

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก
: กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา

สารนิพนธ์
ของ
นางสาววัลลภา หลอดเข็ม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ
เมษายน 2545

338.37253843

ร 448 น

ร.3

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก
: กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววัลลภา หลอดเข็ม



-4 ส.ย. 2545

S 84099

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ

เมษายน 2545

๒ 147095

วัลลภา หลอดเข็ม (2545) ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก กรณีศึกษา ตลาดสหรัฐอเมริกา. สารนิพนธ์ บธ.ม.(วิชาเอกการจัดการ). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : อาจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก กรณีศึกษา ตลาดสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจัยภายในประเทศมุ่งศึกษา ด้านคุณภาพของกุ้งสด ด้านปริมาณของกุ้งสด ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศมุ่งศึกษา ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ด้านประเทศคู่แข่งชั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยที่มียอดการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งในรอบปี 2543 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 ธันวาคม โดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากรและรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนรายดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมแช่เยือกแข็งไทยที่ระบุประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก โดยการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลมีแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของบริษัทผู้ส่งออก ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาใน 2 ด้าน คือ ด้านปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาในเรื่องของแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยเป็นคำถามปลายเปิด และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย Pearson product moment correlation

ผลการวิจัยสามารถสรุป ได้ดังนี้

- 1.คุณภาพของกุ้งสดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 2.ปริมาณของกุ้งสดไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 3.ราคากุ้งสดภายในประเทศมีความสัมพันธ์เชิงลบกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01.
- 4.การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 5.สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 6.ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้าไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 7.ประเทศคู่แข่งชั้นไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพของกุ้งสดและด้านราคากุ้งสดภายในประเทศมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า และด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ฉะนั้น ควรที่ผู้ส่งออกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเพื่อพัฒนาการส่งออกให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น และเพื่อรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดกุ้งสดแช่แข็งในตลาดสหรัฐอเมริกา

FACTORS EFFECTING THE EXPORT OF THAI FROZEN SHRIMP PRODUCT IN THE
VIEWS OF THAI EXPORTERS : IN U.S. MARKET

AN ABSTRACT
BY
MISS WALLAPA LOARDKHEM

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
April 2002

Wallapa Loardkhem .(2002). *Factors Effecting The Export of Thai Frozen Shrimp Product in The Views Of Thai Exporters : In U.S. market*. Master Project, M.B.A. (management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University Advisor committee : Dr. Apiruth Tangkrachang, Assoc. Prof. Sirivan Serirat , Assist. Prof. Supada Sirikudta.

The objectives of this research are to investigate factors affecting Thai export frozen shrimp to the United States of America(U.S.). This research studies the relationship of the internal, the external factors and the amount of shrimp exported to the United States of America market. The internal factors include the quality of shrimp, the amount of shrimp, and the price of shrimp in Thailand. The external factors focus on the trade barriers of counterpart country, the economy of counterpart country, the consumed amount of importer, and the competitor country. The sampling is the best frozen shrimp exporter of Thailand in 1999 which is listed by the department of business economics incorporated with Thai customs department. And the listed must be the member of Thai frozen foods association by using convenience sampling method. The data obtains from the questionnaires which consists of 4 sections as follows :

Section 1 : Exporters' general information.

Section 2 : Questionnaires regarding exporters' view on affecting factors of Thai export frozen shrimp to U.S. market.

Section 3 : Questionnaires regarding exporters' view on the trend of the amount of frozen shrimp to U.S. market. And open – ended question on problems and recommendation for exporting of Thai frozen shrimp.

The data is processed by the SPSS. Analytical statistics use in this study are percentage, mean, standard deviation, and Pearson product movement correlation coefficient.

The results of study are as follows :

1. There is positive correlation of the quality of shrimp with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market at the significance level of 0.01
2. There is no correlation of the amount of shrimp with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market .
3. There is negative correlation of the price of shrimp in Thailand with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market at the significance level of 0.01
4. There is negative correlation of the trade barriers of counterpart country with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market at the significance level of 0.01
5. There is positive correlation of the economy of counterpart country with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market at the significance level of 0.01

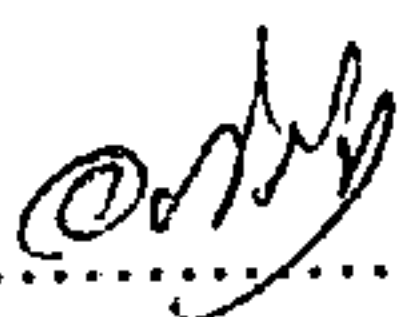
6. There is no correlation of the consumed amount of importer with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market.

7. There is no correlation of the competitor country with reference to the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market.

The study has shown that the internal factor in quality of shrimp and the price of shrimp in Thailand affecting the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market. Additionally, the external factor in the trade barriers of counterpart country and the economy of counterpart country affecting the amount of exporting Thai frozen shrimp to U.S. market. In conclusion, exporters and related organization should consider the above factors for maintaining and increasing market share for frozen shrimp in U.S. market.

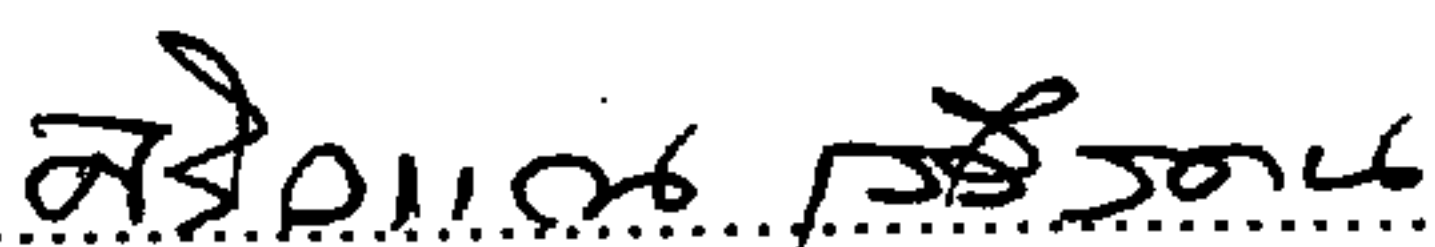
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

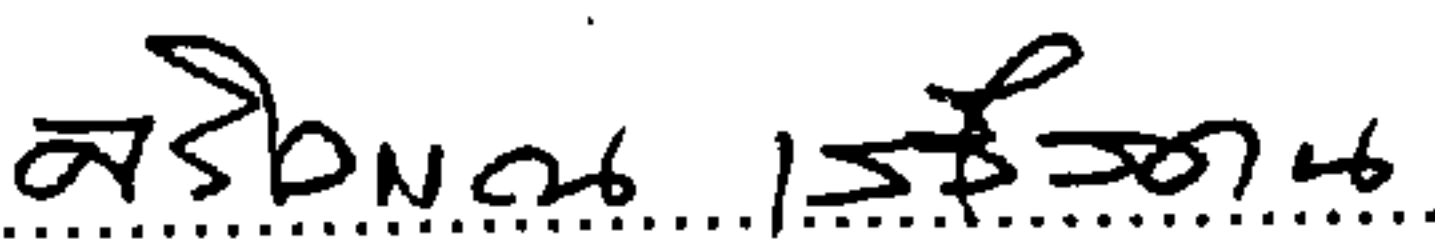


(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

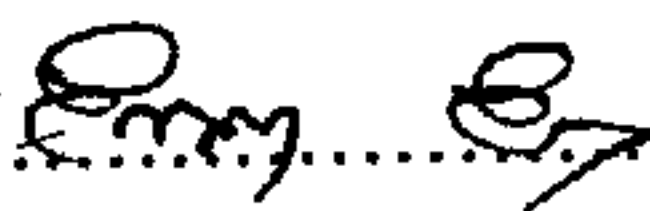
คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์



(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)



(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่..... ๒๐ เดือนเมษายน พ.ศ. ๒๕๔๕

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิจัยอย่างดียิ่ง ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อวีรวัฒน์ – คุณแม่วรรณา หลอดเข็ม และคุณวัลยา หลอดเข็ม (พี่สาว) ที่ให้การสนับสนุนทุนทรัพย์ในการทำวิจัยและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด และทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นพยายามจนประสบความสำเร็จ

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้บิดามารดาที่ได้อบรมสั่งสอนปลูกฝังคุณงามความดี และความมานะ อดทน ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อันเป็นพื้นฐานสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

วัลลภา หลอดเข็ม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานในการทำวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	
ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ.....	13
วัตถุประสงค์ของการเป็นการค้าระหว่างประเทศ.....	15
บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ.....	17
แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ.....	18
แนวคิดทางการตลาด.....	22
แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์.....	26
การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย.....	28
กรรมวิธีการผลิตกุ้งสดแช่แข็ง.....	30
ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	37
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
5 รูป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	54
สรุปผลการวิจัย.....	56
อภิปรายผล.....	56
ข้อเสนอแนะ.....	59
บรรณานุกรม.....	60
ภาคผนวก.....	63
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	63
ภาคผนวก ข มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกึ่งเยือกแข็ง.....	68
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	72

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การค้าระหว่างประเทศของไทย.....	7
2 ประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย.....	8
3 ตลาดส่งออกสำคัญของไทย.....	9
4 การค้าระหว่างประเทศของไทยกับสหรัฐอเมริกา.....	10
5 สินค้าออกสำคัญของไทย 20 อันดับแรก.....	11
6 ตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง 10 ประเทศแรกของไทย.....	12
7 จำนวนและร้อยละของผู้ส่งออก จำแนกตามลักษณะของผู้ส่งออก.....	43
8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พันธุ์กุ้งสดส่วนใหญ่ที่ส่งออก.....	44
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แหล่งผลิตของพันธุ์กุ้งสดส่วนใหญ่ที่ส่งออก.....	44
10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา.....	45
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านคุณภาพของกุ้งสด.....	46
12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านปริมาณของกุ้งสด.....	46
13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ.....	47
14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา.....	48
15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า.....	48
16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า.....	49

บัญชีตาราง (ต่อ)

17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า.....	49
18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านประเทศคู่แข่ง.....	50
19	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแนวโน้มปริมาณการส่งออก กุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา.....	51
20	แสดงค่า Pearson Correlation (r) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา....	52
21	แสดงค่า Pearson Correlation (r) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ภายนอกประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณ การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา.....	52
22	ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อปริมาณการส่งออก กุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา.....	53

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 Five Forces ของ Michael E. Porter.....	21
3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ.....	25

บทที่ 1

ภูมิหลัง

เนื่องจากปัจจุบันทุกประเทศในโลกไม่สามารถดำรงอยู่ได้เพียงลำพังประเทศเดียว เพราะในแต่ละประเทศจะต้องมีความแตกต่างกันในด้านทรัพยากร เทคโนโลยี ทำให้ประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าหรือบริการได้ทั้งหมดตามที่ประเทศของตนมีความต้องการ ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดในการนำทรัพยากรและเทคโนโลยีที่แต่ละประเทศได้เปรียบกว่าประเทศอื่นมาผลิตสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยนำผลผลิตเหล่านั้นมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ประเทศคู่ค้าทั้งสองฝ่าย

สำหรับประเทศไทยการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นมาเป็นเวลานาน และนับวันยังมีบทบาทมากขึ้น เนื่องจากการค้าระหว่างประเทศจะนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศอันนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้การค้าระหว่างประเทศ หรือการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศถือเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยรูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศถ้าแบ่งตามการบันทึกในบัญชีดุลการชำระเงิน (Balance of Payment) การส่งออกและนำเข้าสินค้าถือเป็นรูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศที่มีความซับซ้อนค่อนข้างน้อย และมีความเสี่ยงต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในต่างประเทศ โดย(ตาราง 1) แสดงมูลค่าสินค้านำเข้า และดุลการค้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ.2539 ถึง ปี พ.ศ.2543 ประเทศไทยมีดุลการค้าขาดดุลตลอดมา โดยประเทศไทยสามารถมีดุลการค้าที่เกินดุลในปีพ.ศ. 2541 2542 และ 2543 มีมูลค่า 474,023.0 ล้านบาท 306,858.1 ล้านบาท และ 283,575.1 ล้านบาท ตามลำดับ จากตัวเลขการเกินดุลดังกล่าวประเทศไทยมีแนวโน้มการเกินดุลการค้าในอัตราที่ลดลง ซึ่งเมื่อพิจารณาประเทศคู่ค้า (ตาราง 2) ตามลำดับความสำคัญแล้ว ประเทศไทยมีมูลค่าการค้าในปี พ.ศ.2543 รวม 132,053.0 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศคู่ค้าที่ไทยมีมูลค่าการค้าขายสูงในลำดับต้นๆ มีมูลค่า 22,190.0 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.8 ของมูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น รวมถึงประเทศสหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยอีกด้วย(ตาราง 3) และเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าประเทศสหรัฐอเมริกาคือประเทศที่ประสบความสำเร็จเชิงเศรษฐกิจเป็นอย่างมากและประเทศไทยกับประเทศสหรัฐอเมริกาดังกล่าวก็มีการค้าระหว่างประเทศระหว่างกันโดยประเทศไทยมีการค้าระหว่างกันเป็นอย่างดีเห็นได้จากมูลค่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับสหรัฐอเมริกาซึ่งหากพิจารณาถึงมูลค่าสินค้านำเข้า สินค้าเข้า และดุลการค้าระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกาแล้ว (ตาราง 4) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2539 ถึง ปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีการค้าที่เกินดุลตลอดมา และหากเราพิจารณาสินค้านำเข้าที่สำคัญ 20 รายการแรกของไทย (ตาราง 5) พบว่า กุ้งสดแช่แข็งเป็นสินค้าที่ประเทศไทยสามารถส่งออกไปในอันดับที่สิบเอ็ด ในปีพ.ศ.2543 มีมูลค่า 60,270.3 ล้านบาท สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญของกุ้งสดแช่แข็งในปีพ.ศ.2543 (ตาราง 6) มูลค่าส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยที่ส่งไปยังตลาดโลก ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอันดับหนึ่ง จึงนับได้ว่าตลาดส่งออกที่สำคัญของภาคการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยคือ ตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งการที่เราจะสามารถรักษาสวนครองตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาได้นั้น จำเป็นที่จะต้องทราบปัจจัยที่สำคัญที่กระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะศึกษาถึงว่ามีปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

โดยในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาในทัศนะของผู้ส่งออก โดยการออกแบบสอบถามไปยังผู้ส่งออกที่ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา จะทำให้สามารถทราบในระดับหนึ่งถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาและปัญหาขั้นต้นของผู้ส่งออกที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ส่งออกไทยจะยังเป็นแนวทางที่จะสามารถให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มองเห็นและนำไปแก้ไขปัญหาคิดตรงประเด็นเพื่อการพัฒนาการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย และการรักษาส่วนแบ่งตลาดหรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาให้สูงขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงจะทำให้ทราบได้ว่าปัจจัยใดที่ประเทศไทยยังสามารถรองความเป็นอันดับหนึ่ง ในการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกา และเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาว่าปัจจัยด้านใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือจำนวนผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งที่ ซึ่งเป็นรายชื่อผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งแช่แข็งของไทยที่มียอดการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งในรอบปี 2543 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 ธันวาคม โดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากรและรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนรายดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมแช่เยือกแข็งไทยที่ระบุประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรจากสูตร ยามาเน

$$(Yamane, 1970 : 580-581) \quad n = N / 1 + Ne^2$$

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ปัจจัยภายในประเทศ

3.1.1.1 คุณภาพของกุ้งสด

3.1.1.2 ปริมาณของกุ้งสด

3.1.1.3 ราคากุ้งสดภายในประเทศ

3.1.2 ปัจจัยภายนอกประเทศ

3.1.2.1 การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า

3.1.2.2 สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

3.1.2.3 ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า

3.1.2.4 ประเทศคู่แข่ง

3.2 ตัวแปรตาม

ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การส่งออก หมายถึง การส่งสินค้า หรือ บริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ในที่นี้หมายถึง การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้ได้รับดุลการค้าเป็นบวก และช่วยเพิ่มเงินตราต่างประเทศเพื่อการพัฒนาประเทศและเป็นการช่วยลดการขาดดุลการชำระเงินกับประเทศคู่ค้า

2. ปริมาณการส่งออก หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่ผู้ส่งออกได้จำหน่ายไปยังต่างประเทศ ในที่นี้คือมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งที่ส่งไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกา

3. ผู้ส่งออก หมายถึง บริษัทหรือผู้ที่ดำเนินธุรกิจในการส่งสินค้าหรือ บริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ทั้งนี้วิธีการส่งออกสามารถกระทำได้ทั้งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ ซึ่งในที่นี้ผู้ส่งออก คือบริษัทผู้ผลิตกุ้งสดแช่แข็งและมีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในการศึกษานี้มุ่งออกแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ในระดับบริหารของบริษัทส่งออก

4. ความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึกของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และ สภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา

5. ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลหรือมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาโดยศึกษา 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศ

6. ประเทศคู่ค้า หมายถึง ประเทศที่มีการค้าขายระหว่างกันเกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้าหรือ บริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งและมีมูลค่าของสินค้าเกิดขึ้น ในที่นี้ คือประเทศสหรัฐอเมริกา

7. ประเทศคู่แข่ง หมายถึง ประเทศที่มีการขายสินค้าคล้ายกัน ทำให้เกิดสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกด้วยกัน ในที่นี้ คือ ประเทศแคนาดา

8. กุ้งสดแช่แข็ง หมายถึง กุ้งสดตามขนาดและคุณภาพที่เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมาเข้ากระบวนการแช่เยือกแข็งเพื่อผลิตให้อยู่ในรูปของการแช่แข็ง เพื่อการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

9. กุ้งสด หมายถึง กุ้งที่ได้จากการเพาะเลี้ยงหรือการประมง และพร้อมที่จะเข้ากระบวนการแปรรูปแช่เยือกแข็งเพื่อการส่งออก

10. การเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล หมายถึง กิจกรรมเชิงเศรษฐกิจในการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลตั้งแต่วัยอ่อนจนถึงขนาดที่ต้องการในบริเวณชายฝั่งทะเล

11. ฟาร์มเลี้ยงกุ้ง หมายถึง หน่วยเศรษฐกิจที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล

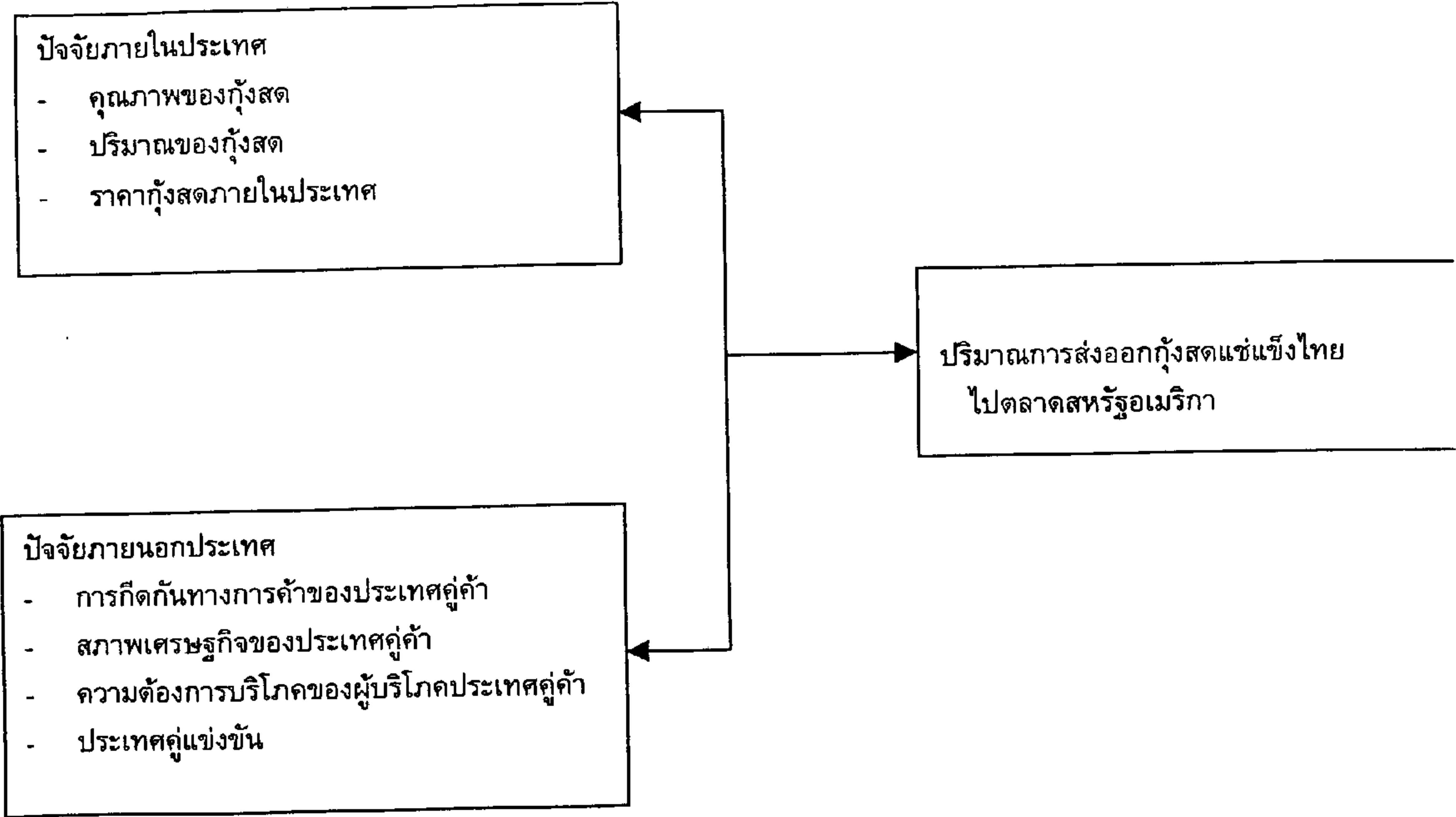
12. พื้นที่เพาะเลี้ยง หมายถึง พื้นที่น้ำทั้งหมดที่ใช้เพาะเลี้ยงกุ้งทะเล ได้แก่ บ่อเลี้ยง บ่อพักน้ำ และให้รวมพื้นที่คันดิน และขอบบ่อ

13. ความต้องการบริโภคของผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการของผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาในเรื่องรูปแบบของการบริโภคกุ้งสดแช่แข็ง ที่อาจเปลี่ยนแปลงการบริโภคจากรูปแบบกุ้งสดแช่แข็ง เป็นกุ้งที่พร้อมรับประทาน เช่น กุ้งชุบแป้งทอด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการทำวิจัย

- 1.คุณภาพของกุ้งสดมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 2.ปริมาณของกุ้งสดมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 3.ราคากุ้งสดภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 4.การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 5.สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 6.ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 7.ประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 1 การค้าระหว่างประเทศของไทย

มูลค่า

หน่วย: ล้านบาท

	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย - โลก					
มูลค่าการค้า	3,243,864.5	3,730,945.1	4,022,155.8	4,121,639.3	5,271,891.8
สินค้าออก	1,411,039.3	1,806,682.0	2,248,089.4	2,214,248.7	2,777,733.5
สินค้าเข้า	1,832,825.2	1,924,263.1	1,774,066.4	1,907,390.6	2,494,158.3
ดุลการค้า	-421,785.8	-117,581.2	474,023.1	306,858.1	283,575.1

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า ด้วยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2543 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตาราง 2 ประเทศคู่ค้าสำคัญไทย

		มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ				
มูลค่าการค้า	2540	2541	2542	2543	2540	2543
รวมทั้งสิ้น	121,510.0	96,925.0	108,378.0	132,053.0	100.0	100.0
1. ญี่ปุ่น	25,084.0	17,510.0	20,407.0	25,717.0	20.6	19.5
2. อาเซียน	20,862.0	16,297.0	18,778.0	23,860.0	17.2	18.1
3. สหรัฐอเมริกา	20,054.0	18,130.0	19,039.0	22,190.0	16.5	16.8
4. สหภาพยุโรป	18,181.0	14,999.0	15,687.0	17,329.0	15.0	13.1
5. อื่น ๆ	37,329.0	29,989.0	34,467.0	42,596.0	30.7	32.5

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ตาราง 3 ตลาดส่งออกสำคัญของไทย

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ	2539	2540	2541	2542	2543	2540	2541	2542	2543	2539	2540	2541	2542	2543
1.สหรัฐอเมริกา	253,799.8	354,539.1	500,722.5	479,356.0	591,820.2	39.7	41.2	-4.3	23.5	18.0	19.6	22.3	21.6	21.3
2.ญี่ปุ่น	237,523.9	270,765.9	308,394.1	312,837.2	410,677.6	14.0	13.9	1.4	31.3	16.8	15.0	8.6	14.1	14.8
3. สิงคโปร์	171,041.1	199,445.3	194,426.8	192,177.0	241,983.9	16.6	-2.5	-1.2	25.9	12.1	11.0	8.6	8.7	8.7
4.ฮ่องกง	82,121.2	107,538.1	115,185.9	112,789.0	139,855.5	31.0	7.1	-2.1	24.0	5.8	6.0	5.1	5.1	5.0
5.มาเลเซีย	51,070.5	77,680.3	73,244.4	80,458.3	113,412.7	52.1	-5.7	9.8	41.0	3.6	4.3	3.3	3.6	4.1
6.จีน	47,369.9	55,495.8	72,844.1	70,569.8	113,281.3	17.2	31.3	-3.1	60.5	3.4	3.1	3.2	3.2	4.1
7.ไต้หวัน	36,023.5	49,369.5	71,361.3	77,346.7	96,992.2	37.0	44.5	8.4	25.4	2.6	2.7	3.2	3.5	3.5
8.สหราชอาณาจักร	45,490.0	66,439.8	88,454.1	79,194.1	95,148.7	46.1	33.1	-10.5	20.1	3.2	3.7	3.9	3.6	3.4
9. เนเธอร์แลนด์	45,382.9	58,148.4	89,606.5	83,145.9	90,535.5	28.1	54.1	-7.2	8.9	3.2	3.2	4.0	3.8	3.3
10.เยอรมนี	40,825.4	44,638.6	63,990.5	55,198.9	65,927.8	9.3	43.4	-13.7	19.4	2.9	2.5	2.8	2.5	2.4
รวม 10 ประเทศ	1,010,648.2	1,284,061.0	1,578,230.3	1,543,073.0	1,959,635.5	27.1	22.9	-2.2	27.0	71.6	71.1	70.2	69.7	70.5
อื่น ๆ	400,391.2	522,621.0	669,859.2	671,175.7	818,098.0	30.5	28.2	0.2	21.9	28.4	28.9	29.8	30.3	29.5
มูลค่ารวม	1,411,039.3	1,806,682.0	2,248,089.4	2,214,248.7	2,777,733.5	28.0	24.4	-1.5	25.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศธุรกิจการค้า โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2543 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สารสนเทศธุรกิจการค้า

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ตาราง 4 การค้าระหว่างประเทศของไทยกับสหรัฐอเมริกา

	มูลค่า หน่วย: ล้านบาท				
	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย-สหรัฐอเมริกา					
มูลค่าการค้า	482,774.3	621,841.0	750,467.7	722,819.5	885,401.5
สินค้าออก	253,799.8	354,539.1	500,722.5	479,356.0	591,820.2
สินค้าเข้า	228,974.5	267,301.9	249,745.2	243,463.5	293,581.3
ดุลการค้า	24,825.3	87,237.2	250,977.3	235,892.5	298,238.9

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ปี 2543 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ตาราง 5 สินค้าออกสำคัญของไทย 20 อันดับแรก

สินค้า	มูลค่า				มูลค่า : ล้านบาท				อัตราการขยายตัว				หน่วย : ร้อยละ	
	2539	2540	2541	2542	2543	2540	2541	2542	2543	2540	2541	2542	2543	
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	167,673.9	220,302.7	320,525.6	304,982.2	344,048.7	31.4	45.5	44.8	12.8					
แผงวงจรไฟฟ้า	58,538.6	75,837.7	93,833.1	111,767.4	179,302.7	29.6	23.7	19.1	60.4					
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	79,875.4	97,135.7	123,133.0	110,356.5	124,326.2	21.6	26.8	-10.4	12.7					
ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	29,230.9	48,419.6	68,348.4	91,954.1	122,445.3	65.6	41.2	34.5	33.2					
เมล็ดพลาสติก	10,664.3	23,980.2	40,786.3	46,025.8	73,975.2	124.9	70.1	12.8	60.7					
อาหารทะเลกระป๋อง	34,244.3	49,309.3	67,952.1	65,956.6	72,030.0	44	37.8	-2.9	9.2					
เครื่องวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ	34,626.8	43,578.8	58,058.2	47,233.4	71,877.1	25.9	33.2	-18.6	52.2					
อัญมณีและเครื่องประดับ	54,272.9	55,622.3	57,350.5	59,820.9	66,730.1	2.5	3.1	4.3	11.5					
ข้าว	50,734.8	65,093.4	86,803.1	73,812.1	66,516.7	28.3	33.4	-15	-11.2					
ยางพารา	63,373.0	57,450.0	55,406.5	43,941.7	60,742.7	-9.3	-3.6	-20.7	38.2					
กุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง	43,404.5	47,183.9	58,343.3	48,348.2	60,270.3	8.7	23.7	-17.1	24.7					
เหล็กกล้า เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	19,634.9	26,757.6	37,325.7	36,196.2	55,360.9	36.3	39.5	-3	52.9					
เคมีภัณฑ์	15,392.0	23,189.4	25,499.8	32,090.6	46,757.2	50.7	10	25.8	45.7					
วงจรมพิมพ์	11,673.4	19,928.9	31,864.5	31,996.9	45,184.6	70.7	59.9	0.4	41.2					
เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่น ๆ	11,972.6	14,154.9	20,470.7	27,255.6	45,117.0	18.2	44.6	33.1	65.5					
เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	24,073.6	27,414.7	32,419.3	33,663.8	42,232.8	13.9	18.3	3.8	25.5					
ผลิตภัณฑ์ยาง	19,006.8	25,051.2	35,636.3	33,109.5	420,026.5	31.8	42.3	-7.1	26.9					
น้ำมันสำเร็จรูป	14,961.6	27,725.2	19,216.5	20,743.1	40,428.1	85.3	-7.1	7.9	94.9					
ไดโอด ท्रायीซีเตอร์และอุปกรณ์กึ่งตัวนำ	16,562.0	22,063.8	28,901.3	28,740.5	40,171.4	33.2	7.9	-0.6	39.8					
เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	18,851.7	22,180.4	25,968.3	30,144.9	38,160.2	17.7	-0.6	16.1	26.6					

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตาราง 6 ตลาดส่งออกกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง 10 ประเทศแรกของไทย

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)					สัดส่วนการส่งออก				
	2539	2540	2541	2542	2543	2540	2541	2542	2543	2539	2540	2541	2542	2543	
1.สหรัฐอเมริกา	12,092.6	14,516.2	20,559.5	19,653.0	29,098.4	20.0	41.6	-4.4	48.1	27.9	30.8	35.2	40.6	48.3	
2.ญี่ปุ่น	12,514.0	12,277.1	12,723.7	10,983.9	13,101.1	-1.9	3.6	-13.7	19.3	28.8	26.0	21.8	22.7	21.7	
3.สิงคโปร์	3,129.5	3,452.9	4,793.0	3,473.0	4,308.2	10.3	38.8	-27.5	24.0	7.2	7.3	8.2	7.2	7.1	
6. แคนาดา	1,080.2	1,453.8	2,087.2	1,798.2	1,999.4	34.6	43.6	-13.8	11.2	2.5	3.1	3.6	3.7	3.3	
4.จีน	3,557.2	4,071.9	4,816.6	3,378.3	1,904.0	14.5	18.3	-29.9	-43.6	8.2	8.6	8.3	7.0	3.2	
7. ไต้หวัน	1,957.5	2,309.3	2,058.5	1,763.9	1,852.1	18.0	-10.9	-14.3	5.0	4.5	4.9	3.5	3.6	3.1	
5. ออสเตรเลีย	1,193.9	1,726.3	2,479.1	2,194.2	1,701.4	44.6	43.6	-11.5	-22.5	2.8	3.7	4.2	4.5	2.8	
8. ฮ่องกง	1,930.9	1,632.4	1,147.5	966.1	1,674.5	-15.4	-29.7	-15.8	73.3	4.4	3.5	2.0	2.0	2.8	
9.เกาหลีใต้	1,037.9	1,201.7	417.7	787.3	1,129.4	15.8	-65.2	88.5	43.5	2.4	2.5	0.7	1.6	1.9	
10. สหราชอาณาจักร	673.4	824.0	1,252.5	597.5	604.9	22.4	52.0	-52.3	1.2	1.6	1.7	2.1	1.2	1.0	
รวม 10 ประเทศ	39,166.7	43,465.6	52,335.3	45,595.3	57,373.2	11.0	20.4	-12.9	25.8	90.2	92.1	89.7	94.3	95.2	
อื่น ๆ	4,237.8	3,718.3	6,008.0	2,752.9	2,897.1	-12.3	61.6	-54.2	5.2	9.8	7.9	10.3	5.7	4.8	
มูลค่ารวม	43,404.5	47,183.9	58,343.3	48,348.2	60,270.3	8.7	23.7	-17.1	24.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ
2. วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ
3. บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ
4. แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
5. แนวคิดทางการตลาด
6. แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์
7. การส่งออกกึ่งสดแช่แข็งของไทย
8. กรรมวิธีการผลิตกึ่งสดแช่แข็ง
9. ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกกึ่งสดแช่แข็งของไทย
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจเป็นแบบเปิดทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศหรือการค้าระหว่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ และด้วยการเปิดเสรีทางการค้าของนานาประเทศมีมากขึ้นทำให้นานาประเทศเหล่านั้นจำเป็นต้องมีการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลตามเป้าหมาย สำหรับประเทศไทยซึ่งอยู่ในสภาวะของการเปิดการค้าเสรีนี้ทำให้จะต้องตระหนักถึงวิธีการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่เหมาะสมกับประเทศของตนและขณะเดียวกันก็สามารถอยู่รอดได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง

ความหมายของคำว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้ ได้แก่วิธีการดำเนินงาน

บัญญัติ จุลนาพันธ์ (2527:7) ให้ความหมายว่า เป็นการทำหน้าที่ทางการตลาดข้ามเขตไปยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งไม่จำเป็นต้องให้สินค้าย้ายข้ามเขตจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเสมอไป

แดเนียล และ เรดเบิร์ก (Daniels and Radebaugh. 1998:8) ให้ความหมายว่าเป็นรายการทางธุรกิจทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลและเอกชน โดยมีการเกี่ยวพันกันตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป ขณะที่เอ เรนจะเกี่ยวข้องกับผลกำไร และรัฐบาลจะเกี่ยวข้องกับผลกำไรหรือไม่ก็ตาม

กัตญญ หิรัญญสมบูรณ์ (2543: 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า เป็น ธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาลซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการ

นิพัทธ์ จิตรประสงค์(2531 : 1) ให้ความหมายธุรกิจระหว่างประเทศเป็นธุรกิจของเอกชนหรือของรัฐที่ดำเนินงานข้ามประเทศ ถ้าเป็นธุรกิจเอกชนการประกอบธุรกิจก็เพื่อหวังกำไร แต่ถ้าเป็นธุรกิจของรัฐบาลอาจมีเป้าหมายที่จะหวังทำกำไรหรือไม่ก็ได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2543 : 58) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมองค์การที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่าหนึ่งประเทศโดยเป็นบริษัทซึ่งผูกมัดกับการค้าระหว่างประเทศหรือการลงทุนข้ามเขตแดนหรือข้ามประเทศ

Ball Donald A (อ้างในศิริพร ปัญญาบาล 2535:1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นธุรกิจซึ่งมีกิจกรรมเกี่ยวกับการข้ามพรมแดนของชาติ และมีได้ประกอบขึ้นเฉพาะการค้าและการผลิตระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการบริการทางด้านอุตสาหกรรม เช่น การขนส่ง การท่องเที่ยว การธนาคาร การโฆษณา การก่อสร้าง การค้าปลีก การค้าส่ง การติดต่อสื่อสาร

สรุป กล่าวโดยสรุป ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง รายการธุรกิจต่าง ๆ ของภาครัฐบาลหรือเอกชน ซึ่งเกี่ยวพันกันตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป เป็นการโอนย้ายทางธุรกิจจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งรายการทางธุรกิจนี้จะเกี่ยวข้องกับการค้า การผลิต การบริการ

ซึ่งกลยุทธ์การขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศมี 5 ทิศทาง คือ (Daniels and Radebaugh. 1998:25)

1. การขยายตัวในเชิงรับหรือเชิงรุก (Passive to active expansion) ตามแกน A เป็นลักษณะที่บริษัทใหม่ ๆ ส่วนใหญ่ที่เริ่มทำการค้าก็จะมีเชิงรับมุ่งการค้าขายที่ตลาดภายในประเทศจนกว่าโอกาสทางการตลาดโดยต่างประเทศเช่น ลูกค้านบางคนก็นิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์ก็มีการชวนธุรกิจให้ก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ และการขยายในเชิงรุกเป็นลักษณะของธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศโดยเร็วเพื่อทำให้ต้นทุนถูกลงเพราะการประหยัดจากขนาดการผลิต

2. การดำเนินการด้วยผู้อื่นหรือตนเอง(External to Internal handling of operations) คือแกน B การดำเนินการด้วยผู้อื่นเป็นการใช้คนกลางเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน และเมื่อประสบความสำเร็จ บริษัทมักจะเข้าดำเนินการเอง เพราะความเสี่ยงลดลง

3. ความซับซ้อนของการปฏิบัติการ (Deepening Mode of Commitment) คือแกน C ในการเริ่มต้นธุรกิจระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการเริ่มต้นของธุรกิจการส่งออกและนำเข้า เพราะเป็นระดับที่มีความเสี่ยงน้อย ต่อมาเมื่อมีความมั่นคงมากขึ้นก็จะเป็นลักษณะของการสร้างฐานการผลิตในแต่ละประเทศเป็นลักษณะการลงทุนในต่างประเทศ

4. การกระจายไปตามภูมิภาค (Geographic Diversification) คือ แกน D เมื่อธุรกิจเริ่มธุรกิจระหว่างประเทศจะเริ่มเพียงประเทศเดียวเนื่องจากยังไม่มี ความคุ้นเคยการค้าต่างประเทศต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้นก็จะขยายตลาดไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น

5. การขยายในสภาพแวดล้อมของประเทศที่คุ้นเคย (Leapfrogging of Expansion) คือ แกน E ในการเริ่มก้าวเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศจะเริ่มจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีความคุ้นเคยทางวัฒนธรรม แล้วจึงเรียนรู้เข้าสู่ประเทศที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

✓ ธุรกิจระหว่างประเทศที่มีมูลค่าเป็นจำนวนเงินส่วนใหญ่ของโลกเกิดขึ้นจากการค้า (Trading) ซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สุดของการดำเนินงานของธุรกิจข้ามชาติ การค้าระหว่างประเทศสามารถแยกออกได้เป็น

2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การส่งออก(Export) และการนำเข้า (Import) ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนมูลค่าของสินค้าและบริการของธุรกิจในประเทศหนึ่งกับอีกธุรกิจหนึ่งในอีกประเทศหนึ่ง โดยมุ่งหวังกำไรในการประกอบการ

/โดยการส่งออกก็เป็นหนึ่งในขอบเขตและเป็นกิจกรรมในธุรกิจระหว่างประเทศ(ศิริพร ปัญญาบาล : 2535: 1-2) ซึ่งมีการให้ความหมายของการส่งออกเป็นดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท,ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา(2521:1) ให้ความหมายการส่งออก(Export,Exporting หรือ Exportation) คือ การส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ทั้งนี้วิธีการนำเข้าและการส่งออกอาจสามารถกระทำได้ทั้งโดยทางบก ทางเรือ ทางอากาศ และทางท่อ โดยเรียกผู้ที่ดำเนินธุรกิจนี้ว่า ผู้ส่งออก(Exporter)

/ปัจจุบันการส่งออกและการนำเข้า ได้เข้ามามีบทบาทกับนานาประเทศมากขึ้น เนื่องจากนานาประเทศเหล่านั้นมองเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการนำเข้าและการส่งออก คือ

1. แต่ละประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรที่แตกต่างกันและมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Speacialization) แตกต่างกัน ทำให้ความสามารถในการผลิตสินค้าแตกต่างกันจึงทำให้มีการนำเข้าและการส่งออกซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ตนขาดแคลนและมีความต้องการ

2. การสั่งซื้อสินค้าบางอย่างจากต่างประเทศ(นำเข้า) อาจมีราคาถูกกว่าที่จะผลิตขึ้นเองภายในประเทศ

3. การส่งออกสินค้าต่าง ๆ เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถระบายสินค้าคงเหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน

4. การนำเข้าและการส่งออก มีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและรัฐเองก็มีรายได้สูงขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ ที่เรียกเก็บ

5. แต่ละประเทศจะได้ประโยชน์ จากหลักความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และเป็นการสร้างความสัมพันธ์เข้าใจ อันดีระหว่างประเทศคู่ค้า

6. ประเทศต่าง ๆ ไม่สามารถผลิตสินค้าทุกชนิดตามที่ตนต้องการขึ้นใช้เองภายในประเทศได้

/ ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การส่งออก หมายถึง การขนส่งสินค้าหรือบริการจากประเทศที่ทำการผลิต ซึ่งเป็นผู้ผลิตส่งออกไปจำหน่ายยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งเป็นผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ

/การค้าระหว่างประเทศ หรือ อาจกล่าวได้ว่า คือ ธุรกิจระหว่างประเทศ เพราะธุรกิจระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มจากการค้าขายภายในประเทศจนมีความพร้อมในระดับหนึ่ง ธุรกิจนั้นๆ ก็จะก้าวไปสู่ธุรกิจระหว่างประเทศโดยมีมูลเหตุจูงใจคือ

(กัตัญญ หิรัญญสมบูรณ์ 2543:7)

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย ยอดขายที่เพิ่มขึ้นนี้ย่อมหมายถึง กำไรที่สูงขึ้น ดังนั้นการขายตลาดสู่ต่างประเทศที่มีอุปสงค์ของประชาชนในแหล่งทำเลที่นั้น และอุปสงค์นั้นเป็นอุปสงค์ที่มีกำลังซื้อยอมทำให้ยอดขายหรือรายได้ของกิจการเพิ่มขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ผลตอบแทนในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น แรงจูงใจในการเพิ่มยอดขายได้นี้เป็นสาเหตุสำคัญที่สุดที่ทำให้ธุรกิจตัดสินใจก้าวสู่ความเป็นธุรกิจระหว่างประเทศ

2. เพื่อแสวงหาทรัพยากรให้แก่ธุรกิจ ทรัพยากรอาจเป็นได้ทั้งวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีต้น

ทุนต่ำกว่าที่หาซื้อได้ในประเทศหรือเป็นแรงงานผู้ชำนาญการที่มีค่าจ้างในระดับต่ำ หรือเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ การแสวงหาทรัพยากรจากแหล่งต่างประเทศจะสามารถช่วยธุรกิจพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือสร้างความแตกต่าง (Differentiate) ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความโดดเด่นกว่าของคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้ผลกำไรของธุรกิจสูงขึ้น หรือสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ หรือสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มขึ้นได้

3. เพื่อกระจายแหล่งของตลาดหรือวัตถุดิบ การประกอบธุรกิจย่อมหลีกเลี่ยงวงจรชีวิตของธุรกิจไปไม่พ้น ทุกธุรกิจจะประสบกับช่วงรุ่งเรืองและตกต่ำอย่างแน่นอน แต่ถ้ามมีการขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศซึ่งช่วงเวลาของความรุ่งเรืองและตกต่ำไม่ตรงกับประเทศของตนจะเป็นการช่วยลดความเสี่ยงที่จะมียอดขายที่ไหวตัวตามภาวะของวงจรธุรกิจเป็นอย่างมาก

4. ลดความเสี่ยงในการแข่งขัน การที่คู่แข่งสามารถประสบความสำเร็จในต่างประเทศย่อมจะเป็นการเพิ่มพูนขุมกำลังในการต่อสู้กรรณให้ทวีขึ้น ซึ่งจะเป็นอันตรายอย่างยิ่งหากธุรกิจจะไม่รีบก้าวออกสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อสกัดคู่แข่งในตลาดเหล่านั้น และบันทึกขุมกำลังไม่ให้คู่แข่งมีทรัพยากรพอที่จะโจมตีโฆษณาหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาแย่งส่วนแบ่งตลาด

ศิริพร ปัญญาบาล (2535 : 6) ได้ระบุถึงมูลเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ มีดังนี้
1) ประโยชน์ทางด้านรายได้และผลกำไร 2) ใช้เป็นเครื่องมือแก้ปัญหาคความไหวตัวของการผลิตตามฤดูกาล (seasonal fluctuation) 3) ประโยชน์ในการรักษาเสถียรภาพของการผลิตและการจำหน่าย (Stabilizing Factor) 4) เพื่อสนองความต้องการในตลาดต่างประเทศ

แดเนียล และ เรดเบิร์ก (Daniels and Radebaugh. 2000: 218) ได้กล่าวถึงเหตุผลของธุรกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศเนื่องจาก

1. การได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในการกำหนดสถานะของความได้เปรียบทางการค้า ตามแนวคิดของ Michael E. Porter จะประกอบด้วย สถานะของความต้องการ ปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน กลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างและสถานะการแข่งขันในประเทศ

2. การได้เปรียบของกลยุทธ์สินค้าส่งออก

แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการส่งออกประกอบด้วย

- การใช้กำลังการผลิตส่วนเกิน เนื่องจากปริมาณความต้องการในประเทศมีไม่เพียงพอ หรือในบางครั้งการผลิตที่คุ้มค่างกับธุรกิจ คือ การผลิตสินค้าในจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดโดยขนาด (Economies of scale) ดังนั้น เมื่อปริมาณความต้องการในประเทศมีน้อยกว่าระดับการผลิต ทำให้จึงจำเป็นต้องมีการส่งออก

- การลดลงของต้นทุน ได้มีการศึกษาพบว่า การผลิตจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนผลิตต่อหน่วยลดลง ทั้งนี้เนื่องจาก การผลิตที่คุ้มกับต้นทุนคงที่ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพราะการมีประสบการณ์มาก

- ทำให้กำไรเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตจะสามารถขยายผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันในตลาดต่างประเทศได้กำไรที่สูงกว่าตลาดในประเทศ ทั้งนี้ เป็นเพราะบางครั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันระหว่างตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

- การกระจายความเสี่ยง โดยการมีตลาดต่างประเทศมากกว่าหนึ่งแห่งทั้งนี้เนื่องจากวงจรชีวิต

ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด ทำให้เมื่อมีการกระจายตลาดแล้วจะช่วยลดความผันผวนของความต้องการของตลาด

3. กลยุทธ์การได้เปรียบของการนำเข้า

ผู้ผลิตจะแสวงหาการผลิตที่ต้นทุนต่ำ ธุรกิจจึงแสวงหาการนำเข้าเพื่อการผลิตสินค้าที่เป็นลักษณะผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เพราะการนำเข้าถูกกว่าและมีคุณภาพที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่ขายในประเทศ

เคเฮล(Kahal.1994: 65)ได้กล่าวถึงมูลเหตุจูงใจในการก้าวสู่การค้าระหว่างประเทศคือผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการ 1) การสร้างมูลค่าทางการค้า 2) การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร 3) การลดต้นทุนการผลิตจากการประหยัดจากขนาด 4) การแบ่งงานกันทำ 5) ผู้บริโภคได้ราคาที่ดีต่ำลง

เวิร์ค และ เลค (Worth and Leith.1984: 77)ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการค้าต่างประเทศ คือ เป็นการสนับสนุนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งเป็นการจัดแบ่งให้เกิดโอกาสสำหรับแต่ละประเทศที่จะนำเข้าสินค้าและแลกเปลี่ยนกับการส่งออกสินค้าที่ตนผลิตได้ราคาถูกกว่า ซึ่งทำให้ประเทศมีการประหยัดจากการใช้ทรัพยากรส่งผลให้เกิดรายได้เป็นจำนวนมากกว่าที่จะมีการผลิตสินค้าทั้งหมดด้วยตนเอง

โดยสรุปแล้ว การค้าระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นนั้น เนื่องมาจากวัตถุประสงค์ที่มาจากเหตุจูงใจที่เกิดจากภายในและภายนอก โดยมูลเหตุจูงใจภายใน คือ เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิตนำไปสู่การบริหารต้นทุนการผลิตที่ทำให้ต้นทุนต่ำลงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และมูลเหตุจูงใจภายนอก คือ การขยายตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

บทบาทของการค้าระหว่างประเทศ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท,ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา(2521:5)

- 1/ การนำเข้าทำให้ประชาชนมีสินค้าต่าง ๆ เพื่อการอุปโภคมากขึ้น ทำให้การกินอยู่ดีขึ้น
- 2/ การนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบ จะเป็นฐานที่จำเป็นและสำคัญสำหรับการขยายการผลิต
- 3/ เป็นการโอนอำนาจการซื้อจากประเทศหนึ่งไปอีกประเทศหนึ่ง
- 4/ การส่งออกมีผลต่อดุลการค้า ดุลการชำระเงินของประเทศ
- 5/ การส่งออกเป็นการระบายสินค้าส่วนเกินที่เหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน
- 6/ ทำให้เกิดการยกระดับหรือปรับปรุงประสิทธิภาพให้สูงขึ้น
- 7/ การส่งออกเป็นที่มาของรายได้เพื่อนำมาซื้อสินค้าเข้า (Exports Pay for Imports)
- 8/ ทำให้รัฐบาลมีรายได้สูงขึ้นในรูปของการเก็บภาษีอากรขาออก ภาษีอากรขาเข้า ภาษีการค้า ภาษีเงินได้ ค่าธรรมเนียมและอื่น ๆ

ศิริพร ปัญญาบาล (2535 : 4-5) ได้ระบุถึงบทบาท หรือประโยชน์ของธุรกิจระหว่างประเทศเป็นดังนี้

- 1.ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ของประเทศจะถูกใช้ไปในการผลิตที่ตนได้เปรียบ (Comparative Advantage)

- 2.ประชากรของประเทศได้รับสินค้าและบริการมากขึ้น
- 3.ยกระดับรายได้ของประชากร
- 4.ลดปัญหาการว่างงาน
- 5.ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
- 6.ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดของรายได้ และภาษีอากรของรัฐ
- 7.ได้รับเงินตราต่างประเทศเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าต่างประเทศ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2542 : 38-41) ตามหลักเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีการคำนวณบัญชีรายได้ประชาชาติ มีวิธีการคำนวณด้านรายจ่ายที่ว่า

$$GDP = C + I + G + (X - M)$$

C = รายจ่ายเพื่อการบริโภคอุปโภคภาคเอกชน

I = รายจ่ายเพื่อการลงทุนของภาคเอกชนและรัฐบาล

G = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการภาครัฐบาล

X = การส่งออก

M = การนำเข้า

(X - M) = การส่งออกสุทธิ

ซึ่งประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจแบบเปิดทำให้มีการค้าระหว่างประเทศและการค้าระหว่างประเทศนี้ก็ส่งผลกระทบต่อรายได้ประชาชาติของประเทศ

โดยสรุปแล้ว การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีของประเทศ ซึ่งเมื่อประเทศนั้น ๆ ได้มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้เกิดความมั่นคงแล้วย่อมนำไปสู่การพัฒนาทางด้านสังคมของประเทศนั้นด้วยเช่นกัน

แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

จากที่ธุรกิจระหว่างประเทศได้บังเกิดขึ้นในโลกมานานหลายยุคหลายสมัยซึ่งแต่ละยุคสมัยจะมีแนวคิดที่ใช้เป็นหลักการในการดำเนินงานแตกต่างกันจนสามารถเป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญหลายทฤษฎี ซึ่งได้ศึกษาจากผู้แต่งหลายท่าน คือ กัตญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2543:14); วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2517: 13-18); ศรีวงศ์ สุมิตร และ สาลินี วรบัณฑิต (2536:12-52);เคเฮล(Kahal.1994:68-72);แดเนียล และ เรดเบิร์ก(Daniel and Radebaugh.1998: 195-211) ได้เป็นทฤษฎีทางการค้าระหว่างประเทศ คือ

ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติ หรือ ลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism)

ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติ (Mercantilism) เกิดขึ้นในช่วงคศ.1500 ที่มีการล่าอาณานิคมของประเทศมหาอำนาจในยุโรป ประเทศใหญ่ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ที่ได้พยายามขยายอิทธิพลการปกครองโดยการล่าเมืองขึ้น เพื่อแสวงหาทรัพยากรจากประเทศราชเหล่านั้นมาเสริมความมั่งคั่งแก่ตนเอง โดยตามทฤษฎีนี้มีจุดประสงค์หลักในการบำรุงเศรษฐกิจของชาติและรัฐบาลด้วยวิธีการสะสมโลหะที่มีค่า เช่น ทองคำ แร่เงิน ในด้านการค้าระหว่างประเทศของยุค Mercantilism แต่ละประเทศจะพยายามสะสมความมั่งคั่งในรูปของโลหะที่มีค่าซึ่งได้มาจากการที่มีการส่งออกเป็นมูลค่าสูงกว่าการนำเข้า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแนวทฤษฎี

บำรุงเศรษฐกิจของชาติ เป็นแนวคิดที่ว่าการได้เปรียบดุลการค้า (Favorable Balance of Trade) เป็นการที่ประเทศนั้นสามารถส่งออกได้มากกว่าการนำเข้า และการเสียเปรียบดุลการค้า (Unfavorable Balance of Trade) เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา

ทฤษฎีความได้เปรียบสมบูรณ์ (Absolute Advantage)

ตามที่ Adam Smith ได้เขียนหนังสือ The Wealth of Nations ซึ่งแยกการวิเคราะห์เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ Absolute Advantage และ Division of Labor โดยในส่วนของ Absolute Advantage กล่าวว่า ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใดสินค้านั้นอย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าประเทศอื่น ก็ควรให้ประเทศนั้นผลิตสินค้านั้นแล้วส่งไปค้าขายแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ของประสิทธิภาพรวมที่สูงสุดของโลก และส่วนของ Division of Labor ได้เข้ามาเสริมทฤษฎี Absolute Advantage ว่าแต่ละประเทศควรใช้ทรัพยากรของตนให้แก่สินค้าที่สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดจนเกิดการได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้อื่น ซึ่งความเชี่ยวชาญเฉพาะที่เกิดขึ้นมีสาเหตุจาก

- แรงงานเกิดความชำนาญโดยการทำงานนั้นซ้ำ ๆ อยู่เป็นประจำ
- แรงงานไม่เสียเวลาในการเปลี่ยนงานจากงานหนึ่งไปทำอีกงานหนึ่ง
- การผลิตอย่างต่อเนื่องยาวนานจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาหาวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ภาพยิ่งขึ้น

จากความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านก่อให้เกิดความได้เปรียบ (Advantage) ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ชนิดคือ

1. ความได้เปรียบโดยธรรมชาติ (Natural Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานที่มีอยู่อย่างล้นเหลือ
2. ความได้เปรียบจากการเรียนรู้ (Acquired Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากการประดิษฐ์ ดัดแปลงพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีและความชำนาญ นอกจากนั้นทฤษฎีความได้เปรียบ ยังกล่าวถึง ขนาดของประเทศซึ่งมีผลต่อชนิดและปริมาณของสินค้าที่จะทำการค้าขายกัน ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อบัจจยดังต่อไปนี้

1. ความหลากหลายของทรัพยากร ประเทศใหญ่มักมีทรัพยากรหลายชนิดกระจายอยู่ตามภาคต่าง ๆ ในประเทศจนแทบสามารถพึ่งพาตนเองได้หมด
2. ค่าขนส่ง ประเทศใหญ่และประเทศเล็กได้รับผลกระทบจากค่าขนส่งแตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วค่าขนส่งจะแปรตามระยะทาง ประเทศใหญ่มักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ไกลทำให้มีค่าขนส่งสูงส่งผลให้ราคาสินค้าสูงไปด้วย แต่ประเทศเล็กมักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ใกล้จึงทำให้ค่าขนส่งต่ำราคาสินค้าก็ต่ำไปด้วย
3. ขนาดของเศรษฐกิจ ขนาดของประเทศมิได้บอกถึงความมั่งคั่งของประเทศ ความร่ำรวยของประเทศวัดได้จากขนาดของเศรษฐกิจและรายได้ประชาชาติที่ค่อนข้างสูง จึงควรมีการผลิตสินค้าในปริมาณมากอย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เพื่อให้เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคภายในประเทศและทำการส่งออกด้วย

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

ทฤษฎีนี้เขียนโดย David Ricardo ในปี คศ.1819 เป็นหนังสือชื่อ On the Principles of Political

Economy and Taxation โดยใช้พื้นฐานแนวคิดของ Adam Smith มาพัฒนาต่อเนื่องจากถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไป ประเทศนั้นควรจะผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และซื้อสิ่งที่ตนไม่ได้ผลิตจากประเทศอื่น

ทฤษฎี Comparative Advantage แตกต่างจากทฤษฎี Absolute Advantage ตรงที่ Absolute Advantage กล่าวว่าประเทศใดสามารถใช้ทรัพยากรที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ก็ควรผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ประเทศอื่น แต่ ทฤษฎี Comparative Advantage แสดงการวิเคราะห์ที่ซับซ้อนขึ้นไปอีกโดยกล่าวถึงประเทศที่เกิดความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเหนือกว่าอีกประเทศหนึ่ง ควรทำการผลิตโดยใช้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสิ่งที่ตนสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นอย่างมาก และให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าที่ประเทศแรกผลิตแล้วจะมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นส่วนน้อย แล้วทั้งสองประเทศจะได้ผลผลิตรวมมากกว่าการผลิตโดยปราศจากการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีสัดส่วนของปัจจัย (Factor Proportions)

ในปี คศ.1950 นักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดนสองคนคือ Eli Heckscher และ Bertil Ohlin ได้สร้างทฤษฎี Factor Proportion ซึ่งกล่าวถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพการผลิตทั้งสามคือ ที่ดิน แรงงาน และเงินทุน ในการพิจารณาเลือกประเภทของสินค้าที่แต่ละประเทศควรผลิต โดยกล่าวว่า แต่ละประเทศ จะมีปัจจัยการผลิตทั้งสามนี้ในปริมาณที่แตกต่างกันถ้าประเทศใดมีแรงงานมาก เมื่อเทียบกับปริมาณของเงินทุนและที่ดินแล้ว ค่าแรงในประเทศนั้นจะต่ำแต่ต้นทุนเงินทุนและค่าที่ดินจะสูง ถ้าประเทศใดค่อนข้างขาดแคลนแรงงานค่าแรงก็จะค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับต้นทุนเงินทุนและค่าที่ดิน ความแตกต่างของสัดส่วนปัจจัยการผลิตดังกล่าวนี้จะทำให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่หาได้ง่ายและต้นทุนไม่สูง แล้วส่งออกไปขายต่างประเทศ

ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการลงทุนระหว่างประเทศ(International Investment and Product Life Cycle)

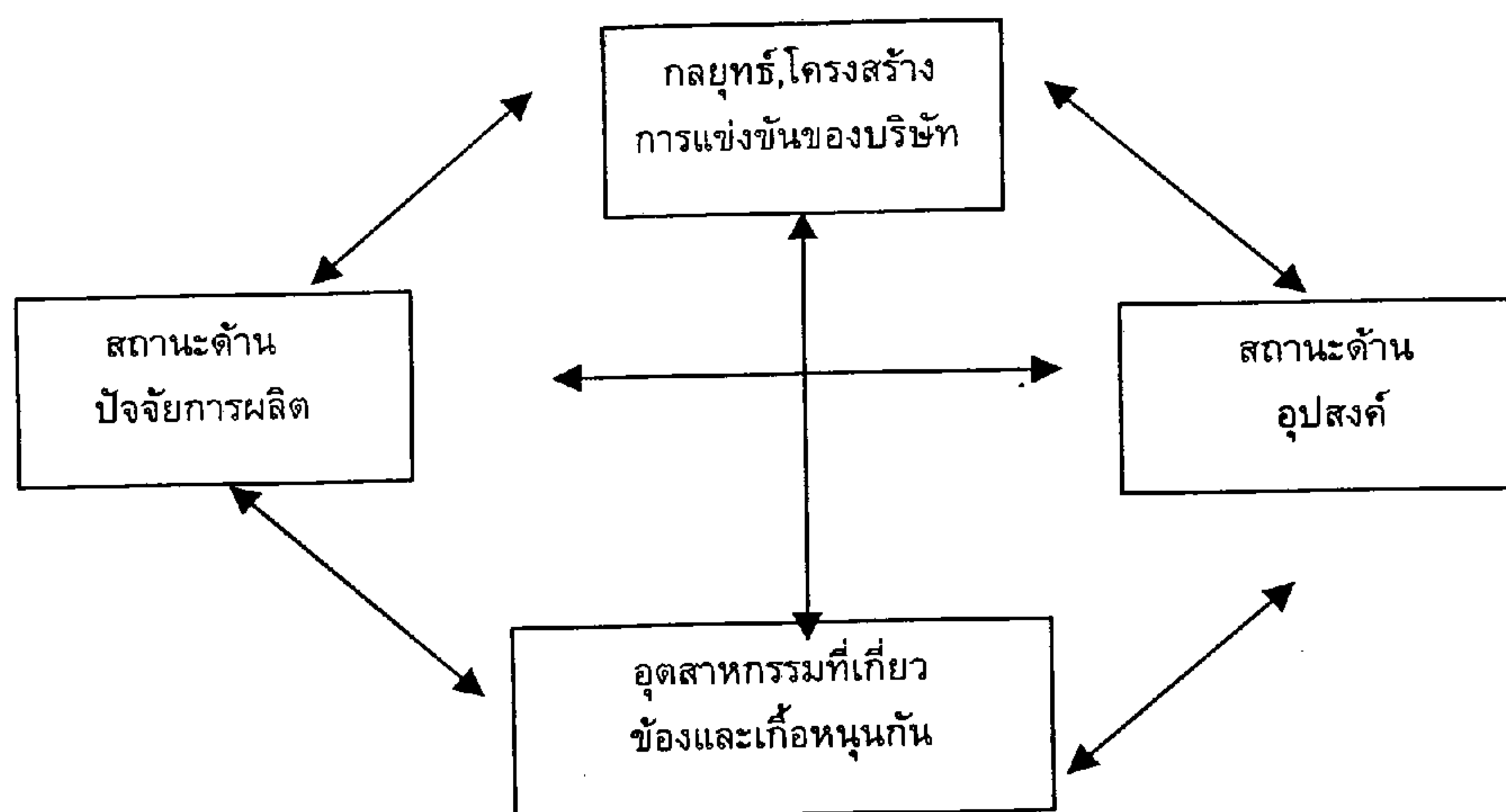
เขียนโดย Raymond Vernon ในปีคศ.1996 โดยเน้นถึงตัวสินค้ามากกว่าประเทศหรือเทคโนโลยีใดๆ หรือปัจจัยการผลิต ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้งในการผลิตสินค้าต่าง ๆ จะย้ายจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง ตามขั้นตอนหรือช่วงเวลาในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มข้ออ้างอิงทางเทคโนโลยีเพิ่มเติมอีก 2 ข้อ คือ

1. นวัตกรรมทางเทคนิคในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้กำไรเป็นที่น่าพอใจจะต้องอาศัยเงินทุนเป็นจำนวนมาก และใช้แรงงานที่มีความชำนาญเป็นอย่างสูงในช่วงแนะนำ ซึ่งปัจจัยการผลิตเช่นนี้จะได้ในประเทศอุตสาหกรรมที่มีเงินทุนมาก
2. ในช่วงต่อมาของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทั้งสามช่วง ผลิตภัณฑ์จะถูกผลิตในเชิงพาณิชย์เป็นปริมาณสูงมีมาตรฐานมากขึ้น ใช้แรงงานฝีมือน้อยลง จะมีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศแม่ไปสู่ต่างประเทศในที่สุด

ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติ(Competitive Advantage of Nations)

แต่ละประเทศแต่ละชนชาติต่างมีลักษณะของธรรมชาติ เช่น ภูมิอากาศ คุณสมบัติเฉพาะคน และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ แตกต่างกันไป ซึ่งก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศและการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้น Michael E. Porter จึงแสดงให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่

พิจารณาในระดับผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ผู้ที่ดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริงคือธุรกิจเอกชน ฉะนั้น การค้าระหว่างประเทศจึงเป็นการมองภาพรวมตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับรัฐบาล ตลอดจนระดับธุรกิจเอกชน ร่วมกัน ดังนั้น ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของบริษัทในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ จึงขึ้นอยู่กับสถานะของบริษัทในด้านต่าง ๆ และความสัมพันธ์ระหว่างสถานะเหล่านั้น ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 Five Forces ของ Michael E. Porter

ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้ง 4 สถานะ คือ

- สถานะด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญโดดเด่น คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์ ยกระดับและเพิ่มปัจจัยการผลิตที่ตนมีอยู่ให้ก้าวหน้าพัฒนาต่อไป แรงงาน ช่างนาญงาน เงินทุน เทคโนโลยี และอุปกรณ์ต่าง ๆ
- สถานะด้านอุปสงค์ (Demand Condition) เป็นความสามารถที่จะแข่งขันและประสบความสำเร็จในตลาดภายในประเทศและมีโอกาสประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศสูง
- อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและเกื้อหนุนกัน (Related and Supporting Industries) ธุรกิจใดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายวัตถุดิบ หรือบริษัทขนส่งที่ให้บริการด้านต้นทุนค่าขนส่งจะเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงและสามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้ดี
- กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) เป็นลักษณะเด่นของธุรกิจที่จะสร้างสรรค์และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความยืดหยุ่นของแต่ละองค์การที่มีต่อธุรกิจประเภทนั่นเอง

ทฤษฎีขนาดการผลิตที่ประหยัดและการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ (Economies of Scale and Imperfect Competition)

กล่าวว่าต้นทุนการผลิตของสินค้าที่มีผลต่อราคาและทำให้เกิดการประหยัดจะมาจาก

h 147095 8.3

- ขนาดการผลิตที่ประหยัดภายใน (Internal Economies of Scale) เมื่อธุรกิจมีขนาดใหญ่จะสามารถผลิตสินค้าจำนวนมากซึ่งจะเฉลี่ยให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลงและเกิดขนาดการผลิตที่ประหยัดส่งผลให้สามารถผูกขาดตลาดได้ด้วยการตัดราคาคู่แข่งรายอื่น ๆ ทั้งหมดจึงเกิดสภาวะตลาดไม่สมบูรณ์
- ขนาดการผลิตที่ประหยัดภายนอก (External Economies of Scale) ประเทศใดมีขนาดของอุตสาหกรรมโดยรวมที่ใหญ่กว่า จะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าประเทศที่มีขนาดของอุตสาหกรรมที่เล็กกว่า ก่อให้เกิดการผลิตที่ประหยัดจากภายนอก **จบแก้ว**

แนวคิดทางการตลาด

ในองค์การทางธุรกิจเต็มรูปแบบ องค์การต้องมีหน่วยงานหลักคือ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการเงิน ซึ่งทั้งสามฝ่ายต่างก็มีบทบาทที่สำคัญต่อองค์การธุรกิจ และด้วยการแข่งขันที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ฝ่ายการตลาดเป็นหน่วยงานที่โดดเด่นที่สุดเพราะฝ่ายการตลาดจะต้องเป็นฝ่ายที่ทำให้เกิดการผลิขององค์การ ดังนั้นจึงมีความหมายของการตลาดไว้ดังนี้

สุปัญญา ไชยชาญ (2538:1-7) กล่าวว่า คำว่าตลาด (Market) มีความหมายสามนัยดังนี้

- 1) ตลาด ตามความหมายของสามัญชนทั่วไป หมายถึง สถานที่ ที่ผู้ซื้อและผู้ขายใช้เป็นที่พบปะเพื่อทำการเจรจาตกลงซื้อขาย แลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์กัน
- 2) ตลาด ตามความหมายของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อที่ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กัน เป็นการให้ความหมายที่สนใจโครงสร้างของพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ซื้อ
- 3) ตลาด ตามความหมายของนักการตลาด หมายถึงกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้มีศักยภาพที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เท่านั้น

สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินาถ (2530 : 22) ตลาด หมายถึง สิ่งที่มีตัวตน และไม่มีตัวตน ได้แก่ สถานที่ที่มีการซื้อขาย หรืออำนาจซื้อของพลเมือง หรือ แหล่งที่รวบรวมสินค้าเพื่อมาขาย ซึ่งแบ่งเป็น ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลาง ตลาดโลก

และได้มีการให้ความหมายของการตลาด ไว้ดังนี้

สมาคมการตลาดของอเมริกา (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินาถ 2530 : 1) การตลาด คือ กิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้

แอสตันตัน และ ฟุตเทล (สุวิทย์ เปียผ่อง และ จรัสศรี นวกุลศิรินาถ 2530 : 1 ; อ้างอิงจาก Stanton and Futrell. 1987 *Fundamentals of marketing*) การตลาดคือ กิจกรรมของระบบธุรกิจทั้งหมด ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อวางแผนการดำเนินงาน กำหนดราคา ส่งเสริมการจำหน่ายและการกระจายสินค้าและบริการในอันที่จะตอบสนองความพอใจแก่ผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (International Trade Centre) (สุวิทย์ เปียผ่อง, จรัสศรี นวกุลศิรินาถ 2530 : 1) การตลาด คือ กระบวนการจัดสรรสินค้าที่ถูกต้องเพื่อจำหน่ายในสถานที่ถูกต้อง ในเวลาที่ถูกต้อง และในราคาที่ต้องการ

พิชญ จงสถิตย์วัฒนา (2539 : 3) การตลาดคือ กระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีบทบาทนับตั้งแต่การสร้างสรรค์และกระตุ้นเร้าความต้องการของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดการผลิตหรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค บำบัดความต้องการ พร้อมทั้งนำความพอใจสู่ผู้บริโภค และในขณะเดียวกันสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทผู้ผลิตด้วย

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 4 ; อ้างอิงจาก Kotler.1997 *Marketing Management*) การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and managerial process) ซึ่งบุคคลแต่ละกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น

คอตเลอร์(สุปัญญา ไชยชาญ 2538 : 7 ; อ้างอิงจาก Kotler.1988,1994 *Principles of Marketing*) ได้ให้ความหมายการตลาดหมายถึง กระบวนการทางสังคมและกระบวนการบริหารที่ทำให้บุคคลได้รับสิ่งที่ต้องการและอยากได้โดยอาศัยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าขึ้นมาแล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น

แมคคาทรี (อดุลย์ จาตุรงคกุล 2526 : 3 ; อ้างอิงจาก McCarthy. 1975 *Marketing in Advance*) กล่าวว่าการตลาด เป็นการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งนำไปสู่การเคลื่อนตัว (Flow) ของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้เพื่อที่จะทำความพอใจให้กับผู้บริโภสดังกล่าวและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทด้วย

ดังนั้น สรุปได้ว่า การตลาด คือ กิจกรรมของระบบธุรกิจที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และ การบริการ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้จะต้องทำให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคมากที่สุด และในขณะเดียวกันก็เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ผลิต

ตามที่กล่าวถึงความหมายของการตลาดมาแล้ว การดำเนินการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

คอตเลอร์ (อดุลย์ จาตุรงคกุล 2542 : 8-13 ; อ้างอิงจาก Kotler.1997 *Marketing Management*) การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและบริหาร การคิดค้น การวางราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายความคิด สินค้า และบริการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเพื่อตอบสนองเป้าหมายของบุคคลและองค์การ

ในการบริหารการตลาดมีปรัชญาทางการตลาดหรือแนวคิดอยู่ 5 ประการ (อดุลย์ จาตุรงคกุล 2542 : 8-13) ที่บริษัทสามารถใช้นำทางกิจกรรมทางการตลาด มีดังนี้

- 1) แนวความคิดมุ่งที่การผลิต (The Production Concept)
- 2) แนวความคิดมุ่งที่ผลิตภัณฑ์ (The Product Concept)
- 3) แนวความคิดมุ่งที่การขาย (The Selling Concept)
- 4) แนวความคิดที่มุ่งการตลาด (The Marketing Concept)
- 5) แนวความคิดมุ่งที่การตลาดและสังคม (The Marketing and Social Concept)

การตลาดระหว่างประเทศ

แมคคาทรี (อดุลย์ จาตุรงคกุล 2526 : 448 ; อ้างอิงจาก McCarthy. 1975 *Marketing in Advance*) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการปฏิบัติกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการของบริษัทเคลื่อนไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้มากกว่าหนึ่งประเทศ

แคทีโอลา (Cateora.1996: 6) ได้กล่าวถึงการตลาดต่างประเทศว่าเป็นการดำเนินการของกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อมุ่งหวังให้สินค้าและบริการถึงตรงยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้มากกว่าหนึ่งประเทศเพื่อผลกำไร จากความหมายการตลาดต่างประเทศที่เป็นการปฏิบัติการข้ามพรมแดนทางการเมืองไปสู่ประเทศอื่น ๆ และด้วยสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศแตกต่างกับตลาดในประเทศอื่น ๆ ทำให้บริษัทการค้าต่าง ๆ ในประเทศที่ทำธุรกิจต่างประเทศต้องมีการปรับโครงสร้างของตนซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทาย แต่บริษัทการค้าต่าง ๆ เหล่านี้ก็มี ความเต็มใจในการก้าวเข้าสู่การตลาดต่างประเทศ โดยศึกษาได้จากความสำคัญของการตลาดต่างประเทศ

ความสำคัญของการตลาดต่างประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2526 : 448) ได้สรุปไว้ว่า เนื่องจากปริมาณสินค้าเกิดภาวะล้นตลาดเนื่องจากผลผลิตมีมากกว่าความต้องการทำให้บริษัทต้องหาตลาดในต่างประเทศเพื่อระบายผลผลิตที่มีจำนวนเกินกว่าความต้องการในประเทศ และในบางครั้งการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมีโอกาสในการทำกำไรได้สูงกว่าจำหน่ายภายในประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 272-273) กล่าวถึงเหตุผลที่บริษัทต่าง ๆ พยายามทำการตลาดระหว่างประเทศ คือ

1. เพื่อหนีปัญหาเศรษฐกิจในตลาดภายในประเทศ
2. เพื่อฉวยปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์อย่างมาก (เช่น อัตราการเกิดลดลงเป็นอย่างมาก)
3. เพื่อส่งออกเทคโนโลยีสู่ประเทศที่ด้อยพัฒนามากว่า
4. เพื่อเพิ่มอิทธิพลทางการเมือง
5. เพื่อให้ทันกับหรือหลีกเลี่ยงการแข่งขัน
6. เพื่อใช้ประโยชน์ในการประหยัดจากการผลิตขนาดใหญ่
7. เพื่อขยายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
8. เพื่อ ยักยักถ่ายเท สินค้าคงคลัง
9. เพื่อประโยชน์ทางภาษี
10. เพื่อสร้างโอกาสทางการวิจัย (เช่น ทดสอบตลาดในต่างประเทศ)
11. เพื่อสร้างภาพพจน์แห่งความเจริญก้าวหน้าของบริษัท

ดังนั้น โดยสรุปแล้ว การตลาดระหว่างประเทศจะเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจระหว่างประเทศ กล่าวคือ การตลาดระหว่างประเทศจะเป็นการปฏิบัติการกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขัน

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 150 -153) กล่าวว่าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ หรือต่างประเทศ ทุกธุรกิจจะต้องเผชิญกับสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือ พลังห้าชุด ที่ Michael E.Porter ที่มีอิทธิพลของอุตสาหกรรม มีดังนี้ 1) ระดับการแข่งขันระหว่างคู่แข่ง 2) การขู่ของภัยจากผู้เข้าสู่ตลาดรายใหม่ 3) การขู่ของภัยจากสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนได้ 4) อำนาจในการต่อรองของลูกค้า 5) อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบ

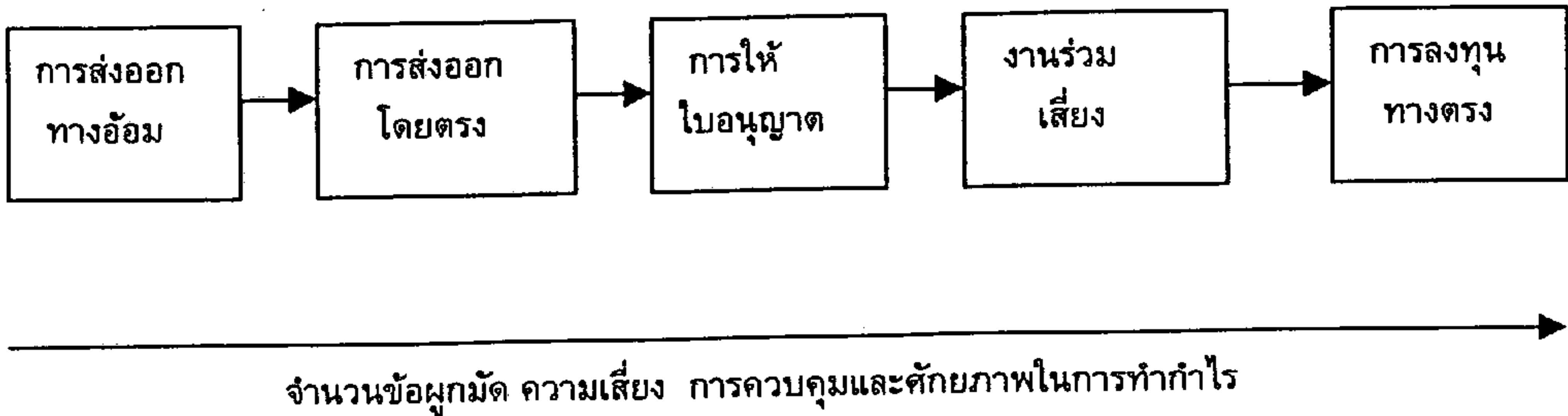
ปัจจัยแปรผันทางการตลาด(พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา 2542 : 11-25)

- 1) ที่สามารถควบคุมได้
- ผลิตภัณฑ์ (Product)
 - ราคา (Price)
 - ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
 - การส่งเสริมสินค้า (Promotion)

- 2)ที่ไม่สามารถควบคุมได้
- การเมืองและกฎหมาย
 - วัฒนธรรมและระบบสังคม
 - สภาพเศรษฐกิจ
 - ระบบการค้าและการแข่งขัน
 - ทรัพยากรและนโยบายบริษัท

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542 : 276-279)



ภาพประกอบ 3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

ปัจจัยกำหนดความต้องการส่งออก (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2542:80-81)

- 1.นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล

นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีส่งออก การขยายตลาดในต่างประเทศ การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และการปรับปรุงพิธีการศุลกากรให้สะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส ก็จะทำให้มีการส่งออกมากขึ้น ส่วนในทางตรงข้าม ก็จะทำให้การส่งออกซบเซา

2. ราคาของสินค้าออก

หากราคาของสินค้าออกของประเทศใดอยู่ในระดับสูงกว่าตลาดต่างประเทศในสินค้านั้นๆ เดียวกัน ประเทศนั้นจะส่งออกได้น้อย แต่ถ้าราคาสินค้าออกต่ำกว่าตลาดต่างประเทศ ก็จะส่งออกได้มาก เนื่องจากราคาของสินค้าออกส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยน หากเงินบาทเทียบกับเงินตราต่างประเทศมีค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น สินค้าออกของไทยจะมีราคาถูกสำหรับผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้ปริมาณการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น

3. ความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ความต้องการของตลาดต่างประเทศขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า หากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในเกณฑ์ดี ความต้องการซื้อสินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศจะมีมาก ทำให้การส่งออกสินค้าตามไปด้วย ส่วนในกรณีตรงข้าม การส่งออกจะลดลง

แนวคิดทางทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์ของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ซึ่งตามกฎหมายของอุปสงค์ (Law of Demand) อธิบายว่า "ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการใด ๆ จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เมื่อสมมติให้ปัจจัยอื่นไม่มีการเปลี่ยนแปลง" กล่าวคือ หากราคาสินค้า/บริการเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะมีปริมาณความต้องการซื้อลดลง แต่ถ้าราคาสินค้า/บริการลดต่ำลง ผู้บริโภคจะมีปริมาณความต้องการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อปัจจัยอื่นไม่เปลี่ยนแปลง สาเหตุที่กำหนดให้ปัจจัยอื่นไม่เปลี่ยนแปลงเพราะนักเศรษฐศาสตร์เชื่อว่าราคาไม่ใช่ปัจจัยเพียงอย่างเดียวที่ใช้กำหนดปริมาณความต้องการ แต่ยังมีปัจจัยอื่นที่มีใช้ปัจจัยราคาเข้ามามีอิทธิพลด้วย อาทิ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมและความชอบ และความจำเป็นหรือส่วนในการใช้ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงในเส้นอุปสงค์

ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ในเส้นอุปสงค์แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยราคา คือ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการ การเปลี่ยนแปลงประเภทนี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์ โดยสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ก็คือ ปริมาณความต้องการ (Quantity Demand) เช่น ในกรณีของราคาสินค้าปรับตัวลงจาก P_1 เป็น P_2 จะทำให้ปริมาณความต้องการสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก A หน่วย เป็น B หน่วย
2. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มีใช้ปัจจัยราคา เนื่องจากเส้นอุปสงค์ต่อราคานั้นสร้างขึ้นมาจากสมมติฐานที่ว่าปัจจัยอื่น ๆ คงที่ และให้ราคาเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงราคาจึงทำให้ปริมาณอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปตามเส้นอุปสงค์ (Movement along the demand curve) แต่เมื่อใดที่ปัจจัยอื่น ๆ ที่เคยสมมติให้คงที่ได้เปลี่ยนแปลงไป และราคากลายเป็นปัจจัยคงที่ ผลที่เกิดขึ้นก็คือ เส้นอุปสงค์จะขยับไปทั้งเส้น (Shift in the demand curve) คือการเปลี่ยนแปลงประเภทนี้จะทำให้เส้นอุปสงค์มีการเคลื่อนตัว (Shift) จากเส้นเดิมไปเป็นเส้นใหม่

ปัจจัยที่ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนตัว

การเคลื่อนตัวของเส้นอุปสงค์ ซึ่งการเคลื่อนตัวของเส้นอุปสงค์นี้เกิดจากสาเหตุ ได้ดังต่อไปนี้

1. รายได้ผู้บริโภค (Consumer Income) เนื่องจากรายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจการซื้อและปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ในทางตรงกันข้าม เมื่อรายได้ลดลงผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่ลดลง

2. รสนิยม (ความนิยม,ความพึงพอใจ) ของผู้บริโภค (Consumer Taste) ถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในสินค้านั้นซึ่งสาเหตุมาจากกำลังได้รับความนิยมยอมทำให้ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าสินค้าเสื่อมความนิยมหรือล้าสมัย ปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคจะลดลง

3. ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Price of Related Commodities or Substitution Commodities) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์ 2 กรณี คือ 1) ราคาสินค้าที่แข่งขันกันหรือทดแทนกันได้ (Competitive Commodities หรือ Substitution Commodities) 2) ราคาสินค้าที่ประกอบกัน (Complementary Commodities) ดังนี้

3.1 ราคาสินค้าที่แข่งขันกันหรือสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน คือ เมื่อราคาสินค้า A สูงขึ้น ในขณะที่สินค้า B คงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกกว่าสินค้า A แพงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาซื้อสินค้า B มากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้า B เลื่อนไปทางขวา ตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้า A ต่ำลง ผู้บริโภคจะรู้สึกกว่าราคาสินค้า A ถูกกลง ในขณะที่ราคาสินค้า B คงที่ ผู้บริโภคจึงซื้อสินค้า B น้อยลง ทำให้เส้นอุปสงค์ของสินค้า B เลื่อนไปทางซ้าย

3.2 ราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมัน แก๊สกับเตาแก๊ส ในกรณีที่ราคารถยนต์ลดลง ทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันรถยนต์เพิ่มขึ้นด้วย เป็นเหตุให้เส้นอุปสงค์ของน้ำมันรถยนต์เลื่อนไปทางขวามือ ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคารถยนต์เพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการซื้อรถยนต์ลดลง ซึ่งมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันรถยนต์ก็ลดลงด้วยเป็นเหตุให้เส้นอุปสงค์ของน้ำมันรถยนต์เลื่อนไปทางซ้ายมือ

4. จำนวนผู้บริโภคในตลาด (Number of Consumer in the Market) จำนวนผู้บริโภคเป็นตัวแปรที่จะกระตุ้นเส้นอุปสงค์ ถ้ามีจำนวนผู้บริโภคในตลาดมากขึ้นปริมาณความต้องการซื้อก็จะเพิ่มขึ้น ตรงกันข้าม ถ้าจำนวนผู้บริโภคในตลาดมีน้อย ปริมาณความต้องการซื้อก็จะลดลง

5. ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ในช่วงที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อยาได้และอำนาจซื้อของผู้บริโภค ในกรณีที่เศรษฐกิจตกต่ำผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อลดลง

6. การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต (Estimating Goods Price) ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะลดลงในอนาคตผู้บริโภคก็จะลดความต้องการซื้อในปัจจุบัน แต่ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะสูงขึ้นในอนาคตผู้บริโภคก็จะเพิ่มความต้องการซื้อในปัจจุบัน

7. ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Cost) เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ในองค์การใดใช้งบประมาณในการสื่อสารมาก จะทำให้ความต้องการซื้อสินค้านั้นสูงขึ้นมาก แต่ถ้าองค์การใดใช้งบประมาณในการสื่อสารน้อย ความต้องการในการซื้อสินค้านั้นก็จะต่ำลง

8. ฤดูกาล (Season) เช่น ในฤดูร้อน ผู้บริโภคย่อมมีความต้องการซื้อพัดลมมากขึ้น ส่วนในฤดูหนาวผู้บริโภคมักมีความต้องการซื้อพัดลมน้อยลง

9. เทศกาล (Festival Season) เช่น ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ผู้บริโภคมักมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนในช่วงนอกเทศกาลผู้บริโภคมักมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวน้อยลง

10. การกระจายรายได้ (Income Distribution) ในระบบเศรษฐกิจถ้าหากมีการกระจายรายได้

ได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน (มีคนรายน้อยและมีคนจนมาก) อุปสงค์ของสินค้าก็จะน้อย แต่ถ้ามีการกระจายรายได้ที่เท่าเทียมกัน อุปสงค์ในสินค้าส่วนใหญ่ก็จะสูงขึ้น

การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย

ประเทศไทยจากอดีตที่ผ่านมา มีความสามารถผลิตกุ้งสดแช่แข็งได้เป็นปริมาณมากและนับได้ว่าเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพทางภูมิศาสตร์ในการเพาะเลี้ยงกุ้งที่เหมาะสมซึ่งจากเดิมที่การเลี้ยงกุ้งต้องพึ่งธรรมชาติ แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาการเลี้ยงมากขึ้นทำให้ปริมาณกุ้งได้เป็นปริมาณที่มาก ซึ่งกุ้งทะเลที่พบในเขตน่านน้ำมีหลายชนิด แต่ที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ เช่น กุ้งกุลาดำ กุ้งกุลาลาย กุ้งแชบ๊วย กุ้งลายเสือ โดยเฉพาะกุ้งกุลาดำเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างมากเห็นได้จากปริมาณและมูลค่าสัตว์น้ำทางเศรษฐกิจที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 98.93 ของสัตว์น้ำประเภทกุ้ง (ที่มา : กลุ่มสถิติและสารสนเทศการประมง กองเศรษฐกิจการประมง)

สภาวะการตลาดต่างประเทศของกุ้งสดแช่แข็งไทย

กุ้งสดแช่แข็งของไทยเป็นสินค้าที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถแบ่งตลาดการส่งออกได้เป็น 3 ตลาดที่สำคัญ คือ

1. ตลาดหลัก เป็นตลาดที่ไทยมีการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไปยังประเทศเหล่านี้ได้เป็นจำนวนมากจึงถือเป็นตลาดหลักของไทย ประเทศในกลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา
2. ตลาดใหม่ เป็นตลาดที่ไทยสามารถส่งออกกุ้งสดแช่แข็งได้บ้าง แต่ยังมีจำนวนน้อยเพราะประเทศต่าง ๆ เหล่านี้มีจำนวนประชากรน้อย และผู้บริโภคยังไม่เป็นที่นิยมกัน แต่อย่างไรก็ตามหากไทยยังสามารถรักษาคุณภาพของสินค้า และมีการส่งมอบที่ตรงเวลา ตลาดใหม่เหล่านี้ในอนาคตคาดว่าจะตลาดที่มีศักยภาพสูง ประเทศในตลาดใหม่นี้ ได้แก่ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย
3. ตลาดอื่น ๆ ประเทศในกลุ่มตลาดใหม่นี้มีการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งของไทยในปริมาณที่น้อยมาก ได้แก่ เนเธอร์แลนด์

การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งรายใหญ่รายหนึ่งของโลก เนื่องจากกุ้งส่วนใหญ่ที่ผลิตได้ในประเทศไทยมากกว่า 90% เพื่อการส่งออก

สำหรับตลาดนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งที่สำคัญของไทย คือ ประเทศอเมริกา และ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมากกว่า 70 % ของมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งปี พ.ศ.2543 ได้ส่งไปยังสองประเทศนี้ และประเทศสหรัฐอเมริกาได้กลายเป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นลดการนำเข้าจากประเทศไทย โดยประเทศญี่ปุ่นได้หันมานำเข้าจากประเทศอินเดีย เวียดนาม

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศผู้ส่งออกรายมากที่สุดในตลาดสหรัฐอเมริกา ขณะที่ตลาดประเทศญี่ปุ่นได้ลดการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย เนื่องจากราคากุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยมีราคาแพงกว่าคู่แข่ง และกุ้งขนาดกลางไม่เป็นที่ต้องการในตลาดญี่ปุ่น

สำหรับตลาดนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งที่สำคัญ คือตลาดยุโรป แต่เนื่องจากข้อกำหนดทางพิภคอัตราภาษีศุลกากร (GSP) ที่ตัดสินที่ประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยมีความเสียเปรียบในด้านการแข่งขันเนื่องจากประเทศไทยต้องเสียภาษีการนำเข้าจากประเทศคู่ค้าส่งผลถึงความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ

ด้านการบริโภคในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ และประเทศญี่ปุ่น ญี่ปุ่นบริโภคกุ้งเพิ่มจาก 0.9588 กิโลกรัมต่อคน ในปีพ.ศ. 2521 เพิ่มขึ้นมาจนกระทั่งในปี พ.ศ.2536 เป็น 2.30 กิโลกรัมต่อคน และลดลงมาเหลือ 1.98 กิโลกรัมต่อคน ในปี พ.ศ.2540 การบริโภคที่ลดลงนี้เพราะตลาดญี่ปุ่นมีการอิมพอร์ต ส่วนการบริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกาเริ่มจาก .70 กิโลกรัมต่อคน ในปีพ.ศ. 2519 มาเป็น 1.3 กิโลกรัมต่อคน ในปี พ.ศ.2541 เพิ่มขึ้น 75% เฉลี่ยปีละ 3.6 % แสดงว่าตลาดสหรัฐอเมริกายังไม่อิ่มตัว ยังสามารถขยายตลาดได้อีก 78 % จึงจะเท่ากับญี่ปุ่น และจากการศึกษา(ที่มา: วารสารข่าวกุ้งเดือนมกราคม 2544) พบว่า รายได้เป็นตัวสำคัญในการกำหนดการซื้อ และราคาโดยเปรียบเทียบกับดัชนีราคา(Price Index) เป็นตัวกำหนดการซื้อ กุ้งจากประเทศไทยที่สำคัญ

การกีดกันทางการค้าของกุ้งสดแช่แข็งไทย

ในปัจจุบันการกีดกันทางการค้าถือเป็นเหตุผลหลักที่มีผลกระทบต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทย ในการกีดกันทางการค้าแบ่งเป็นสองประเภท คือ การกีดกันที่เป็นภาษี และการกีดกันที่ไม่อยู่ในรูปภาษี

1.การกีดกันทางการค้าในรูปภาษี

ภาษีการนำเข้าจากประเทศคู่ค้าต่าง ๆ จะแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตลาดหลัก คือ ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดสหภาพยุโรป พบว่าในตลาดสหภาพยุโรปกุ้งสดแช่แข็งไทยอยู่ในอัตราที่สูงที่สุดคือ 18 % เมื่อเปรียบเทียบกับญี่ปุ่นที่เก็บภาษีนำเข้าเพียง 3 % ขณะที่ตลาดสหรัฐอเมริกามีได้เรียกเก็บภาษีนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย

2.การกีดกันที่ไม่อยู่ในรูปภาษี

หลังจากการประชุมตามข้อตกลงของแกตต์(GATT)(The General Agreement on Tariffs and Trade) และนำไปสู่การเกิดองค์การการค้าโลก (WTO) (World Trade Organization) ในวันที่ 1 มกราคม 2538 ทุกประเทศที่เป็นสมาชิกรวมทั้งประเทศไทย ต้องมีการเปิดเสรีทางการค้า ส่งผลให้การกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่รูปแบบภาษีมิมีบทบาทมากขึ้น สามารถแยกได้เป็น

2.1 ข้อกำหนดทางด้านสุขอนามัย

เช่น HACCP (The Hazard Analysis and Critical Control Point) System เป็นระบบการวิเคราะห์อันตรายจุดควบคุมวิกฤติ เป็นการป้องกันสิ่งปนเปื้อนที่แปลกปลอมเข้ามาในขั้นตอนการผลิต

2.2 ข้อกำหนดทางสิ่งแวดล้อม

เช่น การอนุรักษ์เต่าทะเล(TEDs) กำหนดว่ากุ้งที่ส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาต้องติดตั้งเครื่องแยกเต่าทะเลบนเรือประมงเพื่อเป็นการป้องกันการสูญพันธุ์ของเต่าทะเล

การทำประมงที่ไม่ทำลายป่าชายเลน เนื่องจากพื้นที่การเลี้ยงกุ้งที่เหมาะสมต้องอยู่บริเวณชายทะเล ดังนั้นจึงมีการบุกรุกป่าชายเลนส่งผลถึงความสมดุลทางธรรมชาติของป่าชายเลน ทำให้เป็นข้อกีดกันทางการค้าอีกรูปแบบหนึ่งของประเทศคู่ค้า

จะเห็นว่า ปัจจุบันการกีดกันทางการค้าที่ไม่อยู่ในรูปภาษีได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยจะต้องมีความระมัดระวังมากขึ้นในขั้นตอนการผลิต เพราะมิฉะนั้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกของไทย

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้ง

มี 3 ปัจจัยหลัก คือ

1.คุณภาพลูกกุ้ง ลูกกุ้งที่มีคุณภาพต้องมาจาก

1.1 แม่พันธุ์ที่มีคุณภาพดี แข็งแรง สมบูรณ์เพศพ่อแม่ที่จะสืบพันธุ์

- 1.2 ได้รับอาหารลูกกุ้งวัยอ่อนที่มีคุณภาพดี
- 1.3 โรงเพาะฟักได้มาตรฐาน สามารถควบคุมให้ปลอดเชื้อภายในโรงเพาะกุ้ง
- 1.4 คุณภาพน้ำที่ใช้ในการเพาะลูกกุ้งต้องดี และมาจากแหล่งน้ำที่สะอาด ปลอดเชื้อ
- 2.คุณภาพอาหาร อาหารกุ้งมีหลายเกรด ผู้เลี้ยงต้องพิจารณาเลือกใช้อาหารที่เหมาะสมกับการเลี้ยง
- 3.วิธีการจัดการ การจัดการในบ่อกุ้ง การจัดการที่ควรเน้นและให้ความสำคัญ ได้แก่
 - 3.1 การเตรียมบ่อ
 - 3.2 การเตรียมน้ำและทำสีน้ำ เป็นการเตรียมน้ำเพื่อให้ปลอดพาหะไวรัสจุลินทรีย์และหัวเหือง การเตรียมน้ำให้มีค่าพีเอช (PH) คงที่ และการเตรียมน้ำให้มีอาหารธรรมชาติเกิดขึ้น

กรรมวิธีการผลิตกุ้งสดแช่แข็ง

ประเภทการเลี้ยงกุ้งทะเล

หมายถึง วิธีการเลี้ยงกุ้งทะเล แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ แบบธรรมชาติ แบบกึ่งพัฒนา และแบบพัฒนา

- การเลี้ยงแบบธรรมชาติ เป็นการเลี้ยงแบบดั้งเดิม ใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก ขนาดของบ่อส่วนใหญ่จะมากกว่า 25 ไร่ ขึ้นไป ใช้พันธุ์กุ้งจากธรรมชาติเท่านั้น
- การเลี้ยงแบบกึ่งพัฒนา หมายถึงวิธีการเลี้ยงกุ้งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับการเลี้ยงแบบธรรมชาติแต่มีการปรับปรุงรูปแบบบ่อ ขนาดบ่อโดยเฉลี่ยโดยประมาณ 10 – 25 ไร่ มีการซื้อพันธุ์กุ้งจากโรงเพาะฟักลงปล่อยเสริมในอัตราน้อยกว่า 40,000 ตัวต่อไร่ มีการให้อาหารสมทบ อาจมีเครื่องเพิ่มออกซิเจน
- การเลี้ยงแบบพัฒนา หมายถึง การเลี้ยงกุ้งที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย การจัดรูปแบบของบ่อ มีระบบถ่ายเทน้ำควบคุมอุณหภูมิ ควบคุมโรค และมีระบบการจัดการที่ดี ขนาดของบ่อประมาณ 1 – 10 ไร่ พันธุ์กุ้งใช้พันธุ์กุ้งจากโรงเพาะฟักเท่านั้น โดยปล่อยในอัตราค่อนข้างหนาแน่นมากกว่า 40,000 ตัวต่อไร่ มีการให้อาหารทุกวันอย่างใกล้ชิด

กรรมวิธีการผลิตกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

กรรมวิธีการผลิตกุ้งสดแช่แข็ง มีวัตถุดิบคือ กุ้งทะเลซึ่งจะถูกลำเลียงจากเรือประมงที่แปปลาหรือสะพานปลา หรือจากบ่อเพาะเลี้ยงมายังโรงงาน หลังจากนั้นวัตถุดิบจะผ่านกระบวนการผลิต ดังต่อไปนี้(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2535)

- 1) ขั้นตอนเตรียมการ นำวัตถุดิบมาทำความสะอาดและชำแหละตามชนิดของวัตถุดิบ คือ กุ้งจะถูกเด็ดหัว และเปลือก แล้วแต่ชนิดกุ้ง จากนั้นก็จะคัดขนาดและคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าก่อนนำไปเลี้ยงในถาด
- 2) ขั้นตอนแช่แข็ง ถาดที่บรรจุกุ้งแล้วจะถูกนำไปใส่ในห้องแช่แข็ง ซึ่งจะมีอุณหภูมิ -41 องศาเซลเซียส เวลา 8 ชั่วโมง
- 3) ขั้นตอนบรรจุและเก็บ กุ้งที่ถูกแช่แข็งจะถูกนำไปบรรจุใส่ถุงพลาสติก แล้วใส่กล่องกระดาษอบซีฟีน ขนาดบรรจุสุทธิ 1 กิโลกรัม หรือ 1.8 กิโลกรัม แล้วนำไปเก็บในห้องเก็บอุณหภูมิที่มีอุณหภูมิ -20 องศาเซลเซียส เพื่อรอการส่งออกไป

ชนิดของกุ้งสดแช่แข็ง

ในกระบวนการผลิตกุ้งสดแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยนั้น สามารถจำแนกกุ้งสดแช่แข็งได้เป็น 2 ชนิดดังนี้ คือ

1. กุ้งสดแช่แข็งเป็นก้อน(Block Frozen)

เป็นการนำกุ้งสดที่ผ่านขั้นตอนการทำความสะอาดและคัดขนาดของกุ้งแล้วจึงนำมาใส่ภาชนะในขนาดที่ต้องการ หลังจากนั้นจึงนำเข้าสู่กระบวนการเยือกครั้งที่มีความหนาของห้องเย็นที่ -40 องศาเซลเซียส เมื่อกุ้งมีการแข็งตัวแล้วซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 8-10 ชั่วโมง ต่อไปจึงเป็นขั้นตอนของการบรรจุใส่หีบห่อเพื่อเตรียมส่งออกซึ่งจะเก็บไว้ในห้องเย็นที่อุณหภูมิประมาณ -18 ถึง -20 องศาเซลเซียส โดยกุ้งสดแช่แข็งเป็นก้อนสามารถแบ่งตามลักษณะของกุ้ง ได้ดังนี้

- กุ้งเด็ดหัว ตัดเปลือก ตัดหาง (Headless)
- กุ้งเด็ดหัว ปอกเปลือก ตัดหาง (Peeled tail on)
- กุ้งเด็ดหัว ปอกเปลือก ตัดหางผ่าหลัง (Split or cutlet)
- กุ้งเด็ดหัว ปอกเปลือก ปอกหาง (Peeled tail off)
- กุ้งเด็ดหัว ปอกเปลือก ปอกหาง ผ่าหลัง (Peeled and deveined)

2. กุ้งสดแช่แข็งเป็นตัว(Individually Quick Frozen) หรือ I.Q.F.

โดยการนำกุ้งที่ผ่านการทำความสะอาดและคัดขนาดตามต้องการจัดวางให้เป็นระเบียบในภาชนะแล้วจึงนำภาชนะดังกล่าวเข้าเครื่องแช่แข็งที่มีความเย็นประมาณ -50 องศาเซลเซียส โดยใช้เวลาประมาณ 10-20 นาที หลังจากนั้นเมื่อกุ้งแข็งตัวแล้วจึงนำกุ้งมาบรรจุใส่หีบห่อตามขนาดและน้ำหนักตามที่ตลาดต้องการ

ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย

ถึงแม้ประเทศไทยจะมีสภาพทางภูมิศาสตร์เหมาะแก่การเพาะเลี้ยงกุ้งประเทศไทยก็ยังคงประสบปัญหาต่าง ๆ สามารถแยกได้เป็น

ด้านการผลิต เนื่องจากความเสื่อมโทรมของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เพราะผู้เลี้ยงไม่มีความรู้ในการเพาะเลี้ยงที่ถูกต้อง อีกทั้งการจำกัดพื้นที่เพาะเลี้ยงในแนวป่าชายเลนและการประกาศเขตเศรษฐกิจจำเพาะ 200 ไมล์ทะเลของประเทศเพื่อนบ้าน และปัญหาด้านการผลิตที่สำคัญของกุ้งสดแช่แข็งไทยคือคุณภาพ เพราะบ่อยครั้งที่ตรวจพบยาปฏิชีวนะในเนื้อกุ้ง ทำให้ขาดความเชื่อมั่นจากประเทศผู้บริโภค

และจากการที่ประเทศไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบซึ่งเป็นส่วนประกอบในอาหารของกุ้ง คือปลาป่น ทำให้ต้นทุนของการเพาะเลี้ยงกุ้งต้องขึ้นอยู่กับราคการนำเข้าของปลาป่นเป็นสำคัญ และต้นทุนอีกประการหนึ่งคือค่าจ้างแรงงานของไทยที่ทุกปีมีอัตราที่เพิ่มขึ้นเป็นต้นทุนที่สำคัญ ทั้งนี้เพราะ การประกอบกิจการกุ้งสดแช่แข็งต้องใช้จำนวนคนงานจำนวนมากในการผลิต

ด้านการตลาด จากสภาพการแข่งขันที่สูงเกิดคู่แข่งขึ้นที่ เป็นผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง เช่น เวียดนาม จีน ซึ่งประเทศเหล่านี้มีความพร้อมทางทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์และค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศไทยทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบในเรื่องราคาการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

ด้านการเงิน เนื่องจากการประกอบธุรกิจกุ้งสดแช่แข็งต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนที่สูงในการซื้อกุ้งจากนายหน้าที่น่ากุ้งสดมาขายในตลาดกลางเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการประมูลเพื่อให้ได้กุ้งสดมา อีกทั้งเมื่อรับซื้อกุ้งมาแล้วยังต้องมีสถานที่เก็บกุ้งที่ได้คุณภาพเพื่อรอการผลิตและส่งออกต่อไป อีกทั้งการ

ซื้อขายกับผู้ซื้อต่างประเทศผู้ส่งออกต้องมีการให้เครดิตแก่ผู้ซื้อต่างประเทศ ทำให้กิจการต้องมีเงินทุนหมุนเวียนในปริมาณมาก ซึ่งสถาบันการเงินก็มีความเข้มงวดมาในการพิจารณาเงินสินเชื่อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิเศษศรี วีระสุนทร(2532:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ตลาดส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย ผลจากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความไม่มีเสถียรภาพจากการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง ของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ค่าดัชนีความไม่มีเสถียรภาพของรายได้ ปริมาณและราคามีค่าเท่ากับ 1.0973, 1.0167 และ 0.5344 ตามลำดับ และจากการเปรียบเทียบค่าดัชนีความไม่มีเสถียรภาพของรายได้ ปริมาณและราคาที่ได้คำนวณได้ แสดงว่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาเสถียรภาพเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์ โดยที่อุปทานคงที่และมีความยืดหยุ่นมาก โดยจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้จากการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าความแปรปรวนของรายได้จากการส่งออกเป็นผลมาจากความแปรปรวนร่วมระหว่างราคาปริมาณ ความแปรปรวนของปริมาณและความแปรปรวนของราคาคิดเป็นร้อยละ 63.27 , 26.48 และ 10.24 ตามลำดับ พร้อมกันนี้ยังมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) การผลิตกุ้งสดแช่แข็งเพื่อการส่งออก ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องรักษาคุณภาพคือ ความสด สะอาด ปราศจากเชื้อโรค และรักษาอุณหภูมิให้คงที่ รวมถึงการดำเนินการด้านบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐาน2)ควรมีการคัดขนาดและคุณภาพกุ้งสดแช่แข็งเพื่อเพิ่มตลาดการค้าใหม่ ๆ 3) การรักษาส่วนแบ่งตลาดให้คงที่และการส่งมอบที่ตรงตามกำหนดเวลา

จากการศึกษาดังกล่าว สรุปได้ว่ารายได้จากการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เกิดจากปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านปริมาณ และปัจจัยร่วมกันของปัจจัยด้านราคาและด้านปริมาณ

พรชัย ชูเลิศมงคล(2542:บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งไทย ของประเทศญี่ปุ่น ได้ผลสรุปว่า การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งไทยของประเทศญี่ปุ่น ขึ้นอยู่กับ ความต้องการกุ้งสดแช่แข็งในตลาดญี่ปุ่น ราคาของสินค้า และคุณภาพของสินค้า

จากงานวิจัยดังกล่าว สรุปได้ว่ามีปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งไทยของ ประเทศญี่ปุ่น ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

- 1.ความต้องการของตลาดภายในประเทศคู่ค้า
- 2.ราคาสินค้า
- 3.คุณภาพของสินค้า

สรวิวรรณ มงคลสวัสดิ์(2540:บทคัดย่อ) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยกับญี่ปุ่น เป็นการศึกษาในเชิงพรรณนาเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิตและการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง และเป็นการศึกษาเชิงปริมาณซึ่งศึกษาเกี่ยวกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย ดัชนีการพึ่งพาซึ่งกันและกันของการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยกับญี่ปุ่น และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยกับญี่ปุ่นโดยทำการวิเคราะห์สมการ

การถดถอยเชิงพหุ เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยกำหนดให้ปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยกับญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของผลคูณของรายได้ต่อหัวของประชากรไทยและญี่ปุ่น การเปลี่ยนแปลงของการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างไทยกับญี่ปุ่น และค่าขนส่งระหว่างไทยกับญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลอนุกรมรายปี ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2519-2538 ผลการศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้ากุ้งสดแช่แข็ง โดยผลการศึกษาดัชนีการพึ่งพาซึ่งกันพบว่า ประเทศไทยกับญี่ปุ่นมีการพึ่งพาซึ่งกันและกันในสินค้ากุ้งสดแช่แข็งมากขึ้นเรื่อย ๆ และผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งปรากฏว่าผลคูณของรายได้ต่อหัวของประชากรไทยกับญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยกับญี่ปุ่นในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไปประเทศญี่ปุ่นคือ ผลคูณของรายได้ต่อหัวประชากรไทยกับญี่ปุ่น ซึ่งแสดงว่า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย

กุลวดี ศุภนิรติศัย(2539:33) ศึกษาเรื่องปัญหาการส่งออกของประเทศไทย กรณี: กุ้งสดแช่แข็ง ได้บทสรุปในประเด็นที่รัฐบาลควรเพิ่มเติมให้แก่อุตสาหกรรมกุ้งสดแช่แข็ง คือการให้การสนับสนุนและส่งเสริมการผลิต พร้อมทั้งจัดอุปสรรคในการส่งออกด้วยการแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเพื่อลดต้นทุนการผลิต ทั้งนี้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเกิดขึ้นทั้งในส่วนของวัตถุดิบที่ใช้ในการเพาะเลี้ยงกุ้ง คือ ปลาป่น และเกิดขึ้นในส่วนของวัตถุดิบ คือ กุ้งทะเล

จากงานวิจัยนี้ ปัจจัยที่เป็นปัญหาการส่งออกของกุ้งสดแช่แข็ง คือ ปัจจัยทางด้านวัตถุดิบ คือ กุ้ง และวัตถุดิบที่ใช้ในการเพาะเลี้ยงกุ้งคือ ปลาป่น

นิสิต วีรสุขพิมล(2538:140) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย กล่าวไว้ในบทสรุปว่า ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การปรับปรุงเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศของไทยเป็นประเด็นสำคัญยิ่งที่ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและดำเนินการต่อเนื่อง โดยเฉพาะความสามารถในการแข่งขันของภาคที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ(External Sectors) ซึ่งได้แก่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกของไทยที่ใช้แรงงานมากในการผลิต และใช้เทคโนโลยีต่ำหลายประเภท ได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศคู่แข่ง เช่น จีน และอินโดนีเซีย ขณะเดียวกัน ประเทศทั้งสองก็สามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศไปจากไทยเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ จะต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในด้านการผลิต และการส่งออก เพื่อให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้าทั้งหลาย ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยส่งออกได้มากขึ้น

จากงานวิจัยนี้ ได้วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย โดยสรุปว่า ปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านการผลิต ที่จะสามารถทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทางการค้า

ธิดาลักษณ์ ปิ่นสุวรรณ (2534 : บทคัดย่อ) ได้มีการวิเคราะห์เสถียรภาพของตลาดส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยโดยวิธีหาค่าความแปรปรวนในรูปล็อกการิทึม โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สามประการ ประการที่หนึ่งคือ เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทย โดยการศึกษาวิเคราะห์

การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ประการที่สอง วิเคราะห์ดัชนีความไม่มีเสถียรภาพของสินค้าส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย และประการสุดท้าย เสนอแนะนโยบายในการปรับปรุงมาตรการในการส่งเสริมสินค้าออกประเภทนี้ของไทย

โดยการศึกษาได้ผลสรุปของการศึกษาประการที่หนึ่ง คือ ส่วนแบ่งตลาดกุ้งสดแช่แข็งของไทยในสหรัฐอเมริกาเป็นผลมาจากการแข่งขันในตลาดร้อยละ 53.7 และจากการขยายขนาดของตลาดอีกร้อยละ 46.3 สำหรับผลสรุปของการศึกษาประการที่สอง คือ การขาดเสถียรภาพของรายได้จากการส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกา สาเหตุใหญ่มาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์ โดยอุปทานมีความยืดหยุ่นสูงกว่าและคงที่

จากงานวิจัยนี้ สามารถสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดกุ้งสดของไทยในสหรัฐอเมริกา เกิดจากปัจจัยการแข่งขัน และ ปัจจัยจากการขยายตลาด และงานวิจัยนี้ยังได้เห็นว่า การขาดเสถียรภาพของรายได้จากการส่งออก สาเหตุเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์ซึ่งก็คือความต้องการซื้อของประเทศคู่ค้า

ปิยวดี จัดเจน(2540: บทคัดย่อ) ศึกษาผลกระทบของภาษีสิ่งแวดล้อมกับการส่งออกกุ้งของประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะประมาณค่าผลกระทบจากการประกาศใช้ภาษีสิ่งแวดล้อม (environmental tax) ในรูปของภาษีที่เก็บกับสินค้าข้ามพรมแดน (border tax adjustment) ที่มีต่อปริมาณและมูลค่าการส่งออกกุ้งของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อันได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ ด้วยการพิจารณาผลกระทบดังกล่าว ผ่านทางค่าความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกกุ้งที่มีต่อราคา ประกอบกับการสัมภาษณ์บุคคลที่มาจากหน่วยงานรัฐบาลและเอกชน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในญี่ปุ่นจะแตกต่างจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยตัวแปรอิสระที่กำหนดอุปทานการส่งออกกุ้งไปยังญี่ปุ่น ได้แก่ ราคากุ้งไทยในญี่ปุ่นโดยเปรียบเทียบกับสหรัฐ ราคาอาหารกุ้ง พื้นที่ป่าชายเลน ผลผลิตภาพในการผลิต และปริมาณการส่งออกกุ้งไปยังประเทศอื่นๆ ส่วนตัวแปรอิสระที่กำหนดอุปทานในสหรัฐอเมริกา คือ ราคากุ้งไทยในสหรัฐ ราคาอาหารกุ้งและปริมาณการส่งออกกุ้งไปยังประเทศอื่น ๆ

จากการศึกษาได้ผลสรุปว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานการส่งออกกุ้งที่มีต่อราคาในประเทศสหรัฐ (เท่ากับ 1.314) มีค่าสูงกว่าค่าความยืดหยุ่นในประเทศญี่ปุ่น(เท่ากับ 1.102) นั้นหมายความว่ากุ้งไทยในสหรัฐอเมริกา มีความอ่อนไหวต่อราคามากกว่าในญี่ปุ่น ดังนั้น หากสหรัฐอเมริกา เก็บภาษีสิ่งแวดล้อมกับกุ้งส่งออกของไทยจะกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งไปสหรัฐอเมริกามากกว่าปริมาณการส่งออกกุ้งที่ลดลงอันเนื่องมาจากเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมของประเทศญี่ปุ่น

สรุปจากงานวิจัยนี้ ได้นำตัวแปรอิสระที่กำหนดอุปทานการส่งออกกุ้งไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา คือ ราคากุ้งไทยในสหรัฐอเมริกา ราคาอาหารกุ้ง และปริมาณการส่งออกกุ้งไปยังประเทศอื่น ๆ

อโนมา พัทธษิตกุล(2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายตลาดส่งออกของสินค้าประมงไทย จากการศึกษา พบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้าหมวดกุ้งสดแช่แข็ง และหมวดปลาสดแช่แข็งมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ ในตลาดโลก ซึ่งการศึกษานี้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตลาดการส่งออกของกุ้งและปลาสดแช่แข็ง เกิดจากความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเอง การขยายตัวของตลาดโลก และผลของการกระจายตลาดส่งออก

ดังนั้น จากงานวิจัยนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตลาดการส่งออกของกุ้ง คือ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย การขยายตัวของตลาดโลก และการกระจายตลาดส่งออก

พลเทพ ดัชนีวิชารมณ (2540: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกสินค้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523-2539 โดยพิจารณาการขาดเสถียรภาพของอัตราการแลกเปลี่ยนทางรายได้ ดัชนีปริมาณส่งออก และอัตราแลกเปลี่ยนทางการค้า โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์การส่งออกรวม และแยกเป็นรายชนิดสินค้า ส่วนการวิเคราะห์ผลกระทบนั้น จะศึกษา ผลกระทบของการขาดเสถียรภาพในการส่งออก ที่มีต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ ผลการศึกษาการส่งออกรวม ปรากฏว่า สาเหตุสำคัญของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไทย มาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นสาเหตุหลัก โดยการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทานเป็นสาเหตุรอง และในงานวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่า สินค้าข้าว อัญมณีและเครื่องประดับ กุ้งสดแช่แข็ง และอาหารทะเลกระป๋อง มีสาเหตุการขาดเสถียรภาพมาจากทางด้านอุปทานเป็นหลัก ทั้งนี้ เพราะวัตถุดิบ รวมถึงกระบวนการในการผลิตต้องพึ่งพาสภาพดิน ฟ้า อากาศ และแรงงานที่มีฝีมือเป็นสำคัญ

จากงานวิจัยดังกล่าวพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการขาดเสถียรภาพในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งคือ ปัจจัยทางด้านอุปทาน

อิสระพล คันสร (2534 : บทคัดย่อ) ได้มีการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างทางการผลิตและการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าไทยที่ส่งออกไปสหรัฐอเมริกา เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ 3) วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการขยายการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา 4) เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขหรือปรับปรุงการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา เพื่อให้เกิดการพัฒนาการส่งออกสินค้าไทยมีขีดความสามารถสูงขึ้น

โดยการศึกษาดังกล่าวได้ประเด็นหนึ่งคือ ปัญหาการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกานับวันจะขยายตัวและเข้มงวดยิ่งขึ้นและเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา

ดังนั้น จากงานวิจัยนี้ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา คือ ปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา

ทรงศรี อัครางกูร(2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดุลการค้าของไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อดุลการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายที่จะมีต่อดุลการค้า ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วง พ.ศ. 2511-2538 โดยพิจารณาทั้งทางด้านอุปทานการส่งออก และอุปสงค์การนำเข้า จะแยกศึกษาเป็นรายประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนี ผลการศึกษา พบว่า ในกรณีของสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก ได้แก่ รายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาในปีก่อน และดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง

จากงานวิจัยนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกไปประเทศสหรัฐอเมริกา คือ รายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐอเมริกาในปีก่อน และดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นตามที่ได้อ้างอิงมานี้ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ จะเกี่ยวข้องกับปัจจัย ดังต่อไปนี้ คุณภาพของกุ้งสด ปริมาณของกุ้งสด

ราคากุ้งสดภายในประเทศ การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า
 ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ประเทศคู่แข่ง ทำให้ในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำ
 ตัวแปรเหล่านี้มาเป็น ตัวแปรอิสระ ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่ง
 ออก กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีตัวแปรตาม คือ ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาด
 สหรัฐอเมริกา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ประชากร คือผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยที่มีรายชื่อเป็นผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งไทยโดยมียอดการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งในรอบปี 2543 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 ธันวาคม ซึ่งได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากรและรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนรายดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมแช่เยือกแข็งไทยที่ระบุประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก มีจำนวนประชากรทั้งหมด จำนวน 71 ราย

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ยามาเน (Yamane, 1970 : 580-581) ดังนี้

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

$$n = N / 1 + Ne^2$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของประชากร
	e	=	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดให้มีค่าเท่ากับร้อยละ ๕ (0.05)

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 61 ราย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งข้อคำถามปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการในการจัดสร้างตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศและธุรกิจระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งออกและนำเข้า การตลาดระหว่างประเทศ จากหนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำความรู้ที่ได้รับ มาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาและตรงกับการวิจัยครั้งนี้มากที่สุด

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออก กุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาในทัศนะของผู้ส่งออก ซึ่งจะทำการศึกษาเฉพาะผู้ส่งออกไทยที่เป็น สมาชิกของสมาคมแช่เยือกแข็งไทยที่มีการส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกาเท่านั้น

3. แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะมีทั้งข้อคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งเนื้อหา ออกเป็น 3 ส่วนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของบริษัทผู้ส่งออกประกอบด้วย รูปแบบกิจการ การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ แหล่ง วัตถุดิบ

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยถึง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาใน 2 ด้าน

ด้านปัจจัยภายในประเทศ แบ่งเป็น คุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณของวัตถุดิบ ราคาสินค้า ภายในประเทศ

ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ แบ่งเป็น การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ประเทศคู่แข่ง

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไป ตลาดสหรัฐอเมริกาในเรื่องของแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยเป็นคำถามปลายเปิด

วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่จัดทำขึ้นนี้ ประกอบด้วย การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่า ความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้วิธีการดังนี้

1.การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาข้อความ และความ เหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามและนำมา พิจารณาแก้ไข

2. การวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือวัด จะทำโดยนำแบบสอบถามที่ใช้ใน การศึกษาวิจัยไปทำการทดลองใช้ (Pre-test) เป็นจำนวน 30 ชุด โดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านการส่งออก กุ้งสดแช่แข็งของไทยไปต่างประเทศ เพื่อนำกลับมาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สัมประ สัตย์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) และทำการแก้ไขข้อบกพร่องให้เหมาะสม แล้วจึง ทำการส่งแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้กลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

สูตร Alpha Coefficient ของ คอนบาค (Cronbach. 1951:86) อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์ (2537 : 1114)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

โดยที่	α	=	ค่าความเชื่อถือได้
	k	=	จำนวนข้อ
	V_1	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อใช้ประกอบการจัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้ส่งออกเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางโทรสาร และติดตามโดยทางโทรศัพท์เพื่อรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วกลับมาทำการวิเคราะห์
3. นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้แล้วนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาแล้ว จะทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS(Statistical Package for the Social Sciences) ตามลำดับ ดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของบริษัทผู้ส่งออก

แบบสอบถามตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

แบบสอบถามตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องของแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในอนาคตไปตลาดสหรัฐอเมริกา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

จากแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สร้างเครื่องมือเพื่อวัดตัวแปรเหล่านี้ โดยสร้างมาตรวัดแบบ ได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert) มีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

4 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

3 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (บุญชม ศรีสะอาด. 2542 : 82) โดยมี

เกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับของปริมาณการส่งออกด้วยการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้น ตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้นการแปลความหมายสามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติ 2 ประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ในแบบสอบถามข้อที่ 1 ถึง ข้อที่ 6 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรดังนี้

ค่าเฉลี่ย ในแบบสอบถามข้อที่ 7 ถึง ข้อที่ 34 ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในแบบสอบถามข้อที่ 7 ถึง ข้อที่ 34
โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541 : 65)

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

เมื่อ	S	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	X_i	=	ข้อมูลดิบ
	$\bar{X}$	=	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของตัวอย่าง
	n	=	จำนวนข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistic) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจะใช้สถิติ ดังนี้

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ถึง ข้อที่ 7 ในแบบสอบถามข้อที่ 7 ถึง ข้อที่ 34 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 107)

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับ Y
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของค่าตัวแปร X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของค่าตัวแปร Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร X
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของค่าตัวแปร Y
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างค่าตัวแปร X และ Y
	N	แทน	จำนวนคู่ของค่าตัวแปรหรือจำนวนสมาชิกในกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก : กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ 6 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนด สัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
S	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r	แทน ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร
**	แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- ตอนที่ 6 สรุปความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนของกิจการในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ชนิดของผู้ซื้อในต่างประเทศ พันธุ์และแหล่งผลิตของกุ้งสดส่วนใหญ่ที่ส่งออก โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 7 - 9

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของผู้ส่งออก จำแนกตามลักษณะของผู้ส่งออก

ลักษณะของผู้ส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบกิจการ		
บริษัทมหาชน	3	4.9
บริษัทจำกัด	58	95.1
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	-	-
รวม	61	100.0
2. ขนาดการลงทุนของกิจการในสินทรัพย์ถาวร		
ต่ำกว่า 20 ล้านบาท	1	1.6
20 – 100 ล้านบาท	32	52.5
มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป	28	45.9
รวม	61	100.0
3. ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ		
1 – 4 ปี	7	11.5
5 – 12 ปี	35	57.4
มากกว่า 12 ปี	19	31.1
รวม	61	100.0
4. ลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศ		
ผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทน	35	57.4
ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่ง	24	39.3
ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีก	2	3.3
รวม	61	100.0

จากตาราง 7 แสดงจำนวนผู้ส่งออกที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 61 คน จำแนกตามลักษณะของผู้ส่งออก คือ

1. รูปแบบกิจการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ส่งออกเป็นบริษัทจำกัดมากกว่าบริษัทมหาชน กล่าวคือเป็นบริษัทจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.10 และอีก 3 ราย เป็นบริษัทมหาชน คิดเป็นร้อยละ 4.9 และไม่มีผู้ส่งออกที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

2. ขนาดการลงทุนของกิจการในสินทรัพย์ถาวร ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ส่งออกที่มีขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 20-100 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.9 และขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ต่ำกว่า 20 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

3. ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ส่งออกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5-12 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

4. ลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ซื้อในต่างประเทศที่เป็นตัวแทนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือ ผู้ซื้อในต่างประเทศที่เป็นผู้ค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 39.3 และผู้ซื้อที่เป็นผู้ค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พันธุ์กุ้งสดส่วนใหญ่ที่ส่งออก

พันธุ์กุ้งสดที่ส่งออก	$\bar{X}$	S	ระดับ
กุ้งกุลาดำ	3.75	0.83	มากที่สุด
กุ้งลายดำ	.64	1.35	ไม่มีส่งออก
กุ้งชีแฮ้	.20	0.60	ไม่มีส่งออก
กุ้งแชบ๊วย	.87	1.22	น้อย
กุ้งโอคัก	1.08	1.31	น้อย

จากตาราง 8 แสดงว่าพันธุ์กุ้งสดส่วนใหญ่ที่ผู้ส่งออกได้ส่งออกมากที่สุด คือ กุ้งพันธุ์กุลาดำ ($\bar{X} = 3.75$) และพันธุ์กุ้งสดที่ส่งออกน้อย คือ กุ้งพันธุ์โอคัก ($\bar{X} = 1.08$) และกุ้งพันธุ์แชบ๊วย ($\bar{X} = .87$) พันธุ์กุ้งที่ไม่มีส่งออก คือ กุ้งพันธุ์ลายดำ ($\bar{X} = .64$) และกุ้งพันธุ์ชีแฮ้ ($\bar{X} = .20$)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แหล่งผลิตของพันธุ์กุ้งสดส่วนใหญ่ที่ส่งออก

แหล่งผลิต	$\bar{X}$	S	ระดับ
ภาคกลาง เช่น สมุทรสาคร สมุทรปราการ	2.23	1.73	ปานกลาง
ภาคตะวันออก เช่น จันทบุรี ฉะเชิงเทรา	.79	1.13	ไม่มี
ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เช่น นครศรีธรรมราช สงขลา			
สุราษฎร์ธานี	2.31	1.44	ปานกลาง
ภาคใต้ฝั่งอันดามัน เช่น สตูล พัทลุง ภูเก็ต	1.13	1.42	ปานกลาง
อื่น ๆ	.33	1.11	ไม่มี

จากตาราง 9 แสดงว่า กุ้งที่ส่งออกส่วนใหญ่จะได้มาจากแหล่งผลิตจากภาคกลาง ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และภาคใต้ฝั่งอันดามัน ในระดับปานกลาง สำหรับ ภาคตะวันออก และอื่น ๆ อยู่ในระดับไม่มี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 10 - 13

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยภายในประเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านคุณภาพของกุ้งสด	3.49	0.47	เห็นด้วย
2. ด้านปริมาณของกุ้งสด	3.80	0.52	เห็นด้วย
3. ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ	3.18	0.47	ไม่แน่ใจ
โดยรวม	3.49	0.34	เห็นด้วย

จากตาราง 10 แสดงว่าผู้ส่งออกโดยรวมเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศ ($\bar{X} = 3.49$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณของกุ้งสด ($\bar{X} = 3.80$) และด้านคุณภาพของกุ้งสด ($\bar{X} = 3.49$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายในประเทศด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ ($\bar{X} = 3.18$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านคุณภาพของกุ้งสด

ด้านคุณภาพของกุ้งสด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง	4.39	0.49	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. คุณภาพของอาหารกุ้ง ส่งผลต่อคุณภาพของกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ [#]	2.33	1.18	ไม่เห็นด้วย
3. การขาดแคลนพ่อแม่พันธุ์ที่มีคุณภาพ	3.75	0.77	เห็นด้วย
โดยรวม	3.49 ^{##}	0.47	เห็นด้วย

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 11 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพของกุ้งสด ($\bar{X} = 3.49$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการจัดการที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ($\bar{X} = 4.39$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าการขาดแคลนพ่อแม่พันธุ์ที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.75$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่เห็นด้วยว่าคุณภาพของอาหารกุ้งส่งผลต่อคุณภาพของกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ ($\bar{X} = 2.33$)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านปริมาณของกุ้งสด

ด้านปริมาณของกุ้งสด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การเกิดโรคระบาดของกุ้ง	4.00	0.45	เห็นด้วย
2. ภูมิอากาศที่แปรปรวน ส่งผลต่อปริมาณของกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ [#]	3.62	1.25	เห็นด้วย
3. การขาดแคลนลูกกุ้ง	3.80	0.40	เห็นด้วย
โดยรวม	3.80 ^{##}	0.52	เห็นด้วย

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 12 แสดงว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณของกุ้งสด ($\bar{X} = 3.80$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าการเกิดโรคระบาดของกุ้ง ($\bar{X} = 4.00$) การขาดแคลนลูกกุ้ง ($\bar{X} = 3.80$) และภูมิอากาศที่แปรปรวน ส่งผลต่อปริมาณกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ ($\bar{X} = 3.62$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ

ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. กำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายต่างประเทศและภายในประเทศ	3.52	0.94	เห็นด้วย
2. ราคาขายปลีกกุ้งสดในประเทศที่สูงขึ้น	3.36	0.97	ไม่แน่ใจ
3. ราคาขายกุ้งที่ลดต่ำลงของประเทศแคนาดาซึ่งเป็นประเทศคู่แข่ง [#]	2.98	0.72	ไม่แน่ใจ
4. การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากต่างประเทศ เพื่อการส่งออก [#]	3.08	1.00	ไม่แน่ใจ
5. ราคารับซื้อกุ้งสดที่สูงขึ้นจากผู้ผลิตภายในประเทศ	2.95	1.06	ไม่แน่ใจ
โดยรวม	3.18 ^{##}	0.47	ไม่แน่ใจ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 13 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายในประเทศด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ ($\bar{X} = 3.18$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่ากำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการขายต่างประเทศและภายในประเทศ ($\bar{X} = 3.52$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่แน่ใจในรายข้อต่อไปนี้ว่ามีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา คือ ราคาขายปลีกกุ้งสดในประเทศที่สูงขึ้น ($\bar{X} = 3.36$) การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากต่างประเทศเพื่อการส่งออก ($\bar{X} = 3.08$) ราคาขายกุ้งที่ลดต่ำลงของประเทศแคนาดาซึ่งเป็นประเทศคู่แข่ง ($\bar{X} = 2.98$) ราคารับซื้อกุ้งสดที่สูงขึ้นจากผู้ผลิตภายในประเทศ ($\bar{X} = 2.95$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 14 - 19

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยภายนอกประเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า	3.30	0.69	ไม่แน่ใจ
2. ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	3.24	0.47	ไม่แน่ใจ
3. ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า	3.15	0.44	ไม่แน่ใจ
4. ด้านประเทศคู่แข่ง	3.05	0.50	ไม่แน่ใจ
โดยรวม	3.18	0.26	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 14 แสดงว่าผู้ส่งออกโดยรวมไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศ ($\bar{X} = 3.18$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ส่งออกไม่แน่ใจในรายด้านดังต่อไปนี้ว่ามีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.30$) ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.24$) ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.15$) ด้านประเทศคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.05$)

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า

ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การเพาะเลี้ยงกุ้งที่ทำลายป่าชายเลน	2.95	0.88	ไม่แน่ใจ
2. ความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร	3.93	0.95	เห็นด้วย
3. การตื่นตัวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา	3.03	1.03	ไม่แน่ใจ
โดยรวม	3.30	0.69	ไม่แน่ใจ

จากตาราง 15 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.30$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร ($\bar{X} = 3.93$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าการตื่นตัวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา ($\bar{X} = 3.03$) และการเพาะเลี้ยงกุ้งที่ทำลายป่าชายเลน ($\bar{X} = 2.95$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา	4.08	0.67	เห็นด้วย
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคสหรัฐอเมริกา [#]	2.62	0.86	ไม่แน่ใจ
3. การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐ	3.02	1.09	ไม่แน่ใจ
โดยรวม	3.24 ^{##}	0.47	ไม่แน่ใจ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 16 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.24$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ($\bar{X} = 4.08$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าการอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐ ($\bar{X} = 3.02$) และความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคสหรัฐอเมริกา ($\bar{X} = 2.62$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา

ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภค	2.75	0.83	ไม่แน่ใจ
2. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามีความอ่อนไหวต่อราคากุ้ง [#]	3.00	0.89	ไม่แน่ใจ
3. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มการบริโภคอาหารทะเลมากขึ้น	3.70	0.46	เห็นด้วย
โดยรวม	3.15 ^{##}	0.44	ไม่แน่ใจ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 17 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ($\bar{X} = 3.15$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐ

อเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าผู้บริโภชาวสหรัฐฯ มีแนวโน้มการบริโภคอาหารทะเลมากขึ้น ($\bar{X} = 3.70$) ซึ่งมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าผู้บริโภชาวสหรัฐอเมริกา มีความอ่อนไหวต่อราคากุ้ง ($\bar{X} = 3.00$) ผู้บริโภชาวสหรัฐอเมริกา มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการบริโภค ($\bar{X} = 2.75$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัจจัยภายนอกประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ด้านประเทศคู่แข่ง

ด้านประเทศคู่แข่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ทำเลที่ตั้งของประเทศแคนาดาที่ใกล้กว่าประเทศไทย	3.25	0.87	ไม่แน่ใจ
2. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ NAFTA ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย [#]	3.10	0.54	ไม่แน่ใจ
3. ความสามารถในการผลิตของประเทศคู่แข่ง คือ แคนาดา เม็กซิโก	2.82	0.87	ไม่แน่ใจ
โดยรวม	3.05 ^{##}	0.50	ไม่แน่ใจ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 18 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศด้านประเทศคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.05$) มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกไม่แน่ใจในรายข้อดังต่อไปนี้ ว่ามีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา คือ ทำเลที่ตั้งของประเทศแคนาดาที่ใกล้กว่าประเทศไทย ($\bar{X} = 3.25$) การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ NAFTA ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ($\bar{X} = 3.10$) ความสามารถในการผลิตของประเทศคู่แข่ง คือ แคนาดา เม็กซิโก ($\bar{X} = 2.82$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยนำเสนอในรูป ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามตารางที่ 19

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

แนวโน้มปริมาณการส่งออก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา	4.26	0.44	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย	4.26	0.44	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ตลาดสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการรองรับปริมาณกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย	4.16	0.37	เห็นด้วย
4. การเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย [#]	2.59	0.74	ไม่เห็นด้วย
5. นโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล จะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทย	3.57	1.36	เห็นด้วย
โดยรวม	3.77 ^{##}	0.45	เห็นด้วย

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งได้ปรับเป็นคำถามเชิงบวกแล้ว

ภาพรวมได้มีการปรับคำถามเชิงลบเป็นเชิงบวกแล้วจึงหาค่าเฉลี่ย

จากตาราง 19 แสดงว่า ผู้ส่งออกโดยรวมเห็นด้วยว่าจะมีแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาที่มากขึ้น ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยอย่างยิ่ง ประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา ($\bar{X} = 4.26$) และตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย ($\bar{X} = 4.26$) อีกทั้งผู้ส่งออกเห็นด้วยในรายข้อ ดังนี้ว่า ตลาดสหรัฐอเมริกามีศักยภาพในการรองรับปริมาณกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย ($\bar{X} = 4.16$) นโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล จะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทย ($\bar{X} = 3.57$) และ ผู้ส่งออกไม่เห็นด้วยว่าการเกิดข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย ($\bar{X} = 2.59$)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในประเทศที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตาราง 20 และ 21

ตารางที่ 20 แสดงค่า Pearson Correlation (r) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศกับ
แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา		
ปัจจัยภายในประเทศ	r	Sig.
1.ด้านคุณภาพของกุ้งสด	0.445**	0.000
2.ด้านปริมาณของกุ้งสด	.174	0.180
3.ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ	-0.404**	0.001

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตาราง 20 เป็นผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพของกุ้งสด
ด้านปริมาณของกุ้งสด ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไป
ตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพของกุ้งสดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้ม
ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ด้วยค่า r เท่ากับ
0.445 นั่นคือ คุณภาพของกุ้งสดที่สูงขึ้นมีแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐ
อเมริกามากขึ้นและด้านราคากุ้งสดภายในประเทศมีความสัมพันธ์เชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสด
แช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ด้วยค่า r เท่ากับ -0.404 นั่นคือ ราคากุ้ง
สดภายในประเทศที่สูงขึ้นกลับมีแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาลดลง
โดยปริมาณของกุ้งสดไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 21 แสดงค่า Pearson Correlation (r) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศ
กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา		
ปัจจัยภายนอกประเทศ	r	Sig.
1.ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า	-0.413**	0.001
2.ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	0.712**	0.000
3.ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า	-0.043	0.743
4.ด้านประเทศคู่แข่ง	-0.212	.101

** มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตาราง 21 เป็นผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการ
ค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่
ค้า ด้านประเทศคู่แข่ง กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า

ปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ด้วยค่า r เท่ากับ 0.712 นั่นคือสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ดีจะทำให้มีแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ด้วยค่า r เท่ากับ -0.413 นั่นคือ หากมีการกีดกันทางการค้าที่สูงขึ้นกลับมีแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาลดลง โดยความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 6 สรุปความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 22 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น เช่น อินเดีย เอกวาดอร์ พม่า ที่มีต้นทุนถูกกว่า ทำให้ไทยต้องลดการส่งออก	3
2	การเกิดโรคระบาดของกุ้งทำให้ปริมาณกุ้งสด ซึ่งจะทำให้กุ้งที่เหลืออยู่มีจำนวนน้อย เกิดการแข่งขันด้านราคาระหว่างผู้ส่งออกเอง ทำให้ผู้ส่งออกไม่กล้าที่จะซื้อกุ้งนั้นไปผลิตเพื่อส่งออก เนื่องจากมีต้นทุนที่สูง	2
3	ผู้ส่งออกในประเทศไทยมีการตัดราคาส่งออกกันเอง	4
4	มีการแย่งกันซื้อกุ้งสดที่ผลิตได้ ทำให้ซื้อในราคาสูง จึงทำให้ส่วนต่างของกำไรลดลง	2
5	คุณภาพของสินค้า เพราะปัจจุบันสหรัฐอเมริกามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างเคร่งครัด	2
6	การกระจายสินค้าในสหรัฐอเมริกาไม่สามารถกระจายสินค้าได้ทั้งหมด ต้องอาศัยตัวแทนในต่างประเทศ	2
7	ราคาส่งออกกุ้งในตลาดโลกค่อนข้างผันผวน	1

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก กรณีศึกษา ตลาดสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจัยภายในประเทศมุ่งศึกษา ด้านคุณภาพของกุ้งสด ปริมาณของกุ้งสด ราคากุ้งสดภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศมุ่งศึกษา ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ด้านประเทศคู่แข่ง

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาด

สหรัฐอเมริกา

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อประโยชน์ในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดกุ้งสดแช่แข็งไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานในการวิจัย

- 1.คุณภาพของกุ้งสดมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 2.ปริมาณของกุ้งสดมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 3.ราคากุ้งสดภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 4.การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 5.สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 6.ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา
- 7.ประเทศคู่แข่งมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือจำนวนผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งที่ ซึ่งเป็นรายชื่อผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งในแช่แข็งของไทยที่มียอดการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งในรอบปี 2543 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 31 ธันวาคม โดยได้รายชื่อจากกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากรและรายชื่อผู้ส่งออกจำนวนรายดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของสมาคมแช่เยือกแข็งไทยที่ระบุประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 71 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรจากสูตร Yamane (Yamane, 1970 : 580-581) $n = N / 1 + Ne^2$ จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 61 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งข้อคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของบริษัทผู้ส่งออกประกอบด้วย รูปแบบกิจการ การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ แหล่งวัตถุดิบ

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาใน 2 ด้าน

ด้านปัจจัยภายในประเทศ แบ่งเป็น คุณภาพของวัตถุดิบ ปริมาณของวัตถุดิบ ราคาสินค้าภายในประเทศ

ด้านปัจจัยภายนอกประเทศ แบ่งเป็น การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ประเทศคู่แข่ง

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาในเรื่องของแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยเป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

2. ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านรูปแบบกิจการ ขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศ พันธุ์กุ้งและแหล่งผลิตของกุ้งส่วนใหญ่ที่ส่งออก คิดเป็นร้อยละ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายในประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศ และแนวโน้มปริมาณการส่งออก โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

5.แบบสอบถามปลายเปิด นำมาแจกแจงความถี่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา

1.ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 61 ราย เป็นบริษัทจำกัด (ร้อยละ 95.1) และส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีขนาดการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรที่ 20 –100 ล้านบาท (ร้อยละ 52.5) เป็นระยะกลาง และมีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 – 12 ปี (ร้อยละ 57.4) โดยลักษณะของผู้ซื้อในต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นตัวแทน (ร้อยละ 57.4)

2.การศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ส่งออกที่มีต่อปัจจัยภายในประเทศกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และปัจจัยภายนอกประเทศกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา จากการศึกษาพบว่า ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศ ($\bar{X} = 3.49$) มีผลกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศ ($\bar{X} = 3.18$) มีผลกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

3.การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และ ปัจจัยภายนอกประเทศกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพของกุ้งสดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านราคากุ้งสดภายในประเทศมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณของกุ้งสดไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้าและด้านประเทศคู่แข่งกันไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาด้านปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ ที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาตามความมุ่งหมายข้อที่ 1 ของการทำวิจัยครั้งนี้ พบว่า ในทัศนะของผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ย่อมแสดงให้เห็นว่าการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของผลผลิตกุ้งสดภายในประเทศจะส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงตามไปด้วย ดังนั้นหากประเทศไทยมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเพาะเลี้ยงกุ้งที่เหมาะสม มีการจัด

การที่ดี เช่น การกำหนดมาตรฐานขนาดของบ่อเลี้ยงกุ้ง การกำหนดอัตราส่วนของสารเคมีที่เหมาะสมในการเลี้ยงกุ้ง การกำหนดคุณภาพของน้ำ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญในการเพิ่มปริมาณผลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยง หรืออย่างน้อยจะทำให้ปริมาณการสูญเสียกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้น้อยที่สุด และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงเพื่อให้เกษตรกรเหล่านี้สามารถปรับปรุงวิธีการในการเพาะเลี้ยง ซึ่งจะช่วยในการเพิ่มปริมาณผลผลิตได้อีกทางหนึ่ง และจากการที่ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ย่อมแสดงให้เห็นว่า ในตลาดสหรัฐอเมริกายังคงมีความต้องการกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย ซึ่งก็คือกุ้งสดส่งออกของไทยยังตรงตามมาตรฐานในตลาดโลก ดังนั้นในการเพิ่มปริมาณผลผลิตกุ้งภายในประเทศย่อมสามารถช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพลเทพ ดันธวัชชาวัฒน์ (2540) ที่พบว่าสินค้าส่งออกกุ้งสดแช่แข็งมีสาเหตุการขาดเสถียรภาพมาจากด้านอุปทานเป็นหลัก

สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศ ผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ส่งออกไม่แน่ใจในทุกด้านของปัจจัยภายนอกประเทศ คือ ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า ด้านประเทศคู่แข่ง ซึ่งจากการที่ผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศในทุกด้านจะมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา หากวิเคราะห์แยกเป็นรายด้าน คือ ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า โดยประเทศสหรัฐอเมริกาก็กีดกันในรูปแบบที่ไม่ใช่ภาษี คือ การเข้มงวดในคุณภาพของอาหาร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากตลาดสหรัฐอเมริกเป็นตลาดหลักในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทย ดังนั้น เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกามีการกำหนดมาตรการเช่นที่ว่านี้ ทำให้ผู้ส่งออกของประเทศไทยจึงพยายามในการที่จะตอบสนองตามมาตรการดังกล่าวเพื่อความอยู่รอด แต่สิ่งสำคัญที่ผู้ส่งออกต้องมีความระมัดระวัง คือ ปัจจัยภายนอกด้านการกีดกันทางการค้าจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในโลกของการค้าระหว่างประเทศเนื่องจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่มีมากขึ้น เช่น องค์การการค้าโลก (WTO) กลุ่มอาเซียน (ASEAN) กลุ่มนาฟต้า (NAFTA) กลุ่มเอเปค (APEC) ทำให้การกีดกันทางการค้าในรูปแบบของภาษีลดความสำคัญลงไป ดังนั้น การกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีจึงมีบทบาทมากขึ้น ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาคือประเทศที่พัฒนาแล้วจึงค่อนข้างมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ดังนั้นเมื่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมทั่วโลกตกต่ำประเทศสหรัฐอเมริกาก็ยังคงเป็นประเทศที่มีอำนาจซื้อสูง ทำให้ผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าสภาพเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกามีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้า สามารถวิเคราะห์ได้ว่าตลาดสหรัฐอเมริกามีผู้บริโภคจำนวนมากจึงเป็นตลาดใหญ่ของโลก ดังนั้น ในการส่งออกสินค้าที่สอดคล้องกับปรัชญาทางการตลาดของอดุลย์ จาตุตรงกุล (2542) คือแนวความคิดมุ่งที่การตลาดและพลังห้าชุดของไมเคิล อี.พอตเตอร์อำนาจในการต่อรองของลูกค้า ที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มการบริโภคอาหารทะเลมากขึ้น อาจจะเป็นเพราะมีผลงานวิจัยทางวิชาการแพทย์ที่ระบุว่าอาหารทะเลเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค และผู้บริโภคเองก็มีความห่วงใยในสุขภาพมากขึ้น สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศด้านประเทศคู่แข่งในทัศนะของผู้ส่งออกเองผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่ามีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาสอดคล้องกับข้อคิดเห็นข้างต้นที่ว่าตลาดสหรัฐอเมริกามีความต้องการกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย ดังนั้น ในปัจจุบันประเทศไทยจึงยังไม่มีคู่แข่งที่น่ากลัวมากนัก แต่ในคำถามปลาย

เปิดมีข้อคิดเห็นว่าในอนาคตประเทศไทยจะประสบกับการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศ เช่น พม่า เวียดนาม เอกวาดอร์ ซึ่งผู้ส่งออกจะต้องตระหนักถึงอย่างยิ่ง

สำหรับความมุ่งหมายที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยภายในประเทศและภายนอกประเทศ จากการศึกษา พบว่า ในทัศนะของผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ในทัศนะของผู้ส่งออกไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกประเทศมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ในส่วนการทดสอบสมมติฐานปัจจัยภายในประเทศด้านคุณภาพของกุ้งสดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงว่าหากคุณภาพของกุ้งสดสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้น และด้านราคากุ้งสดภายในประเทศมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน นั่นคือราคากุ้งสดในประเทศเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการส่งออกกุ้งสดไปตลาดสหรัฐอเมริกาลดต่ำลง ในขณะที่ปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณของกุ้งสดไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน อาจเป็นเพราะ ปริมาณการผลิตกุ้งสดที่ได้จากการเพาะเลี้ยงในปัจจุบันยังคงมีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของตลาดส่งออก แต่อย่างไรก็ตามผู้ส่งออกก็ยังเห็นด้วยว่าปัจจัยภายในประเทศด้านปริมาณของกุ้งสดมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ส่วนการทดสอบสมมติฐานปัจจัยภายนอกประเทศด้านสภาพเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงว่าหากสภาพเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ในสภาวะที่ดี ย่อมทำให้ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทรงศรี อัครางกูร (2542) ที่ระบุว่าปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก ได้แก่ รายได้ประชาชาติ โดยรายได้ประชาชาติจะสามารถบอกได้ถึงสภาวะทางเศรษฐกิจระดับหนึ่ง สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงว่าหากมีการกีดกันทางการค้ามากขึ้นจะส่งผลกระทบให้ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐลดลง และสอดคล้องกับงานวิจัยของอิสระพล คันธ(2534) ที่ระบุว่าปัญหาการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกานั้นวันจะขยายตัวและเข้มงวดยิ่งขึ้นและจะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา สำหรับด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้าและด้านประเทศคู่แข่งไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน อาจเป็นเพราะในด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคประเทศคู่ค้ายังไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ทั้งนี้เนื่องจากการวิจัยนี้มีขอบเขตเพียงการสอบถามผู้ส่งออกไม่ได้สอบถามครอบคลุมไปถึงผู้นำเข้าสินค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา จึงอาจได้คำตอบไม่ชัดเจน และด้านประเทศคู่แข่ง ผู้ส่งออกยังเห็นว่ายังไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา อาจเนื่องจาก ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกต่างประเทศรายอื่น ๆ เห็นได้จาก ผู้ส่งออกเห็นด้วยว่าประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มที่ดีในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดสหรัฐอเมริกายังมีความต้องการกุ้งสดแช่แข็งจาก

ประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวรรณ มงคลสวัสดิ์ (2540) ที่ระบุว่าประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง เมื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาคการส่งออกกุ้งสดแช่แข็ง ควรจะรักษาระดับปริมาณผลผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด ในขณะเดียวกันก็ควรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต นำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกประเทศอื่น อีกทั้งจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกา
2. ผู้ส่งออกต้องมีการติดตามอย่างใกล้ชิดในเรื่องของรูปแบบของการกีดกันทางการค้า เพื่อที่จะสามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ได้
3. ผู้ส่งออกควรหาตลาดใหม่ ๆ เช่น สหภาพยุโรป เพื่อช่วยลดการพึ่งพิงเพียงตลาดใดตลาดหนึ่ง เพราะหากเกิดการแข่งขันกันมากระหว่างประเทศผู้ส่งออกอื่น จะทำให้ได้ส่วนต่างกำไรลดลงเนื่องจากมีการแข่งขันกันสูง จึงควรหาตลาดใหม่เพื่อชดเชยส่วนต่างกำไรที่ลดลง และขณะเดียวกันหากประเทศสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ก็จะทำให้ผู้ส่งออกสามารถดำรงกิจการอยู่ได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยภายนอกประเทศในด้านประเทศคู่แข่ง ประเทศอื่น ๆ ด้วย เช่น เวียดนาม เอกวาดอร์ เนื่องจากเป็นประเทศที่ส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไปตลาดสหรัฐอเมริกา และมีการส่งออกกุ้งสดที่ขนาดเดียวกัน
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดอื่น ๆ เช่น ตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นตลาดหลักในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทย เช่นเดียวกันกับตลาดสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2543).สถิติการค้าระหว่างประเทศ.กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2529).มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่103 ตอนที่ 188 วันที่ 29 ตุลาคม 2529).กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม
- กุลวดี ศุภนิรติชัย. (2539). ปัญหาการส่งออกของประเทศไทย กรณี กุ้งสดแช่แข็ง. ภาคนิพนธ์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กตัญญู หิรัญสมบุรณ์. (2543). การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะเศรษฐศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เครือเจริญโภคภัณฑ์. (2544).วารสารข่าวกุ้งฉบับเดือนมกราคม 2544.กรุงเทพฯ : จีรังรีชด์.
- เครือเจริญโภคภัณฑ์. (2544).วารสารข่าวกุ้งฉบับเดือนเมษายน 2544.กรุงเทพฯ : จีรังรีชด์.
- เครือเจริญโภคภัณฑ์. (2544).วารสารข่าวกุ้งฉบับเดือนพฤษภาคม 2544.กรุงเทพฯ : จีรังรีชด์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท,ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2536). การนำเข้าและการส่งออก. กรุงเทพฯ : วังอักษร
- ทรงศรี อัครางกูร. (2542). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดุลการค้าของไทยกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- ธารง อุดมไพจิตรกุล. (2543). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ธิดาลักษณ์ ปิ่นสุวรรณ. (2534). การวิเคราะห์เสถียรภาพของตลาดส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยโดยวิธีหาค่าความแปรปรวนในรูปล็อกการิทึม. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์เกษตร) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิสิต ชีรสุมพิมล. (2538). การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543).การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542).การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บัญญัติ จุลนาพันธ์. (2527). การตลาดระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปิยวดี จัดเจน. (2540). ผลกระทบของภาษีสิ่งแวดล้อมกับการส่งออกกุ้งของประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พลเทพ ดันธวัชชารมณ. (2540). เสถียรภาพในการส่งออกสินค้าของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2523-2539. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พรชัย ชูเลิศมงคล. (2542). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งไทยของประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2539). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิษณุ จงสถิตยวัฒนา. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฝ่ายวิจัยสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร กองวิจัยสินค้าและการตลาด2 กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2538). *การเปิดเสรีในเอเปคและผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็น แช่แข็งของไทย*. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.

วิทนศวร วีระสุนทร. (2532). *การวิเคราะห์ตลาดส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การเกษตร) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2517). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ไว จามรมาน. (2536). *รายงานการวิจัยลักษณะอุตสาหกรรมขนาดย่อมของไทย*. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริพร ปัญญาบาล. (2535). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ตำรา – เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 15 ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์.

ศรีวงศ์ สมิตร์,สาธิตี วรบัณฑิต. (2536). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สกริวรรณ มงคลสวัสดิ์. (2540). *ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยกับญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง

สุวิทย์ เปี่ยม่อง,จรัสศรี นวกุลศิรินารณ. (2530). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : กรมการฝึกหัดครู.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). *การตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

✱ อีระพล คันทร. (2534). *การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

อโนมา พิทักษ์ติกุล. (2540). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรขยายตลาดส่งออกของสินค้าประมงไทย*. วิทยานิพนธ์ศศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.

John D.Daniels Lee H.Radebaugh. (1998). *International Business Environments and Operations*. USA :Addison-wesley.

Philip R.Cateora.(1996). *International Marketing*. USA : MC Graw-Hill Inc.

P.T.Ellsworth, J.Clark Leith. (1984). *The International Economy*. USA : Macmillan.

Taro Yamanae. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York : Harper and Row.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยในทัศนะของผู้ส่งออก : กรณีศึกษาตลาดสหรัฐอเมริกา

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [] หน้าข้อที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.รูปแบบกิจการ

- [] บริษัท มหาชน จำกัด [] บริษัท จำกัด
[] ห้างหุ้นส่วนจำกัด [] ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล
[] อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.ขนาดการลงทุนของบริษัทในสินทรัพย์ถาวร

- [] ต่ำกว่า 20 ¹⁰ ล้านบาท [] 20 - 100 ⁵⁰ ล้านบาท
[] มากกว่า 100 ¹⁰⁰ ล้านบาทขึ้นไป [] 100 ¹⁰⁰ ล้านบาทขึ้นไป

3.ระยะเวลาในการประกอบกิจการของธุรกิจ

- [] 1 - 4 ⁰⁻³ ปี [] 5 - 12 ⁴⁻⁶ ปี [] มากกว่า 12 ⁷⁻⁹ ปี

4.ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ท่านส่งสินค้าไปสหรัฐอเมริกาให้เป็น

- [] ผู้นำเข้าที่เป็นตัวแทน [] ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าส่งในประเทศสหรัฐอเมริกา
[] ผู้นำเข้าที่เป็นผู้ค้าปลีกในประเทศสหรัฐอเมริกา
[] อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5.พันธุ์ของกุ้งสดแช่แข็งดังต่อไปนี้ท่านมีการส่งออกเป็นปริมาณอย่างไร

พันธุ์กุ้ง / ปริมาณที่ส่งออก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีส่งออก
กุ้งกุลาดำ ผลไม้แช่แข็ง					
กุ้งลายด่าง เครื่องปรุงรสแช่แข็ง					
กุ้งซีแฮ่ หรือ ปลาสดแช่แข็ง					
กุ้งแช่บ๊วย อาหารแช่แข็ง					
กุ้งโอคัก หรือ ปลาสดแช่แข็ง					
อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

6.บริษัทของท่านได้กุ้งสดมาจากแหล่งผลิตใด

พื้นที่แหล่งผลิต / ปริมาณที่ผลิตได้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มี
ภาคกลาง เช่น สมุทรสาคร สมุทรปราการ					
ภาคตะวันออก เช่น จันทบุรี ฉะเชิงเทรา					
ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เช่น นครศรีธรรมราช สงขลา สุราษฎร์ธานี					
ภาคใต้ฝั่งอันดามัน เช่น สตูล พัทลุง ภูเก็ต					
อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าปัจจัยต่อไปนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา

ระดับความเห็น

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 เห็นด้วย = 4 ไม่แน่ใจ = 3 ไม่เห็นด้วย = 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

ปัจจัยภายในประเทศ (Internal Environments)	5	4	3	2	1
ด้านคุณภาพของกุ้งสด ประกอบด้วย					
7. เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งมีการจัดการที่เหมาะสม เช่น การให้อาหารหรือยาที่ถูกต้อง ทำให้ไม่เกิดสารตกค้างสะสมในตัวกุ้ง ส่งผลต่อคุณภาพของกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ ทำให้มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น					
8. คุณภาพของอาหารกุ้งที่ใช้ในการเพาะเลี้ยง ไม่ส่งผลต่อคุณภาพของกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้					
9. การขาดแคลนพ่อแม่พันธุ์ที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อคุณภาพของกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ ทำให้มีปริมาณการส่งออกลดลง					
ด้านปริมาณของกุ้งสด ประกอบด้วย					
10. การเกิดโรคระบาดของกุ้ง เช่น โรคตัวแดงดวงขาว ส่งผลต่อกุ้งที่เพาะเลี้ยงมีการติดเชื้อ ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง					
11. ภูมิอากาศที่แปรปรวน เช่น เกิดมรสุมทำให้เกิดน้ำท่วม ไม่ส่งผลต่อปริมาณกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้					
12. การขาดแคลนลูกกุ้ง ส่งผลต่อปริมาณกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง					
ด้านราคากุ้งสดภายในประเทศ ประกอบด้วย					
13. ทำไรโดยเปรียบเทียบระหว่างการจำหน่ายในต่างประเทศที่สูงกว่าการจำหน่ายในประเทศ ทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น					
14. ราคาขายปลีกกุ้งสดในประเทศที่สูงขึ้น จะกระทบทำให้มีปริมาณการส่งออกลดลง /					
15. ราคาขายกุ้งที่ลดต่ำลงของประเทศแคนาดาซึ่งเป็นประเทศคู่แข่ง ไม่ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยลดลง ✓					
16. การนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากต่างประเทศ เพื่อการส่งออก ไม่ส่งผลต่อราคาจำหน่ายกุ้งที่เพาะเลี้ยงได้ในประเทศ ✓					
17. ราคารับซื้อกุ้งสดจากผู้ผลิตในประเทศสูงขึ้น ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง /					
ปัจจัยภายนอกประเทศ (External)	5	4	3	2	1
ด้านการกีดกันทางการค้าของประเทศไทย ประกอบด้วย					
18. ประเทศไทยมีการเพาะเลี้ยงกุ้งที่ทำลายป่าชายเลน ส่งผลต่อปริมาณการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งไทยจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง					
19. ประเทศสหรัฐอเมริกามีความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร เช่น HACCP System* ทำให้กระทบต่อปริมาณการส่งออก /					
20. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามีการตื่นตัว กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากธรรมชาติต่าง ๆ เช่น กรีนพีซ การอนุรักษ์เตาทะเล ทำให้เกิดการต่อต้านสินค้าจากประเทศที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง					

GMO →

ด้านสภาพเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย	5	4	3	2	1
21. การชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้ผู้นำเข้าลดการนำเข้าสินค้า ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลง					
22. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคสหรัฐอเมริกา เช่น ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกามีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจจะดีทำให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ไม่ส่งผลต่อปริมาณนำเข้ากึ่งสดแช่แข็งจากประเทศไทย					
23. การอ่อนตัวของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ ทำให้ราคาสินค้าจากประเทศไทยมีราคาถูกลง ส่งผลให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้น					
ด้านความต้องการบริโภคของผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย					
24. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา มีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค จากกึ่งสดแช่แข็ง เป็น กึ่งสดปรุงแต่ง เช่น กุ้งต้มสุก กุ้งแห้งกระป๋อง ทำให้ปริมาณการส่งออกกึ่งสดแช่แข็งลดลง					
25. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา ไม่มีความอ่อนไหวต่อราคากุ้ง เพราะหากราคาจำหน่ายกุ้งในประเทศมีการเปลี่ยนแปลง ก็ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภค					
26. ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มบริโภคอาหารทะเลต่อคนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มบริโภคกุ้งเพิ่มขึ้น					
ด้านประเทศคู่แข่งอื่น ประกอบด้วย					
27. ประเทศคู่แข่งอื่น เช่น แคนาดา เม็กซิโก มีทำเลที่ตั้งใกล้กว่าประเทศไทย ทำให้ระยะทางในการขนส่งสั้นกว่า ซึ่งทำให้กึ่งสดแช่แข็งของประเทศคู่แข่งอื่นมีความสดกว่า ให้ปริมาณการส่งออกลดลง					
28. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ NAFTA** ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (ปริมาณการส่งออก) ของประเทศไทย					
29. ประเทศคู่แข่งอื่น เช่น แคนาดา เม็กซิโก เป็นประเทศที่มีความสามารถในการผลิตที่สูงกว่าประเทศไทย ทำให้ปริมาณการส่งออกกึ่งสดแช่แข็งของไทยมีแนวโน้มลดลง					

* = HACCP (The Hazard Analysis and Critical Control Point) System คือระบบควบคุมขั้นตอนการผลิตที่ประเทศผู้นำเข้าบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา กำหนดไว้เป็นมาตรฐานการผลิตที่ดี สำหรับห้องเย็นโรงงานแปรรูป ในการรักษาคุณภาพกุ้งก่อนถึงมือผู้บริโภค

** = NAFTA(North America Free Trade Area) หรือ เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของ 3 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก

ส่วนที่ 3 แนวโน้มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ส่งออก

ระดับความเห็น

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 เห็นด้วย = 4 ไม่แน่ใจ = 3 ไม่เห็นด้วย = 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

แนวโน้มปริมาณการส่งออก	5	4	3	2	1
30. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ในตลาดสหรัฐอเมริกาประเทศไทยยังคงมีความสามารถในการแข่งขัน					
31. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ตลาดสหรัฐอเมริกายังคงมีความต้องการนำเข้ากุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย					
32. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ตลาดสหรัฐอเมริกายังคงมีศักยภาพในการรองรับปริมาณกุ้งสดแช่แข็งจากประเทศไทย					
33. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การเกิดกรณีข้อพิพาทจากหน่วยงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก เช่น การทำลายป่าชายเลน การทำลายเต่าทะเล จะไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา					
34. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า นโยบายการส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การคืนภาษีส่งออกให้กับผู้ส่งออก จะช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา					

35. ท่านคิดว่ายังคงมีปัจจัยใดนอกจากที่ได้กล่าวข้างต้น ซึ่งมีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา โปรดระบุ

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม,2529)

กุ้งเยือกแข็ง

1. ขอบข่าย มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนด ชนิดและแบบ ขนาด ส่วนประกอบ คุณลักษณะที่ต้องการ วัตถุเจือปนอาหาร สุขลักษณะภาชนะบรรจุ ปริมาณ เครื่องหมายและฉลาก การชักตัว อย่างและเกณฑ์ตัดสินใจ และการตรวจสอบและการวิเคราะห์กุ้งเยือกแข็ง

2. บทนิยาม ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้มีดังต่อไปนี้

2.1 กุ้ง หมายถึง กุ้งที่อยู่ในวงศ์เพนีไอดี(Penaeidae) แพนคาลิดี(Pandalidae) แครกโกนินดี (Crangonidae) และ พาลิโมนินดี(Palaemonidae)

2.2 กุ้งดิบ(Raw) หมายถึง กุ้งสดหรือกุ้งที่ได้รับการความร้อนโดยไม่ทำให้โปรตีนที่ผิวเนื้อกุ้ง แข็งตัว

2.3 กุ้งกึ่งสุก(Parboiled) หมายถึงกุ้งที่ได้รับการความร้อนโดยทำให้โปรตีนที่ผิวเนื้อกุ้งแข็งตัว แต่จะไม่ทำให้โปรตีนภายในลำตัวกุ้งแข็งตัว

2.4 กุ้งสุก(Cooked) หมายถึง กุ้งที่ได้รับการความร้อนโดยทำให้โปรตีนของกุ้งแข็งทั้งตัว

2.5 กุ้งเยือกแข็ง (Quick Frozen Shrimp or Prawn หรือ Frozen Shrimp or Prawn) หมายถึงกุ้งที่ผ่านกรรมวิธีเยือกแข็ง(แบบเป็นก้อนหรือแบบเป็นตัว) โดยให้มีระยะเวลาการตกผลึก(Period of Crytallization) อย่างรวดเร็วให้มีอุณหภูมิที่จุดกึ่งกลางของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียสและต้องควบคุมอุณหภูมิในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ที่ -18 องศาเซลเซียสหรือต่ำกว่าโดยสม่ำเสมอตลอดเวลา

2.6 น้ำเคลือบ หมายถึง น้ำบริโภคน้ำที่มีส่วนประกอบอื่นผสมอยู่ เช่น เกลือ น้ำมะนาว น้ำตาล ปรงรส เครื่องเทศ เครื่องแต่งกลิ่น เป็นต้น ใช้เคลือบเพื่อป้องกันการระเหยของน้ำออกจากเนื้อกุ้ง

2.7 น้ำหนักสุทธิ หมายถึง น้ำหนักของกุ้งเยือกแข็งไม่รวมน้ำเคลือบ

2.8 นิยามของข้อบกพร่องในกุ้งเยือกแข็ง

2.8.1 การเสียน้ำหรือการแห้ง หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเห็นเป็นบริเวณสีขาวที่ เนื้อกุ้งหรือเปลือกกุ้ง

2.8.2 สีมืดปกติ หมายถึง สีของกุ้งเปลี่ยนเป็นสีเหลืองอย่างชัดเจน

2.8.3 จุดดำ หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเห็นเป็นจุดดำบนเนื้อกุ้งหรือเปลือกกุ้ง

อย่างชัดเจน

2.8.4 ไม่มีหัว หมายถึง ลักษณะของกุ้งที่มีส่วนหัวทั้งหมดหลุดจากลำตัวกุ้ง

2.8.5 หัวหลุดบางส่วน หมายถึง ลักษณะของกุ้งที่มีส่วนหัวขาดจากลำตัวไม่หมด

2.8.6 รอยตัด รอยฉีก หมายถึง รอยแตกบริเวณเนื้อกุ้งมากกว่า 1/3 ของความ

หนาตัวกุ้ง

2.8.7 เสียรูป(Damage) หมายถึง ลักษณะเนื้อกุ้งที่ผิดไปจากสภาพเดิมเนื่องจาก

ถูกบีบ ถูกอัด หรือกด

2.8.8 ชิ้นกุ้ง(Broken) กุ้งที่ปล้องเหลือน้อยกว่า 5 ปล้อง สำหรับกุ้งขนาดเล็กเท่ากับ หรือน้อยกว่า 4 ปล้อง สำหรับกุ้งขนาดมากกว่า 150 ตัวต่อกิโลกรัม

2.8.9 ปอกเปลือกไม่เรียบร้อย (Improperly Peeled) หมายถึง ลักษณะของกุ้งมี เปลือกเกินกว่าที่ระบุไว้

2.8.10 ชักไส้ไม่หมด หมายถึง ลักษณะของกุ้งที่ชักไส้ไม่หมดตามที่ระบุไว้

- 2.8.11 ขา หมายถึง ขาหรือส่วนของขาทั้งที่อยู่ใต้ตัวกุ้ง หรือหลุดจากตัวกุ้งแล้ว
- 2.8.12 เปลือก หมายถึง เปลือกกุ้งที่ลอกออกมาจากตัวกุ้งแล้ว
- 2.8.13 หนวด หมายถึง หนวดกุ้งทั้งเส้นหรือตอนใดตอนหนึ่ง
- 2.8.14 สิ่งแปลกปลอม หมายถึง สิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กุ้งหรือส่วนของกุ้ง และไม่

เป็นพิษภัยเมื่อบริโภค

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาววัลลภา หลอดเข็ม
วันเดือนปีเกิด	23 กันยายน 2515
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	6/8 หมู่ที่ 3 ซอย 3 ถนนสวัสดิการ 1 หนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนสินเชื่อเพื่อเตรียมการส่งออก ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2533	มัธยมศึกษาปีที่ 6 (ศิลป์ – คำนวณ) โรงเรียนศึกษานารีวิทยา
พ.ศ. 2537	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2545	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ