

ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

RISK FACTORS AND THEIR EFFECTS ON THE EXPORT OF DURIAN
TO FOREIGN COUNTRIES FROM NAKHON SI THAMMARAT
PROVINCE

ณัฐภูมิภัทร์ โพธิ์กล้า

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยความเลียงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ณัฐมินทร์ โพธิ์หล้า

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เกิดจากการค้นคว้าและวิจัย ขณะที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนั้นงานวิจัยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และข้อความต่างๆ ในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าไม่มีการคัดลอกหรือนำงานวิจัยของผู้อื่นมานำเสนอในชื่อของข้าพเจ้า

This independent study consists of research materials conducted at Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi and hence the copyright owner. I hereby certify that the independent study does not contain any forms of plagiarism.



ณัฐภูมิทร์ โพธิ์กล้า
(นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์กล้า)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

Risk Factors and Their Effects on the Export of Durian to Foreign
Countries from Nakhon Si Thammarat Province

ชื่อ - นามสกุล

นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์กล้า

วิชาเอก

ธุรกิจระหว่างประเทศ

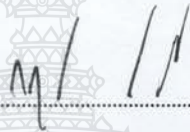
อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิติมา พูลเพชร, ประ.ด.

ปีการศึกษา

2566

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษฎ จรินทร์, D.B.A.)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัชญาภัต เคาทัน, D.B.A.)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิติมา พูลเพชร, ประ.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ นาน, ประ.ด.)

วันที่ 5 เดือน เมษายน พ.ศ. 2567

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ชื่อ – นามสกุล

วิชาเอก

อาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา

ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไป

ต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช

นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์กล้า

ธุรกิจระหว่างประเทศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิติมา พูลเพชร, ประ.ด.

2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน และ 2) ศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านภูมิธรรมชาติ

คำสำคัญ: ปัจจัยความเสี่ยง การส่งออก ทุเรียน การส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศ

Independent Study Title	Risk Factors and Their Effects on the Export of Durian to Foreign Countries from Nakhon Si Thammarat Province
Name – Surname	Mr. Nattaphumint Pothila
Major Subject	International Business
Independent Study Advisor	Assistant Professor Thitima Pulpetch, Ph.D.
Academic Year	2023

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) to study the systemic risk factors affecting durian exports and 2) to study marketing risk factors that affect durian exports. This study adopted a quantitative research approach. Data were collected through questionnaires.

The samples used in the study were 400 exporters of durian operating in Nakhon Si Thammarat province who were selected by proportional stratified purposive sampling. Data were subjected to statistical analysis by frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of the research were found that the systemic risk factors and the marketing risk factors affected the export of durian including product, economic, channel, and natural disaster.

Keywords: risk factors, export, durian, exporting durian to foreign countries

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา พูลเพชร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์ ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณชญาภัต เคาท์เทน ที่ได้ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัย รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ และมอบความดีทั้งหมดนี้ให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อน ที่คอยอยู่เป็นกำลังใจในวันที่เริ่มหมดไฟและเป็นแรงบัลดาลใจในการทำการศึกษาวิจัยจนประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจหากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้วิจัยขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ณัฐภูมิภัทร์ โพธิ์หล้า



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	11
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	11
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	13
1.3 คำถามของการวิจัย.....	13
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	13
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	14
1.6 คำจำกัดความในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	16
1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ.....	18
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง.....	25
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งออก.....	32
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย.....	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	48
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	48
4.2 ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการวิจัย	62
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	67
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	70
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	72
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	80
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ค การทดสอบค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม IOC	95
ภาคผนวก ง เอกสารขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	104
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	43
ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การให้คะแนนปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	44
ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การให้คะแนนการส่งออก	45
ตารางที่ 4.1 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	49
ตารางที่ 4.3 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	50
ตารางที่ 4.4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้การส่งออกทุเรียนต่อปี	50
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยง ด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมเป็นรายข้อ	51
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยง ด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย โดยรวมเป็นรายข้อ	52
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยง ด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ โดยรวมเป็นรายข้อ	53
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยง ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมเป็นรายข้อ	54
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยง ด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมเป็นรายข้อ	55
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยง ด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยรวมเป็นรายข้อ	56
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการส่งออกทุเรียน ด้านการเงิน โดยรวมเป็นรายข้อ	57
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการส่งออกทุเรียน ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด โดยรวมเป็นรายข้อ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติเพื่อหารูปแบบสมการพยากรณ์

ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน .. 60

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 70



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016)	29



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลไม้เป็นสินค้าที่สำคัญในการส่งออกของประเทศไทยซึ่งทำให้เกิดรายได้และเพิ่มการจ้างงานให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ส่งออกอย่างมหาศาลรวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในประเทศให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นซึ่งผลไม้ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและมีมูลค่าการส่งออกที่สูงได้แก่ ลำไย มังคุด ทูเรียน ลิ้นจี่ ส้มโอ และมะม่วง โดยเฉพาะทุเรียนเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมในการบริโภคสูงทั้งภายในและภายนอกประเทศจัดได้ว่าเป็นผลไม้ที่มีศักยภาพสูงทางด้านการตลาดเพราะมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพและรสชาติที่ดีจึงเป็นจุดแข็งสำหรับสร้างโอกาสความได้เปรียบทางการค้าและการแข่งขันกับคู่แข่งนอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นผู้ผลิตและส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก (Department of Trade Negotiations, 2020) ในปี 2566 ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์การส่งออกทุเรียนของไทยได้มีการขยายตัวทั้งในเชิงมูลค่าและปริมาณมีปริมาณการส่งออก 34,716.84 ตันเพิ่มขึ้น 241.55% เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ของปีก่อนคิดเป็นมูลค่า 5,464.25 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 199.87% โดยส่งออกไปจีนเป็นมูลค่า 5,438.15 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 208.47% ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 99.52% ของมูลค่าการส่งออกทุเรียนทั้งหมดของไทยและมีปริมาณ 34,589.13 ตันได้เพิ่มขึ้น 249.44% ทั้งนี้การส่งออกทุเรียนของไทยในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์จะยังมีปริมาณไม่มากที่ผ่านมามีไทยส่งออกมากที่สุดในช่วงเดือนเมษายน-กรกฎาคมคิดเป็นอัตราส่วนมากกว่า 80% ของปริมาณการส่งออกทุเรียนทั้งปีของไทย (พูนพงษ์ นัยนาภากรณ์, 2566)

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันการผลิตทุเรียนเพื่อส่งออกของของเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง ผู้ประกอบการ หรือบริษัทส่งออกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสนใจในการสร้างมาตรฐานและกำหนดคุณภาพของทุเรียน เช่น เนื้อ และผลทุเรียนต้องมีอย่างพอดี น้ำหนัก และสีของเปลือกต้องเป็นไปตามมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐที่กำหนดไว้รวมทั้งยังต้องมีการควบคุมไม่ให้ใช้สารเคมีและการกำจัดศัตรูพืชให้ถูกวิธีตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ของประเทศปลายทาง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในด้านคุณภาพ รสชาติ ราคา และการจัดจำหน่ายรวมทั้งระยะเวลาในการขนส่งสินค้าเพื่อสร้างมูลค่า และส่วนแบ่งทางการตลาดให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นแต่บางครั้งผลผลิตที่ใช้ส่งออกและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้สำหรับกระตุ้นผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนไป (ศิริพรรณ เกตุแก้ว, 2565) หากพิจารณาการนำเข้าทุเรียนสดของจีนซึ่งเป็นตลาดหลักของไทยพบว่าในปี 2565 จีนได้นำเข้าทุเรียนคิดเป็นมูลค่า 4,032.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐโดยนำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 1 คิดเป็นมูลค่า 3,843.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐและเวียดนามมาเป็นอันดับ 2 จะมี

มูลค่า 188.09 ล้านเหรียญสหรัฐซึ่งปริมาณที่ประเทศจีนนำเข้าทุเรียนสดเป็นปริมาณ 824,459.78 ตัน โดยแบ่งเป็นการนำเข้าจากไทยคิดเป็น 783,581.15 ตัน และนำเข้าจากเวียดนามคิดเป็น 40,878.63 ตัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาราคานำเข้าต่อหน่วย ราคาต่อหน่วยที่ประเทศจีนนำเข้าจากประเทศไทยอยู่ที่ 4.91 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัมสูงกว่าราคาต่อหน่วยที่ประเทศจีนนำเข้าจากประเทศเวียดนามซึ่งอยู่ที่ 4.60 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัมแต่เดิมประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่ประเทศจีนนำเข้าทุเรียนในปัจจุบัน มีอีก 2 ประเทศคือ เวียดนามและฟิลิปปินส์ที่จีนอนุญาตนำเข้าทุเรียนได้รวมทั้งประเทศจีนเองก็เริ่มการเพาะปลูกทุเรียนในประเทศถึงแม้ว่ายังมีจำนวนผลผลิตน้อยแต่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตปัจจุบัน ประเทศจีนยังมีความต้องการนำเข้าทุเรียนจากต่างประเทศดังนั้นเพื่อให้ทุเรียนของไทยยังคงสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดจีนที่มีจำนวนคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นเกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือบูรณาการการทำงานเพื่อรักษาระดับมาตรฐานสินค้าและให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพทุเรียนเพื่อประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของทุเรียนไทยและพัฒนาทุเรียนของไทยให้ตรงกับความต้องการของตลาด (พูนพงษ์ นัยนาภากรณ์, 2566)

ความเสี่ยง (Risk) คือสถานการณ์ความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นซึ่งจะสร้างความเสียหายความล้มเหลวหรือลดโอกาสที่จะบรรลุผลสำเร็จต่อการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทุกระดับการดำเนินธุรกิจโดยปกติที่จะต้องประสบกับความเสี่ยงและปัญหาหรือความไม่แน่นอน (Kaplan and Mikes, 2012) การส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศก็เช่นกันมีความเป็นไปได้ที่อาจเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์หรือผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ต่อเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นความเสี่ยงในการส่งออกเกิดจากปัจจัยหลายประการที่อาจมีผลต่อกระบวนการและผลลัพธ์ของการส่งออกตัวอย่างของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นอย่างไรก็ตามในเรื่องของความเสี่ยงการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศนั้นมีด้วยกันหลายปัจจัยด้วยตามแนวคิดของ (Oh and Reuveny, 2010) ที่กล่าวว่าหากปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติ สถานการณ์การเมือง และการค้าระหว่างประเทศทั้งในประเทศต้นทางและปลายทางของการส่งออกมีเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลกระทบต่อด้านลบส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการค้าลดลงโดยเฉพาะการค้าสินค้าเครื่องจักรอุตสาหกรรมและสินค้าด้านการเกษตรและอาหารรวมทั้งความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลในระดับมหภาคและไม่สามารถควบคุมได้โดยง่าย เช่น ความผันผวนของเศรษฐกิจ ภัยพิบัติ และสถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ความเสี่ยงด้านการตลาดเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในตลาดที่เฉพาะเจาะจง เช่น ตลาดปลายทางของการส่งออกประกอบไปด้วยความเสี่ยงด้านต่างๆ เช่น สถานการณ์การเมือง สินค้าอื่น ๆ ที่สามารถทดแทนกันได้ในตลาดเดียวกันและด้านความต้องการของผู้บริโภค ณ ประเทศปลายทางและความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจจากการปฏิบัติการและสืบเนื่องไปกระทบถึงการส่งออก (Calatayud and Ketterer, 2016) ดังนั้นปัจจัยความเสี่ยงจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกจำเป็นต้อง

มีข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านใดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนเพื่อเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ในความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม และปัจจัยความเสี่ยงด้านตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงในการส่งออกทุเรียนให้ประสบความสำเร็จและลดความเสี่ยงต่าง ๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นในการทำธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

1.3 คำถามงานวิจัย

- 1.3.1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมด้านใดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.3.2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดด้านใดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

1.4 สมมติฐานงานวิจัย

- 1.4.1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.4.2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.4.3 ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.4.4 ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.4.5 ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
- 1.4.6 ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

1.5 ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นปัจจัยความเสี่ยงในการส่งออกทุเรียน โดยแบ่งเขตการวิจัยเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกในจังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 19,321 คน ณ เดือนธันวาคม 2565 (สำนักงานการเกษตรและ สหกรณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร คำนวณของทาโรยามาเน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 392 คน (Taro Yamane, 1973)

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรในการวิจัยได้แก่

1.5.2.1 ตัวแปรตาม ได้แก่ การส่งออกทุเรียน

1.5.2.2 ตัวแปรต้น ได้แก่

1.5.2.2.1 ด้านระบบภาพรวม (Systemic Risk)

- เศรษฐกิจ
- ภัยธรรมชาติ
- กฎหมาย

1.5.2.2.2 ด้านการตลาด (Marketing Risk)

- ผลิตภัณฑ์
- ช่องทางจัดจำหน่าย
- พฤติกรรมผู้บริโภค

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ อำเภอทุ่งสง อำเภอลานสกา อำเภอพรหมคีรี

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ระหว่างเดือน ตุลาคม 2566 ถึง พฤศจิกายน 2566

1.6 คำจำกัดความในการวิจัย

การส่งออกทุเรียน หมายถึง การส่งผลทุเรียนที่ผลิตในประเทศไทยออกไปจำหน่ายใน ประเทศต่างๆ ในปริมาณมากเมื่อคิดกับสัดส่วนที่ขายภายในประเทศ

การส่งออก หมายถึง การทำการจัดส่งสินค้าและการบริการจากต้นทางถึงปลายทาง การส่งออกจะเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศธุรกิจการส่งออกสามารถติดต่อกับผู้ซื้อหรือผู้ขายโดยตรง หรือทำโดยผ่านตัวแทนโดยวัดได้ 2 ด้านคือ ผลดำเนินงานด้านการเงิน และส่วนแบ่งทางการตลาด

ผลดำเนินการด้านการเงิน หมายถึง ผลลัพธ์ทางการเงินที่เกิดจากการส่งออกสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการประกอบด้วย รายได้จากการส่งออก ต้นทุนในการส่งออก และกำไรจากการส่งออก

ส่วนแบ่งทางการตลาด หมายถึง อัตราส่วนของมูลค่าการส่งออกของผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันในตลาดเป้าหมายนั้น ๆ

ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ในอนาคตซึ่งหากเกิดขึ้นแล้วอาจทำให้สูญเสียเกิดความเสียหายต่อการดำเนินงาน

ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม (Systemic Risk) หมายถึง ความเสี่ยงระดับมหภาคและไม่สามารถควบคุมได้ นโยบายภาครัฐ ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ความผันผวนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ภัยอันตรายต่างๆที่เกิดจากธรรมชาติ

ด้านเศรษฐกิจ หมายถึง เป็นการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทในด้านการลงทุน การวางกลยุทธ์ การบริหาร ถ้าการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจตลอดเวลาจะส่งผลต่อการใช้ต้นทุนในการผลิต

ด้านกฎหมาย หมายถึง กฎหมายเป็นความเสี่ยงในการถูกดำเนินคดี ถ้าบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่มีผลต่อการทำธุรกิจ เช่น ภาษี การค้า การส่งออกนำเข้า ลิขสิทธิ์ต่าง ๆ เป็นต้น

ด้านภัยทางธรรมชาติ หมายถึง เป็นความไม่แน่นอนทางธรรมชาติภัยอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

ความเสี่ยงด้านตลาด (Market risk) หมายถึง เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในตลาดที่เฉพาะเจาะจงเน้นไปที่การผันผวนของราคาในประเทศและต่างประเทศรวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและผลิตภัณฑ์และการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ความต้องการของผู้บริโภค วัฒนธรรมการบริโภค และสินค้าที่สามารถทดแทนได้ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์ผลิตคิดค้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแล้วผู้บริโภคจะได้รับความพึงพอใจหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ช่องทางจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังตลาดหรือผู้บริโภคเพื่อนำผลิตภัณฑ์ออกไปสู่ตลาดเป้าหมาย

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกให้เห็นว่าต้องการใช้สินค้าพอใจในสินค้าความสนใจในสินค้าหรือบริการในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

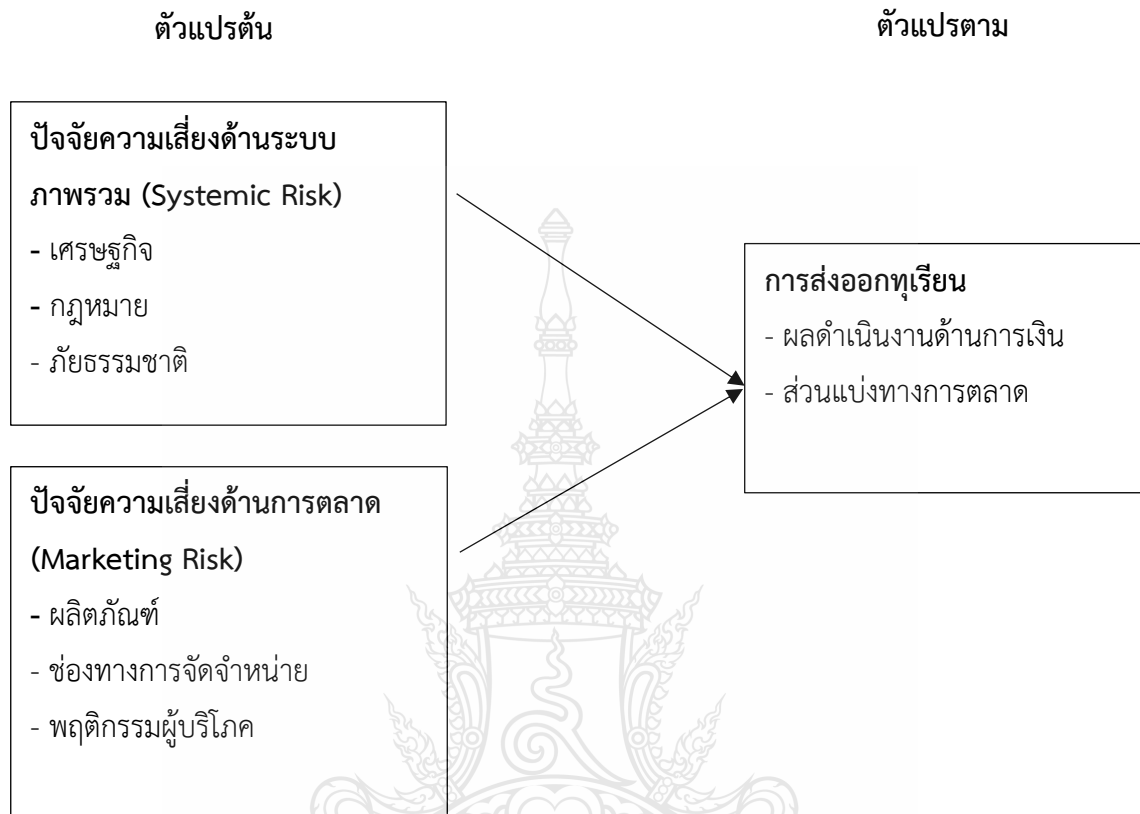
1.7.1 เพื่อให้ทราบข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศมาบริหารจัดการความเสี่ยงในการส่งออกทุเรียน

1.7.2 สามารถใช้ข้อมูลในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งออกทุเรียน

1.7.3 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นในการส่งออกทุเรียนไปยังต่างประเทศ



1.8 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความเสี่ยงในการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

2.1.1 ความหมายการค้าระหว่างประเทศ

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง

2.2.1 ความหมายของความเสี่ยง

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งออก

2.3.1 ความหมายของการส่งออก

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งออก

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

2.1.1 ความหมายการค้าระหว่างประเทศ

อรรถพล ศิริชัย (2564) ได้ให้ความหมายของการค้าระหว่างประเทศไว้ว่า การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศโดยทั่วไปแล้วแต่ละประเทศจะมีฐานะเป็นทั้งประเทศผู้นำสินค้าเข้าและประเทศผู้ส่งสินค้าออกเพราะประเทศต่าง ๆ มีการผลิตสินค้าที่แตกต่างกันจึงทำให้ต้องมีการค้าระหว่างประเทศขึ้น

วริษา กังสวัสดิ (2555) ได้ให้ความหมายของการค้าระหว่างประเทศไว้ว่า การค้าระหว่างประเทศเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศต่าง ๆ มีทรัพยากรที่มีความแตกต่างกัน รสนิยมที่หลากหลายและต้นทุนในการผลิตสินค้ามีความแตกต่างกันทำให้แต่ละประเทศเกิดการค้าขายแลกเปลี่ยนระหว่างกัน

ทัชชฌัย ฤกษ์สุข (2549) ได้ให้ความหมายของการค้าระหว่างประเทศไว้ว่า การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ การนำเข้าหรือส่งออกสินค้าหรือบริการสามารถทำให้เกิดการพัฒนาประเทศอย่างรวดเร็วและมีมาตรฐานการครองชีพที่ดี

จากการสังเคราะห์ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยสรุปว่า การแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศซึ่งแต่ละประเทศจะมีทรัพยากร รสนิยมที่แตกต่างกัน ทำให้ประเทศต่าง ๆ เลือการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าบางชนิดระหว่างกัน

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยคลาสสิก เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นราวปลายศตวรรษที่ 18 จุดเริ่มต้นของทฤษฎีนี้คือแนวคิดที่จะศึกษาสาเหตุที่มีการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศซึ่งจะมุ่งเน้นศึกษาใจเรื่องผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากการค้าขายหรือการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศในยุคสมัยคลาสสิกนี้ซึ่งการค้าขายและการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศของกลุ่มโดยใช้หลักของแนวคิดของมูลค่าแรงงานซึ่งจะเน้นเกี่ยวกับการผลิตสินค้าในสมัยอดีตโดยแนวคิดนี้ได้กล่าวว่าการค้าขายหรือการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าถ้าใช้แรงงานในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งมาก สินค้าชนิดนี้ก็จะมมูลค่าการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนมากมีนักเศรษฐศาสตร์หลายท่านที่เสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าขายแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศได้แก่ออดัม สมิท (Smith, 1980) เดวิด ริคาโด (Ricardo, 1817) ดังนี้

1. ทฤษฎีการได้เปรียบสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory)

ทฤษฎีการได้เปรียบโดยสมบูรณ์เกิดจากแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ชื่อ ออดัม สมิท (Smith, 1980) ได้อธิบายแนวคิดไว้ว่า การค้าเกิดขึ้นได้ระหว่าง 2 ประเทศเพราะความได้เปรียบสมบูรณ์ที่แตกต่างกันระหว่างประเทศหนึ่งกับอีกประเทศหนึ่งโดยการแบ่งหน้าที่ในการผลิตสินค้า (Division of Labor) ตามความชำนาญของแต่ละประเทศ จึงทำให้แรงงานเกิดความชำนาญ (Specialization) ในการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ จึงจะทำให้เกิดส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งหลักของแนวความคิดนี้คือการเกิดประโยชน์สูงสุดจากการขายสินค้าโดยต้องมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ซึ่งหมายความว่าความได้เปรียบโดยสมบูรณ์จะเกิดขึ้นเมื่อประเทศหนึ่งผลิตสินค้าชนิดเดียวกันกับประเทศอื่นแต่ใช้ทรัพยากรหรือแรงงานในการผลิตที่น้อยกว่าประเทศอื่นก็จะเกิดความได้เปรียบโดยสมบูรณ์หรือการใช้ทรัพยากรหรือแรงงานในการผลิตสินค้าที่เท่ากันแต่สามารถผลิตสินค้าได้ในราคาที่ถูกกว่าที่ของประเทศอื่น ๆ ซึ่งสินค้าเหล่านี้จึงควรจะได้รับแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่น ๆ ที่มีบางประเทศสามารถผลิตได้ถูกกว่า ออดัม สมิท กล่าวว่าความชำนาญในการผลิตสินค้าซึ่งจะมีผลต่อการมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าได้มากกว่า ซึ่งจะสามารถส่งออกสินค้าที่ทำการผลิตได้ไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ประเทศต้องการ ออดัม สมิท ยกตัวอย่าง เช่น ประเทศไทยกับประเทศซาอุดีอาระเบีย สมมติว่าประเทศไทยผลิตข้าวและประเทศซาอุดีอาระเบียผลิตน้ำมัน และสมมติว่าในการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด นี้ได้ใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียวดังนั้นมูลค่าของสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้จึงคิดจากจำนวนแรงงานที่ใช้ไปในการผลิต

2. ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory)

ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยเดวิด ริคาร์โด (Ricardo, 1817) ได้กล่าวไว้ว่า ประเทศที่จะมีความได้เปรียบคือประเทศที่สามารถผลิตสินค้าโดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การผลิตสินค้าชนิดอื่นดั่งนั้นประเทศนั้น ๆ ควรจะผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบในการมุ่งผลิตสินค้า ลักษณะนั้นจะทำให้ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์จากการทำงานผลิตสินค้า (Division of Labor) ตาม ความถนัดของแต่ละประเทศ หรือหมายถึง ประเทศที่ผลิตสินค้าส่งออกต้องมีทรัพยากรและแรงงานใน การผลิตจำนวนโดยมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำข้อสันนิษฐานของทฤษฎีนี้ คือ

1. ประเทศที่ทำการค้าระหว่างกันมี 2 ประเทศ และสินค้ามีแค่ 2 ชนิดเท่านั้นในโลกนี้
2. ต้องไม่มีต้นทุนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของ 2 ประเทศ
3. ทรัพยากรและแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าต้องไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่าง ประเทศได้อย่างเสรี
4. จำนวนทรัพยากรหรือแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าต้องมีค่าคงที่เสมอ

3. ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันของ Porter (Porter, 1990) ได้ใช้ แนวคิดในการ วิเคราะห์ผลกระทบควบคู่กับคู่แข่ง เช่น จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาส ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความ จำเป็นเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันกับผู้อื่นโดยมีสมมติฐานว่าองค์กรธุรกิจของประเทศใดจะ สามารถใช้ทรัพยากรของประเทศให้เกิดประโยชน์และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่าง ประเทศได้มากที่สุดจะต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้คือ ปัจจัยการผลิตภายในประเทศอุปสงค์ ภายในประเทศอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศกลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน ในประเทศของบริษัท รัฐบาลเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส

1. สภาพปัจจัยการผลิต (Factor Condition) แนวคิดนี้ปัจจัยการผลิตต่างคือ สิ่ง ที่ จำเป็นจะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ ซึ่งในแต่ละประเทศก็จะมีปัจจัยทางการผลิตที่ แตกต่างกันไป ซึ่งปัจจัยด้านการผลิตนั้นแบ่งออกเป็นหลายปัจจัย เช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Resource) ของในแต่ละประเทศ การศึกษาของแต่ละประเทศว่าประเทศนั้นมีการศึกษาหรือทักษะของ แรงงาน (Education & Skill Levels) แบบไหน ปัจจัยด้านแรงงานอาจจะมีระดับต่างกันออกไปและ ต้องพิจารณาถึงปัจจัยอย่างอื่นว่ามีความพร้อมและมีราคาของการผลิตโดยสามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจำนวนแรงงานทักษะความถนัดของแรงงาน ต้นทุนในด้านจัดการรวมถึงต้นทุนในด้านค่าแรง ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับองค์กรในการขับเคลื่อนการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด

1.2 ทรัพยากรด้านความรู้ (Knowledge Resources) เป็นความรู้เฉพาะด้าน เช่น ข้อมูลพื้นฐานทางการวิจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับการบริการและสินค้า เทคนิควิทยาการต่าง ๆ ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี แหล่งความรู้ในมหาวิทยาลัย หน่วยงานทางสถิติ ทางคู่มือด้านธุรกิจและวิทยาศาสตร์

1.3 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) เป็นความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติของแต่ละประเทศมีแตกต่างกันทั้ง แหล่งน้ำ เหมืองแร่ คุณภาพของที่ดินป่าไม้ ความอุดมสมบูรณ์ ไฟฟ้า สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศทำเลที่ตั้งของประเทศซึ่งมีผลต่อประเทศนั้น ๆ ในการที่จะเป็นข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการติดต่อทางการค้ากับประเทศอื่น ๆ

1.4 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เป็นระบบสื่อสาร ระบบสาธารณสุข ระบบขนส่ง รวมไปถึงด้านคุณภาพชีวิตประชาชน สถานที่ทำงาน ด้านวัฒนธรรมหรือที่อยู่อาศัยของประชากรในองค์กรซึ่งเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับสิ่งเหล่านี้เพราะเป็นสิ่งที่ประชาชนท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นวิถีชีวิตและยึดถือปฏิบัติ

1.5 แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital Resources) ต้นทุนของเงินทุนภายในประเทศนั้น ๆ ที่มีทุนแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสถานะแวดล้อมของประเทศนั้น ๆ หรือเป็นแหล่งสรรหาเงินทุนขององค์กรนั้น ๆ ในแต่ละท้องถิ่น

2. ความต้องการของตลาด (Demand Condition) อยู่ในลักษณะความต้องการบริการและสินค้าของอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยประเทศจะมีความได้เปรียบถ้าความต้องการภายในประเทศนั้นจะกดดันให้ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรมและมีความเป็นเลิศในการปรับปรุงพัฒนา ถ้าประเทศใดมีความต้องการสินค้าส่วนใดมากก็จะทำให้มีการพัฒนามากในส่วนนั้น ๆ มาก ซึ่งได้เปรียบในคุณสมบัติเงื่อนไขด้านความต้องการของตลาดทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขันจะประกอบด้วย ดังนี้

2.1 ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ (Home Demand Composition) เป็นสิ่งสำคัญของด้านความต้องการด้านการตลาดที่มีผลให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันคือ ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ การที่ธุรกิจตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้ออย่างไรโดยสามารถพิจารณาได้จาก

- โครงสร้างด้านความต้องการในประเทศ (Segment Structure of Demand) โดยเฉพาะที่มีต่ออุตสาหกรรมหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งและเป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นสิ่งที่สำคัญตรงข้อได้เปรียบเนื่องจากถ้ามีความต้องการในประเทศสูงต่อส่วนใดส่วนใดย่อมทำให้มีข้อได้เปรียบในการประหยัดโดยขนาดของแต่ละองค์กรนั้น ๆ

- ความต้องการของผู้ซื้อหรือคนภายในประเทศ (Sophisticated and Demanding Buyer) ถ้าผู้ซื้อต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและบริการที่มีมาตรฐานสูงกว่าเดิม อุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้านั้น ๆ ต้องปรับปรุงด้านการบริการและคุณภาพของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของคนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งความต้องการของสินค้าเหล่านี้จะทำให้เกิดอุตสาหกรรมและเกิดการพัฒนารูปแบบเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

- การคาดการณ์ล่วงหน้าในความต้องการของผู้บริโภค (Anticipatory Buyer Needs) เป็นสิ่งที่คิดและคาดการณ์ว่าในอนาคตนั้นลูกค้าต้องการสินค้าอะไรและบริการอย่างไรจึงทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าของประเทศนั้น ๆ และทำให้เกิดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์การให้บริการแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

2.2 ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand Size and Pattern of Growth) ประกอบไปด้วย

- ความต้องการภายในประเทศ (Size of Home Demand) ประเทศใดที่มีความต้องการภายในประเทศมากก็จะนำไปสู่โอกาสที่ดีในการแข่งขันในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะด้านการเรียนรู้หรือด้านประหยัดขนาดขององค์กรและเป็นเครื่องส่งเสริมให้มีการขยายการลงทุนการพัฒนาทางเทคโนโลยีและการปรับปรุงในผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งที่จะต้องพึงระวังอยู่ก็คือการเป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งจะต้องจำหน่ายสินค้าในหลาย ๆ ประเทศการลงทุนในด้านโรงงานขนาดใหญ่หรือด้านการพัฒนาและการวิจัยซึ่งจะมีความเชื่อถือเฉพาะความต้องการภายในประเทศอย่างเดียวไม่ได้เพราะการมีความต้องการในประเทศจำนวนมากก็อาจไม่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้เป็นความต้องการเดียวกัน

- อัตราส่วนการเติบโตของความ ต้องการในประเทศ (Rate of Growth of Home Demand) ดูได้จากอัตราการเจริญเติบโตของสินค้านั้นยังมีอัตราการเติบโตมากก็แสดงว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันสูง นอกจากนี้การเจริญเติบโตของความ ต้องการในประเทศจะมีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีโดยเฉพาะช่วงที่อุตสาหกรรมต้องการความมั่นใจที่จะตัดสินใจที่จะลงทุนในตัวผลิตภัณฑ์หรือโรงงานใหม่ ๆ

- การรู้ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ (Early Home Demand) ซึ่งถ้ายังรู้ความต้องการเร็วเท่าใด ก็จะเป็นข้อได้เปรียบและช่วยให้อุตสาหกรรมนั้น ๆ ผลิตสินค้าได้ก่อนคู่แข่ง

โดยเฉพาะการสนองต่อความต้องการในประเทศจะทำให้การคาดการณ์ในความต้องการในประเทศได้จะยิ่งทำให้เกิดประโยชน์และเป็นข้อได้เปรียบ

- การอิ่มตัวเร็วของสินค้า (Early Saturation) ทำให้วงจรของสินค้านั้น ๆ สิ้นลงจึงทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าตัวใหม่อย่างต่อเนื่องและเกิดความพยายามที่จะยกระดับสินค้าอยู่ตลอดเวลาซึ่ง เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการลดราคาของสินค้านั้น ๆ เนื่องจากมีความต้องการของสินค้าตัวนั้นเพียงพอแล้ว จึงทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น

2.3 ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of Domestic Demand) ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยผลักดันให้บริการและสินค้าของประเทศได้นั้นประกอบด้วยดังนี้

- การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or Multinational Local Buyer) โดยเฉพาะถ้าคนที่ต้องการสินค้าหรือการบริการที่มีการเดินทางหรือเคลื่อนย้ายบ่อยก็จะทำให้ความต้องการสินค้านั้น ๆ จะกระจายออกไป ซึ่งจะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันนอกจากนี้ยังทำให้เกิดอุตสาหกรรมประเภทงานด่วนเกิดขึ้นมาซึ่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่เดินทางออกนอกถิ่นที่อยู่อาศัย

- อิทธิพลที่มีต่อความต้องการในต่างประเทศ (Influence on Foreign Needs) ความต้องการในประเทศจะสามารถนำไปสู่ความต้องการภายในต่างประเทศได้ เช่น การฝึกอบรมของแพทย์จากต่างประเทศ เมื่อแพทย์ที่ทำการฝึกอบรมกลับไปยังประเทศของตนเองแล้วก็จะมีความต้องการเครื่องมือทางการแพทย์แบบที่ใช้ฝึกอบรมกลับไปใช้ในประเทศของตนเองด้วย

2.4 ปัจจัยความต้องการที่เกื้อหนุนกัน (Interplay of Demand Conditions) การมีความต้องการหลากหลายในความต้องการของสินค้าในตลาดจะเป็นตัวเสริมทำให้เกิดการพัฒนาของตัวสินค้าในอุตสาหกรรมนั้นๆ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) เนื่องจากมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นก็จะเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันประกอบไปด้วย

- ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต (Competitive Advantage in Supplies Industries) ประเทศใด ๆ ที่มีอุตสาหกรรมประเภทผลิตวัตถุดิบที่สามารถป้อนให้กับอุตสาหกรรมอื่นอยู่แล้ว จะทำให้เกิดเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการเข้าสู่ตลาดได้ก่อนคู่แข่งจากภายนอกประเทศ

- ความได้เปรียบในอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง (Competitive Advantage in Related Industries) ช่วยให้อุตสาหกรรมได้รับการติดต่อหรือช่วยสนับสนุนแบบสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) หรือในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวพันกันทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การให้บริการ หรือการจัดจำหน่าย

4. กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรกำหนดขึ้นมาเอง เช่น เป้าหมายกลยุทธ์การจัดการในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการเอื้อทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศนั้น ๆ เช่น

4.1 เป้าหมายขององค์กร (Company Goal) ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาโดยโครงสร้างของการเป็นเจ้าขององค์กรแรงจูงใจของเจ้าหน้าที่การดำเนินงานและเจ้าของขององค์กรรวมถึงบทบาทของผู้ถือหุ้นในการที่จะพัฒนาทักษะของตนเองนอกจากนั้นยังต้องมีความตั้งใจสนใจที่รักษาไว้ซึ่งข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและยังมีความสัมพันธ์ของผู้บริหารกับพนักงานขององค์กรมีความสำคัญที่ทำให้องค์กรเกิดความเข้มแข็งจนสามารถเป็นประโยชน์ทางการแข่งขันได้

4.2 การแข่งขันภายในประเทศ (Domestic Rivalry) ประเทศที่ซึ่งเป็นผู้นำของโลกในอุตสาหกรรมในด้านใดก็ตามมักจะพบว่ามีการแข่งขันในกันอุตสาหกรรมนั้น ๆ สูงขึ้น เช่น ประเทศสวีเดนและเดนมาร์กซึ่งเป็นผู้นำในด้านเวชภัณฑ์ ยา จะมีบริษัทที่เป็นคู่แข่งในประเทศมากมาย

5. รัฐบาล (Government) ส่วนมากผลกระทบที่จะเกิดจากนโยบายของรัฐบาลโดยบางครั้งจะมีผลกระทบถึงการแข่งขันและโครงสร้างและการแข่งขัน โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านลบในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านบวก ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็นต้น อุปสงค์ในประเทศอาจจะได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ สภาพการแข่งขันในประเทศและยุทธศาสตร์โครงสร้างของบริษัทส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการป้องกันการผูกขาดและด้านภาษีเหล่านี้เป็นต้น ตามทฤษฎีความได้เปรียบของ Michel E. Porter ได้นำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์ที่ใช้ในการประเมินความแข็งแกร่งและความน่าสนใจของสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมแม้จะไม่สามารถให้คำตอบที่แน่นอนเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการที่ดีที่สุดแต่สามารถช่วยให้วิเคราะห์และเข้าใจความซับซ้อนของสถานการณ์และสนับสนุนการวางแผนการตัดสินใจทางกลยุทธ์ให้มีความคิดพิจารณาปัจจัยการเชื่อมโยงสถานการณ์ที่แตกต่างกันเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดการกับความเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงในองค์กรและอุตสาหกรรมต่าง ๆ

เพื่อวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และนโยบายที่มีผลต่อกิจกรรมขององค์กรและการแข่งขันในตลาดโลก

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง

2.2.1 ความหมายของความเสี่ยง

ฐิติมา วงศ์อินตา (2564) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงไว้ว่า ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งไม่สามารถทราบได้อย่างแน่นอนได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใดเมื่อเกิดความเสี่ยงเกิดขึ้นจะมีเหตุการณ์ที่เกิดจากความเสี่ยงนั้น ซึ่งเหตุการณ์นี้อาจมีประโยชน์ (Benefit) หรือเป็นภัย (Harm) ก็ได้

พิมพ์ชนก บุญอินทร์ (2564) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงไว้ว่า สิ่งต่าง ๆ หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายจนไม่อาจบรรลุ

ศิริพร บุญวรกิจ (2559) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงไว้ว่า ความเสี่ยงคือความไม่แน่นอนผลตอบแทนที่เราคาดหวังไว้ไม่เป็นไปตามที่เราคาดหวัง ซึ่งความเสี่ยงนี้เราไม่สามารถคาดการณ์ได้ผู้บริหารจึงต้องจัดการความเสี่ยงเพื่อให้ลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นตามมา และสามารถดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วรจักร สิริวิเศษวรกุล (2557) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงไว้ว่า เหตุการณ์ใด ๆ ซึ่งเกิดขึ้นแล้วทำให้อยู่ในภาวะอันตราย สูญเสีย เกิดความเสียหายต่อการดำเนินงานอาจทำให้ไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

จากการสังเคราะห์ความหมายของความเสี่ยง ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งหากเกิดขึ้นแล้วอาจทำให้สูญเสียเกิดความเสียหายต่อการดำเนินงาน จากความหมายของความเสี่ยงสามารถแบ่งได้เป็นหลายปัจจัย ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษา 1) ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม 2) ความเสี่ยงด้านการตลาด ซึ่งมีความหมายดังนี้

2.2.1.1 ความหมายของความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม

ฉัตรฤดี จงสุริยภาส และ ธนพร จนาพิระกนิษฐ (2562) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมไว้ว่า เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลในระดับมหภาคและไม่สามารถควบคุมได้ง่าย เช่น การเมือง เศรษฐกิจ และภัยพิบัติ เป็นต้น

Agustina Calatayd and Juan Antonio Ketterer (2016) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมไว้ว่า ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจโดยรวมแหล่งที่มาของความเสี่ยงเหล่านี้ อาจเป็นความไม่แน่นอนทางการเมือง เศรษฐกิจ หรือสิ่งแวดล้อม

จากการสังเคราะห์ความหมายของความเสียด้านระบบภาพรวม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความเสียด้านระบบภาพรวมเป็นความเสี่ยงระดับมหภาคและไม่สามารถควบคุมได้ นโยบายภาครัฐ ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ความผันผวนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ภัยอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดจากธรรมชาติ ซึ่งความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเด็นที่สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

1. เศรษฐกิจ

ชาวลิต ประสิทธิ์(2561) ได้ให้ความหมายของด้านเศรษฐกิจไว้ว่า ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กรในระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่าที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์

ศิริพร บุญวรกิจ (2559) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจ ไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทต่าง ๆ ทั้งในด้านการลงทุนและการบริหาร

ฉัฐญา ประสงค์สุข (2556) ได้ให้ความหมายของด้านเศรษฐกิจ ไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การวางกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของเศรษฐกิจจะส่งผลต่อการใช้ต้นทุนในการผลิตธุรกิจต้องรับมือและปรับตัวในการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ

จากการสังเคราะห์ความหมายของเศรษฐกิจ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทในด้าน การลงทุน การวางกลยุทธ์ การบริหาร ถ้าการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจตลอดเวลาจะส่งผลต่อการใช้ต้นทุนในการผลิต

2. กฎหมาย

อริศรา ผลวิจิตร (2560) ได้ให้ความหมายของด้านกฎหมายไว้ว่า ปัจจัยทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกกฎหมายของรัฐบาล เช่น กฎหมายที่สมาชิกทุกท่านภายในสังคมจะต้องปฏิบัติตาม เช่น กฎหมายแรงงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายภาษีอากร เป็นต้น

ศิริพร บุญวรกิจ (2559) ได้ให้ความหมายของด้านกฎหมายไว้ว่า เป็นความเสี่ยงในการถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย ความเสี่ยงที่บริษัทจะถูกดำเนินคดีตามกฎหมายจากการที่บริษัทไม่รับผิดชอบ ต่อสภาพแวดล้อมและสังคมละเมิดข้อบังคับหรือทำให้ลูกค้าเกิดความเสียหาย

ชลธิชา สิทธิวงศ์ (2559) ได้ให้ความหมายของด้านกฎหมายไว้ว่า กฎที่สถาบันหรือผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐตราขึ้นหรือเกิดจากจารีตประเพณีอันเป็นที่ยอมรับนับถือเพื่อให้ในการบริหารประเทศเพื่อใช้บังคับให้ปฏิบัติตามหรือเพื่อกำหนดระเบียบความสัมพันธ์

จากการสังเคราะห์ความหมายของกฎหมาย ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กฎหมายเป็นความเสี่ยงในการถูกดำเนินคดี ถ้าบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ที่มีผลต่อการทำธุรกิจ เช่น ภาษี การค้า การส่งออก การนำเข้า ลิขสิทธิ์ต่างๆ เป็นต้น

3. ภัยธรรมชาติ

คัมภีรดา ปือโต (2566) ได้ให้ความหมายของด้านภัยธรรมชาติไว้ว่า ความเสี่ยงจากภัยพิบัติเป็นโอกาสหรือความเป็นไปได้ในการได้รับผลกระทบทางลบจากการเกิดภัยพิบัติ โดยผลกระทบสามารถเกิดขึ้นกับชีวิต สุขภาพ การประกอบอาชีพ ทรัพย์สิน และบริการต่าง ๆ ในระดับบุคคล ชุมชน สังคม หรือประเทศ

ธนธิป แร่เจริญ (2561) ได้ให้ความหมายของด้านภัยธรรมชาติไว้ว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลให้เกิดอันตรายและเกิดความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินต่าง ๆ

ลิขิต น้อยจ่ายสิน (2557) ได้ให้ความหมายของด้านภัยธรรมชาติไว้ว่า ภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำโดยธรรมชาติหรือจากการกระทำของมนุษย์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้คนในชุมชนและชุมชนนั้นไม่สามารถจัดการกับภัยพิบัตินั้นได้ด้วยตนเอง

จากการสังเคราะห์ความหมายของภัยธรรมชาติ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เป็นความไม่แน่นอนทางธรรมชาติ ภัยอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

2.2.1.2 ความหมายของความเสี่ยงด้านการตลาด

ฉัตรฤดี จอญสุริยภาส และ ธนพร จนาพิระกนิษฐ (2562) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงด้านการตลาดไว้ว่า เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในตลาดที่เฉพาะเจาะจง เช่น ตลาดปลายทางของการส่งออก ประกอบไปด้วยความเสี่ยงด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ณ ประเทศปลายทาง วัฒนธรรมการบริโภค และสินค้าอื่น ๆ ที่สามารถทดแทนกันได้ในตลาดเดียวกัน

Agustina Calatayd and Juan Antonio Ketterer (2016) ได้ให้ความหมายของความเสี่ยงด้านการตลาดไว้ว่า เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในตลาดเฉพาะเจาะจงรวมถึงการผันผวนของราคาในประเทศและต่างประเทศสำหรับปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์ และการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค

จากการสังเคราะห์ความหมายของความเสี่ยงด้านการตลาด ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในตลาดที่เฉพาะเจาะจงเน้นไปที่การผันผวนของราคาในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและผลิตภัณฑ์ และการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค เช่น ความต้องการของผู้บริโภค วัฒนธรรมการบริโภค และสินค้าที่สามารถทดแทนได้ ซึ่งเสี่ยงด้านการตลาดสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเด็นที่สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

1. ผลិតภณท์

รจนา วิสุทธีวัฒน์ (2561) ได้ให้ความหมายของผลิตภณท์ไว้ว่า สินค้าบริษัทนำเสนอเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจที่จะบริโภคหรือต้องการใช้บริการ

ธนัชร ราตรีโชติ (2559) ได้ให้ความหมายของผลิตภณท์ไว้ว่า สิ่งที่สนองความต้องการของผู้บริโภคได้ และสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้ลูกค้าแล้วลูกค้าจะได้รับประโยชน์ของผลิตภณท์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้ให้ความหมายของผลิตภณท์ไว้ว่า เป็นสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภณท์อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้

จากการสังเคราะห์ความหมายของผลิตภณท์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สิ่งที่มีมนุษย์ผลิตคิดค้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แล้วผู้บริโภคจะได้รับคามพึงพอใจหรือประโยชน์ของผลิตภณท์นั้น ๆ

2. ช่องทางจัดจำหน่าย

อัมพร ฉาบพิมาย (2560) ได้ให้ความหมายของช่องทางจัดจำหน่ายไว้ว่า โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

ธนัชร ราตรีโชติ (2559) ได้ให้ความหมายของช่องทางจัดจำหน่ายไว้ว่า การนำเสนอบริการซึ่งมีผลต่อการรับรู้คุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่ต้องการนำเสนอ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้ให้ความหมายของช่องทางจัดจำหน่ายไว้ว่า โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภณท์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

จากการสังเคราะห์ความหมายของช่องทางจัดจำหน่าย ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังตลาดหรือผู้บริโภคเพื่อนำผลิตภณท์ออกไปสู่ตลาดเป้าหมาย

3. พฤติกรรมผู้บริโภค

นฤพนธ์ พงษ์สถิตย์ (2562) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลที่มีต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยสังเกตได้จากการให้ความสนใจ ความชอบ ความพอใจ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

อัมพร ฉาบพิมาย (2560) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาในการแสวงหาซื้อสินค้าและบริการที่คาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการได้

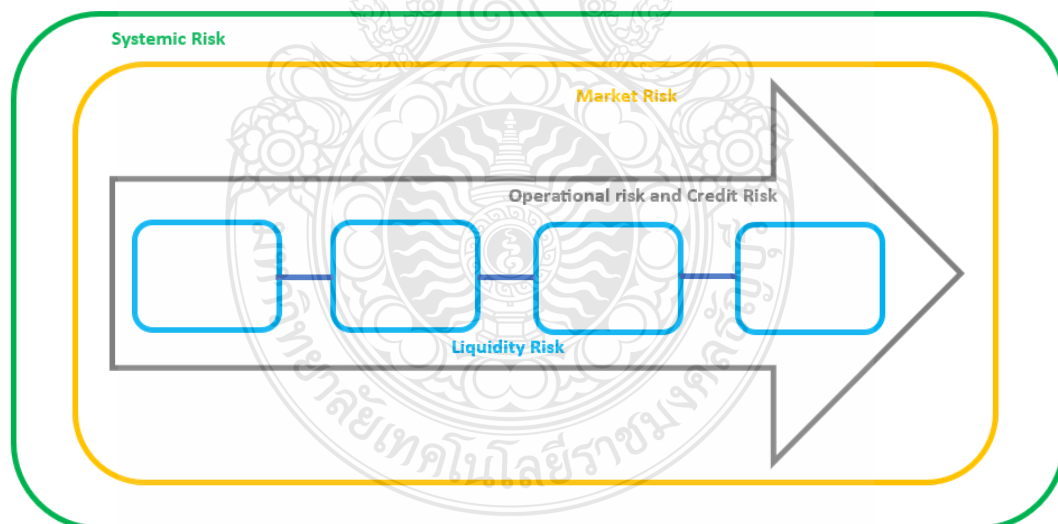
ธนัชพร ราตรีโชติ (2559) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การที่บุคคลแสดงออก โดยที่ความเกี่ยวข้องโดยตรงในการใช้สินค้าและบริการรวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีผลต่อการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

จากการสังเคราะห์ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกให้เห็นว่าต้องการใช้สินค้า ความพอใจในสินค้า ความสนใจในสินค้าหรือบริการในผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยง

การวิจัยครั้งนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมรวมถึงแนวคิดวิธีจำแนกความเสี่ยงที่แตกต่างกันที่ส่งผลต่อการส่งออกสินค้าของผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถแยกได้ตามระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและผลที่ตามมาอย่างชัดเจนในความเสี่ยงเชิงระบบสามารถเกิดขึ้นได้ในระดับโลก โดยไม่ได้ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมหรือระบบห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด ความเสี่ยงด้านการตลาดสามารถส่งผลกระทบต่อภาคส่วนของเศรษฐกิจ ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการและสินเชื่อซึ่งแสดงให้เห็นในระดับท้องถิ่นของห่วงโซ่อุปทานหรือในความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยความเสี่ยงต่าง ๆ สามารถอธิบาย ได้ดังนี้

แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016)

ความเสี่ยงจากแบบจำลองจากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงชั้นนอกสุดซึ่งเป็นความเสี่ยงในมุมมองภาพรวม จากนั้นจึงไล่เรียงกรอบความเสี่ยงในมุมมองที่แคบลงไปเรื่อย ๆ เสมือนเป็น

ความเสี่ยงจากภายนอกจนกระทั่งเป็นความเสี่ยงที่กระทบถึงการดำเนินงานภายในของระบบห่วงโซ่ โดยความเสี่ยงด้านต่างๆสามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม (Systemic Risk) เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลในระดับมหภาค และไม่สามารถควบคุมได้โดยง่าย เช่น สถานการณ์การเมือง ความผันผวนของเศรษฐกิจ และภัยธรรมชาติ เป็นต้น บางครั้งความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจมหภาคหมายถึง ความผันผวนในระดับของกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือราคาสัมพัทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามปกติ ความไม่แน่นอนของธรรมชาติทางสังคมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของผู้คน ซึ่งอาจสะท้อนหรือไม่สะท้อนให้เห็นในนโยบายของรัฐบาลหรือแนวปฏิบัติทางธุรกิจ (Goldsby, 2009) ความไม่แน่นอน ทางธรรมชาติรวมถึงปรากฏการณ์ต่าง ๆ เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง แผ่นดินไหวหรือพายุเฮอริเคน เป็นต้น แม้ว่าขนาดของความเสี่ยงเชิงระบบที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่หรือภาคส่วนของเศรษฐกิจของประเทศอาจแตกต่างกันแต่ลักษณะทั่วไปก็คือความเสี่ยงดังกล่าวจะได้รับผลกระทบไม่ทางใดก็ทางหนึ่งในบรรดาผลกระทบนี้ประเภทความเสี่ยงคือการหยุดชะงักบางส่วนหรือทั้งหมดของโซ่คุณค่า ซึ่งส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อความมั่นคงและการดำรงอยู่ของห่วงโซ่ดังกล่าว ความท้าทายที่ความเสี่ยงประเภทนี้นำเสนอต่อการดำเนินงานห่วงโซ่คุณค่ามีมากขึ้นเรื่อย ๆ ในบริบทของโลกาภิวัตน์ของการผลิตและการเกิดขึ้นของห่วงโซ่คุณค่าระดับโลกเช่นเดียวกับการเผชิญกับอิทธิพลของภาวะโลกร้อนที่เพิ่มขนาดและความน่าจะเป็นประเภทความเสี่ยงคือการหยุดชะงักบางส่วนหรือทั้งหมดของโซ่คุณค่า ซึ่งส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อความมั่นคงและการดำรงอยู่ของห่วงโซ่ดังกล่าว ความท้าทายที่ความเสี่ยงประเภทนี้นำเสนอต่อการดำเนินงานห่วงโซ่คุณค่ามีมากขึ้นเรื่อย ๆ ในบริบทของโลกาภิวัตน์ของการผลิตและการเกิดขึ้นของห่วงโซ่คุณค่าระดับโลกเช่นเดียวกับการเผชิญกับอิทธิพลของภาวะโลกร้อนที่เพิ่มขนาดและความน่าจะเป็นของการเกิดภัยธรรมชาติ

1.2 ความเสี่ยงด้านตลาด (Market risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นภายในตลาดที่เฉพาะเจาะจง เช่น ตลาดปลายทางของการส่งออก ประกอบไปด้วยความเสี่ยงด้านต่างๆ เช่น ด้านความต้องการของผู้บริโภคที่ประเทศปลายทาง วัฒนธรรมในการบริโภค และสินค้าอื่น ๆ ที่สามารถทดแทนกันได้ดังเช่น พฤติกรรมการเลือกซื้อทุเรียนมาจากความนิยมในการบริโภคทุเรียน ทุเรียนถือได้ว่าเป็นราชาแห่งผลไม้ ไม่ว่าจะเป็นรสชาติ สี กลิ่น และมีสรรพคุณทางยา ทำให้ความนิยมของทุเรียนพุ่งสูงขึ้นแต่ส่งผลให้ราคาก็พุ่งสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการเลือกซื้อทุเรียนแต่ละครั้งผู้บริโภคต้องไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนในการเลือกซื้อทุเรียน ไม่ว่าจะเป็นราคา รสชาติ พันธุ์ทุเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสนรี มะแน และพาตีเมาะ อาแยกาจิ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภคทุเรียนในจังหวัดยะลา ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมซื้อในการซื้อทุเรียนเฉลี่ยปีละ 1.58 ครั้ง/ปี โดยเลือกซื้อที่เนื้อสัมผัสของเนื้อทุเรียนอยู่ในระดับปานกลาง สีของเนื้อเป็นสีเหลือง มีรสชาติหวานมัน และมีกลิ่นปาน

กลาง โดยพันธมิตรที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคได้แก่ หมอนทอง ชะนี ก้านยาว หลงลับแล เป็นต้น เนื่องจากพันธมิตรพื้นเมืองมีความหลากหลายจึงทำให้มีรสชาติและคุณภาพที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคในการกลับมาซื้อซ้ำขึ้นอยู่กับความชอบของผู้บริโภค

1.3 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational risk) เป็นความเสี่ยงในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจ เช่น บุคลากรขาดความชำนาญในการปฏิบัติงาน บุคลากรขาดแรงจูงใจในการทำงาน ความเสี่ยงเหล่านี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อด้านการปฏิบัติการของธุรกิจตรงกับแนวคิดของ Everett and Watson (1998, pp. 371-390) ได้ระบุไว้ว่า จะมีหลายปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น การขาดแรงงานที่มีความชำนาญซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตสินค้าที่ทำให้เกิดการผลิตที่ล่าช้าออกไป และบางครั้งเกิดข้อผิดพลาดในการทำงานจึงเป็นข้อสำคัญที่ควรพิจารณาในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงของธุรกิจที่เกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่แน่นอนอาจทำให้เกิดการคาดการณ์การผลิตไม่มีประสิทธิภาพ (Miller, 1992, pp. 311-331) ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวของธุรกิจและผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการวางแผนและการจัดการธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น

1.4 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความสามารถในการชำระเงินและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ไม่เท่าเทียมกันจากการศึกษาของ Chittithaworn et al (2011, pp. 180-190) พบว่า ปัจจัยด้านการเงินจะเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งจะมีบทบาทสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จได้ควรมีการจัดการทางการเงินอย่างเหมาะสมและมีการวางแผนการเงินที่ดีจะสามารถช่วยให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตได้นอกจากนี้เรื่องการให้เครดิตทางการค้า (Credit term) ยังมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็กโดยขนาดของกิจการจะมีผลต่อเครดิตเทอมและความสามารถต่อรองกับคู่ค้า ส่วนกิจการขนาดเล็กอาจจะไม่มีความสามารถในการต่อรองเท่ากับกิจการขนาดใหญ่ นอกจากนี้กิจการขนาดใหญ่ทำให้การให้เครดิตทางการค้าเป็นไปอย่างง่ายและมีข้อจำกัดน้อย (Wilson and Summers, 2002, pp. 317-351) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและความเป็นไปได้ในการขยายขนาดของธุรกิจ

1.5 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากปัญหาด้านเครดิตจึงก่อให้เกิดความไม่มีเสถียรภาพด้านการเงินและเสถียรภาพด้านการผลิตอาทิ ความเสี่ยงจากการขึ้น-ลงของราคาวัตถุดิบในการผลิตโดยงานวิจัยของ Moheb-Alizadeh and Handfield (2018) ได้ศึกษาถึงความผันผวนของราคาวัตถุดิบการผลิตและราคาสินค้าพบว่า ความผันผวนของราคาวัตถุดิบส่งผลโดยตรงให้เกิดความผันผวนของราคาสินค้า ซึ่งผลกระทบของความผันผวนดังกล่าวจะมีมากขึ้นหากสินค้านั้นมีส่วนต้นทุนการผลิตที่มาจากราคาวัตถุดิบในอัตราสูง นอกจากนี้การศึกษาของ Achzet and Helbig (2013, pp. 435-447) ยังได้ระบุว่าการขาดแคลนวัตถุดิบการผลิต

(raw materials) เป็นปัญหาด้านหลักประกันที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจที่ส่งผลไปถึงสภาพคล่องในการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการเช่นเดียวกับ Rosenau-Tornow et al (2009, pp. 161- 175) ที่ได้ศึกษาแบบจำลองการลดความเสี่ยงของการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตในระยะยาวและระบุว่า การขาดแคลนวัตถุดิบเป็นปัญหาที่ไม่สามารถคาดเดาได้ล่วงหน้า จึงทำให้การตัดสินใจผลิตและการเข้าสู่ตลาดเป็นไปด้วยความลำบากยิ่งขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งออก

2.3.1 ความหมายของการส่งออก

พรรณวดี เลิศลุมพินธ์ (2561) ได้ให้ความหมายของการส่งออกไว้ว่า การจำหน่ายสินค้าและบริการของประเทศหนึ่งในต่างประเทศการจำหน่ายสินค้าและบริการเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความแตกต่างของต้นทุนเปรียบเทียบและราคาสินค้าระหว่างประเทศ

ณัฐชา นวลคำมา (2557) ได้ให้ความหมายของการส่งออกไว้ว่า การส่งผลผลิตหรือสินค้าไปขายยังต่างประเทศ

ศรีสุภา สหชัยเสรี (2538) ได้ให้ความหมายของการส่งออกไว้ว่า การขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดประเทศนั้นจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่จะเข้าสู่ตลาดระหว่าง ซึ่งก็คือการส่งออกในปัจจุบันนี้มีผู้ทำธุรกิจทางด้านการส่งออกอยู่มาก ซึ่งธุรกิจที่มีความสามารถทางการเงินและการตลาดที่ดีสามารถติดต่อกับผู้ซื้อได้โดยตรงหรือทำการโดยผ่านบริษัทคู่ค้าระหว่างประเทศ

จากการสังเคราะห์ความหมายของการส่งออก ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การทำการจัดส่งสินค้าและบริการจากต้นทางถึงปลายทาง การส่งออกจะเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ ธุรกิจการส่งออกสามารถติดต่อกับผู้ซื้อหรือผู้ขายโดยตรง หรือทำโดยผ่านตัวแทนโดยวัดได้ 2 ด้าน คือ ผลดำเนินงานด้านการเงิน และส่วนแบ่งทางการตลาด

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งออก

กนกเนตร จันทบาล (2563) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานทางการตลาด หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิด จากกระบวนการในการวางแผนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

1. ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) หมายถึง สัดส่วนของลูกค้านายและยอดขายสินค้าในกลุ่มธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร โดยแบ่งส่วนตลาดคิดเป็นร้อยละจากมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของแต่ละปี

2. ด้านการเติบโตของยอดขาย (Growth Revenue) หมายถึง กระแสเงินสดที่องค์กรได้จากการขายสินค้าหรือบริการและการเติบโตหลักนั้นเกิดจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายการ

เพิ่มขึ้นของกำไร และทำให้ องค์กรทราบถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายอย่างต่อเนื่องเป็นเปอร์เซ็นต์ (%) จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

3. ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลต่อสินค้าและบริการซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ ตนต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วรเทพ ตรีวิจิตร (2562) กล่าวว่า ผลการดำเนินการส่งออกหมายถึง ความสามารถ ขององค์กรครอบคลุมการวัดผลการทำงานในด้านคุณภาพและปริมาณ โดยมีวิธีการวัดผลการดำเนินงาน นี้จะเน้นการวัดที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน การวัดที่เป็นตัวเงิน เช่น กำไรที่เกิดจากการส่งออก ส่วนแบ่งทางการตลาดที่ได้รับ และการเพิ่มขึ้นของกำไร ส่วนตัววัดที่ไม่ใช่การเงิน เช่น ความพอใจของ ลูกค้า ความพอใจของพนักงาน นวัตกรรมในการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ผลดำเนินการส่งออกทางการเงิน (Financial Export Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ทางการเงินซึ่งจะวัดผลได้ในเชิงปริมาณ เช่น การวัดนี้มีไว้เพื่อการประเมินความสำเร็จ ทางการเงินในการส่งสินค้าออก

2. ผลดำเนินการส่งออกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Export Performance) หมายถึง ระบุถึงความสามารถขององค์กรในการปรับแผนและปฏิบัติตามเป้าหมาย เพื่อให้เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น พัฒนาด้านการแข่งขัน เครื่องหมายทางการค้า และการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น

3. ความพึงพอใจในการส่งออก (Satisfaction with the Export Firm) หมายถึง ความคาดหวังของผู้ประกอบการในความสำเร็จของการส่งออกและความพึงพอใจของลูกค้าใน ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ผู้ประกอบการส่งสินค้าออกไป

วันรักษ์ มิ่งมณีนา (2549) กล่าวว่า ปัจจัยการส่งออก หมายถึง การที่ประเทศมี ความสามารถส่งออกสินค้าและบริการ ซึ่งอาจนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวนั้นจะขึ้นอยู่กับ ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย

1. ปริมาณการผลิตในประเทศ : การส่งออกจะมีความเกี่ยวข้องกับปริมาณ การผลิตในประเทศถ้าประเทศสามารถผลิตสินค้าเพิ่มมากเกินไปความต้องการภายในประเทศแล้วจะมี สินค้าส่วนเกินหรือสินค้าเหลือที่สามารถส่งออกได้แต่ในกรณีประเทศที่ผลิตสินค้าน้อยกว่าความต้องการ การส่งออกจะจำเป็นต้องเริ่มด้วยการเพิ่มการผลิตภายในประเทศให้เพียงพอ

2. ต้นทุนการผลิต : ต้นทุนการผลิตมีความสำคัญในการกำหนดราคาสินค้าสำหรับการส่งออกประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำอาจมีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลกได้ในราคาที่ต่ำกว่าประเทศอื่นที่มีต้นทุนสูง

3. อัตราเงินเฟ้อ : อัตราเงินเฟ้อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อราคาของสินค้าและบริการที่ส่งออกไปต่างประเทศ ถ้าอัตราเงินเฟ้อสูงจะมีผลทำให้ราคาสินค้าและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นทำให้การส่งออกสินค้าที่มีราคาสูงอาจจะทำให้มีความยากลำบากในการแข่งขันกับต่างประเทศ

4. นโยบายการค้าของต่างประเทศ : นโยบายการค้าที่เปิดโอกาสและไม่มีข้อจำกัดในการนำเข้าสินค้าอาจส่งผลให้มีการส่งออกมากขึ้น บางครั้งการเปิดตลาดโลกจะมีผลทำให้ราคาสินค้าเข้าถึงตลาดได้ง่ายและในบางประเทศนโยบายการค้าที่มีข้อกำหนดและอุปสรรคในการนำเข้าอาจส่งผลให้การส่งออกมีข้อจำกัดเช่นกัน แต่ถ้าต่างประเทศใช้นโยบายการค้ากีดกันสินค้าจากต่างประเทศโดยวิธีการต่าง ๆ ทำให้ประเทศไม่สามารถส่งสินค้าเข้าไปขายยังประเทศนั้นๆ ได้สะดวกหรือจำเป็นต้องเสียภาษีนำเข้าสูงจะทำให้การส่งออกและรายได้จากการส่งออกต่ำลง

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ : ราคาขายสินค้าและบริการที่ส่งออกไปต่างประเทศจะมีความเกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินระหว่างประเทศด้วย ถ้าอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลเงินต่างประเทศกับสกุลเงินของประเทศคู่ค้า จะมีผลต่อราคาสินค้าและการบริการส่งออกอัตราแลกเปลี่ยนที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลให้สินค้าของประเทศนั้น ๆ ราคากว้างหรือราคาแพงเกินไปก็ได้

6. นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล : นโยบายของรัฐบาล เช่น การส่งเสริมการส่งออกผ่านการลดภาษีส่งออก การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการค้าข้ามชาติ และการปรับปรุงพิธีการทางศุลกากรอาจส่งผลให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้นได้

7. ราคาของสินค้าออก : ราคาสินค้าที่ส่งออกต้องสอดคล้องกับราคาในตลาดต่างประเทศมีผลต่อการส่งออก ถ้าราคาสินค้าสูงกว่าตลาดต่างประเทศการส่งออกจะมีโอกาสลดลงราคาที่ต่ำกว่าราคาในตลาดต่างประเทศอาจส่งผลให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้น

8. ความต้องการของตลาดต่างประเทศ : ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้าหากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในเกณฑ์ดีความต้องการซื้อสินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศจะมีมากทำให้การส่งออกสดใสตามไปด้วยส่วนในกรณีตรงข้ามการส่งออกจะลดลง

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เฉลิมเกียรติ ร้างเล็ก ญัฐวงศ์ พูนพล และศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์ (2566) ทำการวิจัยเรื่องอิทธิพลของผู้บริหารระดับสูงแบบตีสองหน้า นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและแรงกดดันจากการแข่งขันใน

ตลาดที่มีต่อระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย เพื่อ

- 1) ศึกษาอิทธิพลของผู้บริหารระดับสูงแบบตีสองหน้านวัตกรรมทางเทคโนโลยีและแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาดที่มีต่อระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย
- 2) ศึกษาอิทธิพลของระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการส่งออกที่อยู่ในฐานข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 225 ราย ผลการวิจัยพบว่าผู้บริหารระดับสูงแบบตีสองหน้านวัตกรรมทางเทคโนโลยีและแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทยซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารระดับสูงแบบตีสองหน้านวัตกรรมทางเทคโนโลยีและแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การเปิดใช้งานระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงในฐานะแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทยนอกจากนี้ ระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงยังมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีกด้วย การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการเปิดใช้งานระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงในองค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารแบบตีสองหน้า คำนึงถึงคุณภาพของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีอยู่และแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาด การศึกษานี้มีส่วนช่วยในการขยายความเข้าใจยิ่งขึ้นสำหรับวรรณกรรมเกี่ยวกับเทคนิคของการบัญชีบริหารในยุคดิจิทัลตลอดจนทิศทางการวิจัยในอนาคต

สำราญข้าโสม และกฤติยา เกิดผล (2565) ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความเสี่ยงของการส่งออกมังคุดจากจังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงในการส่งออกมังคุดไปประเทศจีนและประเมินความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยงของโซ่อุปทานมังคุดเพื่อการส่งออกในจังหวัดจันทบุรีโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอขลุงและอำเภอมะขามจำนวน 30 ราย ผลการศึกษาพบว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานมังคุดเพื่อการส่งออกมังคุดไปประเทศจีนมีจำนวน 5 ด้านได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการขนส่ง 4) ด้านการตลาด และ 5) ด้านการแข่งขันประกอบด้วย 15 ปัจจัยแล้วนำมาประเมินความเสี่ยงที่สูงที่สุดคือ 1) ความต้องการของลูกค้าชาวจีน 2) ความไม่แน่นอนของราคามังคุดและ 3) นโยบายภาครัฐและภาคเอกชนจากความเสี่ยงสูงที่สุด นำมาหาแนวทางในการจัดการความเสี่ยงได้ว่าควรจะต้องงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการสินค้าเกี่ยวกับมังคุดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและเพิ่มความต้องการในการบริโภคมังคุดในต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นควรระบุมาตรฐานในการคัดเกรดผลผลิตและราคาในการรับซื้อให้ชัดเจนรัฐบาลควรสนับสนุนการวิจัยในประเด็นของการกำหนดราคามังคุดให้เหมาะสมและควรกำกับดูแลผู้รับซื้อชาวต่างชาติที่เข้ามาสั่งซื้อผลไม้

ฐิติมา วงศ์อินตา (2565) ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงของโซ่อุปทานทุเรียนเพื่อการส่งออกในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีเพื่อศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีและเสนอแนวทางในการบริหารความเสี่ยงในโซ่อุปทานทุเรียน ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการตอบแบบสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานทุเรียนส่งออก โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เกษตรกรจำนวน 13 ราย ผู้รวบรวมจำนวน 2 ราย และผู้ส่งออกจำนวน 2 ราย และครั้งที่ 2 เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เกษตรกร จำนวน 3 ราย ผู้รวบรวม 1 ราย และนักวิชาการ 1 ราย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงในโซ่อุปทานทุเรียนส่งออกของจังหวัดจันทบุรีพบว่า มีปัจจัยเสี่ยงแบ่งได้ 10 ประเภท ประกอบด้วยจำนวน 29 ปัจจัยเสี่ยง ผลการประเมินปัจจัยเสี่ยงของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ เกษตรกร ผู้รวบรวมหรือล้ง และผู้ส่งออกให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ความเสี่ยงด้านสภาพอากาศ ความเสี่ยงด้านราคา ความเสี่ยงด้านโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐาน ความเสี่ยงด้านนโยบาย ความเสี่ยงด้านแรงงาน และความเสี่ยงด้านการผลิต ผู้วิจัยได้เสนอกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยงที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของเกษตรกร ผู้รวบรวม และผู้ส่งออก ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การลดโอกาสเกิดความเสี่ยง กลยุทธ์การลดผลกระทบความเสี่ยง กลยุทธ์การถ่ายโอนความเสี่ยง และกลยุทธ์การรับมือกับความเสี่ยง

รัชฎา พรหมหิตาทร และศิริกาญจน์ ดุลยวิจักขณ์ (2563) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความเสี่ยงในโซ่อุปทานของน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์เพื่อส่งออกประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโซ่อุปทานน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ส่งออกประเทศญี่ปุ่นของบริษัทกรณีศึกษาในจังหวัดราชบุรี 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานของบริษัทกรณีศึกษาในจังหวัดราชบุรี 3) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานของบริษัทกรณีศึกษาในจังหวัดราชบุรี รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า โซ่อุปทานน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ใช้ SCOR Model ประกอบไปด้วย เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยในจังหวัดราชบุรี ทำการปลูกอ้อย และต้นอ้อยจะถูกรวบรวมโดยผู้รวบรวมนำส่งโรงงานผลิตน้ำตาลในจังหวัดราชบุรีเพื่อแปรรูปออกมาเป็นน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์จากนั้นโรงงานส่งไปยังบริษัท ยูโนเด็ต สแตนดาร์ด เทอร์มินัล จำกัด เพื่อทำการส่งออกน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ไปประเทศญี่ปุ่น ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ส่งออกประเทศญี่ปุ่นทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และใช้ SCOR Model ในการแบ่งปัจจัยความเสี่ยงตามดังนี้ ต้นน้ำมีปัจจัยเสี่ยงทั้งหมด 8 ปัจจัย กลางน้ำมีปัจจัยเสี่ยงทั้งหมด 8 ปัจจัย และปลายน้ำมีปัจจัยเสี่ยงทั้งหมด 9 ปัจจัย ผลการประเมินความเสี่ยงโซ่อุปทานน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ในส่วนของต้นน้ำความเสี่ยงสูงสุด คือการถูกรบกวนของศัตรูพืช กลางน้ำความเสี่ยงสูงสุด คือการจัดการการรับคืนและปลายน้ำคือ สินค้าไม่ได้คุณภาพ

ฉัตรฤดี จงสุริยภาส และธนพร จนาพิระกนิษฐ (2562) ทำการวิจัยเรื่อง ความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดียของ SME ไทย เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทยไปยังตลาดประเทศอินเดียตลอดจนการเสนอแนวทางการเพิ่มโอกาสการส่งออกในบริบทของ PPP (Private Public และ Partnership) โดยงานวิจัยได้เน้นศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ไทย ที่ผลิตลำไยแปรรูป มะขามแปรรูป และมะพร้าวแปรรูป จำนวนทั้งสิ้น 111 ราย เพื่อหาปัจจัยเสี่ยงแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจส่งออกผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเสี่ยงด้านวัฒนธรรม การบริโภคและความพึงพอใจต่อสินค้าของผู้บริโภคอินเดีย รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายและความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลที่ SME ไทยได้รับเป็นความเสี่ยงสำคัญในการส่งออกไปยังตลาดอินเดีย

วรพจน์ เกษอาจค์ และ รัชญา พรหมหิตาทร (2561) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยเสี่ยงในการส่งออกสินค้าทางเรือไปทวีปเอเชีย กรณีศึกษา บริษัท เอปียี จำกัด มหาชน วัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษปัจจัยเสี่ยงในการส่งออกสินค้าทางเรือไปทวีปเอเชีย จากการวิเคราะห์ค่าคะแนนความเสี่ยงด้วยการวิเคราะห์ความล้มเหลวและผลกระทบ (FMEA) ผลการศึกษาพบว่าความเสี่ยง 5 อันดับแรกได้แก่ ปัจจัยความเสี่ยงภายในคือ 1. ด้านบุคลากรในการจัดทำเอกสารผิดพลาดมีค่า RPN อยู่ที่ 218.20 คะแนน 2. ด้านการดำเนินงานในการตรวจสอบเอกสารที่ประเทศปลายทางมีค่า RPN อยู่ที่ 209.71 คะแนน ปัจจัยความเสี่ยงภายนอกคือ 3. การให้บริการของสายเรือมีค่า RPN อยู่ที่ 121.40 คะแนน จากนั้นทำการเลือกปัจจัยด้านบุคลากรในการจัดทำเอกสารผิดพลาดมาทำการบริหารความเสี่ยงลำดับแรกทำการหาสาเหตุของความเสียหายโดยใช้วิธีการวิเคราะห์แผนผังและสาเหตุพบว่า พนักงานมีการทำงานที่ไม่ตรงกันมีบางจุดที่พนักงานทำงานไม่เหมือนกันเป็นต้น และได้นำหลักการบริหารความเสี่ยง (Risk management) มาใช้ในการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว โดยความเสี่ยงจากการที่เอกสารในการส่งออกสินค้ามีความผิดพลาดใช้การลด/ควบคุมความเสี่ยงโดยการจัดทำคู่มือในการปฏิบัติเพื่อให้ปฏิบัติงานเหมือนกันเพื่อป้องกันความผิดพลาด โดยในความเสี่ยงที่มีค่าคะแนนอยู่ในลำดับที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยไม่สามารถนำมาบริหารความเสี่ยงได้เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกไม่สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งต่อการส่งออกทุเรียน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งต่อการส่งออกทุเรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ระดับองค์กร (Organization Unit) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวนทั้งหมด 19,321 คน (ข้อมูล ณ เดือน ธันวาคม 2565)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 19,321 คน ด้วยวิธีการกำหนดตัวอย่างที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรได้โดยใช้สูตรตามวิธีของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 (0.05)

เมื่อแทนค่าขนาดของประชากรในสูตรจะได้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\
 n &= \frac{(19,321)}{1+19,321 (0.05)^2} \\
 n &= \frac{19,321}{1+19,321 (0.0025)} \\
 n &= \frac{19,321}{1+48.3} \\
 n &= \frac{19,321}{49.3} \\
 n &= 391.90669 \approx 392 \text{ ราย}
 \end{aligned}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด 392 คน และผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 8 คนจากกลุ่มตัวอย่างเดิมในการสำรวจเพื่อป้องกันการสูญหายและไม่ได้รับการตอบกลับของแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงได้เพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ อำเภอทุ่งสง อำเภอลานสกา อำเภอพรหมคีรี ซึ่งส่วนใหญ่จะมีสวนทุเรียน 3-5 ไร่ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามซึ่งได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามพร้อมทั้งกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยได้ขอคำแนะนำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2.2 กำหนดข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยกรอบแนวคิดและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยโดยการสร้างตัวชี้วัดสำหรับตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด 3 ตัวแปรโดยมีเนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายการวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะประกอบด้วยตัวชี้วัดปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ตัวชี้วัดปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด และตัวชี้วัดการส่งออกเพื่อใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งมีการวัดตัวแปรโดยการกำหนดนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการดังนี้

1) ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) การเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 2) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่มาจากนโยบายการเงินแห่งประเทศไทยทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนได้รับผลกระทบอย่างมาก 3) อัตราเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าทั่วไปสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการธุรกิจการส่งออกทุเรียนลดลง 4) ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนลดลง 5) สถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในปัจจุบันทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 2. ด้านกฎหมาย เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) การได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น เขตการค้าเสรีที่ยกเว้นภาษีนำเข้ามีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น 2) การขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกกับกรมวิชาการเกษตรทำให้ประเทศที่ทำการสั่งซื้อทุเรียนมีความเชื่อมั่นในทุเรียนที่มาจากประเทศไทย 3) รัฐบาลไทยมีนโยบายการกำกับดูแลการส่งออกทุเรียนอย่างเข้มงวดทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาตลาดส่งออกทุเรียนไทยได้อย่างต่อเนื่อง 4) การกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ 3. ด้านภัยธรรมชาติ เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2) ปัญหาภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ต่อการดำเนินการส่งออกทุเรียน 3) ภัยแล้งทางธรรมชาติทำให้จำนวนผลผลิตทุเรียนในการส่งออกลดลง 4) ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมีจำนวนลดลง 5) การเกิดภัยธรรมชาติทำให้สภาพของดินในการปลูกทุเรียนเกิดการเสื่อมสภาพและเป็นปัญหาในการปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออก

2) ความเสี่ยงด้านการตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) ผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน 2) การได้รับมาตรฐาน GAP จากสำนักงานการเกษตรสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งออกทุเรียน 3) ขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง 4) ผลผลิตทุเรียนที่ทันทูปลูกเป็นพันธุ์ที่ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ 5) ทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง 2. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) การลดระยะเวลาในการขนส่งทุเรียนไปต่างประเทศทำให้สามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เพิ่มขึ้น 2) การรับประกันสินค้าในการขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น 3) การใช้เทคโนโลยีในการขนส่งในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจ 4) การเข้าร่วมแสดงสินค้าประเภทผลไม้ในต่างประเทศสามารถเพิ่มยอดขายในการส่งออกได้

เป็นอย่างดี 5) ตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี 3. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) ผู้บริโภคพึงพอใจต่อคุณภาพและราคาของทุเรียนจากการส่งออกของท่าน 2) การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศโดยมีการสื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี 3) การส่งออกทุเรียนที่ปลอดภัยและมีจะเป็นที่สนใจจากผู้บริโภคในต่างประเทศ 4) ความมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยทำให้ความต้องการทุเรียนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น 5) การรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศในด้านการคุณภาพทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและฟัน หรือด้านอื่น ๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ

3) การส่งออก ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลดำเนินงานด้านการเงิน เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) ธุรกิจทุเรียนส่งออกมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา 2) ธุรกิจทุเรียนส่งออกมีกำไรที่แน่นอนและต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา 3) ธุรกิจทุเรียนส่งออกมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภครายเก่า 4) ธุรกิจทุเรียนส่งออกมีการลดต้นทุนในการผลิต 5) ธุรกิจทุเรียนส่งออกมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2. ด้านส่วนแบ่งการตลาด เป็นการวัดที่ประกอบไปด้วย 1) ธุรกิจทุเรียนส่งออกสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง 2) ธุรกิจมีการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภครายใหม่เพิ่มขึ้น 3) ส่วนแบ่งทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาของทุเรียนส่งออกของท่าน 4) ส่วนแบ่งทางการตลาดมีผลต่อราคาขายหรือกำไรในการส่งออกทุเรียน 5) การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น

3.2.3 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

3.2.4 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขข้อคำถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยหลังจากนั้นได้รับการพิจารณาตรวจสอบแล้วผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะต่าง ๆ ไปปรับปรุงแก้ไข

3.2.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องในสำนวนการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามและพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และปรับปรุงแก้ไขด้านสำนวนภาษาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

สูตร หาค่า IOC

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนที่ผู้ทรงคุณวุฒิลงคะแนนเครื่องมือ

N = จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ก่อนหาค่า IOC มีข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 39 ข้อ

3.2.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงแก้ไขแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาในการตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out)

3.2.7 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ส่งออกทุเรียนจังหวัดปทุมธานีซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัยจำนวน 30 คน หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือต่อไป

3.2.8 ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามข้อนั้นกับคะแนนรวมข้อที่เหลือการทดสอบแบบ (Item-Total Correlation) โดยนำแบบสอบถามส่วนที่ 2 3 และ 4 มาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์แล้วมาวิเคราะห์ผลซึ่งผลที่ได้อำนาจจำแนกของข้อคำถามควรตัดออกหรือปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่าต่ำ ๆ (ต่ำกว่า 0.3 ตัดออก) (Hair et al., 2006) ผู้วิจัยดำเนินการตัดข้อนั้นทิ้งแต่เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าไม่มีข้อคำถามที่ถูกตัด

3.2.9 ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) หากพบว่าค่าอัลฟาต่ำกว่าระดับ 0.50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อยหากค่าอัลฟายู่ระหว่าง 0.50-0.65 กล่าวว่าเชื่อถือได้ปานกลางและค่าอัลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป กล่าวว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546) โดยได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.974

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ (Check list) 4 ข้อ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้การส่งออกทุเรียน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมจำนวน 14 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ จำนวน 5 ข้อ ด้านกฎหมาย 4 ข้อ ด้านภัยธรรมชาติ จำนวน 5 ข้อ และด้านเทคโนโลยี จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์ให้คะแนนดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การให้คะแนนปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การวิเคราะห์คะแนน

ในการพิจารณาเกณฑ์การวิเคราะห์คะแนน ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์การแปลระดับจากการคำนวณหาค่าอันตรายภาคขึ้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าอันตรายภาคขึ้น} &= \frac{(\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 \text{การจัดกลุ่มปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม} &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

สามารถแปลความหมายของระดับคะแนน ได้ดังนี้

ระดับคะแนน	การแปลความหมาย	
4.24 – 5.00	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
3.43 – 4.23	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ความคิดเห็นระดับมาก
2.62 – 3.42	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ความคิดเห็นระดับปานกลาง
1.81 – 2.61	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ความคิดเห็นระดับน้อย
1.00 – 1.80	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด จำนวน 15 ข้อ แบบสอบถาม มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ 5 ข้อ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำนวน 5 ข้อ และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์ให้คะแนนดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์การให้คะแนนปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การวิเคราะห์คะแนน

ในการพิจารณาเกณฑ์การวิเคราะห์คะแนน ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์การแปลระดับจากการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ค่าอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

การจัดกลุ่มปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

สามารถแปลความหมายของระดับคะแนน ได้ดังนี้

ระดับคะแนน	การแปลความหมาย	
4.24 – 5.00	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
3.43 – 4.23	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ความคิดเห็นระดับมาก
2.62 – 3.42	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ความคิดเห็นระดับปานกลาง
1.81 – 2.61	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ความคิดเห็นระดับน้อย
1.00 – 1.80	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามการส่งออก จำนวน 10 ข้อ แบบสอบถาม มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน 5 ข้อ และด้านส่วนแบ่งการตลาด จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์ให้คะแนนดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การให้คะแนนการส่งออก

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

เกณฑ์การวิเคราะห์คะแนน

ในการพิจารณาเกณฑ์การวิเคราะห์คะแนน ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์การแปลระดับจากการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

สามารถแปลความหมายของระดับคะแนน ได้ดังนี้

ระดับคะแนน	การแปลความหมาย
4.24 – 5.00	การส่งออก ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
3.43 – 4.23	การส่งออก ความคิดเห็นระดับมาก
2.62 – 3.42	การส่งออก ความคิดเห็นระดับปานกลาง
1.81 – 2.61	การส่งออก ความคิดเห็นระดับน้อย
1.00 – 1.80	การส่งออก ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามกลับคืนมาโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยติดต่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกในจังหวัดนครราชสีมา

3.4.2 เมื่อได้รับอนุญาตแล้วผู้วิจัยได้ติดต่อกับผู้ประสานงานเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.4.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 ฉบับ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำหรับการประมวลผลข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

3.5.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้การส่งออกทุเรียน

3.5.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ และอธิบายถึงระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

3.5.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ ใช้วิเคราะห์ตัวแปรที่ส่งผลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 2 3 4 5 6 ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
3. ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
4. ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
5. ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน
6. ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน



บทที่ 4

ผลของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน และเพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์และตารางประกอบการบรรยายตามลำดับดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
n	หมายถึง	กลุ่มตัวอย่าง
p	หมายถึง	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
b	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
S.E	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า
S.E.b	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่า b
R	หมายถึง	ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	หมายถึง	ค่ากำลังสองของ R
Adjust R^2	หมายถึง	ค่า R^2 ที่ปรับแล้ว
*	หมายถึง	ค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	หมายถึง	ค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกทุเรียน

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	132	33
หญิง	268	67
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 และเป็นเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33

ตารางที่ 4.2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-25 ปี	6	1.5
26-30 ปี	15	3.8
31-35 ปี	66	16.5
36-40 ปี	126	31.4
41 ปีขึ้นไป	187	46.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่ มีอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ มีอายุ 36-40 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 มีอายุ 31-35 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และมีอายุ 21-25 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ ปวช. / ปวส.	104	26
ปริญญาตรี	265	66.3
ปริญญาโท	24	6
ปริญญาเอก	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยส่วนใหญ่ระดับการศึกษาคือ ปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา / ปวช. / ปวส. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ปริญญาโท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้การส่งออกทุเรียนต่อปี

รายได้การส่งออกทุเรียนต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000,000 บาท	75	18.8
1,000,001 – 1,200,000 บาท	100	25
1,200,001 – 1,400,000 บาท	111	27.8
1,400,001 - 1,600,000 บาท	82	20.5
มากกว่า 1,600,001 บาทขึ้นไป	32	8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้การส่งออกทุเรียนต่อปี พบว่าผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยส่วนใหญ่มีรายได้ 1,200,001 – 1,400,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือมีรายได้ 1,000,001 – 1,200,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีรายได้ 1,400,001 - 1,600,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีรายได้ น้อยกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมีรายได้มากกว่า 1,600,000 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมด้านเศรษฐกิจ โดยรวมเป็นรายข้อ

(n=400)

ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านเศรษฐกิจ			
1. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น	3.81	0.745	มาก
2. ท่านคิดว่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่มาจากนโยบายการเงินแห่งประเทศไทยทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนได้รับผลกระทบอย่างมาก	3.95	0.830	มาก
3. ท่านคิดว่าอัตราเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าทั่วไปสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการธุรกิจการส่งออกทุเรียนลดลง	3.94	0.913	มาก
4. ท่านคิดว่าต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนลดลง	3.98	0.960	มาก
5. ท่านคิดว่าสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในปัจจุบันทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น	4.13	0.831	มาก
รวม	3.96	0.601	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัย ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.96$, $SD=0.601$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้ม ขยายตัวเพิ่มขึ้นในปัจจุบันทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.831$) รองลงมาได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการส่งออก ทุเรียนลดลง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.960$) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุล เงินที่มาจากนโยบาย การเงินแห่งประเทศไทยทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนได้รับผลกระทบ อย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$, $SD=0.830$) อัตราเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าทั่วไปสูงขึ้นทำ ให้ผลประกอบการธุรกิจการส่งออกทุเรียนลดลง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.913$) และการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$, $SD=0.745$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย โดยรวมเป็นรายข้อ

(n=400)			
ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านกฎหมาย			
1. ท่านคิดว่า การได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น เขตการค้าเสรีที่ยกเว้นภาษีนำเข้า มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น	3.99	0.824	มาก
2. ท่านคิดว่า การขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออก กับกรมวิชาการเกษตรทำให้ประเทศที่ทำการสั่งซื้อทุเรียนมีความเชื่อมั่นในทุเรียนที่มาจากประเทศไทย	4.18	0.773	มาก
3. ท่านคิดว่า รัฐบาลไทยมีนโยบายการกำกับดูแลการส่งออกทุเรียน อย่างเข้มงวดทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาตลาดส่งออกทุเรียนไทยได้อย่างต่อเนื่อง	4.04	0.837	มาก
4. ท่านคิดว่า การกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ	4.19	0.749	มาก
รวม	4.10	0.525	มาก

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$, $SD=0.525$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$, $SD=0.749$) รองลงมาคือ การขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกกับกรมวิชาการเกษตร ทำให้ประเทศที่ทำการสั่งซื้อทุเรียนมีความเชื่อมั่นในทุเรียนที่มาจากประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}=4.18$, $SD=0.773$) รัฐบาลไทยมีนโยบายการกำกับดูแลการส่งออกทุเรียนอย่างเข้มงวดทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาตลาดส่งออกทุเรียนไทยได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, $SD=0.837$) และการได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศเช่น เขตการค้าเสรีที่ยกเว้นภาษีนำเข้า มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$, $SD=0.824$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ โดยรวมเป็นรายข้อ

				(n=400)
ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
ด้านภัยธรรมชาติ				
1. ท่านคิดว่าภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	4.01	0.876	มาก	
2. ท่านคิดว่าปัญหาภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ต่อการดำเนินการส่งออกทุเรียน	3.91	0.902	มาก	
3. ท่านคิดว่าภัยแล้งทางธรรมชาติทำให้จำนวนผลผลิตทุเรียนในการส่งออกลดลง	3.98	0.883	มาก	
4. ท่านคิดว่าภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมีจำนวนลดลง	3.90	0.884	มาก	
5. ท่านคิดว่าการเกิดภัยธรรมชาติทำให้สภาพของดินในการปลูกทุเรียนเกิดการเสื่อมสภาพและเป็นปัญหาในการปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออก	3.84	0.926	มาก	
รวม	3.93	0.662	มาก	

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ พบว่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$, $SD=0.662$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, $SD=0.876$) รองลงมาคือ ภัยแล้งทางธรรมชาติทำให้จำนวนผลผลิตทุเรียนในการส่งออกลดลง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.883$) ปัญหาภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ต่อการดำเนินการส่งออกทุเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.902$) ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมีจำนวนลดลง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.884$) และการเกิดภัยธรรมชาติทำให้สภาพของดินในการปลูกทุเรียนเกิดการเสื่อมสภาพและเป็นปัญหาในการปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$, $SD=0.926$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมเป็นรายข้อ

(n=400)			
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1.ท่านคิดว่าผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน	4.01	0.810	มาก
2.ท่านคิดว่าการได้รับมาตรฐาน GAP จากสำนักงานการเกษตรสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งออกทุเรียน	4.30	0.705	มากที่สุด
3.ท่านคิดว่าขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง	4.30	0.759	มากที่สุด
4.ท่านคิดว่าผลผลิตทุเรียนที่ท่านปลูกเป็นพันธุ์ที่ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ	4.24	0.744	มากที่สุด
5.ท่านคิดว่าทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง	4.25	0.740	มากที่สุด
รวม	4.22	0.448	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.22$, $SD=0.448$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$, $SD=0.759$) รองลงมาได้แก่ การได้รับมาตรฐาน GAP จากสำนักงานการเกษตรสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งออกทุเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$, $SD=0.759$) ทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$, $SD=0.740$) ผลผลิตทุเรียนที่ทันทปลูกเป็นพันธุ์ที่ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$, $SD=0.744$) และผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.01$, $SD=0.810$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมเป็นรายข้อ

(n=400)			
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย			
1.ท่านคิดว่าการลดระยะเวลาในการขนส่งทุเรียนไปต่างประเทศทำให้สามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เพิ่มขึ้น	4.19	0.775	มาก
2.ท่านคิดว่าการรับประกันสินค้าในการขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น	4.13	0.769	มาก
3.ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีในการขนส่งในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจ	4.16	0.761	มาก
4.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมแสดงสินค้าประเภทผลไม้ในต่างประเทศสามารถเพิ่มยอดขายในการส่งออกได้เป็นอย่างดี	4.21	0.740	มาก
5.ท่านคิดว่าตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี	4.23	0.756	มาก
รวม	4.18	0.475	มาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัย ความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$, $SD=0.475$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดย อาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$, $SD=0.756$) รองลงมาคือการเข้าร่วมแสดงสินค้าประเภทผลไม้ในต่างประเทศสามารถเพิ่มยอดขายใน การส่งออกได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$, $SD=0.740$) การลดระยะเวลาในการ ขนส่งทุเรียนไปต่างประเทศทำให้สามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$, $SD=0.775$) การใช้เทคโนโลยีในการขนส่งในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนทำให้ลูกค้าใน ต่างประเทศพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, $SD=0.761$) และการรับประกันสินค้าในการ ขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.769$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยรวมเป็นรายข้อ

(n=400)			
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค			
1.ท่านคิดว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อคุณภาพและราคาของทุเรียนจาก การส่งออกของท่าน	4.19	0.775	มาก
2.ท่านคิดว่าการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศ โดยมีการสื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี	4.13	0.769	มาก
3.ท่านคิดว่าการส่งออกทุเรียนที่ปลอดสารเคมีจะเป็นที่สนใจจาก ผู้บริโภคในต่างประเทศ	4.16	0.761	มาก
4.ท่านคิดว่าความมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย ทำให้ความต้องการทุเรียนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น	4.21	0.740	มาก
5.ท่านคิดว่าการรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศในด้านสรรพคุณ ทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและ ฟัน หรือ ด้านอื่น ๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาด ต่างประเทศ	4.23	0.756	มาก
รวม	4.18	0.474	มาก

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัย ความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$, $SD=0.474$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศ ในด้านสรรพคุณทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและฟัน หรือ ด้านอื่นๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$, $SD=0.756$) รองลงมาได้แก่ ความมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยทำให้ความต้องการ ทุเรียนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$, $SD=0.740$) ผู้บริโภคพึงพอใจ ต่อคุณภาพและราคาของทุเรียนจากการ ส่งออกของท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$, $SD=0.775$) การส่งออกทุเรียนที่ปลอดภัยจะเป็นที่สนใจจากผู้บริโภคในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, $SD=0.761$) และการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศโดยมีการ สื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.769$)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกทุเรียน

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการส่งออกทุเรียน ด้านการเงิน โดยรวมเป็นรายข้อ

				(n=400)
การส่งออกทุเรียน	$\bar{X}$	SD	ระดับ	
ด้านการเงิน				
1.ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	4.04	0.680	มาก	
2.ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีกำไรที่แน่นอนและต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	4.12	0.737	มาก	
3.ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภค รายเก่า	4.13	0.774	มาก	
4.ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการลดต้นทุนในการผลิต	3.97	0.912	มาก	
5.ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.00	0.799	มาก	
รวม	4.05	0.566	มาก	

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการส่งออกทุเรียน ด้านการเงิน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, $SD=0.566$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภค รายเก่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.774$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีกำไรที่แน่นอนและต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.737$) ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, $SD=0.680$) ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$, $SD=0.799$) และธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการลดต้นทุนในการผลิต ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, $SD=0.912$)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการส่งออกทุเรียน ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด โดยรวมเป็นรายข้อ

(n=400)			
การส่งออกทุเรียน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด			
1.ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง	4.10	0.780	มาก
2.ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านมีการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภครายใหม่เพิ่มขึ้น	4.00	0.751	มาก
3.ท่านคิดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาของทุเรียนส่งออกของท่าน	4.07	0.785	มาก
4.ท่านคิดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีผลต่อราคาขายหรือกำไรในการส่งออกทุเรียน	4.08	0.780	มาก
5.การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น	4.20	0.770	มาก
รวม	4.09	0.528	มาก

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการส่งออกทุเรียน ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$, $SD=0.528$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, $SD=0.770$) รองลงมาได้แก่ ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$, $SD=0.780$) ส่วนแบ่งทางการตลาดมีผลต่อราคาขายหรือกำไรในการส่งออกทุเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, $SD=0.780$) ส่วนแบ่งทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาของทุเรียนส่งออกของท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$, $SD=0.785$) และธุรกิจของท่านมีการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภครายใหม่เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$, $SD=0.751$)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรตามจำนวน 1 ตัวแปรและตัวแปรอิสระที่สามารถพยากรณ์รายด้าน 6 ตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรตาม คือ การส่งออกทุเรียน

ตัวแปรอิสระ ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ที่สามารถพยากรณ์รายด้าน 3 ตัวแปร คือ

1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ
2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย
3. ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ

ตัวแปรอิสระ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ที่สามารถพยากรณ์รายด้าน 3 ตัวแปร คือ

1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
3. ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติเพื่อหารูปแบบสมการพยากรณ์ ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

ตัวแปร	b	S.E.b	β	t	p	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.024	0.237		4.325	0.000		
ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ	0.156	0.040	0.204	3.916	0.000**	0.631	1.585
ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย	0.063	0.042	0.072	1.502	0.134	0.735	1.360
ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ	0.092	0.035	0.133	2.609	0.009*	0.660	1.516
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	0.225	0.052	0.220	4.364	0.000**	0.673	1.486
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	0.114	0.048	0.117	2.371	0.018*	0.694	1.441
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	0.090	0.049	0.087	1.849	0.065	0.775	1.291
F = 32.356 p = 0.000 Durbin-Watson = 1.743							
R = 0.575 R ² = .331 Adjusted R ² = .320, SE _{est} = 0.37875							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 , ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 พบว่าจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ สามารถสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ในรูปแบบคะแนนดิบ ได้ดังนี้

การส่งออกทุเรียน = 1.024 + 0.225 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.156 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ) + 0.114 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย) + 0.092 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ) + 0.090 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค) + 0.063 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย) ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสูงสุดคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสองคือ ปัจจัยความเสี่ยง

ด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสามคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสี่คือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ

จากสมการดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า

1. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.225 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
2. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.156 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
3. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.114 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
4. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.092 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
5. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.090 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
6. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมายเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.063 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น

เมื่อแปลงคะแนนดิบให้เป็นคะแนนมาตรฐาน (Z-Score) จะได้สมการพยากรณ์ปัจจัยความเสี่ยงในรูปแบบคะแนนมาตรฐานดังนี้

การส่งออกทุเรียน = 0.220 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.204 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ) + 0.117 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย) + 0.133 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ) + 0.087 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค) + 0.072 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมาย)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 400 คนซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 อภิปรายผลการวิจัย

5.1.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในการวิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกโดยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 และเป็นเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกโดยส่วนใหญ่ มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ มีอายุ 36-40 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 มีอายุ 31-35 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีอายุ 26-30 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และมีอายุ 21-25 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกโดยส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาคือ ปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา/ ปวช. / ปวส. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ปริญญาโท จำนวน 24 คิดเป็นร้อยละ 6 และปริญญาเอก 7 คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้การส่งออกทุเรียนต่อปี พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกโดยส่วนใหญ่ มีรายได้ 1,200,001 – 1,400,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ มีรายได้ 1,000,001 – 1,200,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีรายได้ 1,400,001 - 1,600,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีรายได้ น้อยกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมีรายได้มากกว่า 1,600,000 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมพบว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านภัยธรรมชาติเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปผลได้ดังนี้

2.1 ด้านเศรษฐกิจ ผลการวิเคราะห์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเสี่ยงอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น

2.2 ด้านกฎหมาย ผลการวิเคราะห์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเสี่ยงอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศ เช่น เขตการค้าเสรีที่ยกเว้นภาษีนำเข้ามีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2.3 ด้านภัยธรรมชาติ ผลการวิเคราะห์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเสี่ยงอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมีจำนวนลดลง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดในภาพรวมพบว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปผลได้ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีความเฉลี่ยสูงสุด คือ ขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ส่วนที่มีความเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน

3.2 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีความเฉลี่ยสูงสุด คือ ตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี ส่วนข้อที่มีความเฉลี่ยต่ำสุด คือ การรับประกันสินค้าในการขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น

3.3 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีความเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศในด้านสรรพคุณทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและฟัน หรือ ด้านอื่น ๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ ส่วนข้อที่มีความเฉลี่ยต่ำสุด คือ การสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศโดยมีการสื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกทุเรียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งออกทุเรียน พบว่ามีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีความเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ส่วนด้านที่มีความเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเงิน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปผลได้ดังนี้

4.1 ด้านการเงิน ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมมีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความเฉลี่ยสูงสุด คือ ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภค รายเก่า ส่วนข้อที่มีความเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการลดต้นทุนในการผลิต

4.2 ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมมีความเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความเฉลี่ยสูงสุด คือ การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่มีความเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธุรกิจของท่านมีการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภค รายใหม่เพิ่มขึ้น

5. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและผลการทดสอบสมมติฐาน

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน และข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน สามารถสรุปตามสมมติฐานการวิจัยแบ่งเป็นรายด้านดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงภัยธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า

ขั้นที่ 1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจสามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ร้อยละ 18.5

ขั้นที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมายสามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ร้อยละ 10.8

ขั้นที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติสามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ร้อยละ 14.0

ขั้นที่ 4 ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ร้อยละ 18.9

ขั้นที่ 5 ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายสามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ร้อยละ 14.7

ขั้นที่ 6 ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ร้อยละ 9.8

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ สามารถสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมและปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ในรูปแบบคะแนนดิบ ได้ดังนี้

การส่งออกทุเรียน = $1.024 + 0.225$ (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.156 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ) + 0.114 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย) + 0.092 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ) + 0.090 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค) + 0.063 (ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม

ด้านกฎหมาย) ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสูงสุดคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสองคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจ ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสามคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เป็นอันดับสี่คือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติ

จากสมการดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า

1. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.225 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
2. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.156 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
3. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.114 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
4. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านภัยธรรมชาติเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.092 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
5. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.090 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น
6. ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม ด้านกฎหมายเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้คะแนนการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.063 คะแนน ขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่เพิ่มขึ้น

จากสมการดังกล่าวสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.024 + 0.225 (X_1) + 0.156 (X_2) + 0.114 (X_3) + 0.092 (X_4) + 0.090(X_5) + 0.063(X_6)$$

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลการส่งออกทุเรียน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลการส่งออกทุเรียน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลการส่งออกทุเรียน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลการส่งออกทุเรียน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลการส่งออกทุเรียน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลการส่งออกทุเรียน	ปฏิเสธสมมติฐาน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลการส่งออกทุเรียน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลการส่งออกทุเรียน ดังนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยมีการทดสอบสมมติฐานตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลการส่งออกทุเรียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลการส่งออกทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 กล่าวคือ ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อผลการส่งออกทุเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นทั่วโลก และการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐจะส่งผลให้การส่งออกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีการเติบโตมากขึ้น ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นมีความต้องการบริโภคทุเรียนเพิ่มมากขึ้น ทำให้การส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นในบางไตรมาสในการส่งออกทุเรียนอาจมีต้นทุนวัตถุดิบและราคาสินค้าสูงขึ้นผู้ประกอบการจะปรับการบริหารจัดการต้นทุนในการผลิตโดยการลดค่าใช้จ่ายในส่วนต่าง ๆ เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบที่มีราคาถูกลงและใช้ได้อย่างคุ้มค่า และใช้สัญญาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงิน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี สายสนิท และรัฐยา พรหมหิตาทร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกธุรกิจหมอนและที่นอนยางพาราในจังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้าน

เศรษฐกิจส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการส่งออกหอยและที่นอนยางพารา ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายไม่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 กล่าวคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายไม่สามารถพยากรณ์การส่งออกทุเรียนได้ แสดงว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายไม่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นว่าการได้รับ สิทธิประโยชน์ทางการค้า เช่น เขตการค้าเสรี เป็นส่วนช่วยในการอำนวยความสะดวกอยู่แล้วในปัจจุบัน และภาครัฐได้มีนโยบายในการกำกับดูแลการส่งออกทำให้ผู้ประกอบการในต่างประเทศมีความมั่นใจในทุเรียน ของไทยและการขึ้นทะเบียนเกษตรกรจะทำให้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากขึ้น เช่น นโยบายการ ให้สินเชื่อหรือทุนในการพัฒนาการเกษตร เช่น สินเชื่อเพื่อซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร และการให้สินเชื่อ เพื่อการปรับปรุงสร้างสภาพแวดล้อมในการผลิตซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vyboldina, et al., (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Analysis of Export Restrictions and their Impact on Metals World Markets ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกองค์การการค้าโลกยังไม่ตกลงเจรจากฎเกณฑ์ในด้าน นโยบายข้อจำกัดภายในรอบพหุภาคี ส่งผลเชิงบวกแก่ผู้บริโภชนชั้นปลายน้ำที่ใช้โลหะดังกล่าว ดังนั้นจึง สรุปได้ว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายไม่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 กล่าวคือ ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติเพิ่มขึ้น จะส่งผลกระทบต่อส่งออกทุเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัด นครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นที่ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุม ได้ เนื่องจากภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ในการผลิตและส่งออกทุเรียน เช่น อุทกภัย จะทำให้ต้นทุเรียน เกิดความเสียหายทำให้ผลผลิตทุเรียนลดลง และทำให้สภาพของดินเสื่อมสภาพลงทำให้คุณภาพของ ทุเรียนไม่เป็นไปตามมาตรฐานตามที่กำหนด และภัยแล้งทำให้เกษตรกรมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาต้น ทุเรียนเพิ่มมากขึ้นรวมถึงภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้า เช่น แผ่นดินไหว การเกิดอุทกภัย ทำให้ความต้องการซื้อทุเรียนลดลงทำให้ยอดการส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชาลี ตระกูล และราตรี สิทธิพงษ์ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนา แผนกลยุทธ์การส่งออกกล้วยไข่กำแพงเพชรสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า ภัยธรรมชาติเป็นจุดอ่อนที่มีความสำคัญส่งผลให้ผลผลิตบางฤดูกาลมีไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 กล่าวคือ ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัด นครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นว่าจำนวนผลิตทุเรียนมีจำนวนที่เพียงพอสำหรับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ และทุเรียนของไทยจะมีขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐาน และพันธุ์ทุเรียนที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเพราะรสชาติของทุเรียนไทยที่อร่อยทำให้ผู้บริโภคมีความ พึงพอใจในทุเรียนไทย และการมีใบรับรองมาตรฐาน GAP ส่งผลให้ความต้องการบริโภคทุเรียนของ ผู้บริโภคในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ทิพย์ไพลิน คังกัน และ มณีกัญญา นากามัทสึ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีสำหรับการส่งออก ประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีสำหรับการส่งออก ประเทศจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการ ส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 กล่าวคือ ถ้าปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น จะส่งผล ต่อการส่งออกทุเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการ ทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นว่าระยะเวลาในการขนส่งทุเรียนและมีการ รับประกันสินค้าในการขนส่งถ้าเกิดความเสียหายของสินค้าเกิดขึ้นจะมีการรับเคลมสินค้า การเข้า ร่วมบูธแสดงสินค้าเพื่อเปิดให้ผู้บริโภครายใหม่ได้ลองชิม และการเข้ามาของตลาดออนไลน์ใน ต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook TikTok จะช่วยเพิ่มยอดขายการส่งออกทุเรียน เพิ่มขึ้น ในปัจจุบันนี้เริ่มมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อควบคุมสภาพแวดล้อมขณะขนส่ง เช่น การใช้ระบบ ควบคุมอุณหภูมิในตู้ขนส่ง เพื่อรักษาคุณภาพและความสดของทุเรียนในระหว่างขนส่ง ซึ่งผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ณัฐสินี เอกณรงค์พันธ์ และ คณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผล สำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์มีรายละเอียดสินค้าชัดเจน รวดเร็ว ครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ ติดต่อได้ หลายช่องทาง มียอดขายเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลต่อ การส่งออกทุเรียน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 แสดงว่าปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ไม่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการ ธุรกิจทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นว่าทุเรียนของไทยไม่จำเป็นต้องเน้นการ สื่อสารทางการตลาดไม่ว่าจะเป็น การโฆษณา การจัดโปรโมชั่น หรือการส่งเสริมการขาย เพราะผู้บริโภค ในต่างประเทศเชื่อว่าทุเรียนของไทยมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี และมีผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศ จำนวนหนึ่งบริโภคทุเรียนเป็นยาบำรุงในเรื่องการเผาผลาญไขมัน บำรุงกระดูกและฟันทำให้ความ ต้องการทุเรียนเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Humaira and Hudrasyah (2016) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อและพฤติกรรมการซื้ออาหารออร์แกนิกในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ความพร้อมใช้งาน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปัจจัยความ เสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียน

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลวิจัย ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งต่อการส่งออกทุเรียนของผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียน ส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ดังนี้

1) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ส่งต่อการส่งออกทุเรียนมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกควรให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพของทุเรียนตั้งแต่ต้น ทางจนถึงปลายทาง โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น สายพันธุ์ทุเรียน แหล่งปลูก การปฏิบัติทางการเกษตร การเก็บเกี่ยว การเก็บรักษา การขนส่ง และคุณภาพบรรจุภัณฑ์ของทุเรียนและควรมีการเข้าร่วมโครงการเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาทุเรียนเพื่อเพิ่มคุณภาพและผลผลิตทุเรียนที่ตอบสนองผู้บริโภค ให้มากขึ้น โดยการปรับปรุงสายพันธุ์ทุเรียนให้มีความทนทานและรสชาติที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย รวมถึงมีการพัฒนาเทคนิคการเพาะปลูกและบำรุงรักษาทุเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากเดิมที่เคยมีอยู่ เช่น การนำเทคโนโลยีทางการเกษตรเข้ามามีใช้ในการปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิต เป็นต้น

2) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจส่งต่อการส่งออกทุเรียนเป็นลำดับรองลงมา ดังนั้นในช่วงที่สถานการณ์เศรษฐกิจกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นทั่วโลกควรใช้โอกาสนี้ในการวางแผนขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศใหม่ ๆ ผู้ประกอบการทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช ควรกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดส่งออกหลาย ๆ แห่ง เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลง

ของความต้องการในตลาดส่งออกรายใดรายหนึ่ง โดยการเข้าร่วมโครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สดที่จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดส่งออกทุเรียนและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันส่งออกทุเรียน

3) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกควรมีการควบคุมกระบวนการขนส่ง โดยการจัดทำแผนการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนเส้นทางการขนส่งที่มีระยะทางสั้นที่สุดจากสวนทุเรียนไปยังท่าเรือหรือสนามบินที่สามารถลดระยะทางและเวลาในการขนส่งได้ รวมไปถึงการบรรจุหีบห่อที่มีประสิทธิภาพ

4) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกต้องวางแผนจัดการความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้น เช่น การขุดทางระบายน้ำในพื้นที่สวนทุเรียนในกรณีที่เกิดอุทกภัย เพื่อรักษาจำนวนผลผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกไว้ในสภาพที่เหมาะสม

5) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกควรรักษามาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนส่งออก เช่น ขนาด น้ำหนัก สี และเนื้อของทุเรียนส่งออก เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ เช่น การใช้ปุ๋ยและสารอาหารที่เหมาะสมเพื่อให้ทุเรียนมีคุณภาพดีทั้งในเรื่องขนาด รสชาติ และสีของทุเรียน

6) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงด้านกฎหมายไม่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียน ดังนั้นภาครัฐควรให้การส่งเสริม สนับสนุนหรือให้ความสำคัญกับผู้ส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น การส่งเสริมนโยบายการรับประกันราคาทุเรียนที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย ภัยแล้ง ภาครัฐควรมีเงินอุดหนุนให้เกษตรกรที่ประสบภัยตามจำนวนไร่สวนทุเรียน และนโยบายการส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการรายย่อย

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.4.1 ควรมีการศึกษาโดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลอื่นที่นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตการใช้แบบสอบถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น

5.4.2 ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกทุเรียนเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่น ๆ บ้าง อาทิเช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร ที่มีพื้นที่เพาะปลูก

ทุเรียนมีความแตกต่างกัน เส้นทางขนส่งทุเรียน หรือปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศที่มีผลต่อการผลิตและส่งออกทุเรียน จะทำให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียนในมุมมองที่ครอบคลุมและกว้างขึ้น

5.4.3 ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลการส่งออกเพิ่มเติมจากผลไม้ที่ปลูกในจังหวัดเดียวกัน อาทิเช่น มังคุด เงาะ เป็นต้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าในการทำวิจัยต่อไป



บรรณานุกรม

- กนกเนตร จันทบาล. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- คัมภีรดา ปิโธ. (2566). การใช้กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อลดความเสี่ยงภัยพิบัติในพื้นที่เทศบาลตำบล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ฉัฐภา ประสงค์สุข. (2556) ปัจจัยและกลยุทธ์ทางการผลิตที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการส่งออกกล้วยของสหกรณ์การเกษตรไทยไปประเทศญี่ปุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ฉัตรฤดี จงสุรีย์ภาส และ ธนพร จนาพิระกนิษฐ์. (2562). ความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดียของ SME ไทย. วารสารสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 22(1), 46-58
- เฉลิมเกียรติ รุ่งเล็ก และ ณัฐวงศ์ พูนพล และ ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์. (2566). อิทธิพลของผู้บริหารระดับสูงแบบดีสองหน้า นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาดที่มีต่อระบบข้อมูลการประเมินความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 7(7), 133-143
- ชลธิชา สิทธิวงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมในการแข่งขันขององค์กรรัฐวิสาหกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ชาลี ตระกูล และ ราตรี สิทธิพงษ์. (2564). การพัฒนาแผนกลยุทธ์การส่งออกกล้วยไข่กำแพงเพชรสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 27(4), 93-102
- ชาวลิต ประสิทธิ์. (2561). ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ฐิติมา วงศ์อินตา. (2565). การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงของโซ่อุปทานทุเรียนเพื่อการส่งออกในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี. วารสารปัญญาทัศน์. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, 14(1), 219-237.
- ณัฐชา นวลคำมา. (2557). ผลกระทบของการส่งออกสินค้าในภาคการเกษตรต่อความมั่นคงทางอาหารในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณัฐสินี เอกณรงค์พันธ์, สุดารัตน์ สิงห์แก้ว, กันตศักดิ์ จวงครุฑ และกนกพัชร กอประเสริฐ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจปลากัดสวยงามเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครปฐม. *The 11th NPRU National Academic Conference, 11* (12 กรกฎาคม 2562), 794-801.
- ทัชชมัย อุททะสุข. (2549). *เกดต์และองค์การการค้าโลก* (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- ทิพย์ไพลิน คังกัน และ มณีกัญญา นากามัทสี. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีสำหรับการส่งออกประเทศจีน. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(4), 297-306
- ธนธิป แร่เจริญ. (2561). *สถาปัตยกรรมเพื่อพื้นที่ภัยพิบัติทางธรรมชาติ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- ธนชพร ราตรีโชติ. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรมที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- นัสรี มะแน และพาตีเมาะ อาแยกาจิ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภคทุเรียนในจังหวัดยะลา. *วารสารวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 17(1), 117-125
- นฤพนธ์ พงษ์สถิตย์. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ของผู้ซื้อในจังหวัดอ่างทอง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- พิมพ์ชนก บุญอินทร์. (2564). *การเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากออฟไลน์ไปสู่ออนไลน์ และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องของผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- พรรณวดี เลิศลุมพลิพันธ์. (2561). *ขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกมะม่วงของไทยโดยเปรียบเทียบกับประเทศฟิลิปปินส์และประเทศอินเดีย*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(2) 68-77.
- พูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ (2566). *จับตาส่งออก‘ทุเรียนไทย’ในตลาดจีน*. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/economy/news_3904043.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รจนา วิสุทธีวัฒน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ
เครื่องมือตัดนำเข้าจากต่างประเทศ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- รัฐยา พรหมหิตาทร และ ศิริกาญจน์ ดุลยวิจิตร. (2563). การศึกษาความเสี่ยงในโซ่อุปทานของ
น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์เพื่อส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น. วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพ
พลายเชน, 6(1), 104-116.
- ลิขิต น้อยจ่ายสิน. (2557). เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเพื่อศึกษาภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทย.
วารสารวิทยาศาสตร์บูรพา, 19(2), 179-188
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2549). หลักสูตรศาสตรมหาบัณฑิต (พิมพ์ครั้งที่ 14), กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรจักร สิริวิเศษวรกุล. (2557). การพัฒนาระบบการประเมินการควบคุมภายในและการบริหารความ
เสี่ยงผ่านเว็บแอปพลิเคชัน. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร, 9(2), 13-26.
- วรพจน์ เกษอาจค์ และ รัฐยา พรหมหิตาทร. (2561). การศึกษาปัจจัยเสี่ยงในการส่งออกสินค้าทางเรือ
ไปทวีปเอเชีย กรณีศึกษา บริษัท เอปซี จำกัด มหาชน. วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น, 5(2),
124-139.
- วรเทพ ตรีวิจิตร, ภัทรพล ชุ่มมี และปริชา คำมาดี. (2562). กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการ
ส่งออกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย.
วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 21(2), 81-88
- วริษา กังสวดี (2555). การค้าระหว่างประเทศ: การพัฒนาและการเติบโต. วารสารปัญญาวิวัฒน์,
4(1), 78-89.
- ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2538). การตลาด: กลไกสู่โลกกว้าง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ (ดอกหญ้า).
- ศิริพร บุญวรกิจ. (2559). การจัดการความเสี่ยงกรณีศึกษาธุรกิจปิโตรเลียม ตลาดต่างประเทศ ใน
จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ศิริพรรณ เกตุแก้ว (2565). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจการส่งออกทุเรียนของ
ผู้ประกอบการในเขตอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร. วารสารวิทยาการจัดการ, 1(2), 24-40.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำราญ ชำโสม และกฤติยา เกิดผล. (2565). การจัดการความเสี่ยงของการส่งออกมังคุดจาก จังหวัดจันทบุรีไปยังประเทศจีน. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม*, 8(1), 99-112.
- สำนักงานการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2565). **ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด นครศรีธรรมราช ประจำเดือน ธันวาคม 2565**. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/nakhonsithammarat-performance-files-451891491709>
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). *ระเบียบวิธีการวิจัยสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้า ปริ้นติ้ง.
- สุภาวดี สายสนิท และ รัชญา พรหมหิตาทร. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกของ ธุรกิจหมอนและที่นอนยางพาราในจังหวัดพัทลุง. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 4(2), 121-136.
- อัมพร ฉาบพิมาย. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจในการเลือกที่ พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- อริศรา ผลวิจิตร. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนทางธุรกิจของบริษัทโลจิสติกส์ในภาคกลางของ ประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- อรรถพล ศิริชัย. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาประเทศไทยสู่ชาติแห่งการค้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา บัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- Achzet,B.and Helbig, C. (2013). How to Evaluate Raw Material Supply Risks -an Overview. *Resources Policy*, 38(4), 435-447.
- Calatayud, A., & Ketterer, J. A. (2016). *Integrated Value Chain Risk Management*. Washington D.C.: Inter-American Development Bank.
- Chittithaworn, C., Islam, M. A.,Keawchana,T. and Yusuf, D. H. M. (2011). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SME) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180-190.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- David Ricardo (1817). **On the Principles of Political Economy and Taxation**. London: John Murray, ISBN 9783487409290.
- Department of Trade Negotiations (2020). **Situation Report of Durian Export in years 2020 to 2022**. Retrieved from <https://api.dtn.go.th/files/v3/606ffb08ef4140a89b03bf59/download>.
- Everett, J., and J. Watson, (1998), Small business failure and external risk factors, **Small Business Economics**, 11, 371–390.
- Goldsby, J. (2009). Supply Chain Risks: A Review and Typology. **The International Journal of Logistics Management**, 20(1), 97-123.
- Hair et al. (2006). **Multivariate data analysis (Vol. 6)**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Humaira, A., & Hudrasyah, H. (2016). Factors influencing the intention to purchase and actual purchase behavior of organic food. **Journal of Business and Management**, 5(4), 581-596.
- Kaplan R and Mikes A. (2012). Managing risks: a new framework. **Harvard Business Review**, 90(6), 48-60.
- Miller, K. D. (1992). A Framework for Integrated Risk Management in International Business. **Journal of International Business Studies**. 23(2), 311-331.
- Moheb-Alizadeh, H. and Handfield, R. (2018). The Impact of Raw Materials Price Volatility on Cost of Goods Sold (COGS) for Product Manufacturing. **IEEE Transactions on Engineering Management**, 99, 1-14.
- Oh, C. H. and Reuveny, R. (2010). Climatic Natural Disasters, Political Risk, and International Trade. **Global Environmental Change**, 20(2), 243-254.
- Porter, M. (1990). **The Competitive Advantage of Nations**. London: The Free Press.
- Rosenau-Tornow, D., Buchholz, P., Riemann, A., and Wagner, M. (2009). Assessing the long-term supply risks for mineral raw materials - a combined evaluation of past and future trends. **Resources Policy**, 34(4), 161-175.
- Smith, A. (1998). **The Wealth of Nations Book I**. London: Penguin Book.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Taro Yamane. (1973). **Statistics: an introductory analysis** (2nd Ed). New York: Harper & Row.

Vyboldina, et al., (2016). Analysis of Export Restrictions and their Impact on Metals World Markets. **Indian Journal of Science and Technology**, 9(5), 1-8.

Wilson, N. and Summers, B. (2002). Trade credit terms offered by small firms: survey evidence and empirical analysis. **Journal of Business Finance & Accounting**, 29(3-4), 317-351.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบการวิจัยเรื่อง ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียน

แบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย คำตอบของท่านจะใช้ในการวิจัยในการวิจัยภาพรวมเท่านั้น ซึ่งจะไม่มีการนำข้อมูลไปเปิดเผยเป็นรายบุคคล ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเพื่อประโยชน์และมีคุณค่ายิ่งต่อการศึกษาและการพัฒนาองค์การต่อไปในอนาคต และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับท่านที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 21 - 25 ปี

☐ 2. 26 - 30 ปี

☐ 3. 31 - 35 ปี

☐ 4. 36 - 40 ปี

☐ 5. 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. มัธยมศึกษา/ ปวช. / ปวส.

☐ 2.ปริญญาตรี

☐ 3.ปริญญาโท

☐ 4.ปริญญาเอก

4.รายได้การส่งออกทุเรียนต่อปี

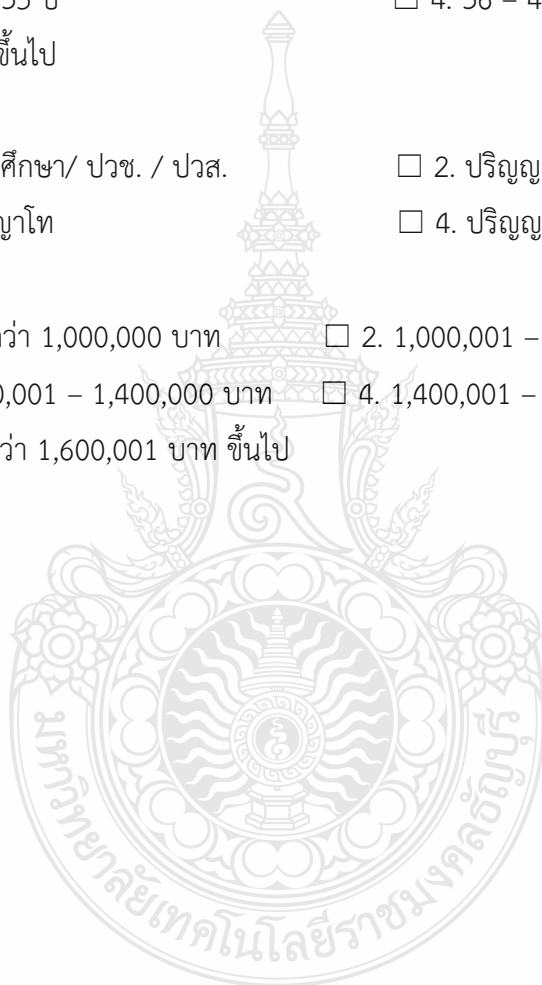
☐ 1. น้อยกว่า 1,000,000 บาท

☐ 2. 1,000,001 – 1,200,000 บาท

☐ 3. 1,200,001 – 1,400,000 บาท

☐ 4. 1,400,001 – 1,600,000 บาท

☐ 5. มากกว่า 1,600,001 บาท ขึ้นไป



ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านเศรษฐกิจ						
1	ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น					
2	ท่านคิดว่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่มาจากนโยบายการเงินแห่งประเทศไทยทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนได้รับผลกระทบอย่างมาก					
3	ท่านคิดว่าอัตราเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าทั่วไปสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการธุรกิจการส่งออกทุเรียนลดลง					
4	ท่านคิดว่าต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนลดลง					
5	ท่านคิดว่าสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในปัจจุบันทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น					

ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านกฎหมาย						
6	ท่านคิดว่า การได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศเช่น เขตการค้าเสรีที่ยกเว้นภาษีนำเข้า มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น					
7	ท่านคิดว่า การขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกกับกรมวิชาการเกษตรทำให้ประเทศที่ทำการสั่งซื้อทุเรียนมีความเชื่อมั่นในทุเรียนที่มาจากประเทศไทย					
8	ท่านคิดว่า รัฐบาลไทยมีนโยบายการกำกับดูแลการส่งออกทุเรียนอย่างเข้มงวดทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาลาดส่งออกทุเรียนไทยได้อย่างต่อเนื่อง					
9	ท่านคิดว่า การกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ					
ด้านภัยธรรมชาติ						
10	ท่านคิดว่า ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					
11	ท่านคิดว่า ปัญหาภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ต่อการดำเนินการส่งออกทุเรียน					
12	ท่านคิดว่า ภัยแล้งทางธรรมชาติทำให้จำนวนผลผลิตทุเรียนในการส่งออกลดลง					
13	ท่านคิดว่า ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทยทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมีจำนวนลดลง					
14	ท่านคิดว่า การเกิดภัยธรรมชาติทำให้สภาพของดินในการปลูกทุเรียนเกิดการเสื่อมสภาพและเป็นปัญหาในการปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออก					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสามารถในการส่งออกของทุเรียน
ในจังหวัดจันทบุรี

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	ท่านคิดว่าผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน					
2	ท่านคิดว่า การได้รับมาตรฐาน GAP จากสำนักงานการเกษตรสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งออกทุเรียน					
3	ท่านคิดว่าขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง					
4	ท่านคิดว่าผลผลิตทุเรียนที่ท่านปลูกเป็นพันธุ์ที่ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ					
5	ท่านคิดว่าทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง					

ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย						
6	ท่านคิดว่าการลดระยะเวลาในการขนส่งทุเรียนไปต่างประเทศทำให้สามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เพิ่มขึ้น					
7	ท่านคิดว่าการรับประกันสินค้าในการขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น					
8	ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีในการขนส่งในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจ					
9	ท่านคิดว่าการเข้าร่วมแสดงสินค้าประเภทผลไม้ในต่างประเทศสามารถเพิ่มยอดขายในการส่งออกได้เป็นอย่างดี					
10	ท่านคิดว่าตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี					
ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค						
11	ท่านคิดว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อคุณภาพและราคาของทุเรียนจากการส่งออกของท่าน					
12	ท่านคิดว่าการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศโดยมีการสื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี					
13	ท่านคิดว่าการส่งออกทุเรียนที่ปลอดภัยและมีคุณภาพเป็นที่สนใจจากผู้บริโภคในต่างประเทศ					
14	ท่านคิดว่าความมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยทำให้ความต้องการทุเรียนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น					
15	ท่านคิดว่าการรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศในด้านสรรพคุณทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและฟัน หรือด้านอื่น ๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียนในจังหวัด นครศรีธรรมราช

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การส่งออก		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการเงิน						
1	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา					
2	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีกำไรที่แน่นอนและต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา					
3	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภค รายเก่า					
4	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการลดต้นทุนในการผลิต					
5	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
ด้านส่วนแบ่งการตลาด						
6	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง					
7	ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านมีการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภค รายใหม่เพิ่มขึ้น					

การส่งออก		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านส่วนแบ่งการตลาด (ต่อ)						
8	ท่านคิดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาของทุเรียนส่งออกของท่าน					
9	ท่านคิดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีผลต่อราคาขายหรือกำไรในการส่งออกทุเรียน					
10	การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น					

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูล



ภาคผนวก ข

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



ตารางที่ ข.1 ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม		
1.1 ด้านเศรษฐกิจ		
1.1.1 ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น	0.757	0.973
1.1.2 ท่านคิดว่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่มาจากนโยบายการเงินแห่งประเทศไทยทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนได้รับผลกระทบอย่างมาก	0.795	0.973
1.1.3 ท่านคิดว่าอัตราเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าทั่วไปสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการธุรกิจการส่งออกทุเรียนลดลง	0.746	0.973
1.1.4 ท่านคิดว่าต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนลดลง	0.729	0.973
1.1.5 ท่านคิดว่าสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในปัจจุบันทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น	0.749	0.974
1.2 ด้านกฎหมาย		
1.2.1 ท่านคิดว่าการได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศเช่น เขตการค้าเสรีที่ยกเว้นภาษีนำเข้า มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น	0.738	0.973
1.2.2 ท่านคิดว่าการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกกับกรมวิชาการเกษตรทำให้ประเทศที่ทำการสั่งซื้อทุเรียนมีความเชื่อมั่นในทุเรียนที่มาจากประเทศไทย	0.884	0.972

ตารางที่ ข.1 ต่อ ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
1. ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม		
1.2 ด้านกฎหมาย (ต่อ)		
1.2.3. ท่านคิดว่ารัฐบาลไทยมีนโยบายการกำกับดูแลการส่งออก ทุเรียนอย่างเข้มงวดทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาตลาดส่งออก ทุเรียนไทยได้อย่างต่อเนื่อง	0.799	0.973
1.2.4. ท่านคิดว่าการกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ	0.822	0.972
1.3 ด้านภัยธรรมชาติ		
1.3.1. ท่านคิดว่าภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การ ส่งออกทุเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	0.787	0.973
1.3.2. ท่านคิดว่าปัญหาภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ต่อการ ดำเนินการส่งออกทุเรียน	0.740	0.973
1.3.3. ท่านคิดว่าภัยแล้งทางธรรมชาติทำให้จำนวนผลผลิตทุเรียนใน การส่งออกลดลง	0.716	0.973
1.3.4. ท่านคิดว่าภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียน จากประเทศไทยทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมี จำนวนลดลง	0.712	0.973
1.3.5. ท่านคิดว่าการเกิดภัยธรรมชาติทำให้สภาพของดินในการ ปลูกทุเรียนเกิดการเสื่อมสภาพและเป็นปัญหาในการปลูกทุเรียน เพื่อการส่งออก	0.737	0.973

ตารางที่ ข.2 ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด		
2.1 ด้านผลิตภัณฑ์		
2.1.1. ท่านคิดว่าผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน	0.782	0.973
2.1.2. ท่านคิดว่าการได้รับมาตรฐาน GAP จากสำนักงานการเกษตรสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งออกทุเรียน	0.759	0.973
2.1.3. ท่านคิดว่าขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง	0.791	0.973
2.1.4. ท่านคิดว่าผลผลิตทุเรียนที่ท่านปลูกเป็นพันธุ์ที่ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ	0.823	0.973
2.1.5 ท่านคิดว่าทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง	0.776	0.973
2.2 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย		
2.2.1. ท่านคิดว่าการลดระยะเวลาในการขนส่งทุเรียนไปต่างประเทศทำให้สามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เพิ่มขึ้น	0.727	0.973
2.2.2 ท่านคิดว่าการรับประกันสินค้าในการขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น	0.792	0.973
2.2.3 ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีในการขนส่งในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจ	0.723	0.973

ตารางที่ ข.2 (ต่อ) ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
2. ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด		
2.2 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (ต่อ)		
2.2.4 ท่านคิดว่าการเข้าร่วมแสดงสินค้าประเภทผลไม้ในต่างประเทศสามารถเพิ่มยอดขายในการส่งออกได้เป็นอย่างดี	0.757	0.973
2.2.5 ท่านคิดว่าตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี	0.762	0.973
2.3 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค		
2.3.1 ท่านคิดว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อคุณภาพและราคาของทุเรียนจากการส่งออกของท่าน	0.798	0.973
2.3.2 ท่านคิดว่าการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศโดยมีการสื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี	0.773	0.973
2.3.3 ท่านคิดว่าการส่งออกทุเรียนที่ปลอดสารเคมีจะเป็นที่สนใจจากผู้บริโภคในต่างประเทศ	0.789	0.973
2.3.4 ท่านคิดว่าความมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยทำให้ความต้องการทุเรียนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น	0.752	0.973
2.3.5 ท่านคิดว่าการรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศในด้านสรรพคุณทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและฟัน หรือด้านอื่น ๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ	0.782	0.973

ตารางที่ ข.3 ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
3. การส่งออก		
3.1 ด้านการเงิน		
3.1.1. ธุรกิจของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	0.729	0.973
3.1.2. ธุรกิจของท่านมีกำไรที่แน่นอนและต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	0.720	0.973
3.1.3. ธุรกิจของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภครายเก่า		
3.1.4. ธุรกิจของท่านมีการลดต้นทุนในการผลิต	0.769	0.973
3.1.5. ธุรกิจของท่านมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง		
	0.789	0.972
	0.764	0.973
3.2 ด้านส่วนแบ่งการตลาด		
3.2.1. ธุรกิจของท่านสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง	0.786	0.973
3.2.2 ธุรกิจของท่านมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภครายใหม่เพิ่มขึ้น	0.790	0.973
3.2.3. ส่วนแบ่งทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาของทุเรียน	0.821	0.972
3.2.4. ส่วนแบ่งทางการตลาดมีผลต่อราคาขายหรือกำไรในการส่งออกทุเรียน	0.704	0.973
3.2.5. การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น	0.816	0.972

ภาคผนวก ค

การทดสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม IOC



ตารางประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวมที่ส่งต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ข้อ	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ผลประเมินของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความ หมาย
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
ด้านการเมือง							
1	ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้น	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
2	ท่านคิดว่าความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่มาจากนโยบายการเงินแห่งประเทศไทยทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนได้รับผลกระทบอย่างมาก	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
3	ท่านคิดว่าอัตราเงินเฟ้อที่ราคาสินค้าทั่วไปสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการธุรกิจการส่งออกทุเรียนลดลง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
4	ท่านคิดว่าต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสูงขึ้นทำให้ผลประกอบการส่งออกทุเรียนลดลง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
5	ท่านคิดว่าทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้

ข้อ	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ผลประโยชน์ของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ด้านกฎหมาย							
6	ท่านคิดว่าการได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศเช่น เขตการค้าเสรี ที่ยกเว้นภาษีนำเข้า มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งออกทุเรียนจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
7	ท่านคิดว่าการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออกกับกรมวิชาการเกษตรทำให้ประเทศที่ทำการสั่งซื้อทุเรียนมีความเชื่อมั่นในทุเรียนที่มาจากประเทศไทย	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
8	ท่านคิดว่ารัฐบาลไทยมีนโยบายการกำกับดูแลการส่งออกทุเรียนอย่างเข้มงวดทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาดุลส่งออกทุเรียนไทยได้อย่างต่อเนื่อง	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
9	ท่านคิดว่าการกำหนดมาตรฐานทุเรียนในการส่งออกทำให้ทุเรียนจากประเทศไทยเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้

ข้อ	ปัจจัยความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม	ผลประโยชน์ของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
		1	2	3			
ด้านภัยธรรมชาติ							
10	ท่านคิดว่าภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นเป็นความเสี่ยงที่ทำให้การส่งออกทุเรียนไม่ปฏิบัติตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
11	ท่านคิดว่าปัญหาภัยธรรมชาติเป็นปัญหาใหญ่ต่อการดำเนินการส่งออกทุเรียน	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
12	ท่านคิดว่าภัยแล้งทางธรรมชาติทำให้จำนวนผลผลิตทุเรียนในการส่งออกลดลง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
13	ท่านคิดว่าภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศผู้นำเข้าทุเรียนจากประเทศไทย ทำให้การขนส่งเกิดปัญหาและยอดการสั่งซื้อมีจำนวนลดลง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
14	ท่านคิดว่าการเกิดภัยธรรมชาติทำให้สภาพของดินในการปลูกทุเรียนเกิดการเสื่อมสภาพและเป็นปัญหาในการปลูกทุเรียนเพื่อการส่งออก	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ข้อ	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ผลประโยชน์ของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ด้านผลิตภัณฑ์							
15	ท่านคิดว่าผลผลิตของทุเรียนที่ปลูกในปัจจุบันมีเพียงพอต่อธุรกิจการส่งออกทุเรียน	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
16	ท่านคิดว่าการได้รับมาตรฐาน GAP จากสำนักงานการเกษตรสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งออกทุเรียน	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
17	ท่านคิดว่าขนาดและน้ำหนักของทุเรียนที่ได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและมีความต้องการทุเรียนจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
18	ท่านคิดว่าผลผลิตทุเรียนที่ท่านปลูกเป็นพันธุ์ที่ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
19	ท่านคิดว่าทุเรียนไทยมีคุณภาพและชื่อเสียงเพราะรสชาติที่อร่อยและมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้

ข้อ	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ผลประโยชน์ของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
		1	2	3			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย							
20	ท่านคิดว่าการลดระยะเวลาในการขนส่งทุเรียนไปต่างประเทศทำให้สามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เพิ่มขึ้น	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
21	ท่านคิดว่าการรับประกันสินค้าในการขนส่งทำให้ผู้บริโภคจากต่างประเทศมีความมั่นใจในการสั่งซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
22	ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีในการขนส่งในการทำธุรกิจส่งออกทุเรียนทำให้ลูกค้าในต่างประเทศพึงพอใจ	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
23	ท่านคิดว่าการเข้าร่วมแสดงสินค้าประเภทผลไม้ในต่างประเทศสามารถเพิ่มยอดขายในการส่งออกได้เป็นอย่างดี	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
24	ท่านคิดว่าตลาดออนไลน์ในต่างประเทศโดยอาศัยแพลตฟอร์มสามารถเพิ่มยอดการส่งออกทุเรียนได้เป็นอย่างดี	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้

ข้อ	ปัจจัยความเสี่ยงด้านการตลาด	ผลประเมินของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความ หมาย
		คนที่	คนที่	คนที่			
		1	2	3			
ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค							
25	ท่านคิดว่าผู้บริโภคพึงพอใจต่อคุณภาพและราคาของทุเรียนจากการส่งออกของท่าน	0	+1	+1	2	0.7	นำไปใช้ได้
26	ท่านคิดว่าการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคทุเรียนในต่างประเทศโดยมีการสื่อสารทางการตลาดทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
27	ท่านคิดว่าการส่งออกทุเรียนที่ปลอดสารเคมีจะเป็นที่สนใจจากผู้บริโภคในต่างประเทศ	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
28	ท่านคิดว่าความมีมาตรฐานในการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยทำให้ความต้องการทุเรียนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
29	ท่านคิดว่าการรับรู้ของผู้บริโภคในต่างประเทศในด้านสรรพคุณทางยาของทุเรียนในเรื่องการเผาผลาญไขมัน การบำรุงกระดูกและฟัน หรือด้านอื่นๆ ทำให้ทุเรียนมีความต้องการเพิ่มขึ้นในตลาดต่างประเทศ	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้

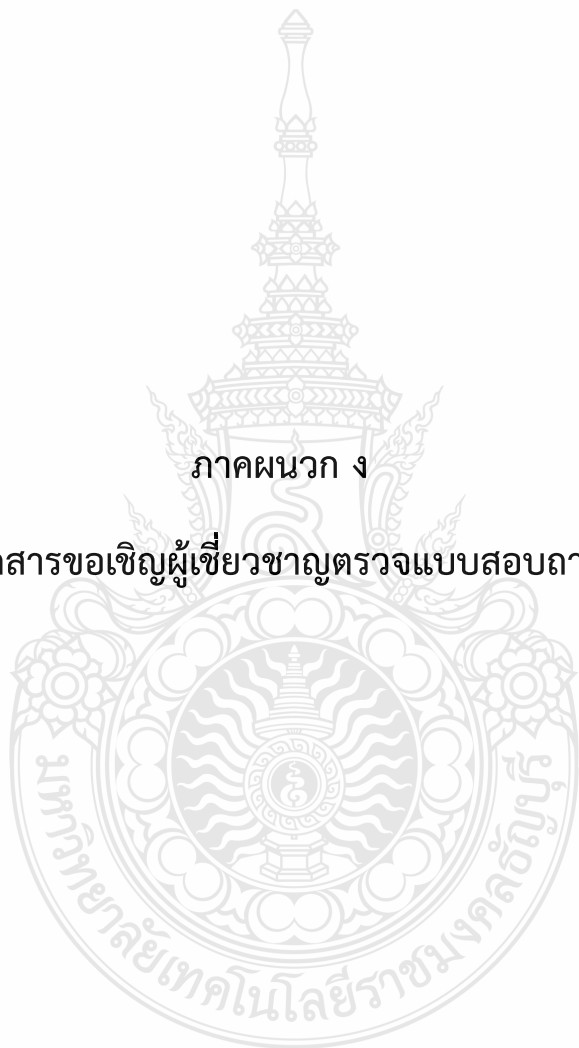
ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการส่งออกทุเรียนไปนครศรีธรรมราช

ข้อ	การส่งออกทุเรียน	ผลประโยชน์ของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ด้านการเงิน							
30	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
31	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีกำไรที่แน่นอนและต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
32	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้บริโภครายเก่า	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
33	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีการลดต้นทุนในการผลิต	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
34	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้

ข้อ	การส่งออกทุเรียน	ผลประโยชน์ของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด							
35	ธุรกิจทุเรียนส่งออกของท่านสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
36	ท่านคิดว่าธุรกิจของท่านมีการส่งออกทุเรียนไปยังตลาดใหม่หรือกลุ่มผู้บริโภค รายใหม่เพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
37	ท่านคิดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาของทุเรียนส่งออกของท่าน	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
38	ท่านคิดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดมีผลต่อราคาขายหรือกำไรในการส่งออกทุเรียน	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้
39	การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของทุเรียนทำให้ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	3	1	นำไปใช้ได้

ภาคผนวก ง

เอกสารขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/ ส๐๓๕



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีทัต ตริศิริโชติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายณัฐภูมิภัทร์ โพธิ์กล้า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัย ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายณัฐภูมิภัทร์ โพธิ์กล้า

โทร. ๐๘๔ ๖๗๘ ๕๓๘๓

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๔๐๐๕๖



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา นิลอรุณ ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวัตกรรมการจัดการทุนมนุษย์และประกอบการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์ล้ำ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัย
ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.จิตติมา พูลเพชร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม
เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(อาจารย์จิตติมา พูลเพชร)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ภาควิชาการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๕-๖ โทรสาร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์ล้ำ

โทร. ๐๘๔ ๖๗๘ ๕๓๘๓

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๒๐๘๗



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมาดี

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์กล้า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัย ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไปต่างประเทศในจังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อติสร ฉายแสง

(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายณัฐภูมิทร์ โพธิ์กล้า

โทร. ๐๘๔ ๖๗๘ ๕๓๘๓

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นายณัฐภูมิินทร์ โพธิ์กล้า
วัน เดือน ปี เกิด	3 ตุลาคม 2542
ที่อยู่	36/67 วิมานแก้ววิว หมู่ 3 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
เบอร์โทรศัพท์	084 678 5383
อีเมล	nattaphumint_p@mail.rmutt.ac.th

