิต						
1.	มีการรับรองคุณภาพจากองค์กรของรัฐ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	ตรयीหือของบริษัทเป็นที่ยอมรับ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	น้ำหนักของทุเรียนตรงตามมาตรฐาน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	มีการคัดเกรดทุเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพใหม่และสะอาด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการกำหนดราคา						
1.	ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	ราคาผลิตภัณฑ์สามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการซื้อ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	แสดงตารางการเคลื่อนไหวของราคาจากราคาตลาดที่ชัดเจน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	บริษัทหักส่วนลดทันทีที่สินค้าเสียหายหรือเน่าเสีย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	การกำหนดราคาทุเรียนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและราคาตลาด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านช่องทางการส่งออก						
1.	มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการส่งออกทุเรียน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	นำเทคโนโลยีมาใช้ในการติดต่อซื้อขายและการส่งออก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อความ		ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
3.	ความรวดเร็วในการส่งออก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	มีตัวแทนผู้ค้าทุเรียน ณ ที่ขาย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	ก่อนการส่งออกมีการตรวจสอบสารพิษตกค้าง เชื้อทางจุลชีววิทยา-โรค และศัตรูพืชจากสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรหรือหน่วยงานราชการของกรมวิชาการเกษตร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	การส่งออกทุเรียนผ่านเจ้าหน้าที่ด่านตรวจพืช ณ จุดส่งออก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1.	มีการให้ส่วนลดทุเรียนกรณีต่าง ๆ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.	มีการขายแบบให้สินเชื่อ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.	การรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งผลิตภัณฑ์ถึงที่	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.	สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัททางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.	มีการรวมกลุ่มผู้ส่งออกอย่างชัดเจน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้



ภาคผนวก ค

ค่าความเชื่อของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	202.5500	253.4846	.7258	.9448
A2	202.7750	256.4353	.6126	.9455
A3	202.8250	251.9942	.6771	.9449
A4	202.7500	252.8077	.6104	.9453
A5	202.9750	251.6660	.6976	.9448
A6	202.8000	256.4205	.4851	.9461
A7	203.0250	260.2301	.3975	.9465
B1	202.8000	259.8051	.3720	.9466
B2	202.7500	255.5256	.5974	.9455
B3	202.8500	262.9000	.2701	.9470
B4	202.7000	257.6513	.5066	.9460
B5	202.8250	254.6096	.5494	.9457
B6	202.8750	257.7532	.4850	.9461
B7	202.8000	254.7795	.6656	.9452
C1	202.8250	252.0968	.6334	.9451
C2	202.9750	258.6917	.4125	.9465
C3	202.8750	251.9071	.6650	.9450
C4	202.8250	254.4045	.5594	.9456
C5	203.0000	252.3077	.6433	.9451
C6	203.0500	261.2282	.2831	.9471
C7	203.0000	255.2308	.5046	.9460
D1	202.9000	256.9641	.4643	.9462

Item-total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D2	202.8750	260.4712	.3645	.9467
D3	202.9000	260.7077	.3636	.9467
D4	202.9500	255.5872	.6152	.9454
D5	202.9000	252.6564	.6860	.9449
D6	202.7000	257.4974	.5158	.9459
D7	202.9000	260.4000	.3443	.9468
E1	202.6250	253.9840	.6030	.9454
E2	202.5750	257.6865	.4845	.9461
E3	202.6000	256.4000	.5601	.9457
E4	202.6500	255.7718	.5555	.9457
E5	202.5750	258.7635	.3613	.9468
F1	202.7750	253.8712	.6492	.9452
F2	202.8750	254.8814	.5996	.9454
F3	202.7750	253.2045	.6850	.9450
F4	202.7250	255.2301	.6045	.9454
F5	202.8250	252.1481	.7155	.9447
G1	202.7500	252.9615	.6872	.9449
G2	202.7000	256.2667	.5891	.9456
G3	202.6500	251.9769	.7621	.9446
G4	202.6250	254.2917	.6859	.9451
G5	202.8250	252.7635	.4167	.9472
G6	202.9500	256.7154	.3150	.9478
H1	203.7750	261.4609	.2137	.9478

Item-total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H2	203.8250	259.6353	.3077	.9471
H3	203.8250	262.4045	.2074	.9475
H4	203.8500	262.0282	.2583	.9472
H5	203.4500	261.3308	.1965	.9481
H6	203.2500	256.6026	.3144	.9478

Reliability Coefficients		
N of Cases = 40.0	N of Items = 50	Alpha = .9470

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ที่ รศรป. ว ๐๐๔๗/๒๕๖๑



คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๐ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน นางสาวสุภาพร ขาวขำนาญ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวปานทิพย์ ใจดี รหัสประจำตัว ๕๙๘๒๖๒๐๘๐๒๐๔ นักศึกษาปริญญาโท
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ
ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนากับการค้า
ส่งออกไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุ
ตามวัตถุประสงค์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา
 ตรวจสอบความถูกต้องด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบความเหมาะสมด้านภาษา
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ยุภาพร ยุภาพร)

คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

โทร. ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕

โทรสาร ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕



ที่ รศรป. ว ๐๐๔๗/๒๕๖๑

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๐ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณอุษณีย์ ดวงพรหม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวปานทิพย์ ใจดี รหัสประจำตัว ๕๙๘๒๖๒๐๘๐๒๐๔ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนากับการค้าส่งออกต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา
 ตรวจสอบความถูกต้องด้านการวัดและประเมินผล
 ตรวจสอบความเหมาะสมด้านภาษา
 อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ยุภาพร ยุภาพร)

คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

โทร. ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕

โทรสาร ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕



ที่ รศรป. ว ๐๐๔๗/๒๕๖๑

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๐ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน นางสาวหนึ่งฤทัย มะลาไวย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวปานทิพย์ ใจดี รหัสประจำตัว ๕๙๔๒๒๒๐๘๐๒๐๔ นักศึกษาปริญญาโท
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ
ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนากับการค้า
ส่งออกต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุ
ตามวัตถุประสงค์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

- | | | |
|-------|-------------------------------------|--|
| เพื่อ | <input type="checkbox"/> | ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | ตรวจสอบความถูกต้องด้านการวัดและประเมินผล |
| | <input type="checkbox"/> | ตรวจสอบความเหมาะสมด้านภาษา |
| | <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ยุภาพร ยูภาค)

คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

โทร. ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕

โทรสาร ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕

ที่ รศรป. ๐๐๔๙/๒๕๖๑



คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๐ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

เรียนสำนักงานเกษตรชุมพร.....

ด้วย นางสาวปานทิพย์ ใจดี รหัสประจำตัว ๕๙๘๒๖๒๐๘๐๒๐๔ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนาการค้าส่งออกต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาค)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

โทร. ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕

โทรสาร ๐๔๓-๗๒๓๕๕๕

การเผยแพร่ผลงานวิจัย

ปานทิพย์ ใจดี, วิชรินทร์ สุทธิชัย และรังสรรค์ อินทน์จันทร์. (2562). ปัจจัยส่งเสริมพัฒนาการการค้า
ส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นางสาวปานทิพย์ ใจดี
วัน เดือน ปีเกิด	22 มกราคม พ.ศ. 2537
ที่อยู่ปัจจุบัน	131 หมู่ที่ 11 ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร 86000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2559	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
พ.ศ. 2562	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY