ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอาหารทะเล กระป๋องในประเทศไทย

FACTORS AFFECTING EXPORT DECISIONS OF CANNED SEAFOOD ENTERPRISE IN THAILAND

ภัทรพล ชุ่มมี [1]

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาน้ำหนักของตัวแปรในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออก (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ (4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสนใจในการส่งออก และ (5) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร พบว่า (1) แบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (2) การวิเคราะห์น้ำหนักองค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าความได้เปรียบของแต่ละองค์กร สภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ ตลาดในต่างประเทศ ความสนใจในการส่งออก ความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร และการตัดสินใจส่งออกมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (3) พบว่าลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจในการส่งออกมีอิทธิพลทางตรงในทางลบกับความสนใจในการส่งออก และพบว่า ความได้เปรียบของแต่ละองค์กร สภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ มีอิทธิพลทางตรงในทางบวกกับความสนใจในการส่งออก อีกทั้งยังพบว่าความสนใจในการส่งออกมีอิทธิพลทางตรงในทางบวกกับ ความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กรท้ายสุดท้ายแล้ว พบว่า ความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงในทางบวกกับ การตัดสินใจส่งออก (4) พบว่าสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศมีอิทธิพลทางตรงในทางบวกกับความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร และการตัดสินใจส่งออก และ (5) ส่วนสภาพแวดล้อมของตลวดในต่างประเทศไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสนใจในการส่งออกและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติอย่างใด

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลกระทบ การตัดสินใจส่งออก ผู้ประกอบการอาหารทะเลกระป๋อง

[1] นักศึกษาปริญญาเอกปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTACT

In this dissertation, the researcher investigated (1) the impact of each relevant variable which influence export decision of canned seafood exporters in Thailand (2) the empirical relationship between personal characteristics of export decision maker, firm's differential competitive advantage, domestic and foreign market environment which has some impacts on attractiveness of exports. In addition, the researcher also studied (3) causal influences between domestic market environment and organizational commitment to exports and export decision (4) empirical relationship between attractiveness of export and organizational commitment to export marketing. Finally, in light of the aforementioned research investigation, the researcher also studied (5) the empirical relationship between organizational export commitment and export decision of canned seafood enterprise in Thailand.

Research findings from 123 samples group revealed that (1) the structural equation model developed for this investigation was congruent with the empirical data testing. (2) key findings from factor analysis also confirmed that decision maker characteristics, firm's differential competitive advantage, domestic market environment, foreign market environment, attractiveness of export, organizational commitment to export marketing and export decision had found consistent with empirical data. (3) researcher also found that decision maker characteristics had negative direct influence with attractiveness of export. In contrast, firm's differential competitive advantage and domestic market environment had positive direct influence with attractiveness of export. Likewise, attractiveness of export also had positive direct influence with organizational commitment to export marketing. Similarly, organizational commitment to export marketing had positive direct influence with export decision. (4) Moreover, domestic market environment had positive direct influence with organizational commitment to export marketing and export decision. (5) However, foreign market environment had no direct influence with attractiveness of export and had no statistical significance.

Keywords : factors affecting, Export decisions, Seafood enterprise.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินการส่งออกและการค้าระหว่างประเทศในศตวรรษที่ 21 แล้ว พบว่ามีความผูกพันและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ จากคำกล่าวข้างต้นพบว่าการส่งออกตลอดรวมถึงการค้าระหว่างประเทศเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่นในปี 2011 การส่งออกและการค้าระหว่างประเทศมีการขยายตัวร้อยละ 8.4 ส่งผลให้ GDP โลกขยายตัวอยู่ในระดับร้อยละ 4.6 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นกว่าปี 2010 ยิ่งไปกว่านั้นยังพบอีกว่าในรอบระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ระหว่างปี 2543- 2548) ยอดการส่งออกและการค้าระหว่างประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นในอัตราร้อยละ 56.2 - 62.5 (กรมเจรจาการค้า, 2544 และ The Economist, 2012)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร โดยเน้นเฉพาะอาหารทะเลกระป๋อง เพราะนอกจากจะมีความสำคัญต่อการส่งออกรวมมากขึ้นแล้ว ยังสามารถทำรายได้เข้าประเทศได้มากถึงกว่าปีละ 76,459 ล้านบาท นับตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมาอีกด้วย และยังพบอีกว่า อาหารทะเลกระป๋องของไทยส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมากเป็นอันดับที่ 1 ของโลกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 จนถึงปัจจุบัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553 และ Food network solution, 2555)

โดยภาพรวมแล้วการส่งออกมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจขององค์กรและระดับประเทศ ดังนั้นการส่งออกจึงเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ขยายยอดขาย และสร้างผลกำไร นักวิจัยด้านการส่งออกจำนวนมากพยายามที่จะหาคำตอบว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้การส่งออกประสบผลสำเร็จ (เช่น Pak, 1991; Nguyen, 2000; Leonidou, 2004; Clark , 2005 และ Sousa et al.; 2011)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาน้ำหนักของตัวแปรในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออก ความได้เปรียบขององค์กร สภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ สภาพแวดล้อมของตลาดในต่างประเทศ ที่มีผลต่อความสนใจในการส่งออก
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ ที่มีผลต่อความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร และการตัดสินใจส่งออก
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสนใจในการส่งออก ที่มีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งออก

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา กำหนดขอบเขตเนื้อหาตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านตัดสินใจส่งออก ประกอบด้วยตัวแปรด้าน

ลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออก ความได้เปรียบของแต่ละองค์กร สภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ สภาพแวดล้อมของตลาดในต่างประเทศ ความสนใจในการส่งออก ความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร และการตัดสินใจส่งออก

2. ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย จำนวน 123 แห่ง ที่เป็นสมาชิกของกรมส่งเสริมการส่งออก

3. ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เจาะลึก ด้านแนวทางทางตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย จำนวน 5 ราย (เป็นไปตามข้อตกลงก่อนสัมภาษณ์ บางรายไม่ยินยอมให้เปิดเผยชื่อจริง)

4. ด้านระยะเวลา ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง ปี 2549 -2550

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ เกิดองค์ความรู้ใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์เป็นฐานข้อมูลด้านการศึกษาวิจัย การกำหนดนโยบาย และการวางแผนงานในอนาคตต่อไป

2. ประโยชน์ต่อผู้ส่งออก สามารถใช้เป็นต้นแบบในการวางแผนการตัดสินใจส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย สามารถนำข้อมูลไปกำหนดมาตรการชี้วัดการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังตลาดต่าง ๆ ทั่วโลก

3. ประโยชน์ต่อประเทศชาติ กระทรวงพาณิชย์ใช้เป็นข้อมูลดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดการวางแผนการส่งออก ที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ และ สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสามารถกำหนดวางแผนนโยบายด้านการพัฒนาการส่งออก นโยบายด้านการส่งออกและการแข่งขันด้านส่งออก ตลอดจนการพัฒนาสินค้าต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประด้วย ทฤษฎีความเป็นนานาชาติ (Internationalization theory) มีการอภิปรายถึงตัวแปรด้านทรัพยากรต่าง ๆ องค์ความรู้ในการตัดสินใจส่งออก และประสบการณ์ในการส่งออกเป็นแนวคิดตั้งต้นหลักของทฤษฎีนี้ กล่าวคือหากมีองค์กรมีความรู้ประสบการณ์ในการส่งออกจะช่วยให้การวางแผนการส่งออกประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นการส่งออกต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างกันในด้านการเมือง การปกครอง วัฒนธรรม รสนิยม กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ อีกด้วย ดังนั้นการส่งออกจึงต้องอาศัยความมุ่งมั่นร่วมมือกันทำงาน (Commitment) ด้วยจึงประสบความสำเร็จ ในทฤษฎีความเป็นนานาชาติยังกล่าวถึงความสนใจในการส่งออก กล่าวคือการส่งออกไปยังตลาดใด ๆ ก็ตามต้องมีการคาดการณ์ถึงผลกำไร ความเสี่ยง การเจริญเติบโตที่จะได้รับจากการส่งออกไปยังตลาดนั้น ๆ ทฤษฎีที่ใช้อธิบายตัวแปรอีกทฤษฎีคือ ทฤษฎีพฤติกรรมการส่งออก (Export behavioral theory) ได้อธิบายว่าการส่งออกจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่ความได้เปรียบของแต่ละองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น

ทรัพยากรภายในองค์กร ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนถึงต้องมีความสนใจในการส่งออก และความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กรขององค์กรด้วย ในด้านของทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship theory) อธิบายว่าการประกอบการจะประสบความสำเร็จต้องแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรของตน รวมถึงผู้บริหารต้องมีความสามารถส่วนบุคคลด้วย ท้ายสุดทฤษฎีของบริษัท (Theory of the firm) อธิบายถึงบริษัทจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีทรัพยากรต่าง ๆ ที่เหมาะสมพอเพียงกับการแข่งขันในตลาดโลก รวมถึงต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ควบคู่กับการพิจารณาถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกประเทศด้วย

แนวคิดด้านการตัดสินใจส่งออกมีการศึกษาอย่างกว้างขวาง (เช่น Pak, 1991; Nguyen, 2000; Clark, 2005; Zahler, 2011และ Sera et al., 2012) นักวิจัยจำนวนมากจำแนกตัวแปรในการศึกษาออกเป็นสองประการใหญ่ ๆ คือ ประการแรกตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคลของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออก ความได้เปรียบของแต่ละองค์กร ความสนใจในการส่งออก และความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร ประการที่สองตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรประกอบด้วยสถานการณ์ของตลาดในประเทศและสถานการณ์ของตลาดในต่างประเทศ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งได้ถูกพัฒนาขึ้นโดย Pak (1991) ซึ่ง Pak เองได้ขยายแนวคิดด้านการส่งออกของ Johanson และ Vahlne (1977) ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ตัดสินใจส่งออกและศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเรียกว่า Export Decision Survey ซึ่งต่อมาได้ถูกนำมาศึกษาต่อโดย Nguyen (2000) เพื่อพิสูจน์และทดสอบสมมติฐาน ตลอดจนถึงแนวคิดพื้นฐานด้านการตัดสินใจส่งออกประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายในองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

สภาพแวดล้อมภายในองค์ประกอบด้วย (1) ลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออก (DEMC) ประกอบด้วย ระดับการศึกษา (EDU) จากการศึกษาเปรียบเทียบในสหรัฐอเมริกา 103 แห่ง (Pak, 1991) ยืนยันว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจส่งออก แต่ Nguyen (2000) พบว่าผู้บริหารในประเทศต่าง ๆ เหล่านี้จบการศึกษาในระดับสูง เช่นในปริญญาตรี หรือสูงกว่า ประสบการณ์ในต่างประเทศ (FEXP) จากศึกษาเปรียบกับ Nguyen (2000) เสนอแนะว่าประสบการณ์ในการทำงานนั้นเกิดขึ้นจาก จำนวนปีในการทำงาน ดังนั้นการที่มีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านการส่งออกมากมีผลต่อการเจริญเติบโตขององค์กรที่มากตามไปด้วย ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ (FLC) จากการศึกษาของ Voerman (2004) พบว่าโรงงานในประเทศเนเธอร์แลนด์ได้ให้ความสำคัญกับภาษาต่างประเทศ อันมีส่วนสำคัญในความสำเร็จด้านการส่งออก อายุ (AGE) Pak (1991) พบว่าผู้บริหารมีอายุที่น้อยและมีผลต่อการตัดสินใจส่งออก (2) ความได้เปรียบของแต่ละองค์กร (FDA) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ (UNIQ) Brouthers et al. (2005) พบว่า ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานโลก

ซึ่งเป็นปัจจัยบวกที่ทำให้ส่งออกได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ตามไปด้วย เทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กร (TIF) พบว่า บริษัทที่ทำการส่งออกมักจะมีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่มีความทันสมัย โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทที่ไม่ได้ทำการส่งออก ซึ่งมักจะมีความล้าหลังในด้านเทคโนโลยีมากกว่า (Brambilla et al.,2010) ขนาดองค์กร (SIZE) Ilmakunnas และ Nurmi (2010) จากฟินแลนด์พบว่าโรงงานที่มีขนาดใหญ่สามารถดำเนินการส่งออกได้มากกว่าโรงงานขนาดอื่นๆ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะโรงงานที่มีขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาด้านการตลาดรวมทั้งข้อมูลด้านต่างๆ มากกว่าโรงงานที่มีขนาดเล็ก (3) ความสนใจในการส่งออก (ATEX) ผลการศึกษาของ Julian และ Ahmed (2012) ค้นพบจากการสัมภาษณ์เจาะลึกว่าความสนใจในการส่งออกเป็นอุปสรรคในการส่งออกและการก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติ เนื่องจากผู้ส่งออกไม่สนใจในการส่งออก ตลอดจนไม่มีสิ่งที่ดึงดูดใจให้ทำการส่งออก ดังนั้นจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของผลกำไร ความเจริญเติบโตขององค์กร ความเสี่ยงในการประกอบกิจการ (4) ความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร (OCEM) จากการศึกษาของ Papadopoulos และ Martin (2010) ในสเปนระดับของความมุ่งมั่นร่วมมือภายในองค์การส่งผลในทางบวกต่อระดับของความเป็นนานาชาติ และความสามารถในการส่งออก ประกอบด้วยประเด็นในด้าน ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรมนุษย์ ข้อมูลข่าวสาร การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาด ที่ต้องพิจารณาว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจส่งออก (EXDE)

สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรประกอบด้วย (1) สภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ (DME) ประกอบด้วย สถานการณ์ของตลาดในประเทศ (DMC) Stoian et al. (2010) พบว่าหากสถานการณ์ของตลาดภายในประเทศมีความแข็งแกร่งก็จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินการส่งออกประสบความสำเร็จตามไปด้วย เช่น สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น อุปสรรคในด้านกระบวนการส่งออก (PBAR) Yannopoulos และ Kefalaki (2010) พิสูจน์ว่า อุปสรรคในด้านกระบวนการส่งออก ตลอดจนความซับซ้อนกันของกระบวนการทำงานด้านการส่งออกเป็นอุปสรรคในการส่งออกที่สำคัญที่สุด การได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาล (GEAS) จากการศึกษาของ Diao et al. (2005) ในประเทศไทยพบว่า การให้ความช่วยเหลือด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) ทำให้สามารถส่งสินค้าออกได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงนโยบายด้านการส่งเสริมการส่งออกและการวางแผนการส่งออกไปยังตลาดส่งออกใหม่ๆ (2) สภาพแวดล้อมของตลาดในต่างประเทศ (FMEN) ประกอบด้วย สถานการณ์ของตลาดในต่างประเทศ (FMC) จากการศึกษาของ Nguyen (2000) และ Pak (1991) ที่พบว่ามีผลต่อความสนใจในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และส่งผลต่อการตัดสินใจในการส่งออก ประกอบด้วยประเด็นในด้าน สถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจในต่างประเทศ เป็นต้น และ กฎข้อบังคับของรัฐบาลในต่างประเทศ (FGRE) กฎข้อบังคับของรัฐบาลในต่างประเทศ หรือกฎหมายมีผลต่อการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศอย่างมาก กล่าวคือ หากบริษัทหรือองค์กรมีองค์ความรู้

ด้านกฎหมายและระเบียบข้อบังคับในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศนั้นๆ (Stoian, 2010)

รูปแบบการวิจัย

วิธีการดำเนินการการวิจัยกำหนดดำเนินการวิจัยแบบตัดขวาง (Cross sectional) เพื่อความเหมาะสมของการเข้าไปศึกษาข้อมูลในบริษัท ผู้วิจัยใช้แนวทางวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดใช้การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล วิเคราะห์กรอบแนวความคิดสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ว่ามีความอิทธิพลกันหรือไม่ และยังสามารถทดสอบสมมุติฐานว่าถูกต้องสอดคล้องตามที่ได้ตั้งไว้หรือไม่ อนึ่งพบว่านักวิจัยที่ใช้ กรอบแนวความคิดด้านการตัดสินใจส่งออก เช่น Pak (1991) ได้ใช้ วิเคราะห์การตัดสินใจส่งออกของผู้บริหารในเยอรมัน และ Nguyen (2000) ได้ใช้วิเคราะห์การตัดสินใจส่งออกของผู้บริหารในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

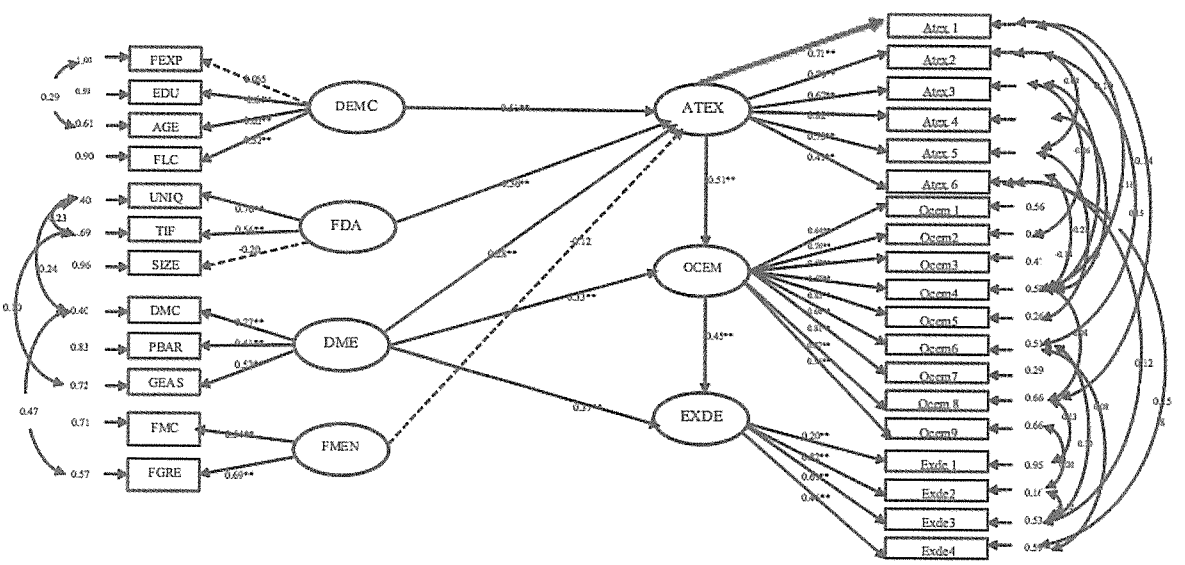
ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น กำหนดทำการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ประกอบการอาหารทะเลกระป๋องส่งออกจำนวน 5 ราย โดยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกในระดับตั้งแต่หัวหน้าแผนกขึ้นไปแห่งละ 1 ท่าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาอภิปรายผลเพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องหลัก 4 กลุ่ม อันได้แก่ ปลาทูน่ากระป๋อง (50.40%) อาหารทะเลกระป๋อง (26.82%) ปลาซาร์ดีนกระป๋อง (13.82%) และ ปลาแมคคาร์เรลกระป๋อง (6.50%) ยังพบอีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 38 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี เคยเดินทางไปต่างประเทศเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี มีความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษได้ และสามารถพูดสามารถต่างประเทศอื่น ๆ ได้อีกด้วย เช่น ภาษาญี่ปุ่น ผู้ประกอบการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านการส่งออก 1- 5 ปี อีกทั้งยังพบอีกว่ามียอดการส่งออกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 30 อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีกำไรจากการดำเนินการส่งออกมากกว่าการขายในประเทศ ตลาดที่ทำการส่งออกหลักในปัจจุบันได้แก่ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อเมริกาเหนือ และยุโรป ส่วนตลาดที่คาดว่าจะทำการส่งออกในอนาคตได้แก่ตะวันออกกลาง แอฟริกา และเกาหลี ไต้หวัน และญี่ปุ่น

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม LISREL มีการทดสอบข้อมูลด้วยสถิติต่าง ๆ ว่ามีความถูกต้องผ่านเกณฑ์ขั้นต้นก่อนจะดำเนินการวิเคราะห์ต่อไปหรือได้ เช่นมีการทดสอบค่า alpha ที่มีค่าระหว่าง .556 - .820 อีกทั้งยังมีการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมลิสเรลได้แก่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์การแจกแจงปกติ และการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ผลการทดสอบไม่พบปัญหาว่ามีความสัมพันธ์กันสูงแต่อย่างใด

เมื่อทำการวิเคราะห์และประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากปรับแบบจำลองแล้ว (รูป 1, หน้า 11) พบว่าค่าดัชนีที่ใช้ทดสอบความเหมาะสมมีผลดังนี้ค่าความเหมาะสมกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัย (GFI) มีค่า 0.95 ค่า normed fit index (NFI) มีค่า 0.96 ค่า incremental fit index (IFI) มีค่า 0.98 ค่าไคสแควร์ (X^2) มีค่าเท่ากับ 494.42 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 394 ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.0654 ค่าไคสแควร์กำลังสองสัมพันธ์ (x^2/df.) เท่ากับ 1.247 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.046 ค่าสถิติเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวิจัย มีความเหมาะสมดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวมมากกว่าการวิเคราะห์ครั้งแรก ตลอดจนถึงการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้



Chi-square=494.42, df=394, Pvalue=0.0654, RMSEA=0.046

*p < 0.05, **p < 0.01

สรุป และ อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาน้ำหนักของตัวแปรในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติในทางลบ เนื่องจากต้องเพิ่มคุณลักษณะส่วนบุคคลในประการณ์ในต่างประเทศ และ จัดการศึกษาให้ตรงความต้องการกับผู้ประกอบการส่งออกให้มากขึ้นรวมถึงการอบรม การทัศนะศึกษา การเรียนในระบบเป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Cavusgil (1976) และ Pasanen (2003)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออก ความได้เปรียบของแต่ละองค์กร สภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ สภาพแวดล้อมของตลาดในต่างประเทศที่มีผลต่อความสนใจในการส่งออก พบว่าเส้นทางอิทธิพลของลักษณะของผู้มีหน้าที่ตัดสินใจส่งออกไปยังความสนใจในการ มีอิทธิพลในทางลบกับความสนใจในการส่งออกเช่นเดียวกับ Voerman (2004) ด้านเส้นทางอิทธิพลระหว่างความได้เปรียบของแต่ละองค์กรไปยังความสนใจในการส่งออกมีความสัมพันธ์ในทางบวกเช่นเดียวกับการศึกษาของ Pak (1991) และNguyen (2000) เส้นทางอิทธิพลระหว่างสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศไปยังความสนใจในการส่งออกมีความสัมพันธ์ในทางบวกสอดคล้องกับการศึกษาของ Leonidou (2004) ด้านเส้นทางอิทธิพลระหว่างสภาพแวดล้อมของตลาดในต่างประเทศไปยังความสนใจในการส่งออก พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจในการส่งออกสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Clark (2005)

วัตถุประสงค์ของที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ ที่มีผลต่อความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร และ การตัดสินใจส่งออก พบว่าสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศ มีผลในทางบวก กับความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กร เช่นเดียวกับสภาพแวดล้อมของตลาดในประเทศกับการตัดสินใจส่งออก ผลการทดสอบพบว่ามีผลในทางบวก สอดคล้องกับการศึกษาของ Cadogan et al. (2012)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสนใจในการส่งออก ที่มีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กรพบว่ามีผลในทางบวกสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Pak (1991), Nguyen (2000) และ Clark (2005)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความมุ่งมั่นร่วมมือในการส่งออกขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งออกพบว่ามีผลในทางบวก เช่นเดียวกับ การศึกษาของ Navarro et al. (2010)

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการจัดการเชิงคุณภาพจากผู้ประกอบการ เสนอว่าต้องเน้นถึงคุณภาพของสินค้า ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยได้มาตรฐานสากล ด้านแรงงานด้านแรงงานคุณภาพของแรงงานหรือว่าพนักงานในองค์กรนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการจึงมุ่งมั่นพัฒนามาตรฐานบุคคล โดยการสร้างเสริมวิทยาการ สร้างความรู้ เพื่อพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพ อย่างไรก็ตาม พบอีกว่าผู้ประกอบการอาหารทะเลกระป๋อง

ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานไทยค่อนข้างมาก เนื่องจากมีอัตราการหมุนเวียนงาน ในอุตสาหกรรมสูงมาก แม้ว่าผู้ประกอบการจะมีการปรับเพิ่มค่าจ้างให้แล้วก็ตาม เนื่องจากพบว่าแรงงานไทยมีค่านิยมค่อนข้างเลือกงานจึงพึ่งพิงแรงงานข้ามชาติค่อนข้างสูง แต่อาจมีแรงจูงใจให้แรงต่างด้าวย้ายถิ่นฐานกลับไปทำงานในประเทศบ้านเกิดเมืองของตนเอง เป็นผลกระทบเนื่องจากการรวมกลุ่มของประชาคมอาเซียน (AEC) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการผลิตแรงงานให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง สำหรับผลกระทบจากการปรับเพิ่มค่าจ้าง 300 บาทต่อวัน ก่อให้เกิดต้นทุนด้านแรงงานของอุตสาหกรรมนี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตต่อไปเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายให้น้อยที่สุด ตัวอย่างเช่น อาจมีการปรับเปลี่ยนกะในการทำงานของพนักงานโดยเน้นให้พนักงานทำงานกะดึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการทำงานในกระดึกค่าใช้จ่ายด้านกระแสไฟฟ้าและค่า FT จะถูกกว่ากะกลางวันมาก

ค่อนข้างมาก คือ หากประเทศที่เป็นคู่ค้าของทางบริษัท ประชาชนมีรายได้ดี โอกาสที่จะได้สินค้าได้มากขึ้น นอกจากนั้นยังอาจจะสามารถซื้อสินค้าได้ราคาที่สูงกว่าประเทศอื่นที่มีรายได้ต่ำกว่า นอกจากนั้นหากประเทศคู่ค้ามีอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้นก็จะสามารถช่วยให้ทางลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น หรือซื้อได้ในราคาสูงขึ้น นอกจากนั้นนโยบายด้านภาษีก็มีผลกระทบต่อการส่งออก คือ หากประเทศคู่ค้ากำหนดอัตราภาษีสินค้านำเข้าจากประเทศไทยต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ก็จะช่วยให้บริษัทส่งออกสินค้าได้มากขึ้น

อุปสรรคที่สำคัญในการส่งออกคืออุปสรรคด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้นในอัตราที่สูงกว่าประเทศอื่นและไม่มีเสถียรภาพ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงใช้อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลล่าร์สหรัฐฯ เป็นหลักในการซื้อขายสินค้า ดังนั้นหากอัตราแลกเปลี่ยนแข็งค่าขึ้นทำให้ทางบริษัทต้องขึ้นราคาสินค้า และหากลูกค้าไม่สามารถยอมรับที่ราคาที่เพิ่มขึ้นได้ก็จะส่งผลกระทบต่อการส่งออกและผลประกอบการของทางบริษัทในที่สุด นอกจากนั้นเนื่องสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นการขายล่วงหน้า ดังนั้นการที่อัตราแลกเปลี่ยนไม่มีเสถียรภาพ ทำให้ทางบริษัทคาดการณ์ราคาลำบาก อุปสรรคด้านราคาน้ำมันที่สูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนสินค้าส่วนใหญ่ต้นทุนวัตถุดิบ ดังนั้นราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นก็จะทำให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้นตามไปด้วยซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า

การช่วยเหลือด้านการส่งออกจากภาครัฐ กล่าวได้ว่าภาครัฐช่วยส่งออกได้ปานกลาง เช่น ช่วยในการออกในรับรองสินค้าต่าง ๆ ภาครัฐควรจะการลดขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น การเดินพิธีการศุลกากร การลดระยะเวลาการขอใบรับรองต่างๆ ให้มีความรวดเร็วขึ้น การลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าที่จะนำมาผลิตเพื่อส่งออก สนับสนุนการตั้งเขตการค้าเสรีกับประเทศที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญกับทางบริษัท เป็นต้น ก็จะช่วยเอื้อประโยชน์ให้บริษัทสามารถส่งออกได้มากขึ้น ความต้องการเร่งด่วนที่ต้องการให้ภาครัฐพิจารณาช่วยเหลือคือ ต้องการให้ภาครัฐจัดตั้งกองเรือจับปลาทูน่า และสัตว์ทะเล เพื่อเป็นแหล่งในการจัดหาวัตถุดิบ เนื่องจากเรือประมงมีมูลค่าสูงมาก

ผลกระทบจากการร่วมกลุ่มของประชาคมอาเซียน (AEC) จะก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้น เนื่องจากจะไม่มีภาษีมาเป็นอุปสรรคในการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องแข่งขันด้านคุณภาพเป็นสำคัญ แต่จะมีอุปสรรคด้าน non-tariff มากยิ่งขึ้นซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น เช่น มาตรการด้าน carbon credit เป็นต้น การผลิตสินค้าต่อไปต้องศึกษาวัฒนธรรม ประเพณี รสนิยมผู้บริโภคในแต่ละประเทศให้มากยิ่งขึ้น และเน้นเจาะกลุ่ม niche market มากยิ่งขึ้น ตลอดจนถึงต้องให้ความสำคัญกฎทางศาสนาและพฤติกรรมการบริโภคของแต่ภูมิภาคด้วยเช่น ความสำคัญของ Halal food เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่อไปต้องเน้นเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2544). *"สัดส่วนการส่งออกและGDP"*. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2555, จากhttp://www.dtn.go.th.

ศูนย์วิจักสิกรไทย. (2553). *"การส่งออกปลาทูน่ากระป๋อง"* .ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2554, จากhttp://www.kasikornresearch.com /TH / K EconAnalysis /Pages/ViewSummary.aspx?docid=25526.

Brambilla, Irene et al. (2010). *Exports, Export Destinations, and Skills.* NBER Working Paper Series, 15995, 1-47.

Brouthers, George Nakos. (2004). SME entry mode choice and performance: a transaction cost perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 28(3)*, 229- 239.

Cadogan, John et al (2012). Strategic flexibilities and export performance The moderating roles of export market-oriented behavior and the export environment. *European Journal of Marketing, 46*(10), 1418-1452.

Cavusgil, Salih Tamer. (1976). *Organizational Determinants of Firms' Export Behavior: An Empirical Analysis*. Ph.D. Dissertation, University of Wisconsin-Madison.

Clark, James. (2005). *Export Marketing Determinants: An Empirical Study of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms in South Africa.* DBA. Dissertation, Nova South eastern University.

Diao, Xinshen. (2005). International Spillovers, Productivity Growth and Openness in Thailand" An Intertemporal general Equilibrium Analysis. *Journal of Development Economics,* 76, 429-450.

Food Network solution. (2555). *การลดความเค็มของปลาทูน่าระหว่างการละลาย. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2555.* ที่มา: http://www.foodnetworksolution.com/knowledge/content/224.

Johanson, Jan & Vahlne, Jan-Erik. (1977). The International Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment. http://www.palgrave-journals.com/jibs/journal /v8/n1 /pdf/8490676 a.pdf. 18 July 2012.

Julian, Craig C. & Ahmed, Zafar U. (2012). Factors impacting international entrepreneurship in Malaysia. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 19*(2), 229 – 245.

Leonidou, Leonidas. (2004). An analysis of the barriers hidden small business export development. *Journal of Small Business Management, 42*(3), 279-302.

Ilmakunnas, Pekka and Satu Nurmi, (2010). Dynamics of Export Market Entry and Exit," Scandinavian *Journal of Economics. Wiley Blackwell, 112*(1), 101-126.

Navarro, Antonio. et al. (2010). Implications of Perceived Competitive Advantages, Adaptation of Marketing Tactics and Export Commitment on Export Performance. *Journal of World Business, 45*, 49-58.

Nguyen, Hong T. (2000). *The Determinants and Decision Making Process of Export Marketing Activities in Small and Medium Sized Manufacturing Firms in Germany.* DBA. Dissertation, Nova Southern University.

Pak, Jong Moo. (1991). *The Export Behavior of Firms: A Study of Determinants and Decision Making in Small and Medium Sized Manufacturing Firm*. Ph.D. Dissertation, University of Alabama.

Papadopoulos, Nicolas and Martin, Oscar. (2010). Toward a model of the relationship between internationalization and export performance. *International Business Review, 19*(2), 386-406.

Pasanen, Mika. (2003). *In Search of Factors affecting SME Performance: The Case of Eastern Finland.* Doctoral Dissertation, University of Kuopio (Finland).

The Economist. (2012). *GDP and Trade Growth*. Retrieved May 12,2012 from : http://www.economist.com/node/18744587. Access Date: 15 July 2012.

Stioian, Maria-Cristina et al. (2010). Export Performance under the Microscope: A glance through Spanish lens. *International Business Review, 2*(2), 117-135.

Sousa, Carlos and Ruzo. (2011). *Managerial Determinants of Export Performance: Direct and Moderating Effects.* Handbook of Research in International Marketing, Edward Elgar Publishing Limited

Voerman, Liane. (2004). *The Export Performance of European SMEs.* Ph.D. Dissertation, University of Netherlands.

Yannopoulos, Peter and Keflaki, Margarita. (2010). *An Empirical Investigation of Perception of Export Barrier Using Metal Model Theory.* : Retrieved August 20,2012,from: http://www.wbiconpro.com/1.%20Peter-Canada.pdf.

Zahler, Adres. (2011). *Essay on Export Dynamics.* Ph.D. Dissertation, Harvard University.