



แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขัน  
ของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

**Rubber export business guidelines : Case study**

**The competitiveness of rubber export business**

**in Songkhla Province**

นัตยา โชติกุล

**Nattaya Chotikul**

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ชื่องานวิจัย	แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
ผู้วิจัย	อาจารย์นาคยา โชติกุล
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2565

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 3) ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 4) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากร ผู้ประกอบการส่งออกยางพารารายใหญ่ในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวน 11 โรงงาน ประกอบด้วย เจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ตำแหน่งละ 11 คน สถาบันการวิจัยและพัฒนา 2 คน วิทยากรผู้เชี่ยวชาญการส่งออก ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบเจาะจง ใช้การสังเกตร่วมด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันแบบจำลองโมเดลเพชร (Diamond Model) ร่วมกับการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมเพราะเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีจำนวนการปลูกยางพารามาก มีความสะดวกในการคมนาคมขนส่งยางพาราเป็นสินค้าส่งออก มีด่าน 4 ด่าน แต่ด้วยผู้ประกอบการยังติดปัญหาที่ด่านยังไม่มีขนาดใหญ่พอที่จะให้เรือรับสินค้ายางพาราเข้าถึงได้ การเกิดวิกฤตโรคระบาดมีผลต่อการส่งออก ความผันผวนของราคายางพารามีผลต่อการส่งออก โครงสร้างของธุรกิจมีความเหมาะสมกับการบริหารงานยางพาราเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ ยางพารามีความต้องการสูง เป็นผลสืบเนื่องจากหลังสถานการณ์โรคระบาด มีความร่วมมือกันระหว่างสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้ประกอบการส่งออกยางพารา ปัญหาในกระบวนการผลิตยางแผ่นรมควันมีต้นทุนสูง และควรพัฒนายางแผ่นรมควันเพื่อส่งออกให้มีคุณภาพเพิ่มอุปสงค์ในตลาดต่างประเทศ การสนับสนุนจากรัฐเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อการส่งออกยางพาราให้สามารถเพิ่มศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกให้กับประเทศได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ :** ยางพารา, การส่งออก, ความสามารถทางการแข่งขัน

<b>Research Title</b>	Rubber export business guidelines : Case study The competitiveness of rubber export business in Songkhla Province
<b>Author</b>	Aj. Nattaya Chotikul
<b>Department</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2022

### **Abstract**

The objective of this research article was to 1) Study the contextual information of the rubber export business in Songkhla and 2) to level of competitive advantage of rubber export business in Songkhla 3) Study of problems and obstacles in building a competitive advantage in rubber exporting business in Songkhla 4) The guidelines for the development of competitive advantages of rubber export business in Songkhla

This study gathered data from the population. Major rubber exporters in Songkhla there are 11 factories consisting of business owner, export manager, marketing manager 11 people per position, 2 research and development institutes, export specialist lecturers. The researcher collected the data by in-depth, specific interviews use observations as well. The tools used for data collection were questionnaires and interview forms. for analyzing the questionnaire data for the determination of percentage, mean, standard deviation. The researcher used a qualitative analysis method using the competitive potential analysis tool of the diamond model together with the analysis of strengths, weaknesses, opportunities and obstacles (SWOT Analysis). The results showed that Songkhla is a suitable area because it is a special economic zone. There is a large number of rubber plantations. It is convenient to transport rubber as an export product. There are 4 checkpoints, but with operators still facing problems that the checkpoints are not large enough to allow ships to receive rubber products to access. The epidemic crisis affects exports. The volatility of rubber prices affects exports. The structure of the business is appropriate for the management. The rubber is enough to meet the domestic demand. Rubber is in high demand. As a result of the epidemic situation There is cooperation between research and development institutes and rubber exporters. Problems in the production of rubber smoked sheet are high cost. And should develop smoked rubber plans for export to increase the quality of demand in the international market. Government support for rubber export business operators to increase their potential and increase competitiveness for sustainable exports to the country.

**Keywords:** Rubber, Export, Competitiveness

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ได้รับการสนับสนุนจากทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สำเร็จลุล่วงได้เพราะความร่วมมือและความเอาใจใส่ของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก สมาคมน้ำยางชั้นไทย สถาบันการวิจัยและพัฒนา วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ การส่งออก อีกทั้งยังได้รับความกรุณาจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทำให้สามารถนำเครื่องมือที่ได้ไปเก็บข้อมูลการวิจัย อีกทั้ง ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้อันมีค่าให้แก่ข้าพเจ้า รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้งานวิจัยมีรูปแบบที่สมบูรณ์ก่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์กับเศรษฐกิจ ชุมชนและสังคมต่อไป

ประโยชน์และคุณค่าของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทีแก่ บิดา มารดา และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

นาตยา โชติกุล

กันยายน 2565

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	[1]
Abstract	[2]
กิตติกรรมประกาศ	[3]
สารบัญ	[4]
สารบัญตาราง	[6]
สารบัญภาพ	[7]
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลการส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา	7
ความได้เปรียบการแข่งขันในการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา	8
ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ (Diamond model)	11
ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT Analysis	18
ขั้นตอนการส่งออกและพิธีการศุลกากร	21
ขั้นตอนพิธีการศุลกากร	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>33</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	33
กระบวนการจริยธรรมด้านการวิจัย	35
เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	39
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>42</b>
ข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา	43
การปลูกยางพาราในลักษณะสวนยางพารา	44

## สารบัญ (ต่อ)

แผนที่แสดงขอบเขตความเหมาะสมปลูกยางพารา จังหวัดสงขลา	45
บริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา	46
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยางพารา	49
ศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก โดย Diamond model	57
ศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง	61
จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	
ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก	64
แนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา	65
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	66
สรุปผลการวิจัย	66
- ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา ในจังหวัดสงขลา	66
- แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ Diamond model	67
- สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก	68
โดย Diamond model	
- สรุปผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	73
ของธุรกิจส่งออก โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	
- แนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา	75
การอภิปรายผลการวิจัย	76
ข้อเสนอแนะ	78
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	79
<b>บรรณานุกรม</b>	80
<b>ภาคผนวก</b>	82
- แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา	83
: กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา	
- หลักสูตรการอบรมและรูปภาพประกอบ	97
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	99

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงสินค้าส่งออก 10 อันดับแรก ที่ผ่านด่านศุลกากรจังหวัดสงขลา	1
2. รายชื่อธุรกิจส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา	34
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามเพศ	49
4. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามอายุ	49
5. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามระดับการศึกษา	50
6. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามระยะเวลาที่ก่อตั้งของสถานประกอบการ	50
7. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามทุนจดทะเบียนบริษัท	50
8. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามจำนวนแรงงานในสถานประกอบการ	51
9. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามผลกำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจ	51
10. จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกสถานภาพผู้ตอบ	52
11. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ส่งออกยางพารา	53

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน	13
2. กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน	17
3. ขั้นตอนการส่งออกยางพารา	24
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
5. แสดงทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ (Diamond Model)	40
6. แผนภูมิแสดงพื้นที่ทำการเกษตรยางพาราและครัวเรือนเกษตรกร	43
7. แผนที่แสดงขอบเขตความเหมาะสมปลูกยางพารา	45
8. การวิเคราะห์ Diamond model ธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา	57
9. แบบจำลอง Diamond model ของการส่งออกยางพาราของจังหวัดสงขลา	69



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ภาคใต้มีพื้นฐานเศรษฐกิจมาจากเกษตรกรรมจากอดีตถึงปัจจุบันซึ่งในปัจจุบันภาคเศรษฐกิจการเกษตรยังคงเป็นภาคการผลิตที่ผลิตอาหาร เครื่องนุ่งห่ม วัตถุดิบ และแรงงานหล่อเลี้ยงภาคเศรษฐกิจทั้งระบบเศรษฐกิจ ภาคใต้มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำเกษตรเพราะมีความชุ่มชื้น ฝนตกชุกตลอดปีมีฤดูที่เด่นชัดเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูฝนและฤดูร้อนส่วนฤดูร้อนอากาศไม่ร้อนจัดเพราะได้รับลมทะเลจากทั้งสองฝั่งทะเล ภาคใต้อาณาเขตเหนือสุด คือ จังหวัดชุมพรจรดเขตใต้สุด คือ จังหวัดนราธิวาสและยะลา มีพื้นที่ทั้งสิ้น 72,000 ตารางกิโลเมตรหรือคิดเป็น 13.5 ของเนื้อที่ประเทศ ภาคใต้เป็นแหล่งสำคัญในการค้าระหว่างประเทศ จังหวัดสงขลาถือว่าส่งออกสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญอันได้แก่ ยางพารา ข้าว กุ้ง กล้วย มะม่วง ผลไม้สดและผักสดต่างๆ ซึ่งการค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย และการค้าระหว่างประเทศ จังหวัดสงขลา มีมูลค่าการส่งออก 20,913.20 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98.43 ของมูลค่าการค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 77.64 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของจังหวัดสงขลา สินค้าเกษตรส่งออก อันดับหนึ่ง คือ ยางพารา 4,616.04 ล้านบาท รองลงมา ผลิตภัณฑ์ยางพารา 2,217.32 ล้านบาท (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา, 2562) ด้านศุลกากรจังหวัดสงขลา มีจำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านศุลกากรสงขลา ด้านศุลกากรสะเดา ด้านศุลกากรปาดังเบซาร์ และด้านศุลกากรบ้านประกอบ

ตารางที่ 1 แสดงสินค้าส่งออก 10 อันดับแรก ที่ผ่านด่านศุลกากรจังหวัดสงขลา

สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก ที่ผ่านด่านศุลกากรจังหวัดสงขลา		
(ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ สะเดา และ ด่านบ้านประกอบ)		
ประจำเดือนกันยายน 2562		
ที่	รายการ	มูลค่า (หน่วย: ล้านบาท)
1	ยางพารา	4,616.04
2	ผลิตภัณฑ์ยางพารา	2,217.32
3	เครื่องวิดีโอ เครื่องเสียง อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,101.40
4	เครื่องยนต์สันดาปภายในรถยนต์	1,962.16

ที่	รายการ	มูลค่า (หน่วย: ล้านบาท)
5	เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,724.29
6	ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	1,359.22
7	แผงวงจรไฟฟ้า	753.35
8	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	643.76
9	เครื่องจักร อะไหล่และอุปกรณ์	460.60
10	สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	252.03

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา, 2562

สินค้าเกษตรประเภทยางพารา ถือเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้หลักให้กับจังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพาราเป็นบุคคลหรือองค์กรที่มีความสำคัญในการกระตุ้นการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลาเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ประกอบการในการส่งออกยางพาราขึ้นปฐมในจังหวัดสงขลา มีจำนวน 11 ราย แหล่งข้อมูลจากฐานการค้าไทยรายชื่อผู้ส่งออก-นำเข้า (2561) สภาพการแข่งขันภายในประเทศไม่ได้มีการแข่งขันกันรุนแรงอันเนื่องจากผู้ประกอบการมีตลาดและประเทศคู่ค้าเดิมอยู่แล้ว และต้องการขยายตลาดให้กว้างขวางเพิ่มมากขึ้นเพื่อมีส่วนแบ่งตลาดที่มีสัดส่วนมากขึ้น เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ รองจาก จังหวัดสุราษฎร์ธานี การผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในเวลา 16 ปีที่ผ่านมา (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2562) จึงเป็นผลให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อหาแนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพาราและปัจจัยต่าง ๆ ในการผลิตที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อการส่งออก ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการส่งออกยางพาราของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา อย่างไรก็ตามการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา ยังมีความผันผวน ถึงแม้ว่ายางพาราจะเป็นวัตถุดิบที่มีความสำคัญกับภาคอุตสาหกรรมแต่ในปัจจุบันยังประสบปัญหาต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของคุณภาพการผลิตที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ด้านสภาพดินฟ้าอากาศ ด้านสังคม เช่น การเพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมของโลกจึงทำให้มีปริมาณความต้องการยางพาราเพิ่มขึ้น ด้านเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น การอุดหนุนการส่งออกของรัฐบาล อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ราคายางพารา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เรื่องปริมาณการส่งออกซึ่งอาจเป็นผลจากการขาดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการเพิ่มจำนวนของประเทศคู่แข่งรวมไปถึงเรื่องผลผลิตที่ได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดที่เป็นผลมาจากปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาโรคระบาดโควิด-19 ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องมีมาตรการและแนวทางที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นไม่ว่าในเรื่องของคุณภาพการผลิต การส่งออก การเตรียม

ความพร้อมในด้านต่าง ๆ โดยมีผลงานวิจัยของสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2561) ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจสินค้าเกษตร เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกรณีศึกษา : สินค้ายางพารา กล่าวเสนอแนะว่า ควรส่งเสริม/สนับสนุนให้ภาคเอกชนสนับสนุนการร่วมลงทุนระหว่างประเทศ ทั้งนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตและการลงทุนในอุตสาหกรรมยางการปรับปรุงโครงสร้างภาษีให้เอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการของไทย และสนับสนุนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ยางลดต้นทุนการผลิตและต้นทุนการส่งออก รวมทั้งสนับสนุนการร่วมลงทุนระหว่างประเทศ ตลอดจน ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรช่วยสนับสนุนให้ภาคเอกชนรักษาฐานตลาดเดิมเนื่องจากสภาพการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจากประเทศผู้ผลิตยางรายใหม่อย่างเวียดนามที่มีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดโลกที่เพิ่มมากขึ้น และเร่งให้ภาคเอกชนขยายตลาดใหม่ ดังนี้เพื่อใช้เป็นแรงในการขับเคลื่อนการส่งออกยางพาราของผู้ดำเนินงานส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลาให้ก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

ผู้วิจัยต้องการศึกษาหาแนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพาราเพื่อที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อการส่งออก และทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ตามขั้นตอนการส่งออกที่สามารถจัดการสินค้าตลอดจนกระบวนการส่งออกเพื่อให้ผู้ดำเนินธุรกิจส่งออกรายใหม่ได้รับข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของธุรกิจส่งออกเพื่อนำไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคใต้และของประเทศต่อไป

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
2. ศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
3. ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
4. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) ซึ่งประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยเงื่อนไขด้านความต้องการหรืออุปสงค์ ปัจจัยอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต ปัจจัยภาครัฐและปัจจัยเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร จังหวัดสงขลา

### ขอบเขตด้านประชากร

1. ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา ในจังหวัดสงขลา (การค้าไทย, 2561)
2. หน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออก

### ขอบเขตด้านสถานที่ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาเริ่มตั้งแต่ มิถุนายน 2563 – กรกฎาคม 2564

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจส่งออกยางพารา หมายถึง ธุรกิจที่ทำการส่งออกสินค้าเกษตรประเภทยางพาราขั้นปฐมนคือยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง น้ำยางข้น ไม่รวมสินค้าอุตสาหกรรมยางพาราที่แปรรูปอื่น ๆ ในจังหวัดสงขลา

ผู้ส่งออก หมายถึง กลุ่มคน บริษัท หรือตัวแทนในจังหวัดสงขลาที่ส่งออกสินค้าเกษตรประเภทยางพาราเป็นสินค้าที่ส่งออกไปต่างประเทศ

ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ หมายถึง ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดในการส่งออกให้มีความพร้อมที่จะเผชิญวิกฤต เพื่อความอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ โดยในแต่ละพื้นที่ต่างก็มีปัจจัยทางการผลิตที่แตกต่างกัน ต่างก็ต้องผลิตสินค้าโดยใช้ปัจจัยในประเทศของตัวเองที่มีอยู่มากมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ หมายถึง ลักษณะความต้องการสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยประเทศจะมีความได้เปรียบถ้าความต้องการภายในประเทศจะ

กคคันให้ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลง มีนวัตกรรมที่รวดเร็วและมีความเป็นเลิศในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์

อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง หมายถึง คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในการค้าฐานสถานภาพการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณสุขโลก อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ ระบบการเงินการธนาคาร ระบบส่งเสริมการลงทุน ระบบการประกันภัย ระบบโทรคมนาคมภายในประเทศ

กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต หมายถึง กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญและส่งผลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม ซึ่งมีส่วนอย่างมากในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ได้แก่ การวางแผนการตลาดกลยุทธ์ทางการตลาด นโยบายการส่งออกของแต่ละบริษัท

รัฐบาล หมายถึง รัฐบาลในทุกระดับของชาติสามารถที่จะพัฒนาหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชาติได้เพราะถึงแม้ภาครัฐจะไม่ใช่องค์ประกอบโดยตรงที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันแต่นโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบและพิธีการต่าง ๆ ที่กำหนดโดยภาครัฐสามารถมีผลกระทบกับองค์ประกอบทั้ง 4 ของตัวแบบซึ่งส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่อไปได้

เหตุสุดวิสัย หรือ โอกาส หมายถึง การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องใหม่คู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญเพราะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องที่เปิดช่องใหม่การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขันหรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าอย่างพาราให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันซึ่งผู้ประกอบการมีความสามารถในการทำกำไรสูงอย่างสม่ำเสมอมีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อการส่งออก

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเข้าใจถึงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อทราบระดับความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเข้าใจถึงปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
4. เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
5. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะดำเนินการธุรกิจส่งออกยางพาราต่อไป

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา” โดยทำการศึกษาแนวความคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงเอกสารต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัย โดยมีเนื้อหาสาระดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลการส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา
2. ความได้เปรียบการแข่งขันในการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา
3. ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ (Diamond model)
4. ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT Analysis
5. ขั้นตอนการส่งออกและพิธีการศุลกากร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลการส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย เป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค มีเนื้อที่ประมาณ 7,393 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,620,625 ไร่ โครงสร้างเศรษฐกิจขึ้นกับกิจกรรมการผลิตใน 3 สาขา ที่สำคัญ ได้แก่ สาขาอุตสาหกรรม สาขาเกษตรกรรม และสาขาการขนส่ง การขายปลีก ทั้งนี้ปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจังหวัด คือ ภาคอุตสาหกรรม กิจกรรมการผลิตที่สำคัญ คือ อุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องกับยางพารา ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา จำนวน 87,665 ครัวเรือนหรือร้อยละ 60.15 ของครัวเรือนประกอบอาชีพด้านการเกษตรทั้งจังหวัด ในปี 2555 การใช้ยางธรรมชาติของโลกมีมูลค่า 11.04 ล้านตัน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา, 2562)

จากการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การเพาะปลูกยางพาราของเกษตรกรจังหวัดสงขลา พบว่าเกษตรกรมีแนวโน้มในการเพาะปลูกยางพาราอยู่ในระดับคงที่ สังเกตได้จากเนื้อที่เพาะปลูกยางพารา เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิตต่อตัน และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา 2561) จังหวัดสงขลาถือได้ว่าส่งออกสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญอันได้แก่ ยางพารา ข้าว ถั่วฝักยาว มะม่วง ผลไม้สดและผักสดต่าง ๆ ซึ่งการค้าชายแดนไทย - มาเลเซียและการค้าระหว่างประเทศ จังหวัดสงขลา มีมูลค่า

การส่งออก 20,913.20 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98.43 ของมูลค่าการค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 77.64 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของจังหวัดสงขลา สินค้าเกษตรส่งออก อันดับหนึ่ง คือ ยางพารา 4,616.04 ล้านบาท รองลงมา ผลิตภัณฑ์ยางพารา 2,217.32 ล้านบาท (สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สงขลา, 2562) มูลค่าการค้าระหว่างประเทศจังหวัดสงขลา ผ่านด่านศุลกากร 5 ด่าน ประกอบด้วย ด่าน ศุลกากรสงขลา ด่านศุลกากรสะเดา ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ ด่านศุลกากรท่าอากาศยานหาดใหญ่และด่าน ศุลกากรบ้านประกอบ สินค้าส่งออก/นำเข้า ที่มีมูลค่ามาก 3 อันดับแรก สินค้าส่งออก อันดับหนึ่ง คือ ยางพารา 5,129.98 ล้านบาท รองลงมา ผลิตภัณฑ์ยางพารา 3,838.44 ล้านบาท และเครื่องวิดีโอ เครื่อง เสี่ยง อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2,101.40 ล้านบาท ตามลำดับ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา 2562) การส่งออกยางพาราเดือน ม.ค.- ก.พ. 63 มีมูลค่า 762.44 ล้านเหรียญสหรัฐ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.11 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ปริมาณการส่งออก ม.ค.-ก.พ. 63 รวมทั้งสิ้น 574,970 เมตริกตัน ลดลงร้อยละ -1.89 แบ่งตามประเภทดังนี้ ยางแท่ง 240,820 (-8.23%) น้ำยางข้น 229,470 (8.34%) ยางแผ่น 94,740 (-2.45%) ยางอื่นๆ 9,940 (-32.53%) สถานการณ์การส่งออกยางพารา เดือน ม.ค.-ก.พ. 63 ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากภาคการผลิตยานยนต์ที่ใช้ยางพาราเป็น ส่วนประกอบในการผลิตชิ้นส่วนและยางล้อ รวมไปถึงความต้องการถุงมือยางที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลกจากผลกระทบการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ราคายางมี แนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน โดยเฉพาะราคาน้ำยางข้น ซึ่งการส่งออกน้ำยางข้น ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 28.69 และถูกใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการนำไปผลิตถุงมือยางซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการทั่วโลกในขณะนี้ ตลาดหลัก คือ จีนร้อยละ 41.09 มาเลเซีย ร้อยละ 13.82 ญี่ปุ่น ร้อยละ 8.56 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 7.21 รวมเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.68 ตลาดขยายตัวสูง ลัตเวีย ร้อยละ 255.33 อินโดนีเซีย ร้อยละ 144.37 จีน ร้อยละ 34.37 ไต้หวัน ร้อยละ 26.71 ผู้ส่งออกยางพารารายสำคัญ คือ บจก.วงศ์บัณฑิต บมจ.ไทยฮั้วยางพารา บมจ.ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี บจก.เซาท์แลนด์รีซอร์ซ บจก.ถาวรอุตสาหกรรมยางพารา (1982) (กรม ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

## 2. ความได้เปรียบการแข่งขันในการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา

ด้วยนโยบายของรัฐบาลที่เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่บริเวณชายแดนที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อน บ้าน จึงกำหนดให้จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษรวม 10 พื้นที่ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และ ส่งเสริมการค้าและการลงทุน ได้แก่ ตาก สระแก้ว ตราด มุกดาหาร สงขลา เชียงราย หนองคาย นครพนม กาญจนบุรี และนราธิวาส ดังจะเห็นว่าจังหวัดสงขลาเป็นหนึ่งในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้รับการส่งเสริม การค้าและการลงทุนจากรัฐบาล โดยเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคใต้ มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ ซึ่ง



เป็นด่านทางบกที่มีมูลค่าการค้าสูงสุดอันดับหนึ่งและอันดับสองของไทย มีพื้นที่อยู่ใกล้ท่าเรือปีนังและท่าเรือกลางของมาเลเซีย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ให้ขยายออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้มากยิ่งขึ้น และที่สำคัญที่สุดคือ จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับสองของไทย จังหวัดสงขลาจึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาให้เป็นศูนย์วิจัยและพัฒนายางพาราของประเทศไทย เพื่อยกระดับสินค้าแปรรูปยางพาราสู่มาตรฐานสากล เมื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบการแข่งขันในการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา โดยใช้ตัวแบบโมเดลเพชรของ พอร์เตอร์ (Diamond model) (Porter, 1998) ทั้ง 4 องค์ประกอบและปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการดังรูปภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (Porter, 1998) จะสามารถวิเคราะห์ความได้เปรียบการแข่งขันในการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

#### 2.1 เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor conditions)

1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) จังหวัดสงขลา มีแรงงานเข้ามาจำนวนมากเพราะอยู่ติดเขตชายแดน จึงทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนด้านแรงงานต่ำเพราะได้แรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานปริมาณมากทั้งแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการในการคัดเลือกคนแรง

2) ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical resources) ด้วยจังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่ได้รับการส่งเสริมการค้า มีทรัพยากรทางกายภาพ และ สิ่งแวดล้อมอีกทั้งระบบการคมนาคมสะดวก มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกยางพารา

3) ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge resources) ด้วยจังหวัดสงขลา มีหน่วยงานที่มีศักยภาพในด้านการศึกษาให้ความรู้และข้อเสนอแนะด้านยางพารา เช่น สถาบันวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มผลผลิตและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนากับผู้ประกอบการส่งออกยางพาราและสามารถแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้

4) ทรัพยากรทางด้านเงินทุน (Capital resources) รัฐบาลให้การสนับสนุนแต่ขาดการกระตุ้นการส่งออกและผู้ประกอบการมีปัญหาต้นทุนในการส่งออกสินค้ายางพาราบางชนิดที่ยังคงราคาสูง

5) สาธารณูปโภค (Infrastructure) ปริมาณสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา มีเพียงพอต่ออุตสาหกรรมยางพารา

## 2.2 เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand condition)

ยางพารายังคงมีความต้องการสูงทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และด้วยต้นทุนยางพาราจะเติบโตได้ในภาคใต้ในเขตร้อนชื้น จึงทำให้เกิดผลผลิตได้ง่ายในภาคใต้และจังหวัดสงขลา แต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาดต่าง ๆ และสงครามยูเครน-รัสเซีย ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออกยางพารา

## 2.3 เงื่อนไขทางด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and related industries)

ธุรกิจส่งออกยางพาราได้รับการส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของผู้ประกอบการส่งออกยางพารา เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุน ๆ นี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมีต้นทุนการผลิตต่ำ โดยมีสถาบันวิจัยและพัฒนา ร่วมกันแก้ไขปัญหาในกระบวนการผลิตน้ำยางเพื่อส่งออก วิจัยและพัฒนายางพาราส่งออกอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.4 กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm strategy, Structure and rivalry)

ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา มีความได้เปรียบด้านโครงสร้างองค์กรด้วยมีทรัพยากรบุคคล และผู้ประกอบการมีความชำนาญและมีกลยุทธ์ในการส่งออก ซึ่งโครงสร้างและระบบการบริหารที่เหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยางพารานั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศจะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิต นอกจากนี้ตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

## 2.5 รัฐบาล (Government)

นโยบายของรัฐบาลเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการส่งออกยางพาราเพื่อกระตุ้นการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อบริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิดอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ เช่น ทำถนนจากยางพารา ธุรกิจส่งออกได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและ ผูกขาด

## 2.6 เหตุสุควิสัยหรือโอกาส (Chance)

ธุรกิจส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา เจอปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการผลิตและการส่งออกซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของจังหวัด เช่น การมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาช่วยในการผลิตความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลัก และ มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา เช่น เพื่อนบ้านใกล้เคียง เช่น อินโดนีเซีย

มาเลเซียที่มีความสามารถในการส่งออกยางพารา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่ผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ ตลอดจนการเกิดสงครามรัสเซีย-ยูเครน โรคระบาดโควิด-19 ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญเพราะทำให้เกิดการผลิตที่ไม่ต่อเนื่อง ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขันหรือลี้ภัยข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจ ใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน

### 3. ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Diamond model)

ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Diamond model) (Porter, 1998) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันอุตสาหกรรม (Competitive advantage) ของประเทศใดประเทศหนึ่งอันมีผลต่อการปรับตัวและการพัฒนาของอุตสาหกรรมนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดให้มีความพร้อมที่จะเผชิญวิกฤตเพื่อความอยู่รอด โดยจากตัวแบบมี 4 องค์ประกอบ (ภาพที่ 1) ที่สำคัญซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน อุตสาหกรรมได้ประกอบด้วย

1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor conditions) ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศและมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขันกล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่าง ๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) หมายถึงปริมาณแรงงานคุณภาพและทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และ คุณภาพของ ทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากรกายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน น้ำ แร่ ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่น ๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากร

กายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางการขนส่ง (Transportation cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

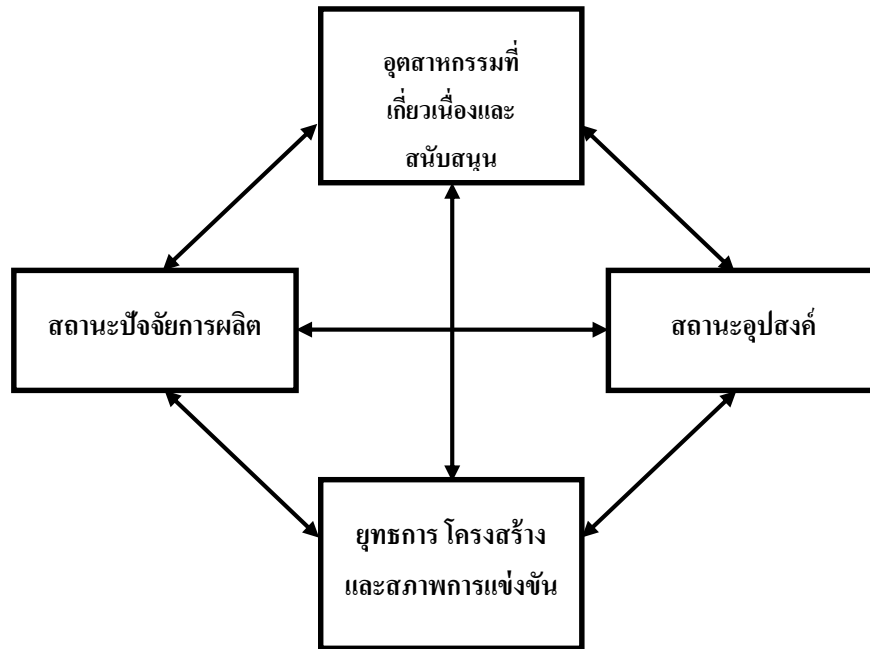
1.3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจัยด้านแรงงานที่มีทักษะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางด้านนี้มากมีนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้

1.4 ทรัพยากรทางด้านเงินทุน (Capital resources) หมายถึง จำนวนและต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุนประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำและความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศรวมถึงปริมาณเงินทุนที่เพียงพอในประเทศจะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

1.5 สาธารณูปโภค (Infrastructure) หมายถึง ปริมาณสาธารณูปโภคที่เพียงพอและราคาไม่แพงในที่นี้หมายถึง เครื่องสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง เป็นต้น เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้จะสามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศการพัฒนาการผลิตในประเทศซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

โดยมีวิธีการแบ่งปัจจัยการผลิต 2 วิธีคือ วิธีแรกแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็นปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง ปัจจัยพื้นฐาน หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ แรงงานที่มีความชำนาญและกึ่งชำนาญ รวมทั้งทุน ปัจจัยขั้นสูง หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมสมัยใหม่ บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมในระดับสูง ซึ่งปัจจัยพื้นฐานเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ไม่ยั่งยืนแต่ปัจจัยขั้นสูงมีความสำคัญมากต่อการเสริมสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สูงเพราะการพัฒนาปัจจัยขั้นสูงจะต้องใช้เงินทุนสูงและต้องสะสมเป็นระยะเวลาานาน วิธีที่ 2 แบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็นปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทาง ปัจจัยทั่วไป หมายถึง ถนน แหล่งเงินทุน ประเภทหนี้ บุคลากรระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าที่ไม่จำกัคว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใด ปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษา

หรือฝึกรวมเฉพาะทาง โดยทั่วไปแล้วปัจจัยเฉพาะทางเมื่อได้รับการพัฒนาสูงขึ้นก็มักมีลักษณะเฉพาะทางมากขึ้นเป็นบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบด้านการแข่งขันสูงและก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไปและปัจจัยพื้นฐาน



ภาพที่ 1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Porter, 1998)

Porter (1998) ให้ความสำคัญกับความสามารถของประเทศในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรอื่น ๆ ให้เกิดความได้เปรียบจึงเป็นการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ถูกสร้างทั้งหลายในการส่งเสริมข้อได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ นอกจากนี้ Porter ยังเชื่อว่า ข้อได้เปรียบในการแข่งขันอาจจะเกิดจากการที่ประเทศมี “ข้อเสียเปรียบของปัจจัยบางด้าน” เนื่องจากจะเป็นแรงผลักดันให้อุตสาหกรรมของประเทศต้องปรับตัวและพัฒนาเพื่อเอาชนะข้อเสียเปรียบเหล่านั้น

2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand condition) อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาค่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมาก ๆ ในประเทศซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมาก ๆ นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนา

และขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วยในแบบจำลองของ Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีเหตุมีผลคำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศจะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้แล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลักจะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศและความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้นก็ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันได้

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

2.1 โครงสร้างการแบ่งตลาดของอุปสงค์ในประเทศ (Segment structure of demand) บริษัทหรืออุตสาหกรรมมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกและตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จักจริง (Sophisticated and demanding buyers) ผู้ซื้อที่รู้จักจริงในสินค้าหรือบริการใดจะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory buyer needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนแล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่น ๆ ภายหลังในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้าม ถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากลอุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศหรือถ้าอุปสงค์ในประเทศ

ตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากลประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and related industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุน ๆ นี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

3.1 ช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วสามารถลดต้นทุนการผลิตและขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุดซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศและวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

3.2 ความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบชิ้นส่วนหรือเครื่องจักร ซึ่งถ้าสำนักงานใหญ่ของบริษัทผู้ผลิตและของบริษัทผู้ใช้อยู่ในประเทศเดียวกันมีกิจกรรมสำคัญและมีผู้บริหารอยู่ในประเทศเดียวกันย่อมส่งผลทำให้เกิดความร่วมมือกันอย่างจริงจังมากกว่าในกรณีที่สำนักงานใหญ่ของอีกฝ่ายหนึ่งอยู่ในประเทศเดียวกันกับบริษัทสาขาของอีกฝ่ายหนึ่ง

3.3 มีความร่วมมือกันในด้านกระบวนการนวัตกรรมและกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขัน คือ ถ้าผู้ขายวัตถุดิบช่วยให้บริษัทมองเห็นถึงวิธีใหม่ โอกาสใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่บริษัทมีช่องทางที่รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลใหม่ ความคิดใหม่ มุมมองใหม่และนวัตกรรมใหม่ของผู้ขายวัตถุดิบซึ่งเมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกันแก้ไขปัญหาแลกเปลี่ยนแนวคิดการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน ย่อมก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้มากที่สุด นอกจากนี้ผู้ขายวัตถุดิบมักจะกระจายข้อมูลใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ไปสู่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลทำให้อัตราความเร็วในการสร้างนวัตกรรมภายในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ถูกเร่งให้เร็วขึ้น

อย่างไรก็ตามประเทศหนึ่งไม่จำเป็นต้องมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในทุกอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมหนึ่งเพื่อให้อุตสาหกรรมมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันและถ้าอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมี บริษัทแม่อยู่ใกล้กันและมีนวัตกรรมเดียวกันจะทำให้มีการร่วมมือกันอย่างจริงจังอยู่ตลอดเวลาส่งผลให้มีการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบเชิงแข่งขันของทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกันนั้นให้เพิ่มมากขึ้น

#### 4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm strategy, Structure and rivalry)

การจัดการ โครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศจะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้นและเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมากเนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้นการแข่งขันในด้านอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่าและการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมาก ๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศแต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลาและมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้าเพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็ก ๆ นอกจากนี้จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วยเพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

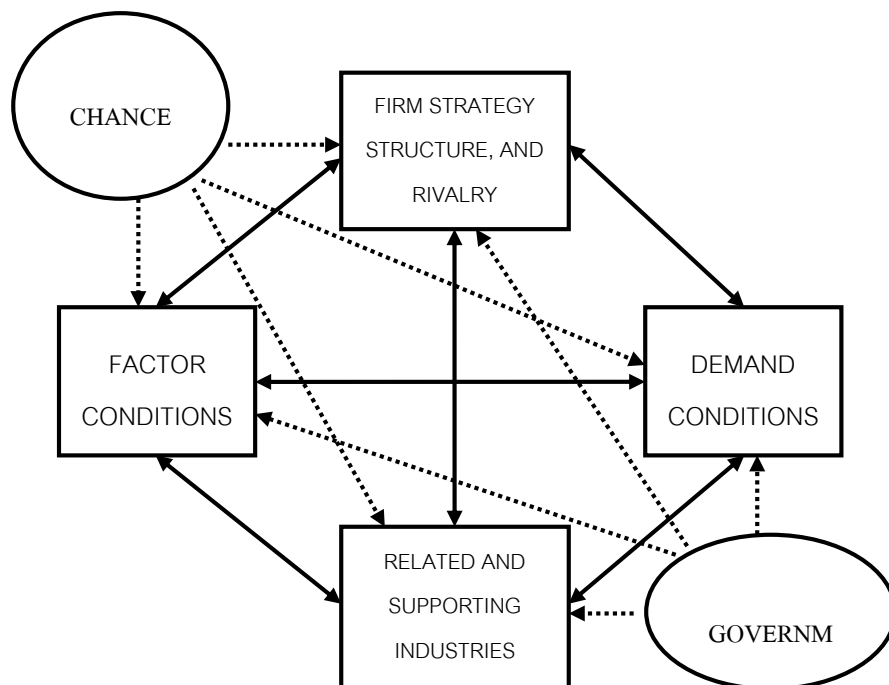
นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ (ดังภาพที่ 2) คือ

5. รัฐบาล (Government) รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อม ๆ กับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวกในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับ



ผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อบริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น

6. เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส (Chance) การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นหรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยนตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญเพราะทำให้เกิด “ความไม่ต่อเนื่อง” ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขันหรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจ ใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (Porter, 1998)

จากกรอบการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าเกษตรประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด Diamond model มาศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา

#### 4. ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT Analysis

เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับองค์กร หรือโครงการ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็ง และจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กรเทคนิคนี้ Albert Humphrey ได้ชื่อว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้ การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลใดบ้างที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม

SWOT เป็นตัวย่อ ของข้อความที่มีความหมายดังนี้

Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

Opportunities หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threats หมายถึง อุปสรรคข้อจำกัดหรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

1. หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพแวดล้อม 2 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึง การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นที่จะมีผลต่อองค์กรและจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมดำเนินการขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป

2. ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลใดบ้างที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม จุดแข็งของอุตสาหกรรมจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์ เพื่อการบรรลุเป้าหมายในขณะที่จุดอ่อนของอุตสาหกรรมจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน

โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายของอุตสาหกรรมในทางกลับกัน อุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายของอุตสาหกรรม โดยผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์และการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้อุตสาหกรรมพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

3. ขั้นตอนวิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาจากจุดแข็งขององค์กรและแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มีน้อยที่สุดได้ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้นจะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูล การบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้าน โครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหารการจัดการรวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าไปในสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร จุดอ่อน (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้น ๆ ว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กร ที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

3.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน งบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราผู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง กรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ โอกาสทางสภาพแวดล้อม

(O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้ อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

3.3 ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อมเมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง - จุดอ่อน โอกาส - อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้วให้นำจุดแข็ง - จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส - อุปสรรคจากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง - โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุดเนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่างที่ดี ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุกเพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน - อุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดเนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน - โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง - อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่สามารถสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

ชูเพ็ญ วิบูลสันติ (มปป.) ได้กำหนดข้อพิจารณาในการวิเคราะห์ SWOT มีดังนี้

1. ควรวิเคราะห์แยกแยะควรทำอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้ได้ปัจจัยที่มีความสำคัญจริง ๆ เป็นสาเหตุหลัก ๆ ของปัญหาที่แท้จริง กล่าวคือ เป็นปัจจัยที่มีประโยชน์ในการนำไปกำหนดเป็นนโยบาย ตลอดจนสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่จะทำให้องค์กร ชุมชนบรรลุเป้าหมายที่เป็นผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายได้จริง

2. การกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ไม่ควรกำหนดของเขตของความหมายของปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจุดอ่อนหรือจุดแข็ง หรือโอกาส หรืออุปสรรค ให้มีความหมายคาบเกี่ยวกัน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตัดสินใจและชี้ชัดว่าปัจจัยที่กำหนดขึ้นมานั้นเป็นปัจจัยในกลุ่มใด ทั้งนี้เพราะปัจจัยที่อยู่ต่างกลุ่มกันก็ต้องสมควรที่จะนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่ต่างกันออกไป

4. ข้อดี – ข้อเสีย ของการทำ SWOT Analysis เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ให้ความสะดวกเป็นอย่างมากสำหรับผู้ที่น่า SWOT มาใช้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ด้านต่าง ๆ มากมาย เช่น การตัดสินใจเลือกเมื่อมีทางเลือกหลาย ๆ ทาง การกำหนดความสำคัญก่อนหลังของเหตุการณ์ การบริหารความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการให้เกิดขึ้น การวิเคราะห์และแก้ปัญหาในการดำเนินการ การวิเคราะห์โครงการเริ่มใหม่ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้สูงขึ้น การสร้างกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ฯลฯ ข้อเสียของการใช้ SWOT ก็มีอยู่ไม่น้อยเช่นกัน เมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์และความหลากหลายในการประยุกต์ใช้งานและความเข้าใจในความรู้พื้นฐานของเทคนิค SWOT ของผู้วิเคราะห์ และต้องทบทวน SWOT เป็นระยะ ๆ เพื่อตรวจสอบสภาพว่าเหตุการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานยังเหมือนเดิมหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปแล้วหรือไม่

## 5. ขั้นตอนการส่งออกและพิธีการศุลกากร

1. ผู้ส่งออกต้องผ่านการจดทะเบียนพาณิชย์เป็นนิติบุคคล ที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้เพื่อให้มีสภาพเป็นองค์กรธุรกิจ มีความน่าเชื่อถือเมื่อติดต่อกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ

2. ผู้ส่งออกจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง เป็นการปฏิบัติตามกฎหมาย

3. สินค้าเกษตรที่ทำการส่งออกต้องได้รับการขึ้นทะเบียนของสวนเกษตรเพื่อการส่งจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์หรือการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสมจากกรมวิชาการ

4. การเสนอจำหน่ายสินค้าและราคาแก่ผู้นำเข้าในต่างประเทศ ซึ่งผู้ส่งออกในฐานะนักธุรกิจจะต้องหาลูกค้าที่น่าเชื่อถือ

5. เมื่อได้ผู้ซื้อในต่างประเทศแล้ว ผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าในต่างประเทศจะแจ้งให้ทราบว่ามีเอกสารใดบ้างที่ผู้ส่งออกต้องแนบไปพร้อมกับการส่งออกสำหรับสินค้าอาหาร ผัก ผลไม้ ผู้นำเข้าในออสเตรเลียจะต้องส่งหนังสืออนุญาตการนำเข้ามาให้ผู้ส่งออกไทยเพื่อการขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

6. สินค้าเกษตรที่ทำการส่งออกต้องมีใบรับรองการปลอดศัตรูพืชกำกับ (Phytosanitary certificate: PC) มีการระบุข้อความตามข้อตกลง โดยติดต่อขอใบรับรองได้ที่กรมวิชาการเกษตร

7. สินค้าเกษตรที่ทำการส่งออกต้องบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ใหม่และสะอาด กล่องบรรจุต้องระบุหมายเลขสวน หมายเลขสถานที่บรรจุหีบห่อและหมายเลขที่ส่งออกและระบุข้อความเป็นภาษาอังกฤษ รายละเอียดดังกล่าวดังนี้

7.1 ชื่อบริษัท

7.2 ชนิดสินค้า

7.3 หมายเลขทะเบียนสวน

7.4 หมายเลขทะเบียนโรงบรรจุหีบห่อ

7.5 วันบรรจุ

7.6 ส่งออกไปประเทศอะไร

### ขั้นตอนพิธีการศุลกากร

ผู้ส่งออกอาจต้องการใช้บริการของ “ตัวแทนออกของศุลกากร” หรือ Customs Broker หรือ Shipping Agent เพื่อทำหน้าที่ส่งสินค้าไปต่างประเทศ โดยบริการอาจครอบคลุมถึงการจัดหาเรือบรรทุกสินค้า การจัดทำเอกสารทางด้านศุลกากรและการปฏิบัติตามขั้นตอนของกรมศุลกากร เนื่องจากการทำงานในขั้นตอนนี้ ผิดพลาดไม่ได้แต่มีรายละเอียดมาก ผู้ส่งออกบางรายจึงนิยมใช้บริการของผู้ที่ชำนาญเหล่านี้

ขั้นตอนย่อยของพิธีการศุลกากรสำหรับสินค้าแต่ละชนิดอาจจะต่างกันตรงที่การขอใบรับรองเพื่อส่งออกไปพร้อมกับสินค้า ดังนั้นบางสินค้าก็ต้องการใบรับรองสุขภาพอนามัย บางสินค้าต้องการใบรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้า สรุปเป็นขั้นตอนทั่วไปเพื่อเป็นแนวทาง ดังนี้

1. การขอใบรับรองทางด้านความปลอดภัยและมาตรฐานสินค้า เช่น การขอใบรับรอง Health Certificate สำหรับสินค้าอาหาร ผัก ผลไม้ สินค้าประมง ระบบการตรวจสอบสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชสำหรับการส่งออกไปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ประกอบด้วย

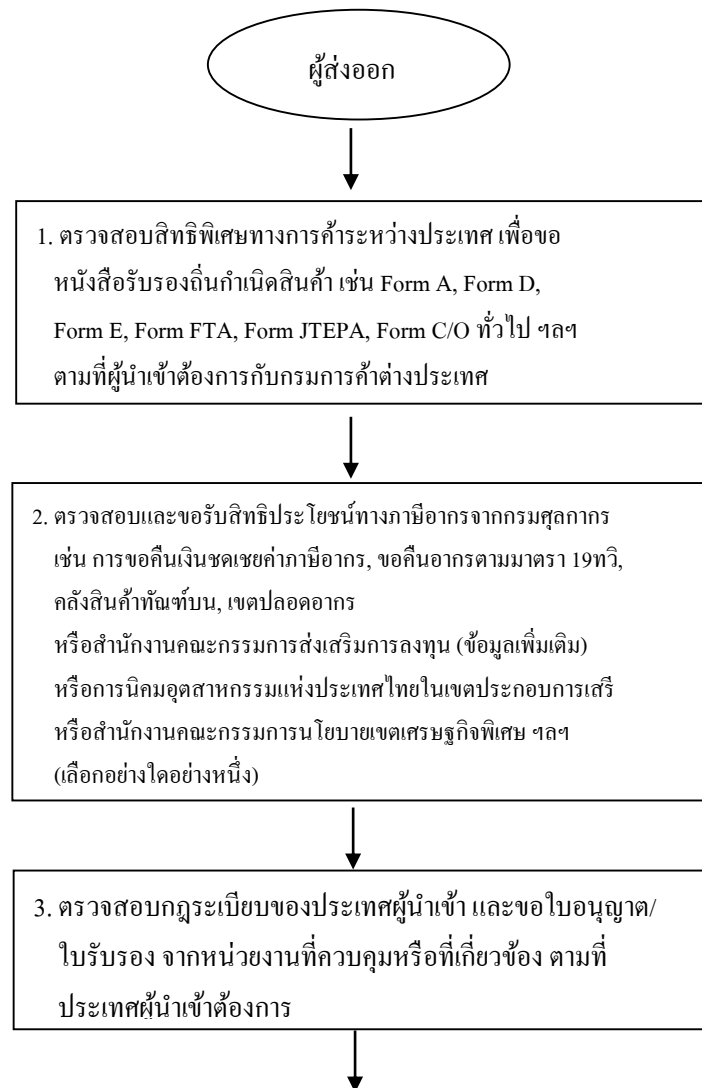
2. ขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้ผู้นำเข้าได้รับการลดหย่อนภาษีศุลกากรในตอนนำเข้าและทำให้สินค้าของไทยมีความได้เปรียบทางด้านราคา
3. ติดต่อจองเรือบรรทุก หรือเครื่องบิน หรือรถบรรทุกในกรณีที่ต้องขนส่งทางอากาศ ทำเรื่องการประกันภัยสินค้าให้เรียบร้อย
4. วางแผนจัดการส่งออกตามเงื่อนไขของผู้ซื้อระบุไว้ในหนังสือสั่งซื้อสินค้าที่เรียกว่า L/C หรือ Letter of Credit ทุกประการ มิฉะนั้นอาจจะไม่ได้รับเงินค่าสินค้า
5. จัดทำเอกสารเพื่อผ่านพิธีการศุลกากร ซึ่งจะต้องมีเอกสารต่อไปนี้
  - 5.1 ใบขนสินค้าขาออก
  - 5.2 บัญชีราคาสินค้า (Invoice) จำนวนต้องเท่ากับจำนวนใบขนสินค้าขาออกที่ยื่นทั้งหมด
  - 5.3 บัญชีรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ (Packing List)
  - 5.4 คำร้องขอให้ทำการตรวจสินค้าและบรรจุเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์
- 6 การผ่านพิธีการศุลกากร มี 2 ระบบให้เลือกใช้
  - 6.1 ระบบ Manual จะเริ่มต้นโดยเจ้าหน้าที่กรมศุลกากรตรวจสอบเอกสาร ตรวจสอบพิกัดประเมินราคาสินค้าในกรณีที่ต้องเก็บอากร จากนั้นก็บันทึกเข้าคอมพิวเตอร์ แล้วตรวจปล่อยสินค้า นำของออกจากการทำเรื่องเป็นอันเสร็จสิ้นพิธีการศุลกากร
  - 6.2 ระบบ EDI หากใช้ระบบนี้ผู้ส่งออกต้องลงทะเบียนเป็นผู้ใช้ระบบ EDI ล่วงหน้า ภายใต้ระบบนี้ผู้ส่งออกจะบันทึกข้อมูลใน Invoice และใบขนสินค้าออกในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งออกเอง แล้วส่งข้อมูลเข้าไปที่กรมศุลกากร เมื่อกรมศุลกากรตรวจสอบถูกต้องแล้วก็จะแจ้งวันเวลาที่จำเป็นต้องมาจ่ายเงินค่าธรรมเนียม จากนั้นก็ตรวจปล่อยสินค้าลงเรือเป็นอันเสร็จสิ้นพิธีการศุลกากร
7. ผู้ส่งออกแนบเอกสารการส่งออกและใบรับรองทุกอย่างไปพร้อมกับสินค้า

### การเรียกเก็บเงินค่าสินค้า

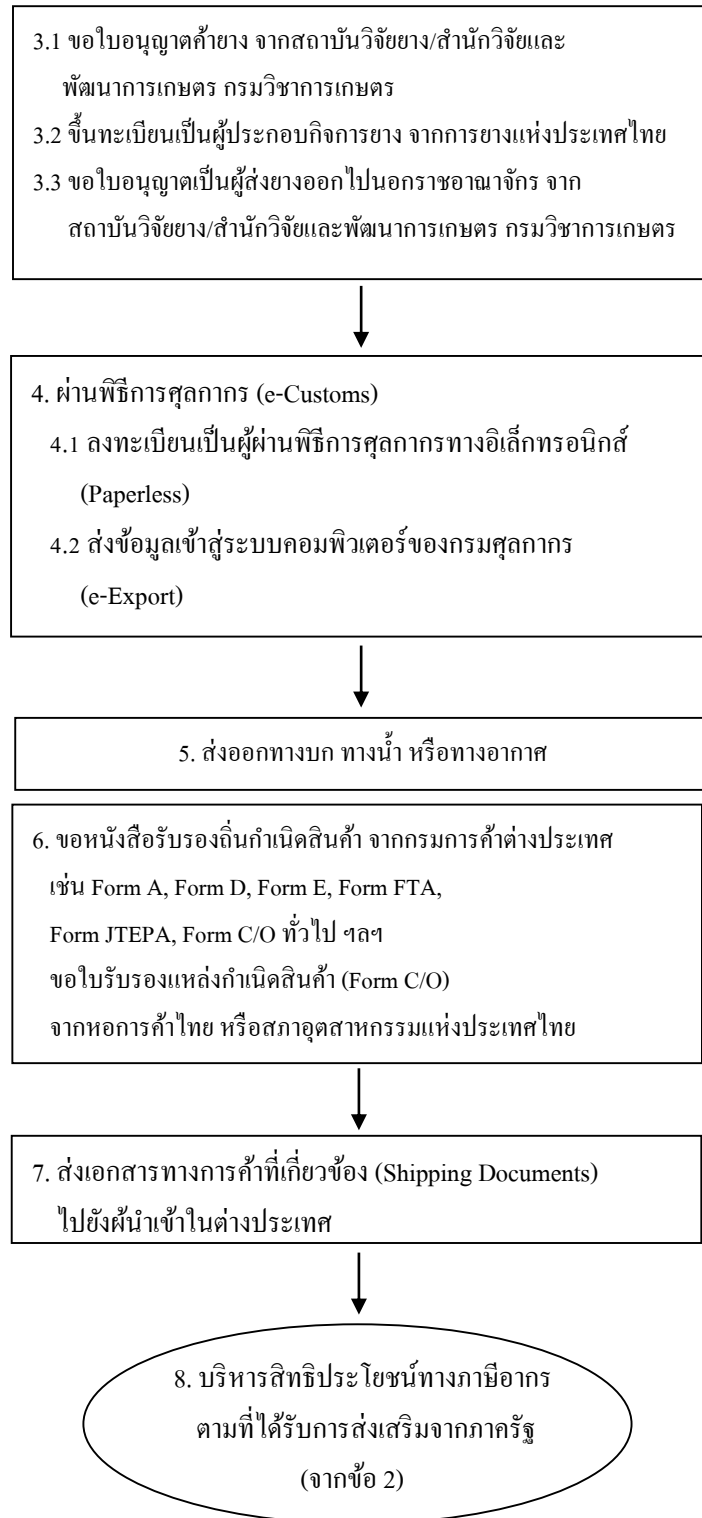
1. เมื่อส่งสินค้าลงเรือหรือเครื่องบินแล้ว ผู้ส่งออกก็ส่งเอกสารสำคัญไปให้ธนาคารของผู้ขายเพื่อเรียกเก็บเงิน เอกสารที่สำคัญได้แก่
  - 1.1 L/C หรือใบสั่งซื้อ
  - 1.2 Bill of Lading ออกให้โดยตัวแทนเรือหรือเครื่องบินที่ขนส่ง
  - 1.3 Invoice
  - 1.4 Packing List
  - 1.5 Bill of Exchange

2. ธนาคารของผู้ขายตรวจเอกสารแล้วส่งให้ธนาคารของผู้ซื้อในต่างประเทศ
3. ธนาคารของผู้ซื้อแจ้งให้ผู้ซื้อไปจ่ายเงิน แล้วโอนเงินที่จ่ายนี้ให้ผู้ส่งออกผ่านธนาคารตัวแทนของผู้ส่งออกเป็นเสร็จสิ้นการเรียกเก็บเงินค่าสินค้า

### ขั้นตอนการส่งออกทางพารา







ภาพที่ 3 ขั้นตอนการส่งออกขางพารา

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวพิมพ์ เลี่ยมมินผล และรสริน โอสถานนศักดิ์. (2558). ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศสมาชิกอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง สถานการณ์การส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทย ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า เกษตรของประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน รวมถึงศักยภาพของการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย และประเทศสมาชิกอาเซียน โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสามารถในการส่งออกรวมถึงค่าส่วนแบ่งตลาด รวม ค่าผลกระทบทางโครงสร้าง ค่าผลกระทบทางการดำเนินงานและค่าผลกระทบรวมสินค้าเกษตรที่ ทำการศึกษา ได้แก่ สินค้าเกษตรที่สำคัญ 3 ชนิดตามรหัสฮาร์โมนไนซ์คือสินค้าเกษตรรหัส 16 ได้แก่ ของปรุง แต่งจากเนื้อสัตว์ ปลาหรือสัตว์น้ำจำพวก ครัสตาเซีย โมลลัสก์ หรือจากสัตว์น้ำที่ไม่มีกระดูกสันหลังอื่นๆ สินค้าเกษตรรหัส 10 ได้แก่ ัญพืช และสินค้าเกษตรรหัส 17 ได้แก่ น้ำตาลและขนมทำจากน้ำตาล ข้อมูลที่ ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรทั้ง 3 ชนิดของประเทศสมาชิกอาเซียน มูลค่าการ ส่งออกสินค้าเกษตรทั้ง 3 ชนิดจากตลาดโลกสู่ประเทศสมาชิกอาเซียน และข้อมูลการส่งออกสินค้าเกษตร ทั้ง 3 ชนิดไปยังตลาดโลก ซึ่งเป็นข้อมูลทศนิยมรายปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550-2554 ผลการศึกษาพบว่า ประเทศ ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า เกษตรรหัส 16 โดยที่ ประเทศไทยมีการครองตลาดมากที่สุดและมีแนวโน้มครองส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ประเทศที่มีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตรรหัส 10 ได้แก่ประเทศ กัมพูชา ลาว ไทย และ เวียดนาม โดยที่ประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดส่วนประเทศไทยมีแนวโน้มการครองส่วนแบ่ง ตลาดค่อนข้างทรงตัว

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). รายงานว่าแนวโน้มการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรใน เดือนมกราคม 2559 ที่ผ่านมามีสัญญาณที่ดีขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกในกลุ่มประเทศอาเซียน เช่น ประเทศ อินโดนีเซียและเวียดนาม นำเข้าสินค้าเกษตรจากไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับปีที่แล้วในขณะที่ ยอดส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรของไทยในอาเซียนเมื่อปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่า 2.6 แสนล้านบาท จากการส่งออก รวมทั้งหมดที่มีมูลค่าสูงถึง 7.2 ล้านล้านบาท นอกจากนี้ข้อมูลการส่งออกสินค้าเกษตรในประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนในเดือน มกราคม 2559 มีมูลค่า 2.6 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.6 โดยสินค้าที่มีการ ส่งออกมากที่สุด คือ น้ำตาลและขนมจากน้ำตาล เพิ่มขึ้นร้อยละ 125 มูลค่า 4,700 ล้านบาท รองลงมาคือ ข้าวและัญพืช ซึ่งอัตราการขยายตัวร้อยละ 73 มีมูลค่า 4,400 ล้านบาท และผลไม้มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 49 มีมูลค่า 1,500 ล้านบาท ขณะที่สินค้าที่ส่งออกได้น้อยลง เช่น โกโก้และผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก

ปริมาณการผลิตลดลงกว่าร้อยละ 48 นอกจากนี้ตลาดสินค้าเกษตรในอาเซียนถือเป็น อนาคตของสินค้าเกษตรไทย เนื่องจากเติบโตอย่างต่อเนื่องมีส่วนการส่งออกมากที่สุดถึงร้อยละ 24 ของตลาด รวมการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร ขณะที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมเกษตรกร เช่น การลดต้นทุนการผลิต ส่งเสริมปลูกพืชแปลงใหญ่โดยเน้นการรวมกลุ่มผลิต รวมถึงนโยบายการพัฒนาแหล่งน้ำทำให้สินค้าเกษตรมีอนาคต ที่สดใสสำหรับปีที่ผ่านมาประเทศไทยส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดอาเซียน คิดเป็นมูลค่า 281,382 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 6.05

พิมพ์ชนก วอนขอพร. (2560). ได้ศึกษาการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยพบว่า เดือนเมษายน 2560 มีมูลค่า 16,864 ล้านดอลลาร์ อัตราการขยายตัวร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลจากการค้าโลกขยายตัวร้อยละ 12.4 สูงสุดในรอบ 67 เดือน ประกอบกับการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันกลับมาขยายตัวดีขึ้นตามทิศทางของราคาน้ำมันและสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมก็กลับมาขยายตัวต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ ยาง ขยายตัวที่ระดับร้อยละ 54.30 ยางพาราขยายตัวร้อยละ 41.10 เม็ดพลาสติกขยายตัวร้อยละ 4 ขณะที่สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ทั้งข้าวและน้ำตาลก็ขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน และการส่งออกยังไปได้ดีในทุกตลาด ส่งผลให้ตัวเลขการส่งออก 4 เดือนแรกที่ผ่านมา ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออก 73,321 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวถึงร้อยละ 5.70 ซึ่งเป็นการขยายตัวสูงสุดในรอบ 6 ปี จึงมั่นใจว่าในปีนี้น่าจะสามารถผลักดันการส่งออกให้ ขยายตัวร้อยละ 5 เป็นไปตามเป้าหมายได้ในขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,808 ล้านดอลลาร์ ขยายตัวร้อยละ 13.4 ส่งผลให้การค้าเกินดุล 56.8 ล้านดอลลาร์ รวม 4 เดือนแรกการส่งออกของประเทศไทยมีมูลค่า 73,321 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.70 การนำเข้ามีมูลค่า 69,211 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 และการค้าเกินดุล 4,110 ล้านดอลลาร์ จากตัวเลขการส่งออกที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทยขยายตัวต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 1 ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยการส่งออกขยายตัวในเกือบทุกตลาดและในทุกกลุ่มสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรที่เติบโตต่อเนื่องทั้งในด้านราคา และปริมาณ อาทิ ยางพารา น้ำตาลทราย ข้าว และอาหารทะเลแช่แข็ง กระจับปี่และแปรรูป ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ น้ำมันสำเร็จรูป และ ผลิตภัณฑ์เหล็ก ส่วนการส่งออกของไทยในปี 2560 คาดว่าจะปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นกว่าปีก่อน โดยมีปัจจัยสำคัญจากเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัว ราคาน้ำมันดิบที่เริ่มกลับมาอยู่ในระดับที่มีเสถียรภาพ ส่งผลให้แนวโน้มราคาสินค้าเกษตรสำคัญและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น

Hosseini, H., (2012). ทำการศึกษาบทบาทของภาคเศรษฐกิจการเกษตรที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ข้อสรุปผลการศึกษาว่าในระบบเศรษฐกิจประเทศกำลังพัฒนานั้นภาคการผลิตทางการเกษตรมีผลต่อระบบเศรษฐกิจที่สำคัญเป็นอย่างมาก โดยภาคเศรษฐกิจ การเกษตรนั้นเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้และการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ การผลิตทางการเกษตรนั้นจะส่งผลกระทบต่อรายได้ต่อหัวของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในเขตชนบท (Rural Community) ซึ่งภาคการผลิต การเกษตรเป็นภาคการผลิตที่มีความสำคัญ การพัฒนาการผลิตภาคการเกษตรจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาภาคเศรษฐกิจด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคอุตสาหกรรมและบริการในระบบเศรษฐกิจซึ่งตัวอย่างที่เด่นชัดในอดีต คือ ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะการผลิตสินค้าเกษตรที่เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ บทบาทที่สำคัญของภาคเศรษฐกิจการเกษตรที่ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจรวม ดังนี้ 1) เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบให้กับภาคอุตสาหกรรม 2) เป็นแหล่งกำเนิดอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการในภาคเศรษฐกิจอื่นๆ 3) ปริมาณการออมในภาคการเกษตรนับเป็นแหล่งเงินลงทุนของภาคอุตสาหกรรมและบริการอื่นๆ 4) การส่งออกสินค้าเกษตรเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้ให้กับประเทศชาติโดยผ่านระบบการแลกเปลี่ยนหรืออัตราแลกเปลี่ยน ( Exchange Rate) 5) เป็นแหล่งการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจทั้งแรงงานที่มีฝีมือและแรงงานที่ไม่มีฝีมือ (Skilled and Unskilled Labor) ดังนั้นบทบาทของภาคเศรษฐกิจที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจสามารถกล่าวได้ว่า 1) เป็นแหล่งของรายได้ประชาชาติ (Contribution to National Income) เช่นในประเทศอินเดียรายได้จากเศรษฐกิจภาคการเกษตรคิดเป็น ร้อยละ 28 ของรายได้ประชาชาติทั้งหมด 2) ภาคการผลิตทางการเกษตรเป็นแหล่งผลิตอาหารเพื่อหล่อเลี้ยงประชากรผู้บริโภคในประเทศทั้งหมดโดยประเทศที่มีประชากรหนาแน่น เช่นประเทศอินเดียและประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ และส่งผลต่อการเติบโตในระบบเศรษฐกิจ

ศรินทร ทองอินทร์.(2558). งานวิจัยเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกมะม่วงน้ำดอกไม้ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน : กรณีศึกษา ผู้ประกอบการในจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้และปัจจัยต่าง ๆ ในการผลิตที่จะทำให้เพิ่มความสามารถให้กับผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการในจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้ประกอบการในจังหวัดฉะเชิงเทราและ 3) เพื่อศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นของผู้ประกอบการในการส่งออกมะม่วงน้ำดอกไม้ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการวิจัย

พบว่าปัจจุบันความต้องการมะม่วงน้ำดอกไม้ของตลาดในสาธารณรัฐประชาชนจีนยังคงมีปริมาณสูงแต่ความสามารถในการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้ของเกษตรกรชาวสวนมะม่วงยังไม่เพียงพอต่อความต้องการดังกล่าว อีกทั้งปัญหาจากด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะเรื่องแรงงานคนที่ไม่เพียงพอในการรองรับการขยายตัวของความต้องการ แต่ปัญหายังคงมีอีกหลายประเด็น ซึ่งเกษตรกรชาวสวนมะม่วงและผู้ประกอบการส่งออกยังประสบกับปัญหาเหล่านั้น โดยสามารถอธิบายผ่านทางทฤษฎี Diamond model ได้ในทุกประเด็น ได้แก่ 1) เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต 2) เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ 3) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง 4) กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต 5) รัฐบาล และ 6) เหตุสุทธวิสัย หรือโอกาส จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้ความสำคัญและพยายาม ติดตามแก้ไขพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้และส่งออกตามความต้องการของตลาดได้อย่างทันทั่วถึง โดยยังคงเน้นเรื่องคุณภาพ ช่วงเวลา และความสะอาดปลอดภัยของผลผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้

ศิริขวัญ ศรีทองกุล และ นางเยาว์ เมืองดี. (2559). งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความสามารถการส่งออกยางพาราของไทยโดยใช้ทฤษฎีดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองเพชรมิวัตตูประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการส่งออกยางพาราธรรมชาติของประเทศไทย และวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราธรรมชาติของประเทศไทยไปตลาดโลก พร้อมทั้งศึกษาอุปสรรคและปัญหาในการส่งออกของยางพาราในประเทศไทย การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลการผลิตและส่งออกในช่วงปี พ.ศ 2544-2558 ซึ่งค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ตและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูล โดยคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ผลการศึกษาพบว่า 1) ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราสูงเป็นอันดับสองรองจากอินโดนีเซียและสามารถผลิตยางพาราธรรมชาติได้มากที่สุดถึง 4,419 พันตัน รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซียและเวียดนาม 2) ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกเฉลี่ยสูงสุดในสินค้ายางแผ่นรมควัน โดยมีค่า RCA เฉลี่ย 1.11 และน้ำยางข้น 0.73 อินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสูงสุดการส่งออกในสินค้ายางแท่ง มีค่า RCA เฉลี่ย 3.09 ส่วนเวียดนามได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงสุดในสินค้ายางผสม 3) ประเทศไทยมีการผลิตที่ลดลง เนื่องจากการเพิ่มพื้นที่ในการปลูกยางจึงทำให้เนื้อที่กรีดยางลดลง และประเทศไทยมีข้อจำกัดในด้านเทคโนโลยีที่ยังไม่ทันสมัย 4) ประเทศไทยมีการพัฒนายางรมควันและน้ำยางข้นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากขึ้นในส่วนของยางแท่ง ยังมีข้อเสียเปรียบในด้านคุณภาพในการผลิตและมีต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซีย

กนกพร ภาคีนาย. (2559). งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวอินทรีย์เพื่อรองรับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกรณีศึกษาโครงการ “ผูกปิ่นโตข้าว” วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเครือข่ายธุรกิจข้าวด้วยระบบ Diamond Model เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวอินทรีย์เพื่อรองรับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษาโครงการ “ผูกปิ่นโตข้าว” โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากแกนนำผู้เครือข่ายโครงการ “ผูกปิ่นโตข้าว” กลุ่มธุรกิจข้าวอินทรีย์ที่เข้าร่วมเครือข่าย จำนวน 67 ราย และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร่วมโครงการผูกปิ่นโตข้าว ที่เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) จำนวน 4 ราย เพื่อสอบถามผลการดำเนินงานของเครือข่ายโครงการในช่วงปี 2557 – 2559 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันของเครือข่าย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายขาดกลยุทธ์การสร้างตรา ยี่ห้อของเครือข่าย ตลอดจนขาดการเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง เน้นเพียงการขายตรงตามคำสั่งซื้อผ่านเครือข่ายเท่านั้น งานวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวถูกนำไปใช้อย่างเฉพาะส่วนและขาดความเชื่อมโยงกับหน่วยงานในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต แปรรูป และการขนส่ง สำหรับปัจจัยที่เป็นโอกาสทางการค้าที่เอื้อประโยชน์ต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเครือข่าย ได้แก่ สมาชิก เครือข่ายอยู่ในภูมิศาสตร์ที่มีความเหมาะสมและใช้วัตถุดิบข้าวในพื้นที่เป็นหลัก มีวัตถุดิบเพียงพอและมีใช้ตลอดปี การใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวเหมาะสมและพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงทำให้คุณภาพผลผลิตข้าวอยู่ในเกณฑ์ระดับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง คุณภาพดินอยู่ในระดับที่สมบูรณ์หรืออยู่ในเกณฑ์ระดับมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์ สมาชิกเครือข่ายมีความรู้ในการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์และเข้าใจระบบการผลิต การแปรรูป และการตลาด ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพ มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้า มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต การแปรรูป และการจำหน่าย มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน มีการเชื่อมโยงกับสมาชิกเครือข่ายเพื่อให้ได้ผลผลิตข้าวที่มีคุณภาพ มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การแปรรูป การขนส่ง ตลอดจนภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุน ได้แก่ นโยบายแผนปรับโครงสร้างข้าวและการท่องเที่ยวในวิถีธรรมชาติ

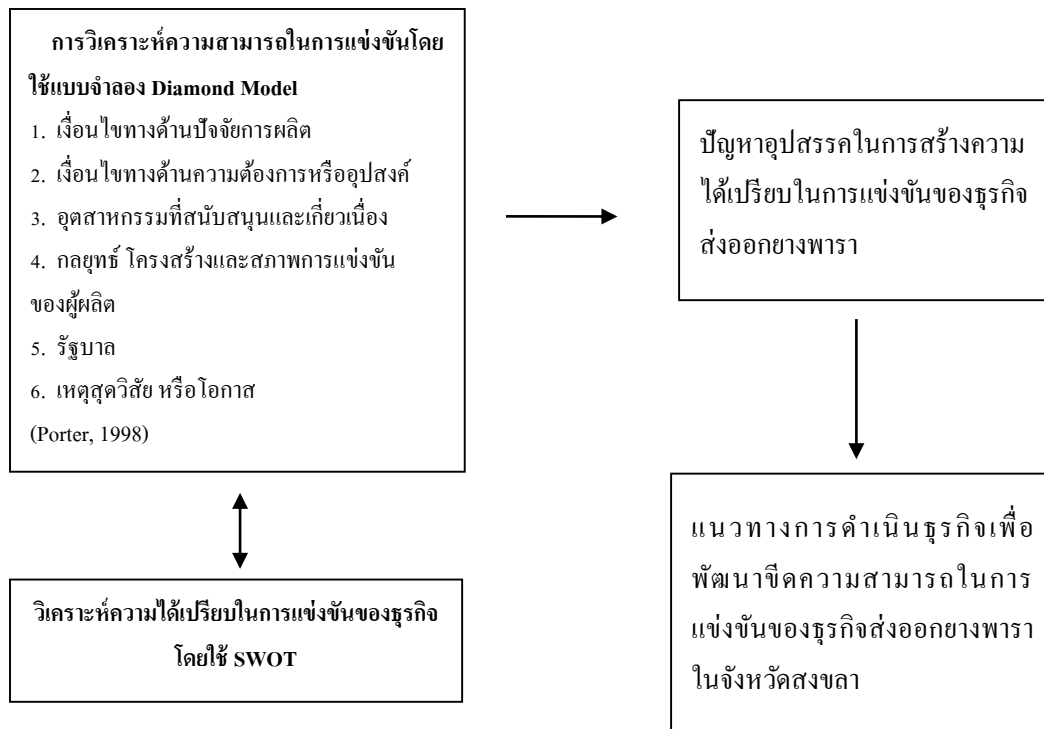
จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้น มีข้อสังเกตดังต่อไปนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยางพาราหรือยางธรรมชาติจะเป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ วิเคราะห์แนวโน้มการส่งออก วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าเกษตร และวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออก รวมถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของการส่งออกสินค้าเกษตร เช่น ยางพาราจากธรรมชาติของผู้ประกอบการและกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ รวมถึงการมีศักยภาพของการมีส่วนแบ่งการตลาด ผลกระทบทางโครงสร้าง ผลกระทบทางการดำเนินงาน วิธีที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราส่วนใหญ่ใช้วิเคราะห์ระบบ Diamond Model เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพารา โดยการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันจะใช้แนวคิด Diamond Model ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันอุตสาหกรรม (Competitive advantage) อันมีผลต่อการปรับตัวและการพัฒนาของอุตสาหกรรมยางพารา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดให้มีความพร้อมที่จะเผชิญวิกฤตเพื่อความอยู่รอดที่สำคัญซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนสถานะแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งออกยางพาราสู่ตลาดต่างประเทศ

## 7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปแนวทางการวิจัย เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษา ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา ผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษา ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งศึกษาวิเคราะห์ประเด็นด้วยวิธีการตีความ (Interpretation) แล้วนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา รวบรวมข้อมูลจาก เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายการตลาด จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม กลุ่มเจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ที่ได้ทำงานในธุรกิจส่งออกยางพารา โดยมีประเด็นในการศึกษา 3 ประเด็น คือ 1. ข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา 2. ปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา 3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจากแบบสอบถาม นำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา และเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาถึงค่าความถี่ ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยางพาราและ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา เป็นการผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. กระบวนการจริยธรรมด้านการวิจัย
3. เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษา ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

##### 1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวน 11 โรงงาน แหล่งข้อมูลจากฐานการค้าไทยรายชื่อผู้ส่งออก-นำเข้า (2561) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยต้องมีคุณสมบัติเป็นธุรกิจส่งออกยางพาราไปต่างประเทศ ชนิดยางพาราชั้นปฐมภูมิ และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 33 ราย ผู้วิจัยเลือกใช้การเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย รวมถึงใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้ คือ 1. ด้านตรวจสอบข้อมูล เช่น สถานที่ บุคคล และเวลา 2. ด้านการใช้ผู้วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บจากสนามมากกว่า 2 คนขึ้นไป และ 3. ด้านการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลหลายวิธี

- เจ้าของกิจการ โรงงานละ 1 ราย รวม 11 ราย
- ผู้จัดการฝ่ายส่งออก โรงงานละ 1 ราย รวม 11 ราย
- ผู้จัดการฝ่ายการตลาด โรงงานละ 1 ราย รวม 11 ราย

รวมทั้งหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกยางพารา ในจังหวัดสงขลา คือ สถาบันการวิจัยและพัฒนา 2 คน ผู้จัดการสมาคมค้ายางชั้นไทย 1 คน และวิทยากรด้านการส่งออก 1 คน เพื่อทราบข้อมูลการส่งออกยางพาราได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก

ตารางที่ 2 รายชื่อธุรกิจส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา

รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
บริษัทที่ 1	ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-344xxx
บริษัทที่ 2	ถ.ราษฎร์ยินดี ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-342xxx
บริษัทที่ 3	ถ.กาญจนวนิชย์ ต.สะเดา อ.สะเดา จ.สงขลา	074-411xxx
บริษัทที่ 4	ถ.จตุอุทิศ 3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074 230xxx
บริษัทที่ 5	ถ.ราษฎร์ยินดี ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074 342xxx
บริษัทที่ 6	ถ.เพชรเกษม ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-424xxx
บริษัทที่ 7	ต.พะตง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา	074-343xxx
บริษัทที่ 8	ต.สำนักเต๊ว อ.สะเดา จ.สงขลา	081-7673xxx
บริษัทที่ 9	ถ.จะนะ-หนองจิก ต.บ้านนา อ.จะนะ จ.สงขลา	074-3785xxx
บริษัทที่ 10	ถ.กาญจนวนิช ต.สำนักขาม อ.สะเดา จ.สงขลา	074-412xxx
บริษัทที่ 11	ถ.สงขลา-ปัตตานี ต.บ้านนา อ.จะนะ จ.สงขลา	074-378xxx

## 2. กระบวนการจริยธรรมด้านการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการแปลความหมายข้อมูลและการสรุปผล ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้ผู้วิจัยจะกระทำอย่างถูกต้องชัดเจนและไม่ลำเอียงเพื่อให้ได้คำตอบของการวิจัยที่สะท้อนความเป็นจริงรวมทั้งไม่ขัดกับหลักศีลธรรมและบรรทัดฐานของสังคม ทั้งนี้การดำเนินวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจำเป็นต้องอาศัยจริยธรรมเป็นหลักยึดเพื่อให้การทำวิจัยนั้นถูกต้องและเหมาะสม มีกระบวนการก่อนลงพื้นที่เก็บข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดย

- 2.1 ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล
- 2.2 ไม่ระบุตัวตนของผู้ให้ข้อมูล
- 2.3 ไม่เปิดเผยหรือเก็บความลับของผู้ให้ข้อมูลรวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อการรักษาข้อมูล
- 2.4 ไม่ปฏิบัติต่อผู้ให้ข้อมูลอย่างไม่เป็นธรรมหรือสร้างภัยคุกคามให้แก่ผู้ให้ข้อมูล
- 2.5 ไม่สร้างผลกระทบในภายหลังด้านความเสียหายของธุรกิจของผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยจะยึดถือการรักษาความลับของข้อมูลอย่างเคร่งครัดไม่เปิดเผยให้ผู้อื่นทราบตลอดจนการวิเคราะห์ผลที่แสดงในภาพรวมไม่สะท้อนให้เห็นข้อมูลเป็นรายบุคคลรวมทั้งการทำลายแบบสอบถามหรือลบข้อมูลออกจากเทปสัมภาษณ์หลังจากงานวิจัยเสร็จสิ้น

## 3. เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล จากตำรางานวิจัย โดยประยุกต์จากทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Diamond model) (Porter, 1998) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วยข้อความ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ก่อตั้งของสถานประกอบการ ทุนจดทะเบียนบริษัท จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ ผลกำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจ เป็นแบบสอบถามปลายปิดชนิดตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจ ส่งออกยางพารา ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

โดยผู้วิจัยได้แบ่งระดับของมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งแปลความหมายของระดับความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	น้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา ใช้เกณฑ์ในการกำหนดช่วงความกว้างของข้อมูลแต่ละระดับต่อการแปลความหมายจัดอันดับของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ดังนี้ (บุญใจ ศรีสถิตยน์ราษฎร์, 2550, น. 282)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.51 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.51 – 4.50	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

#### 3.2 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกยางพาราเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ได้อย่างถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา

2. ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสร้างแนวคำถามจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี โมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Diamond model) (Porter, 1998) และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์นั้นสามารถแสดงความคิดเห็นและสามารถเสนอแนะข้อมูลได้อย่างเต็มที่เกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน รวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ต่อไป โดยโครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 แนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วยชื่อ-นามสกุล อายุตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการส่งออกยางพาราของผู้ดำเนินธุรกิจส่งออกในจังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับกระบวนการขนส่งในการส่งออกยางพาราของผู้ดำเนินธุรกิจส่งออกในจังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 แนวคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือและข้อเสนอแนะในการส่งออกยางพาราของผู้ดำเนินธุรกิจส่งออกในจังหวัดสงขลา

3. แบบสอบถามที่เสร็จแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากการรวบรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.67 - 1.00 (สมนึก ภัททิยณี, 2551) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้อง

4. นำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามนิยาม

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามนิยาม

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามนิยาม

5. ตรวจสอบและปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในการทดสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นจะต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.91

#### 4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยนำการวิจัยในเชิงคุณภาพมาช่วยอธิบายผลการวิจัยในเชิงปริมาณเป็นการศึกษาประกอบกับร่วมอภิปราย เพื่อเป็นการช่วยยืนยันความถูกต้องของผลการวิจัย

โดยการวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาถึงประเด็นการสัมภาษณ์ ประวัติ รายได้ พื้นที่การส่งออกและทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Diamond model) ประกอบได้ด้วย

1. ด้านปัจจัยการผลิต
2. ด้านความต้องการหรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์
3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

4. กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

5. ด้านรัฐบาล

6. เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส

การวิจัยเชิงปริมาณศึกษาถึงประเด็นดังต่อไปนี้

1. ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ด้านข้อมูลการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพาราโดยใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์เตอร์ (Diamond model)

3. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และแบบสอบถาม วิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ศึกษาวิธีการสร้างคำถามในการสัมภาษณ์จากเอกสารงานวิจัยเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหา เพื่อให้เกิดความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

1. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และใช้การสังเกตร่วมด้วยในขณะที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม และสถาบันการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 คน เพื่อจะได้ข้อมูลไปเป็นทางแนวเพื่อส่งเสริมคุณภาพของยางพาราเพื่อการส่งออกและเพื่อได้นำข้อมูลที่นำไปทำการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงนำเสนอแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการวางแผนการดำเนินงานและกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ของธุรกิจและเป็นแนวทางให้ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายตลาดการส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลาให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ก่อนทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ นัดหมายวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้สัมภาษณ์ และได้แจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ทราบก่อนล่วงหน้า

2. วันที่ทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตบันทึกเสียงทุกครั้งก่อนทำการสัมภาษณ์ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที และหลังจากทำการสัมภาษณ์เสร็จ ผู้วิจัยได้ขอ

อนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ในการติดต่อในภายหลังหากต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และบันทึกเสียงไว้จะถูกนำมาถอดเทปเพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้ว่ามีความครบถ้วนชัดเจนหรือไม่ เพื่อนำข้อผิดพลาดหรือข้อมูลที่ไม่ชัดเจนไปทำการขอข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งและทำการปรับปรุงการสัมภาษณ์ในครั้งต่อไป

4. สัมภาษณ์ประเด็นคำตอบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นข้อๆ เพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

### การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงและการบันทึกภาคสนามมาพิจารณา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ ซึ่งประเด็นการสัมภาษณ์ใช้ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Diamond model) ประกอบด้วยด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ลักษณะปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการส่งออกของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ ส่งออกสินค้าเกษตร

1. ด้านปัจจัยการผลิต
2. ด้านความต้องการหรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์
3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน
4. กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน
5. ด้านรัฐบาล
6. เหตุสุควิสัยหรือโอกาส
7. ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ และแนวทางในการแก้ไขในการส่งออกขางพารา จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขนส่งในการส่งออกสินค้า

- 3.1 ชนิดของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า
- 3.2 ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

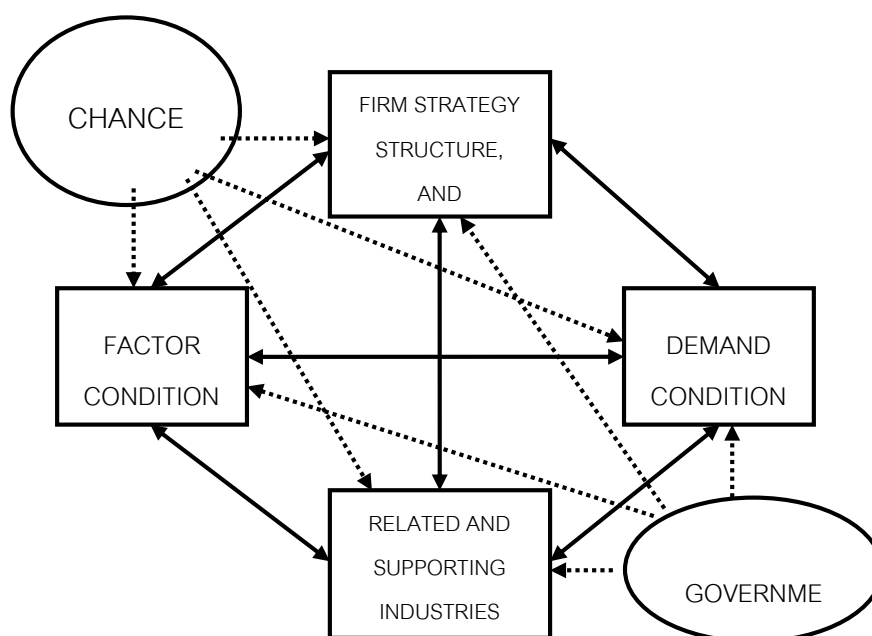
ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือและข้อเสนอแนะ

2. นำข้อมูลมาอ่านพิจารณาอีกครั้งโดยละเอียดแล้วตีความพร้อมทำการดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ศักยภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ปัญหาและอุปสรรคในดำเนินงาน แนวทาง ในการวางแผนการดำเนินงานและกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ของธุรกิจของผู้ประกอบ

3. นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงมาไว้กลุ่มเดียวกัน มีการสร้างหัวข้อสรุปและกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญซึ่งจะจัดเป็นกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อยที่อยู่ภายใต้ ความหมายของกลุ่มใหญ่ (Sub-theme)

4. เขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบใหม่อย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มี การนำทฤษฎีไปควบคุม พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

5. นำแนวคิดและทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Diamond model) (Porter, 1998) มาอธิบายข้อสรุปที่ได้



ภาพที่ 5 แสดงทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ทเตอร์ (Diamond Model)

ที่มา : Michael E. Porter, The competitive Advantage of Nation, 1998

#### แบบสอบถาม (questionnaire)

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละเพื่อนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)



ในการศึกษาการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, น. 449-450)

#### การทบทวนแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

ข้อคำถามในแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ พัฒนามาจากแนวคิดงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางมือยางของประเทศไทย และงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์โมเดลผลประกอบการส่งออกในอุตสาหกรรมยางพาราไทย ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์สภาวะการผลิต การตลาดของอุตสาหกรรมวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม อีกทั้งศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันตัวแบบ Diamond model ของ Michael E. Porter และนำเอาการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์องค์กร ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็ง และจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร เทคนิคนี้ Albert Humphrey ได้ชื่อว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้ การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลใดบ้างที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม โดยใช้วิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยนำการวิจัยในเชิงคุณภาพมาช่วยอธิบายผลการวิจัยในเชิงปริมาณ เพื่อเป็นการช่วยยืนยันความถูกต้องของผลการวิจัย

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพารา โดยการใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ซึ่งวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่ออธิบายความสามารถในการแข่งขันจะใช้แนวคิด Diamond Model ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผสมผสานกันทั้งนี้การศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์สรุปประเด็นด้วยวิธีการตีความ (Interpretation) แล้วนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา รวบรวมข้อมูลจาก เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายการตลาด จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามกลุ่มเจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ที่ได้ทำงานในธุรกิจส่งออกยางพารา ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจากแบบสอบถาม นำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา ระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา และใช้เป็นข้อมูลศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา

โดยใช้จำนวนประชากรของผู้ประกอบการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวน 11 โรงงาน โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 33 ราย เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการตามตารางประกอบด้วย เจ้าของกิจการ โรงงานละ 1 ราย รวม 11 ราย ผู้จัดการฝ่ายส่งออก โรงงานละ 1 ราย รวม 11 ราย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด โรงงานละ 1 ราย รวม 11 ราย รวมทั้งหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา คือ สถาบันการวิจัยและพัฒนา 2 คน ผู้จัดการสมาคมยางขึ้นไทย 1 คน และวิทยากรด้านการส่งออก 1 คน เพื่อทราบข้อมูลการส่งออกยางพาราได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แสดงผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 2 ศึกษา ระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

#### 4.1 ข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา

##### 4.1.1 พื้นที่ในการเพาะปลูกยางพารา

จังหวัดสงขลาเป็นหนึ่งในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้รับการส่งเสริมการค้าและการลงทุนจากรัฐบาล โดยเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคใต้ มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ ซึ่งเป็นด่านทางบกที่มีมูลค่าการค้าสูงสุด อันดับหนึ่งและอันดับสองของไทย ตามลำดับ โดยทั้งสองพื้นที่ที่อยู่ใกล้ท่าเรือปีนังและท่าเรือกลางของมาเลเซีย นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ภายใต้โครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) ซึ่งจะช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ให้ขยายออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้มากยิ่งขึ้น และที่สำคัญที่สุดคือ จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับสองของไทย ในปีพ.ศ. 2563 มีพื้นที่ ปลูกยางพารา 2.0 ล้านไร่ จำนวนผลผลิต 476,862 ตัน พื้นที่ให้ผลผลิต 1.5 ล้านไร่ ผลผลิตรวม 302 กก./ไร่ รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีและพื้นที่ปลูกยางในภาคใต้รวม 17 ล้านไร่ คิดเป็น ร้อยละ 75.41 จากพื้นที่ทั้งหมดในประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2563) จังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมในการทำเกษตรกรรม เหมาะที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรดำเนินการแบบเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งยางพารามีการปลูกจำนวนมากด้วยเป็นพื้นที่ร้อนชื้น และมีถนนที่สะดวกในการขนส่งสินค้า เหมาะสำหรับการขนส่งออกยางพารา จึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาให้เป็นศูนย์วิจัยและพัฒนายางพาราของประเทศไทย เพื่อยกระดับสินค้าแปรรูปยางพาราสู่มาตรฐานสากล

แผนภูมิแสดงพื้นที่ทำการเกษตรยางพาราและครัวเรือนเกษตรกร จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงพื้นที่ทำการเกษตรยางพาราและครัวเรือนเกษตรกร จังหวัดสงขลา

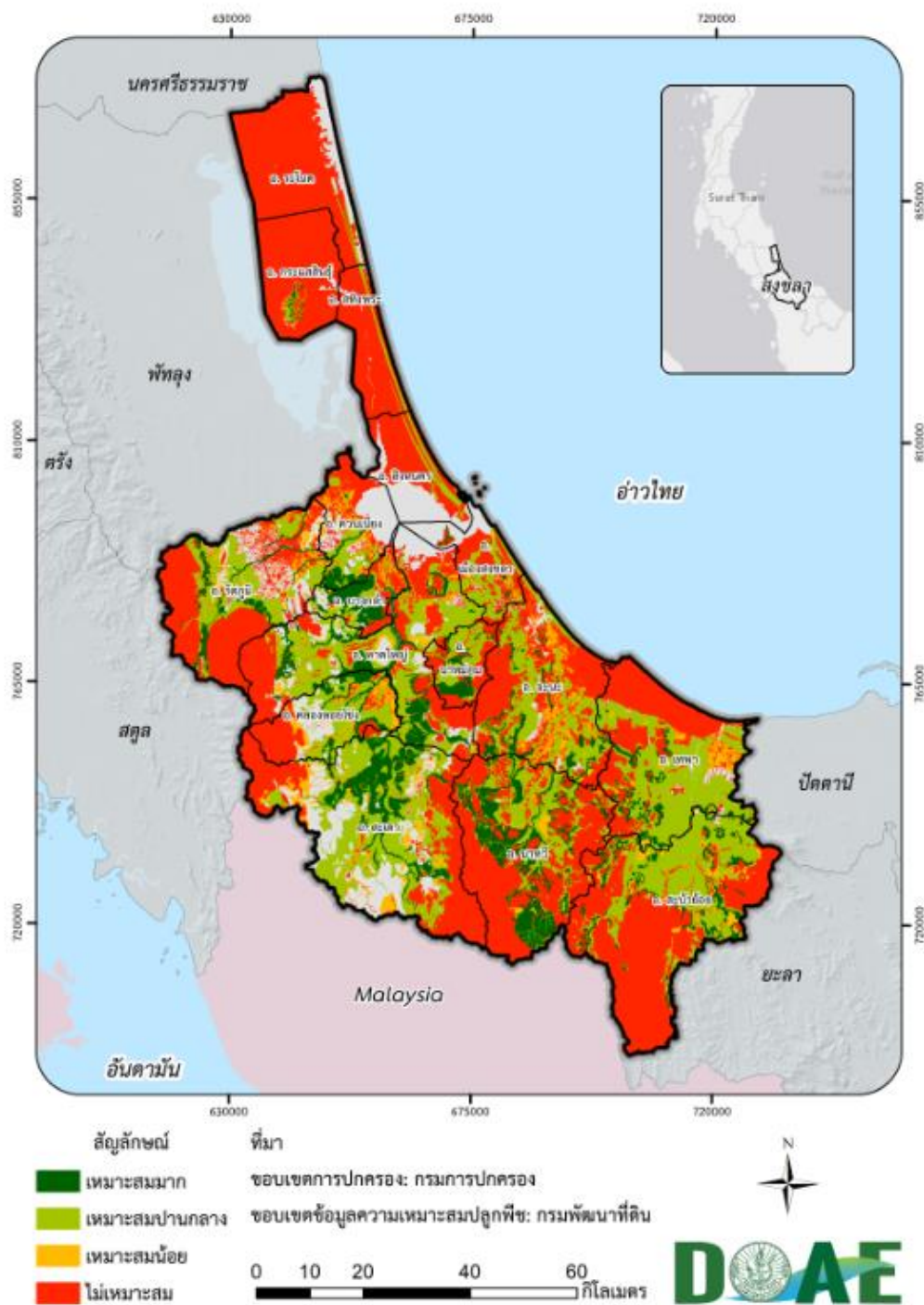
ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา, 2563

#### 4.1.2 การปลูกยางพาราในลักษณะสวนยางพารา

การปลูกยางพาราในจังหวัดสงขลา ในปัจจุบันเป็นการปลูกลักษณะแบบสวนยางพารามีเกษตรกรในพื้นที่หมู่บ้านประกอบเป็นอาชีพหลักในการเลี้ยงชีพ โดยวัตถุประสงค์เพื่อต้องการน้ำยางพาราไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากยางพารา

จังหวัดสงขลามีเนื้อที่ประมาณ 7,150 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,464,337.5 ไร่ พื้นที่ทางเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ทางตะวันออกเป็นที่ราบริมทะเล ทางใต้เป็นที่ราบสูง ป่าและภูเขา ค่อย ๆ ลาดเทไปทางทะเลสาบสงขลา เหมาะแก่การเพาะปลูก ทำไร่ ทำสวนยางพารา โดยพื้นที่ถือครองทางการเกษตรประมาณร้อยละ 61 เป็นพื้นที่ป่าไม้ร้อยละ 36 ที่เหลือร้อยละ 3 เป็นเนื้อที่ใช้ประโยชน์ด้านการค้าและที่อยู่อาศัย ยางพารามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจภาคใต้ค่อนข้างมาก รายได้จากการส่งออกยางพาราแปรรูปทางภาคใต้ในแต่ละปีมีมูลค่ากว่าหนึ่งแสนล้านบาท นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประชากรในพื้นที่และก่อให้เกิดการจ้างงานในภาคใต้เป็นจำนวนมาก เป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรที่ค่อนข้างหลากหลาย เป็นเมืองเศรษฐกิจสำคัญของภาคใต้ มีพื้นที่ทำการเกษตร 2,268,756 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 30.68 จากพื้นที่ทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2563) ครัวเรือนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมส่งเสริมการเกษตรแล้วจำนวน 140,333 ครัวเรือน พืชเศรษฐกิจหลัก ได้แก่ ยางพารา 952,473.77 ไร่ สงขลาเป็นหนึ่งในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ที่ได้รับการส่งเสริมการค้าและการลงทุนจากรัฐบาล โดยเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคใต้ มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ ซึ่งเป็นด่านทางบกที่มีมูลค่าการค้าสูงสุดอันดับหนึ่งและอันดับสองของไทย ตามลำดับ โดยทั้งสองพื้นที่ที่อยู่ใกล้ท่าเรือปีนังและท่าเรือกลางของมาเลเซีย นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ภายใต้โครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) ซึ่งจะช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ให้ขยายออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้มากยิ่งขึ้น และที่สำคัญที่สุดคือ จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับสองของไทย มีพื้นที่ปลูกยางพารา 1.6 ล้านไร่ รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และพื้นที่ปลูกยางในภาคใต้รวม 12 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 63 จากพื้นที่ทั้งหมดในประเทศที่ 19 ล้านไร่ จังหวัดสงขลาจึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาให้เป็นศูนย์วิจัยและพัฒนายางพาราของประเทศไทย เพื่อยกระดับสินค้าแปรรูปยางพาราสู่มาตรฐานสากล

แผนที่แสดงขอบเขตความเหมาะสมปลูกยางพารา จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 7 แผนที่แสดงขอบเขตความเหมาะสมปลูกยางพารา จังหวัดสงขลา

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา, 2563

จากแผนที่แสดงขอบเขตความเหมาะสมการปลูกยางพารา จังหวัดสงขลา โดยพื้นที่ถือครองทางการเกษตรประมาณร้อยละ 61 เป็นพื้นที่ป่าไม้ร้อยละ 36 ที่เหลือร้อยละ 3 เป็นเนื้อที่ใช้ประโยชน์ด้านการค้าและที่อยู่อาศัย โดยมีอำเภอที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากคือ อำเภอสะเดา อำเภอรัตนภูมิ อำเภอบางกล่ำ อำเภอเทพา อำเภอกวนเนียง อำเภอกลองหย่อง อำเภอนาหม่อม อำเภอนาทวี อำเภอจะนะ อำเภอสะบ้าย้อย อำเภอสิงหนคร อำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมืองสงขลา อำเภอกระแสดินธุ์ อำเภอสติงพระ อำเภอระโนด ตามลำดับ ซึ่งทิศตะวันออกจะติดต่อกับอ่าวไทย อาจส่งผลให้อาเภอที่ติดกับทะเลอ่าวไทยมีพื้นที่ที่ไม่มีความเหมาะสมในการปลูกยางพาราเพราะความเค็มจากน้ำทะเลส่งผลต่อการเพาะปลูกยางพารา

#### 4.1.3 บริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา

ผลิตภัณฑ์ยางพาราในช่วงปี 2564-2565 มีแนวโน้มฟื้นตัว ด้วยมีความต้องการใช้ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นตามทิศทางของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีแนวโน้มเติบโต ได้แก่ กลุ่มยานยนต์ และอุปกรณ์การแพทย์โดยเฉพาะถุงมือยาง หมอนยางพารา รวมทั้งการเร่งลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่จะเพิ่มความต้องการใช้ยางในภาคก่อสร้าง ในขณะที่การส่งออกกลุ่มยางแผ่นและยางแท่งยังมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราต่ำจากแรงกดดันด้านการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งใน CLMV ที่มีการผลิตเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งเป็นการลงทุนจากจีนที่เข้าไปปลูกและตั้งโรงงานผลิต ขณะที่การส่งออกน้ำยางชั้นยางคอมพาวด์ และยางผสมยังมีโอกาสเติบโตตามความต้องการของตลาดโลกที่ขยายตัว ผลผลิตยางส่วนใหญ่ ส่งออกเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลายในต่างประเทศ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ จีน (สัดส่วน 36.6% ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางชั้นกลางทั้งหมด) มาเลเซีย (22.6%) สหรัฐอเมริกา (6.5%) ญี่ปุ่น (5.7%) และเกาหลีใต้ (3.4%) ผลผลิตที่เหลือ (สัดส่วน 13.3%) ถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลาย โดยใช้ในอุตสาหกรรมยางรถยนต์เป็นหลัก (สัดส่วน 48.9% ของความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพารา) รองลงมา คือ ยางยืด (19.7%) ถุงมือยาง (13.0%) และอื่นๆ อาทิ ท่อยาง ถุงยางอนามัย ยางรัด ที่นอนและหมอนยางพารา เป็นต้น ยางพาราชั้นต้นหรือชั้นปฐมของจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เป็นการผลิตน้ำยางสด (สัดส่วน 92% ของผลผลิตยางพาราชั้นต้นทั้งหมด) สามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบผลิตผลิตภัณฑ์ยางได้ทุกประเภท ต่างจากมาเลเซียและอินโดนีเซียที่ส่วนใหญ่ผลิตยางก้อนถ้วยจึงเน้นผลิตยางแท่งเป็นหลัก ซึ่งจะมีอุตสาหกรรมยางแต่ละประเภทคือ

**อุตสาหกรรมน้ำยางชั้น (Concentrated latex)** เป็นการนำน้ำยางสดนำมาผ่านกระบวนการปั่นแยกด้วยความเร็วสูงเพื่อแยกน้ำและสารละลายอื่นๆ ที่เจือปนอยู่ในน้ำออกไป ทำให้ได้น้ำยางชั้นที่มีเนื้อยางไม่ต่ำกว่า 60% ของปริมาณน้ำยางทั้งหมดซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับนำไปเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (โดยทั่วไปน้ำยางสดที่ได้จากการกรีดยางจะมีปริมาณเนื้อยางเฉลี่ยเพียง

33% ไม่เหมาะกับการนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ปลาย) ในจังหวัดสงขลาส่งออกน้ำยางชั้นสกัดส่วน 65 % ส่วนใหญ่ส่งไปประเทศจีน มาเลเซีย

**อุตสาหกรรมยางแผ่นรมควัน (Ribbed Smoked Sheet: RSS)** เป็นการนำน้ำยางสดมาผ่านกระบวนการกรองเพื่อแยกสิ่งสกปรกและสิ่งเจือปน เติมกรดฟอร์มิคเข้มข้นเพื่อให้น้ำยางจับตัว แล้วนำไปรีดเป็นแผ่น จะได้ “ยางแผ่นดิบ” จากนั้นนำไปผึ่งแดดประมาณ 6 ชั่วโมงจะได้ “ยางแผ่นผึ่งแห้ง” และนำไปผ่านกระบวนการรมควันหรืออบยาง (เพื่อลดความชื้นและป้องกันการเกิดเชื้อรา) จะเรียกว่า “ยางแผ่นรมควัน” ซึ่งเป็นยางแผ่นแห้งที่สามารถเก็บไว้ได้นานกว่ายางแผ่นประเภทอื่น ซึ่งมาตรฐานยางแผ่นรมควันแบ่งเป็น 6 เกรด คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 1X, 1, 2, 3, 4, และ 5 โดยพิจารณาจากคุณภาพในด้านต่างๆของแผ่นยาง อาทิ ปริมาณฟองอากาศและสิ่งสกปรกเจือปน สีของแผ่นยาง ความสม่ำเสมอของเนื้อแผ่นยาง เป็นต้น (ยางแผ่นรมควันชั้น 1X มีคุณภาพดีสุด ชั้น 5 มีคุณภาพต่ำสุด) ทั้งนี้ การผลิตยางแผ่นรมควันกว่า 90% เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 ซึ่งเป็นเกรดมาตรฐานและมีคุณสมบัติเทียบเท่ายางแท่งสามารถนำไปใช้ในการผลิตยางรถยนต์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ อาทิ สายพาน ท่อยาง ชิ้นส่วนยางสำหรับ ยานยนต์ รองเท้ายาง เป็นต้น อย่างไรก็ตามยางแผ่นรมควันลดการผลิตลงเพราะมีต้นทุนสูง ส่วนหนึ่งเป็นผลของการหันไปใช้ยางแท่งเป็นวัตถุดิบทดแทนมากขึ้น เนื่องจากสามารถควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานที่แน่นอนกว่า ส่งผลให้ผู้ผลิตยางรถยนต์นิยมหันไปใช้ยางแท่งผลิตยางรถยนต์ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในจีนซึ่งมีอัตราการเติบโตสูง

**อุตสาหกรรมยางแท่ง (Technically Specified Rubber: TSR)** เป็นการนำน้ำยางสดหรือยางแห้ง (เช่น ยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย เศษยาง) มาย่อยเป็นชิ้นเล็กๆ จากนั้นจึงนำมาล้าง อบแห้ง และอัดเป็นแท่ง โดยยางแท่งจำแนกตามวัตถุดิบได้ 2 ประเภท ได้แก่

1) ยางแท่งที่ผลิตจากน้ำยางสด จะมีคุณสมบัติทางกายภาพทั้งความบริสุทธิ์ ความยืดหยุ่น และความหนืดสูง จึงเหมาะสำหรับนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหรือใช้สมรรถนะสูง เช่น ยางเรเดียล ยางเครื่องบิน นอกจากนี้ยังสามารถนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ อีกหลากหลายประเภท เช่น ยางรัดของ ยางรัดผม อุปกรณ์กีฬา และชิ้นส่วนยางต่างๆ ทั้งนี้ มาตรฐานยางแท่ง (Standard Thai Rubber: STR) ที่ผลิตจากน้ำยางสดแบ่งได้ 3 เกรดหลักๆ คือ ยางแท่ง STR XL ยางแท่ง STR 5L และยางแท่ง STR 5 ส่วนใหญ่เป็นยางแท่ง STR 5L

2) ยางแท่งที่ผลิตจากยางแห้ง มักมีคุณสมบัติทางกายภาพไม่สม่ำเสมอเนื่องจากผลิตจากวัตถุดิบหลายประเภท แบ่งได้เป็น 2 เกรดหลักๆ คือ ยางแท่ง STR 20 (ใช้เศษยางเป็นวัตถุดิบหลักผสมกับยางแผ่นดิบ ยางก้อนถ้วย หรือยางแผ่นรมควัน) และยางแท่ง STR 10 (ใช้ยางก้อนถ้วยและยางแผ่นดิบคุณภาพดีในการผลิต) โดยยางแท่งที่ผลิตจากยางแห้งส่วนใหญ่เป็นยางแท่ง STR 20 ที่มักนำไปผลิตในอุตสาหกรรมยางล้อยานพาหนะต่างๆ

อุตสาหกรรมยางอื่นๆ ที่สำคัญ คือ ยางคอมพาวด์ (Compound rubber) และยางผสม (Mixer Rubber) เป็นผลิตภัณฑ์ยางชั้นกลางที่มีส่วนผสมของยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ และสารเคมีต่างๆ เช่น สารวัลคาไนซ์ สารตัวเร่งปฏิกิริยา สารตัวเติม เป็นต้น เพื่อให้มีคุณสมบัติพิเศษที่เหมาะสมในการนำไปขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลายประเภทต่างๆ อาทิ ยางรถยนต์ ถุงมือยาง ยางรองคอกสะพาน ท่อยาง ยางรัดของ เป็นต้น อุตสาหกรรมยางคอมพาวด์และยางผสมอุตสาหกรรมนี้เป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักทั้งนี้ การผลิตยางคอมพาวด์และยางผสมของไทยส่วนใหญ่จะมียางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักสัดส่วนประมาณ 80-95% ของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ขึ้นอยู่กับความต้องการของประเทศคู่ค้าในการนำไปขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางชั้นปลายแต่ละประเภท

ธุรกิจส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา มีการนำสินค้าส่งออกยางพาราขึ้นปฐมเพื่อส่งออกเป็น 70 % ของอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของภาคใต้ ด้วยสภาพพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกและทำการเกษตรสวนยางพาราประชาชนมีวิถีชีวิตเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมยางพารา เน้นการเพิ่มอุปสงค์การใช้ยางพาราในภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งสนับสนุนการใช้น้ำยางพาราจากเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมยางพาราชั้นกลางน้ำ และปลายน้ำ เช่น ยางคอมพาวด์ ยางแท่ง อุตสาหกรรมจากยางน้ำขึ้น ประเภทถุงมือยาง ยางฟองน้ำ ยางรถยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเพิ่มมูลค่ายางพาราโดยใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิต เพิ่มมูลค่าการผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และด้วยจังหวัดสงขลามีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง และมีด่านศุลกากรจังหวัดสงขลา 4 ด่านประกอบด้วย ด่านศุลกากรสงขลา ด่านศุลกากรสะเดา ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ และด่านศุลกากรบ้านประกอบ ซึ่งมีความเหมาะสมกับการส่งออกยางพาราเป็นอย่างมาก ยางพาราที่ส่งออกมากที่สุด คือ น้ำยางข้น และยางแผ่นรมควัน ผู้นำเข้ายางพารารายใหญ่ คือ ประเทศจีน มาเลเซีย ทั้งนี้ผู้ส่งออกยางพารามีผลกระทบจากสินค้าที่เข้ามาทดแทนยางพารา คือ ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber หรือ SR) ยางสังเคราะห์ ที่มีชื่อเรียกว่า ยางไนไตรล์ หรือยาง NBR (nitrile rubber) ยาง NBR เป็นโคโพลิเมอร์ของอะไครโลไนไตรล์โมโนเมอร์ (acrylonitrile monomer) และบิวตาไดอินโมโนเมอร์ (butadiene monomer) ซึ่งจะประกอบด้วยอะไครโลไนไตรล์ ตั้งแต่ 20-50 % จากโครงสร้างของโมเลกุลจะเห็นได้ว่ามีหมู่ฟังก์ชัน CN- อยู่ดังนั้น โมเลกุลจึงมีความเป็นขั้วทำให้ยางมีสมบัติเด่นคือทนต่อน้ำมันปิโตรเลียมและตัวทำละลายที่ไม่มีขั้วต่างๆ ได้ดี ความทนน้ำมันจะเพิ่มขึ้นตามปริมาณของอะไครโลไนไตรล์ที่มีในโมเลกุล ยาง NBR ไม่สามารถตกผลึกได้เมื่อถูกยืด (เช่นเดียวกับยาง SBR) ดังนั้นจึงมีค่าความทนต่อแรงดึงต่ำ ต้องเติมสารเสริมแรงเข้าช่วยส่วนความยืดหยุ่นจะมีค่าใกล้เคียงกับยาง SBR ยางชนิดนี้ส่วนใหญ่จะถูกใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่ต้องสัมผัสกับน้ำมันเช่น ใช้ทำปะเก็น



น้ำมันยาง o-ring ยางเชื่อมต่อสายพานลำเลียงหรือทำท่อดูดหรือส่งน้ำมัน เป็นต้น เป็นอีกปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทิศทางการส่งออกของอุตสาหกรรมยางพาราเพราะเป็นสินค้าทดแทนกันได้

#### 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	24	72.70
หญิง	9	27.30
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 และเพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

#### ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
30 – 40 ปี	6	18.20
41 – 50 ปี	21	63.60
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	6	18.20
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมาคืออายุ 30-40 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	16	48.50
ปริญญาโท	14	42.40
ปริญญาเอก	3	9.10
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 16 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 และปริญญาเอก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามระยะเวลาที่ก่อตั้งของสถานประกอบการ

ระยะเวลาที่ก่อตั้งของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
15 ปี ขึ้นไป	33	100.00
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ระยะเวลาที่ก่อตั้งของสถานประกอบการทั้ง 11 ธุรกิจคือ 15 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามทุนจดทะเบียนบริษัท

ทุนจดทะเบียนบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
10 ล้านบาท ไม่เกิน 50 ล้านบาท	3	9.10
50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท	24	72.70
100 ล้านบาทขึ้นไป	6	18.20
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ทุนจดทะเบียนบริษัทส่วนใหญ่อยู่ที่ 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท 24 คน (8 ธุรกิจ) คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ 100 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 6 คน (2 ธุรกิจ) คิดเป็นร้อยละ 24.3 และมีทุน 10 ล้านบาท ไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 3 คน (1 ธุรกิจ) คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามจำนวนแรงงานในสถานประกอบการ

จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
51-100 คน	3	9.10
101-150 คน	6	18.20
มากกว่า 150 คนขึ้นไป	24	72.70
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า จำนวนแรงงานในสถานประกอบการที่มากกว่า 150 คนขึ้นไปมีจำนวน 8 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 72.7 และมี 101-150 คน จำนวน 2 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.2 จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ 51-100 คน มีจำนวน 1 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกตามผลกำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจ

ผลกำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3	9.09
100 ล้านบาท ไม่เกิน 500 ล้านบาท	3	9.09
500 ล้านบาท ไม่เกิน 1,000 ล้านบาท	12	36.37
1,000 ล้านบาทขึ้นไป	15	45.45
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่ากำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ 15 คน (5 ธุรกิจ) คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมากำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจคือ 500 ล้านบาทไม่เกิน 1,000 ล้านบาท จำนวน 12 คน (4 ธุรกิจ) คิดเป็นร้อยละ 36.37 และ 100 ล้านบาทไม่เกิน 500 ล้านบาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 และ 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากร จำแนกสถานภาพผู้ตอบ

สถานภาพผู้ตอบ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของธุรกิจ	7	21.20
ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	11	33.30
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	11	33.30
อื่นๆ (เลขานุการ)	4	12.20
<b>รวม</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้จัดการฝ่ายส่งออกและผู้จัดการฝ่ายการตลาด ฝ่ายละ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เจ้าของธุรกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และ เลขานุการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ  
ส่งออก ยางพารา

สภาพความได้เปรียบในการแข่งขัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. ด้านปัจจัยการผลิต	4.06	0.39	มาก
1.1 มีแรงงานที่มีความชำนาญ	3.83	0.57	มาก
1.2 มีการพัฒนาและฝึกอบรมให้กับบุคลากร	3.83	0.83	มาก
1.3 มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการขนส่งสินค้า	4.42	0.66	มาก
1.4 มีงบประมาณในการดำเนินงาน	4.33	0.65	มาก
1.5 มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต	3.67	0.98	มาก
1.6 ผลผลิต เช่น น้ำยางข้น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน มีคุณภาพ	4.25	0.75	มาก
2. ด้านความต้องการหรืออุปสงค์	3.93	0.52	มาก
2.1 ความต้องการยางพาราภายในประเทศเพิ่มขึ้น	3.75	0.75	มาก
2.2 ความต้องการยางพาราตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น	4.17	0.93	มาก
2.3 ความต้องการยางพาราตลาดใหม่ๆต่างประเทศ เพิ่มขึ้น	3.58	0.90	มาก
2.4 มียางพาราเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ	4.25	1.13	มาก
2.5 มียางพาราเพียงพอกับความต้องการในต่างประเทศ	3.92	1.08	มาก
3. ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง	3.83	0.71	มาก
3.1 มีอุตสาหกรรม Logistic และ Supply chain ที่ให้การ สนับสนุน	4.08	0.79	มาก
3.2 มีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ล้อรถ เป็นต้น	3.42	1.44	ปานกลาง
3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยาง พารายังขาดความร่วมมือกันด้านการยกระดับ นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	3.83	1.19	มาก
3.4 อุตสาหกรรมยางพารามีความร่วมมือที่ดีกับ อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเสมอมา	3.92	1.24	มาก

ตารางที่ 11 (ต่อ)

สภาพความได้เปรียบในการแข่งขัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
3.5 อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องมีกระบวนการหรือแนวทางในการผลิตรูปแบบใหม่อุตสาหกรรมยางพาราพร้อมที่จะปรับเพื่อให้กระบวนการทำงานสอดคล้องกัน ได้เสมอ	3.92	0.99	มาก
4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต	4.03	0.54	มาก
4.1 มีโครงสร้างของธุรกิจมีความเหมาะสมกับการบริหารงาน	4.25	0.75	มาก
4.2 มีระบบการส่งออกที่ชัดเจนและเป็นข้อได้เปรียบในการส่งออกยางพารา	4.00	0.85	มาก
4.3 มีการนำความรู้และความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานในอดีตมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.00	0.85	มาก
4.4 มีการปรับกลยุทธ์ใหม่ให้ทันตามยุคสมัย	3.83	0.71	มาก
4.5 มีการปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	4.08	0.90	
4.6 มีระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ	4.00	0.60	มาก
5. ด้านรัฐบาล	3.48	0.78	ปานกลาง
5.1 มีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือธุรกิจส่งออกด้านเงินทุน	3.75	0.86	มาก
5.2 ช่วยเหลือและแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการส่งออก	3.17	1.03	ปานกลาง
5.3 มีความพยายามผลักดันหรือกระตุ้นธุรกิจส่งออกยางพารา	3.33	1.37	ปานกลาง
5.4 มีการอบรมให้ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจส่งออกยางพารา	3.33	0.98	ปานกลาง
5.5 ให้ความสำคัญกับการให้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการส่งออก	3.83	1.19	มาก

## ตารางที่ 11 (ต่อ)

สภาพความได้เปรียบในการแข่งขัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
6. ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส	4.27	0.53	มาก
6.1 ความผันผวนของราคาขายพารามีผลต่อการส่งออก	4.25	1.21	มาก
6.2 เกิดวิกฤตโรคระบาดมีผลต่อการส่งออก	4.50	1.16	มาก
6.3 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีผลต่อการส่งออก	4.25	0.62	มาก
6.4 เกิดภัยพิบัติมีผลต่อการส่งออก เช่น น้ำท่วม พายุแผ่นดินไหว	4.08	1.08	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.93</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.53 ด้านปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.39 ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.54 ด้านความต้องการหรืออุปสงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.52 ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.71 และด้านรัฐบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.78 ตามลำดับ สามารถวิเคราะห์รายด้านได้ดังนี้

ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เกิดวิกฤตโรคระบาดมีผลต่อการส่งออก ความผันผวนของราคาขายพารามีผลต่อการส่งออก ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีผลต่อการส่งออก และเกิดภัยพิบัติมีผลต่อการส่งออก เช่น น้ำท่วม พายุแผ่นดินไหว ตามลำดับ

ด้านปัจจัยการผลิต ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการขนส่งสินค้า มีงบประมาณในการดำเนินงาน ผลผลิต เช่น น้ำยางข้น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควันมีคุณภาพ มีแรงงานที่มีความชำนาญ มีการพัฒนาและฝึกอบรมให้กับบุคลากร มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต

ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีโครงสร้างของธุรกิจมีความเหมาะสมกับการบริหารงาน มีการปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีระบบการส่งออกที่ชัดเจนและเป็นข้อได้เปรียบในการส่งออกยางพารา มีการนำความรู้และความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานในอดีตมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ มีการปรับกลยุทธ์ใหม่ให้ทันตามยุคสมัย

ด้านความต้องการหรืออุปสงค์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มียางพาราเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ ความต้องการยางพาราตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น มียางพาราเพียงพอกับความต้องการในต่างประเทศ ความต้องการยางพาราภายในประเทศเพิ่มขึ้น ความต้องการยางพาราตลาดใหม่ๆต่างประเทศเพิ่มขึ้น

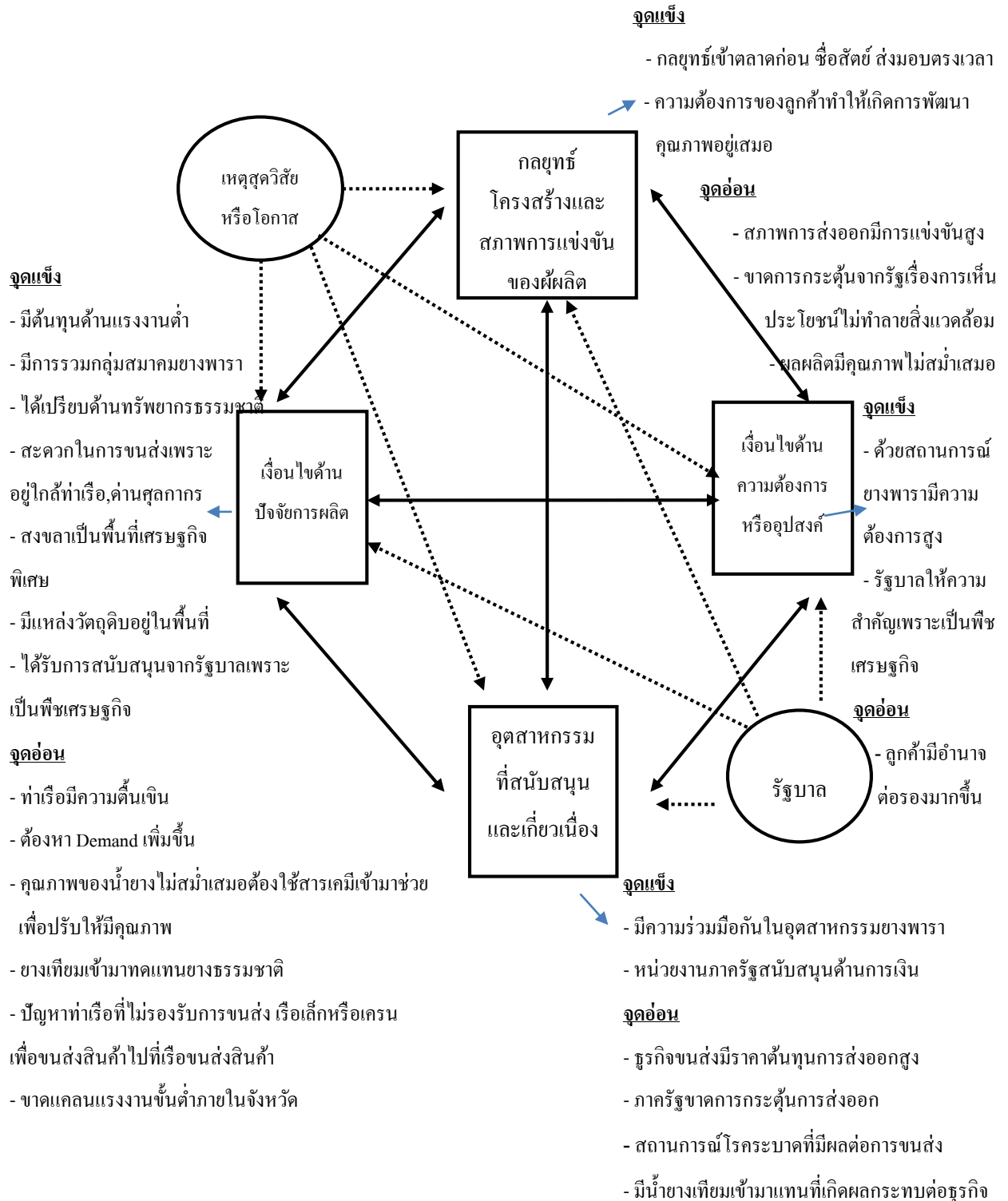
ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ อุตสาหกรรม Logistic และ Supply chain ที่ให้การสนับสนุน อุตสาหกรรมยางพารามีความร่วมมือที่ดีกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเสมอมา อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องมีกระบวนการหรือแนวทางในการผลิตรูปแบบใหม่อุตสาหกรรมยางพาราพร้อมที่จะปรับเพื่อให้กระบวนการทำงานสอดคล้องกันได้เสมอ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารายังขาดความร่วมมือกันด้านการยกระดับนวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ถู่มือยาง ถูยางอนามัย ล้อรถ เป็นต้น

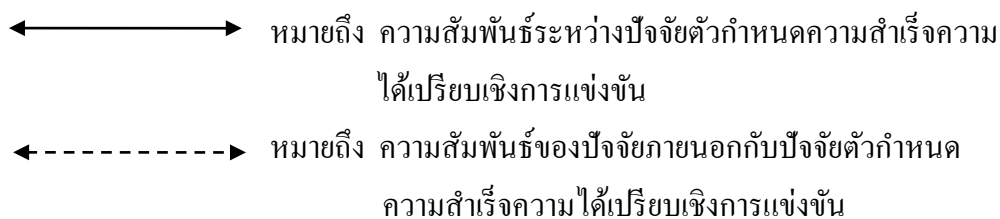
ด้านรัฐบาล ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ให้ความสำคัญกับการให้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการส่งออก มีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือธุรกิจส่งออกด้านเงินทุน มีความพยายามผลักดันหรือกระตุ้นธุรกิจส่งออกยางพารา มีการอบรมให้ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจส่งออกยางพาราช่วยเหลือและแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการส่งออก ตามลำดับ



4.3 ศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก โดย Diamond model ธุรกิจส่งออกยกยงพารา

สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ Diamond model ธุรกิจส่งออกยกยงพารา จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้





**ภาพที่ 8** การวิเคราะห์ Diamond model ธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันส่งออกโดย Diamond model ธุรกิจส่งออกยางพาราซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันอุตสาหกรรมได้ประกอบด้วย

#### 4.3.1 เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor conditions)

1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) ผู้ประกอบการมีต้นทุนด้านแรงงานต่ำเพราะได้แรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานปริมาณมากแรงงานมีคุณภาพและมีทักษะ แนวทางการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมยางพาราต้องใช้ปัจจัยด้านแรงงานเป็นหลัก ต้องมีการพัฒนาแรงงานที่ต้องใช้ทักษะเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การผลิตที่มีประสิทธิภาพหรือเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้นในต่อไป และในภาคภาคอุตสาหกรรมยางพารามีการรวมกลุ่มสมาคมยางพาราเพื่อ ปรึกษาหารือให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อการส่งออกที่ยั่งยืน

2) ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical resources) จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่ได้รับการส่งเสริมการค้า โดยเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคใต้ มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ ซึ่งเป็นด่านทางบกที่มีมูลค่าการค้าสูงสุดอันดับหนึ่งและอันดับสองของไทย โดยทั้งสองพื้นที่อยู่ใกล้ท่าเรือปีนังและท่าเรือกลางของมาเลเซีย นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ภายใต้โครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย (IMT-GT) ซึ่งจะช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ให้ขยายออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้มากยิ่งขึ้นและที่สำคัญ จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับสองของไทยรองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลาจึงมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการขนส่งที่สะดวกเพราะอยู่ใกล้ท่าเรือและด่านศุลกากรทั้ง 4 ด้าน มีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเกษตรด้านการเพาะปลูกยางพารา

3) ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge resources) ในทุกภาคส่วนของธุรกิจต้องมีการพัฒนาและฝึกอบรม การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนด้านวิชาการเพื่อเพิ่มผลผลิตและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการหาแนวทางการส่งออกหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จึงได้จัดโครงการอุตสาหกรรมยางพาราไทย กับโอกาสใหม่ยุค Business Digital Transformation เพื่อให้ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา

เห็น โอกาสทางการค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในตลาดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการวางแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนได้รับรู้ถึงโอกาสและวิกฤตจากข้อกำหนดเงื่อนไขทางการค้า-กฎระเบียบผลิตภัณฑ์เพื่อการนำเข้า-ส่งออกใหม่ ที่มีมาตรฐานสูงขึ้น และต้องได้รับการอนุมัติในระดับสูงและถูกต้องตามหลักผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถลดอุปสรรคและเข้าสู่ตลาดแห่งนี้ได้อย่างยั่งยืน

4) ทรัพยากรทางการเงินทุน (Capital resources) อุตสาหกรรมยางพาราได้รับการส่งเสริมการค้าและการลงทุนจากรัฐบาล เพราะยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของภาคใต้และเป็นรายได้หลักของประเทศ

5) สาธารณูปโภค (Infrastructure) ปริมาณสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา มีเพียงพอต่ออุตสาหกรรมยางพารา แต่ยังมี ความยากลำบากระหว่างกระบวนการขนส่งสินค้าเมื่อถึงท่าเรือด้วยท่าเรือมีขนาดเล็กและดีนเรือที่มารับสินค้าเข้ามาไม่ถึงต้องใช้เครนขนาดใหญ่เพื่อรับสินค้าไปส่งเรือสินค้าปลายทางทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายและต้องใช้เวลามากขึ้นต้องการให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแลและช่วยเหลือผู้ประกอบการ เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้ จะสามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศการพัฒนาการผลิตในประเทศซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตได้ดียิ่งขึ้น

#### 4.3.2 เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand condition)

ด้วยสถานการณ์ยางพารามีความต้องการสูง เป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดธุรกิจเชิงพาณิชย์ในประเทศคู่ค้ามีความต้องการผลิตสินค้าที่ทำจากยางพาราสูง เช่น หมอนยางพารา ล้อรถ ลุงมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น ซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจในการส่งออกสินค้ายางพารา ทั้งนี้ในประเทศและต่างประเทศก็เผชิญกับปัญหาเช่นเดียวกันทั่วโลกทำให้ ความต้องการภายในประเทศซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนารผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมาก ๆ ในประเทศซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมาก ๆ จากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศต่อไป

#### 4.3.3 เงื่อนไขทางด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and related industries)

มีความร่วมมือกันระหว่างสถาบันวิจัยและพัฒนากับผู้ประกอบการส่งออกยางพารา ร่วมกันแก้ไขปัญหาในกระบวนการผลิตน้ำยางเพื่อส่งออกให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันการส่งออกยางพาราระหว่างประเทศให้ได้เพิ่มขึ้นคุณภาพของยางพาราได้มาตรฐานจะสามารถถือครองตลาดได้นาน และในภาคอุตสาหกรรมยางพารามีความร่วมมือกันจัดตั้งสมาคมน้ำยางชั้นไทยเพื่อผลักดันการส่งออกให้มีความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมยางพาราเดียวกัน แต่ต้องการให้

รัฐบาลช่วยสนับสนุนการผลิตและส่งออกน้ำยางที่ผลิตจากธรรมชาติมากกว่ายางสังเคราะห์เพราะส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออก รวมไปถึงเกษตรกรที่ทำอาชีพกรีดยางและการผลิตยางสังเคราะห์อาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในอนาคตได้

#### 4.3.4 กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm strategy, Structure and rivalry)

กลยุทธ์ที่สำคัญผู้ประกอบการส่งออกยางพารามีหลายรายดังนั้นผู้ประกอบการรายใดที่เข้าตลาดได้ก่อนถือว่าได้เปรียบกว่ารายที่มาทีหลังและต้องมีความซื่อสัตย์กับคู่ค้า ทำการส่งมอบสินค้าตรงเวลา ความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการส่งออกยางพาราอยู่เสมอ การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการเป็นอีกวิธีที่ทำให้ไม่ถูกกดดันราคามากจนเกินไปจากประเทศคู่ค้า ดังนั้นการรวมกลุ่มทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศ และเพื่อลดภาวะของการแข่งขันภายในประเทศ โดยมีภาครัฐเป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือกัน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้ายางพาราไปยังต่างประเทศได้

นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

#### 4.3.5 รัฐบาล (Government)

รัฐบาลควรสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ให้กับสินค้ายางพาราเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ควรมีการรักษาเสถียรภาพของระดับราคาเพื่อช่วยฉีกกำลังแก้ปัญหาการกีดกันทางการตลาดเพื่อให้มีระดับราคาและกำลังการผลิตที่เหมาะสม จังหวัดสงขลานั้นว่ามีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางยางพารา ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาปรับปรุงด้านศุลกากรให้มีขนาดใหญ่รองรับการขนส่งสินค้ายางพาราที่ต้องใช้การเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่เรือขนส่งให้มีความสะดวกมากกว่านี้ เนื่องจากท่าเรือยังมีขนาดเล็กและตื้นจึงต้องมีเรือหรือเครนขนาดใหญ่เพื่อช่วยในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังเรือขนส่งทำให้ต้องใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการหาตลาดหรือร่วมเจรจาประเทศพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการค้าด้านยางพาราเพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกได้มีอุปสงค์ในตลาดต่างประเทศใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ภาครัฐต้องเข้ามาควบคุมการผลิตแบบขงแผ่นรมควัน เพราะมีต้นทุนสูงมากในการผลิตส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุนและในบ้างรายหยุดการผลิตเพื่อส่งออกขงแผ่นรมควัน ต้องการให้ภาครัฐเข้ามากระตุ้นให้เห็นถึงประโยชน์ของการให้สินค้าที่ผลิตจากยางพาราที่ได้จากธรรมชาติ ทำให้ย่อยสลายได้ง่ายไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและไม่เกิดมลภาวะเป็นพิษต่อไปในอนาคต

การพัฒนายางพาราในทุก ๆ ด้านเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกของผู้ประกอบการได้และจะประสบความสำเร็จนั้นภาครัฐต้องมีส่วนในการบริหารจัดการโดยพิจารณาปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อความมั่นคงของอุตสาหกรรมยางจากธรรมชาติ

#### 4.3.6 เหตุสุตวิสัยหรือโอกาส (Chance)

ปัจจัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบการส่งออก คือ การเกิด โรคระบาดทำให้เกิดข้อดีและข้อเสียซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออก ส่งผลในด้านลบ คือ ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงักต้องปิดอุตสาหกรรมชั่วคราว สินค้าคงค้างจำนวนมากเพราะพนักงานติดเชื้อและประเทศคู่ค้าปิดประเทศทำการขนส่งสินค้าข้ามประเทศไม่ได้ แต่ในวิกฤตก็ยังเป็นโอกาสเพราะขางพารามีความสำคัญในการผลิตถุงมือ เตียง หมอ จากขางพาราและอุปกรณ์ทางการแพทย์มีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบขางพาราในการผลิต ทำให้ขางพารายังมีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการสูง อีกทั้งการเกิดสงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลต่อราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้เกิดผลกระทบต่อต้นทุนในการขนส่งของผู้ประกอบการส่งออกขางพาราเป็นอย่างมาก

#### 4.4 ศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ธุรกิจส่งออกขางพารา

ใช้แนวทางวิเคราะห์แบบ SWOT ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เข้าใจ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์สำหรับธุรกิจส่งออกขางพาราได้รายละเอียดผลการวิเคราะห์มีดังนี้

##### 1) จุดแข็ง (Strength - S)

###### 1.1) ด้านการผลิต

- (1) ผู้ประกอบการส่งออกได้หลากหลาย เช่น น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง
- (2) มีสถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมขางพาราที่มีศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกเพื่อได้ส่งออกน้ำยางที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของคู่ค้าต่างประเทศ
- (3) มีพ่อค้าคนกลางส่งน้ำยางข้นมายังผู้ประกอบการส่งออกจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการมีวัตถุดิบเพียงพอต่อการส่งออก
- (4) ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกขางพารา
- (5) มีการรวมตัวกันเพื่อพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมขางพารา เช่น สมาคมน้ำยางข้นไทย สถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมขางพารา การยางแห่งประเทศไทย ร่วมกันทำงาน
- (6) แรงงานต่างด้าวเข้ามาจำนวนมากทำให้มีต้นทุนต่ำด้านค่าจ้างแรงงาน

### 1.2) ด้านการตลาด

- (1) ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการส่งออกยางพาราไปต่างประเทศ
- (2) มีลูกค้าประจำที่ทำการสั่งซื้อตามข้อตกลงที่ได้ทำการตกลงกันได้

## 2) จุดอ่อน (Weaknesses - W)

### 2.1) ด้านการผลิต

- (1) น้ำยางดิบที่มาจากหลากหลายพื้นที่ทำให้มีคุณภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพของน้ำยาง ซึ่งต้องใช้สารเคมีเข้ามาปรับเพื่อให้มีคุณภาพ
- (2) ขาดแคลนแรงงานไทยเพราะแรงงานไทยในจังหวัดสงขลาไม่นิยมงานอุตสาหกรรม

### 2.2) ด้านการตลาด

- (1) ความต้องการยางพาราภายในจังหวัดมีสัดส่วนน้อย
- (2) ผู้ประกอบการต้องหา Demand เพิ่มขึ้นเพราะมีคู่แข่งและมียางสังเคราะห์ที่สามารถทดแทนกันได้
- (3) ผู้ประกอบการส่งออกอยู่ในรูปวัตถุดิบ จึงมีความเสี่ยงด้านราคาและเสียโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่ม
- (4) ต้องแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ในกลุ่มอาเซียนสูง เนื่องด้วยอยู่ในสภาพภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกันซึ่งภาคการเกษตรที่ปลูกยางพารามีจำนวนมากเหมือนกัน
- (5) ยางแผ่นรมควันมีต้นทุนสูง จึงทำให้ผู้ประกอบการส่งออกไม่นิยมผลิตเพื่อทำการส่งออกเพราะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

## 3) โอกาส (Opportunities - O)

3.1) ด้วยเกิดโรคระบาดทำให้ หน่วยงานทางการแพทย์มีความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ถุงมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์อื่นๆที่ทำจากยางพาราเพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้ความต้องการของยางพาราซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักมีความต้องการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

3.2) จังหวัดสงขลามีเนื้อที่และมีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมกับการปลูกยางพารา

3.3) เป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและมีความสะดวกในการขนส่งเพราะอยู่ใกล้ด่านศุลกากรทั้ง 4 ด่าน คือ ด่านศุลกากรสงขลา ด่านศุลกากรสะเดา ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ และด่านศุลกากรบ้านประกอบ

3.4) ต่างประเทศมีความต้องการยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องด้วยตลาดต่างประเทศต้องการขยายกำลังการผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์สูงขึ้น

#### 4) อุปสรรค (Threats - T)

- 4.1) เกิดโรคระบาดโควิด- 19 ทำให้เป็นปัญหาต่อการขนส่ง ทำให้ส่งยางพาราไม่ได้เพราะเกิดการปิดประเทศ ต้องหยุดการผลิตทำให้มียางพาราค้าง Stock จำนวนมาก ต้องขายในราคาถูกลง
- 4.2) ภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ส่งผลต่อความต้องการใช้ยางในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญลดลง
- 4.3) น้ำมันมีราคาสูง ซึ่งเป็นต้นทุนในการขนส่งยางพาราทำให้ผู้ประกอบการมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น
- 4.4) จีน ซึ่งเป็นตลาดลูกค้าหลักที่สำคัญ ได้เข้าไปลงทุนด้านการผลิตและตั้งโรงงานแปรรูปยางพาราในประเทศเวียดนาม พม่า กัมพูชา และลาว เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของผู้ประกอบการ
- 4.5) มีน้ำยางสังเคราะห์ ที่มีคุณสมบัติซึ่งสามารถทดแทนยางพาราที่มาจากธรรมชาติได้มากขึ้นส่งผลให้ราคาขยับขึ้นลงและมีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราที่มาจากธรรมชาติ
- 4.6) ท่าเรือมีขนาดเล็กและตื้นซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งสินค้ายางพาราระหว่างไปถึงเรือใหญ่ที่มารับสินค้า
- 4.7) ผู้ประกอบการสงขลามีต้นทุนค่าขนส่งสูงกว่าผู้ประกอบการในประเทศ ลาว พม่า เวียดนาม ซึ่งมีชายแดนใกล้กับประเทศจีนซึ่งเป็นผู้ใช้ยางรายใหญ่

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวให้ข้อมูลความคิดเห็นซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

A (นามสมมติ) พบว่า สินค้าส่งออกเป็นสินค้ายางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น ส่งออกไปประเทศจีน แต่อยากเพิ่มการตลาดให้กว้างกว่านี้ เช่น ส่งไปประเทศเยอรมัน อยากให้รัฐบาลหรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดพบปะผู้ประกอบการระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มและกระตุ้นการส่งออกของยางพาราให้กับผู้ประกอบการในประเทศมากกว่านี้ ปัญหาสำคัญคือ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการยางพาราในต่างประเทศให้เพิ่มขึ้นได้ ยังคงส่งออกสินค้ายางพาราได้เพียงแค่ประเทศใกล้เคียงและผู้ประกอบการประเทศเดิม ๆ ซึ่งถ้าไม่เพิ่มตลาดส่งออกอาจมีผลกระทบในการโดนแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ โดยเมื่อเจอสถานการณ์โรคระบาดหรือปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ทำให้ผู้ประกอบการที่ส่งออกระหว่างประเทศ ต้องหยุดการผลิต เทขายสินค้าขาดทุนในอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุน อีกทั้งมียางเทียมซึ่งมีคุณภาพที่สามารถทดแทนยางพาราได้และมีราคาถูกกว่าด้วย

B (นามสมมติ) พบว่า ได้ส่งออกสินค้ายางพาราขึ้นปฐมภูมิทุกประเภท ซึ่งยางแผ่นรมควันไม่ได้เป็นสินค้าส่งออกเพราะมีต้นทุนสูง มีราคาสูงกว่ายางแท่งอย่างน้อย 4-5 บาท สินค้ายางพาราส่งออกส่วนใหญ่ไปประเทศ จีน มาเลเซีย เกาหลี ประเทศมาเลเซียนำเข้าน้ำยางข้นมากที่สุด 45 % และรองลงมาคือ ประเทศจีน นำเข้า 42 % มีแรงงานต่างด้าวเป็นส่วนใหญ่ เพราะค่าแรงต่ำ แต่เมื่อเจอ

สถานการณ์โควิด-19 แรงงานต่างด้าวเข้าประเทศไทยไม่ได้ เกิดผลกระทบต่อแรงงาน ส่วนใหญ่ได้น้ำยางขึ้นมาจากเกษตรกรชาวจังหวัดสงขลา 90 % อีก 10 % มาจากจังหวัดใกล้เคียง ปัญหาที่เจอบ่อยคือ การขนส่งระหว่างขึ้นเรือ ทำเรือคืนเงินเรือใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงท่าเรือได้ และปัญหาขงเทียมที่มีราคาถูกลงกว่าเข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาด อยากให้รัฐบาลเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริมการผลิตสินค้าจากยางจากธรรมชาติเพราะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ความซื่อสัตย์ การเข้าตลาดก่อน การส่งมอบตรงเวลา และส่งสินค้าที่มีคุณภาพทำให้ผู้ส่งออกอยู่ในตลาดนานและมีลูกค้าประจำ แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องหาตลาดใหม่ๆตลอดเวลาเพิ่มราคายอดขายและรายได้เพื่อธุรกิจในระยะยาว

จากการสัมภาษณ์สถาบันการวิจัยและพัฒนาสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

เป็นศูนย์การให้บริการทดสอบด้านยางพารา ที่ครบถ้วนครอบคลุม และพร้อมตอบสนองการพัฒนางานวิจัยด้านยางพารามากที่สุดแห่งหนึ่งในภาคใต้สถาบันการวิจัยเน้นให้บริการทดสอบคุณภาพน้ำยาง (Testing) เพื่อบอกรายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำยาง ตามที่ผู้ประกอบการแจ้งความประสงค์ ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวนน้อยที่ส่งตัวอย่างมาเพื่อทดสอบ แต่ด้วยไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดได้ ทั้งนี้สถาบันการวิเคราะห์ได้ชี้แนะแนวทางและอธิบายลักษณะคุณภาพของน้ำยางที่ได้มาตรฐานและสารเคมีที่ช่วยปรับคุณภาพของน้ำยาง จากปัญหาที่ผู้ประกอบการได้รับน้ำยางอาจมาจากหลากหลายพื้นที่ที่คุณภาพความเข้มข้นอาจมีความแตกต่างกันและสามารถควบคุมได้

#### 4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา

ปัจจัยเสี่ยงและเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการส่งออก ได้แก่

1. ความกังวลต่อสถานการณ์การระบาด
2. แรงงานในภาคการผลิตขาดแคลนต่อเนื่อง ประกอบกับต้นทุนการจ้างงานปรับตัวสูงขึ้น
3. ต้นทุนในการขนส่งสูงขึ้น น้ำมันมีราคาแพงเพราะการเกิดปัญหาสงครามรัสเซีย-ยูเครน ที่ส่งผลต่อค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น
4. ปัญหาด้านโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ทั้งปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และค่าระวางเรือยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสหภาพยุโรป สหรัฐฯ และจีน เนื่องจากการผลิตตู้ใหม่ในสหรัฐลดลง การหมุนเวียนตู้มีความล่าช้า และมาตรการตรวจสอบในการหมุนเวียนตู้มีความเข้มงวดขึ้น
5. ปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนและราคาผันผวน เช่น เซมิคอนดักเตอร์ เหล็ก น้ำมัน ส่งผลให้ภาคการผลิตเพื่อการส่งออก ยังคงประสบปัญหาอย่างต่อเนื่อง
6. ปัญหาขีดความสามารถด้านอุปทาน เนื่องจากการผลิตทำได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขณะที่ต้นทุนการผลิตโดยรวมปรับเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในอาเซียนและไทยต้องแบกรับภาระจากต้นทุนที่



สูงขึ้น จาการาคาวัตถุดิบและสินค้านำเข้าที่เพิ่มสูงขึ้นตามต้นทุนค่าขนส่ง อัตราเงินเฟ้อในหลายประเทศปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลต่อเนื่องถึงกำลังซื้อของผู้บริโภค และทำให้การนำเข้าของประเทศคู่ค้าสำคัญเริ่มชะลอตัวลง

7. ภาครัฐยังขาดการกระตุ้นการส่งออกและหาตลาดจากต่างประเทศให้เพียงพอ ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านการเจรจาเพิ่มอุปสงค์ตลาดจากต่างประเทศ

8. ความต่อเนื่องของสงครามที่มีผลกระทบต่อน้ำมัน

#### 4.6 แนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา

จากงานศึกษาที่เกี่ยวข้องข้างต้นสรุปประเด็นต่าง ๆ ได้ คือ อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมหลักของจังหวัดสงขลาในการส่งออก ซึ่งคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย ประเทศในกลุ่มอาเซียน ดังนั้นจังหวัดสงขลาควรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพในการส่งออกคือการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวิธีการออกนโยบายการส่งเสริมการส่งออกว่าจะมีลักษณะช่วยแก้ไขจุดอ่อน และรักษาจุดแข็งอย่างไร รัฐบาลต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากยางธรรมชาติให้มีมูลค่า เพราะจะทำให้ยางพาราจากธรรมชาติมีความต้องการสูงขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการส่งออกและมีผลประกอบการที่ดีขึ้น ปรับปรุงท่าเรือให้ได้มาตรฐานเพื่อเอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการส่งออกเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากหลังสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 คลื่นคลายลงอาจส่งผลให้การผลิตในภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่องทั่วโลกฟื้นตัวโดยเฉพาะถูงมีอย่าง หมอนยางพารา ถูงยางอนามัย ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ทยอยฟื้นตัว อุตสาหกรรมยานยนต์ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม และภาครัฐต้องมีส่วนช่วยสนับสนุนความต้องการใช้ยางพารา เช่น การนำยางพารามาใช้ในการทำเชือกยาง การทำถนนลาดยาง อุปกรณ์ด้านการจราจรและอำนวยความสะดวก เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างอุปสงค์ภายในประเทศให้เพิ่มมากขึ้นได้เกิดการปรับปรุงและพัฒนายางพาราให้มีคุณภาพไปในอีกทางหนึ่งด้วย

สงขลาจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการผลิตและการส่งออกยางพาราแต่ละประเภท โดยเฉพาะทางแห่งพัฒนาการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นที่มีความสามารถอยู่แล้วให้ดีขึ้น โดยควรส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาคุณภาพยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราให้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอาจได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ประกอบการจีนเข้ามาติดต่อรับซื้อยางพาราจากกลุ่มเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางของไทยโดยตรง จึงอาจเป็นการตัดวงจรผู้ประกอบการส่งออก จึงมีความสำคัญที่ภาครัฐมีความเข้มงวดในการบังคับควบคุม

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสงขลา มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ การจ้างงานและขยายการเจริญเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยางพารายังเป็นวัตถุดิบเชื่อมโยงกิจกรรมการผลิตจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมการส่งออกที่สำคัญ จังหวัดสงขลา นับว่ามีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางยางพารา เนื่องจากข้อได้เปรียบทั้งทางด้านที่ตั้ง ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งยังเป็นแหล่งผลิตยางดิบและผู้กำหนดราคารับซื้อยางดิบได้ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา ศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา ตลอดจนศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา และแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

##### 5.1.1 ศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา ในจังหวัดสงขลา

1) ธุรกิจส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา มีการนำสินค้าส่งออกยางพาราขึ้นปฐมนำเพื่อส่งออกเป็น 70 % ของอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของภาคใต้ ด้วยสภาพพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเพาะปลูก และทำการเกษตรสวนยางพาราประชาชนมีวิถีชีวิตเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมยางพารา เน้นการเพิ่มอุปสงค์การใช้ยางพาราในภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งสนับสนุนการใช้ยางพาราจากเกษตรกรในพื้นที่ และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง โดยพ่อค้าคนกลางเป็นคนกลางนำยางพาราส่งอุตสาหกรรม มีพื้นที่ในการคมนาคมขนส่งมีความสะดวก มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ ซึ่งเป็นด่านทางบกที่มีมูลค่าการค้าสูง โดยทั้งสองพื้นที่อยู่ใกล้ท่าเรือปีนังและท่าเรือกลางของมาเลเซีย

2) การเพิ่มปริมาณการนำเข้าของสินค้าที่ทดแทนยางพาราที่ได้จากธรรมชาติ ผู้ส่งออกยางพารามีผลกระทบจากสินค้าที่เข้ามาทดแทนยางพารา คือ ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber หรือ SR) ยางสังเคราะห์ ที่มีชื่อเรียกว่า ยางไนไตรล์ หรือยาง NBR (nitrile rubber) ยาง NBR เป็นโคโพลิเมอร์ของอะคริโลไนไตรล์ โมโนเมอร์ (acrylonitrile monomer) และบิวตาไดอีน โมโนเมอร์ (butadiene monomer) ซึ่งจะประกอบด้วยอะคริโลไนไตรล์ ตั้งแต่ 20-50 % จากโครงสร้างของโมเลกุลจะเห็นได้ว่ามีหมู่ฟังก์ชัน CN- อยู่ ดังนั้น โมเลกุลจึงมีความเป็นขั้วทำให้ยางมีสมบัติเด่นคือ

ทนต่อน้ำมันปิโตรเลียมและตัวทำละลายที่ไม่มีขั้วต่างๆ ได้ดี ความทนน้ำมันจะเพิ่มขึ้นตามปริมาณของอะคริโลไนไตรล์ที่มีในโมเลกุล ยาง NBR ไม่สามารถตกผลึกได้เมื่อถูกยืด (เช่นเดียวกับยาง SBR) ดังนั้นจึงมีความทนต่อแรงดึงต่ำ ต้องเติมสารเสริมแรงเข้าช่วย ส่วนความยืดหยุ่นจะมีค่าใกล้เคียงกับยาง SBR ยางชนิดนี้ส่วนใหญ่จะถูกใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่ต้องสัมผัสกับน้ำมัน เช่น ใช้ทำปะเก็นน้ำมันยาง o-ring ยางเชื่อมต่อสายพานลำเลียงหรือทำท่อดูดหรือส่งน้ำมัน เป็นต้น เป็นอีกปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทิศทางการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราเพราะเป็นสินค้าทดแทนกันได้

3) ผู้ตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรีและโท มีระยะเวลาที่ก่อตั้งของสถานประกอบการทุกธุรกิจตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีทุนจดทะเบียนบริษัทส่วนใหญ่ 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท จำนวนแรงงานในสถานประกอบการส่วนใหญ่มีมากกว่า 150 คนขึ้นไป ผลกำไรต่อเดือนในการประกอบธุรกิจโดยเฉลี่ย 500 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งผู้ให้ข้อมูลจะประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและเลขานุการ

### 5.1.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ Diamond model ของธุรกิจส่งออกยางพาราในจังหวัดสงขลา

เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขัน มีระดับความได้เปรียบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

#### 1. ด้านปัจจัยการผลิต

มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการขนส่งสินค้า มีงบประมาณในการดำเนินงาน ผลผลิต เช่น น้ำยางข้น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควันมีคุณภาพ มีแรงงานที่มีความชำนาญ มีการพัฒนาและฝึกอบรมให้กับบุคลากร มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต

#### 2. ด้านความต้องการหรืออุปสงค์

มียางพาราเพียงพอับความต้องการภายในประเทศ ความต้องการยางพาราตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น มียางพาราเพียงพอับความต้องการในต่างประเทศ ความต้องการยางพาราภายในประเทศเพิ่มขึ้น ความต้องการยางพาราตลาดใหม่ๆต่างประเทศเพิ่มขึ้น

#### 3. ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

อุตสาหกรรม Logistic และ Supply chain ที่ให้การสนับสนุน อุตสาหกรรมยางพารา มีความร่วมมือที่ดีกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเสมอมา อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องมีกระบวนการหรือแนวทางในการผลิตรูปแบบใหม่อุตสาหกรรมยางพาราพร้อมที่จะปรับ

เพื่อให้กระบวนการทำงานสอดคล้องกันได้เสมอ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา ยังขาดความร่วมมือกันด้านการยกระดับนวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ อู้งมือยาง อู้งยางอนามัย ล้อรถ เป็นต้น

#### 4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต

มีโครงสร้างของธุรกิจมีความเหมาะสมกับการบริหารงาน มีการปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีระบบการส่งออกที่ชัดเจนและเป็นข้อได้เปรียบในการส่งออกยางพารา มีการนำความรู้และความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานในอดีตมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ มีการปรับกลยุทธ์ใหม่ให้ทันตามยุคสมัย

#### 5. ด้านรัฐบาล

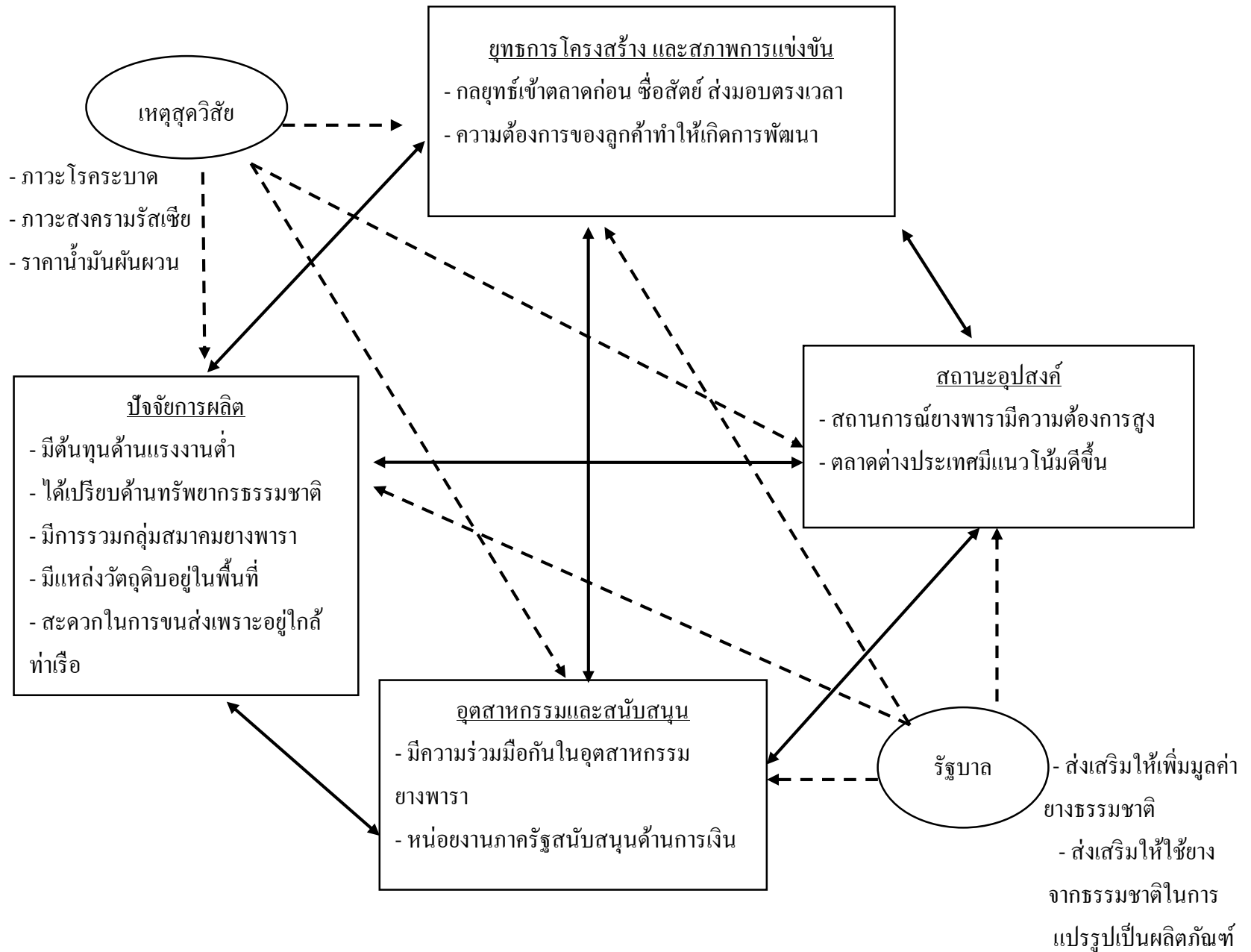
ให้ความสำคัญกับการให้ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการส่งออก มีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือธุรกิจส่งออกด้านเงินทุน มีความพยายามผลักดันหรือกระตุ้นธุรกิจส่งออกยางพารา มีการอบรมให้ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจส่งออกยางพารา ช่วยเหลือและแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการส่งออก

#### 6. ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส

เกิดวิกฤตโรคระบาดมีผลต่อการส่งออก ความผันผวนของราคารายางพารามีผลต่อการส่งออก ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการส่งออก และเกิดภัยพิบัติมีผลต่อการส่งออก เช่น น้ำท่วม พายุ แผ่นดินไหว

### 5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกโดย Diamond model ของธุรกิจส่งออกยางพารา ในจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ความสามารถในการผลิตและการส่งออกยางพาราของจังหวัดสงขลา โดยใช้ Diamond model สรุปผลการศึกษาได้ ดังแสดงในภาพที่ 5.1 แบบจำลอง Diamond model การส่งออกยางพาราของจังหวัดสงขลา



ภาพที่ 9 แบบจำลอง Diamond model ของการส่งออกยางพาราของจังหวัดสงขลา

จากภาพที่ 9 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อศักยภาพในการส่งออกของผู้ประกอบการธุรกิจยางพารา มีดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต (Factor conditions) ผู้ประกอบการมีต้นทุนด้านแรงงานต่ำเพราะมีแรงงานต่างด้าว 70-80 % เข้ามาทำงานปริมาณมากส่งผลให้ผู้ประกอบการ ไม่ได้ขาดแคลนจำนวนแรงงาน แต่เมื่อมีโรคระบาดโควิด-19 มีผลให้แรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานไม่ได้ แต่ด้วยสถานการณ์ที่คนไทยตกงานจำนวนมากทำให้ได้แรงงานไทยเข้ามาทำงานทดแทนได้ แต่โดยปกติแรงงานไทยไม่นิยมทำงานอุตสาหกรรม แนวทางการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมยางพาราต้องใช้ปัจจัยด้านแรงงานเป็นหลัก ต้องมีการพัฒนาแรงงานที่ต้องใช้ทักษะเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การผลิตที่มีประสิทธิภาพหรือเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้นต่อไป

จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่ได้รับการส่งเสริมการค้า โดยเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคใต้ มีด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ โดยทั้งสองพื้นที่อยู่ใกล้ท่าเรือปีนังและท่าเรือกลางของมาเลเซีย เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับสองของไทยรองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลาจึงมีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการขนส่งที่สะดวกเพราะอยู่ใกล้ท่าเรือและด่านศุลกากรทั้ง 4 ด่าน มีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเกษตรด้านการเพาะปลูกยางพารา มีการพัฒนาและฝึกอบรม การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนด้านวิชาการเพื่อเพิ่มผลผลิตและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในการหาแนวทางการส่งออกหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จึงได้จัดโครงการอุตสาหกรรมยางพาราไทย กับโอกาสใหม่ยุค Business Digital Transformation เพื่อให้ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา เห็นโอกาสทางการค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในตลาดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการวางแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนได้รับรู้ถึงโอกาสและวิกฤตจากข้อกำหนดเงื่อนไขทางการค้า-กฎระเบียบผลิตภัณฑ์เพื่อการนำเข้า-ส่งออกใหม่ ที่มีมาตรฐานสูงขึ้น ซึ่งการอบรมได้วิเคราะห์ถึงความต้องการยางพาราในอนาคตหลังจากเกิดโรคระบาดจะทำให้ความต้องการยางพาราเพื่อใช้ในการผลิตสินค้ามีความต้องการเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการได้ทำตลาดและเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาและส่งออกยางพาราในตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm strategy, Structure and rivalry)

ธุรกิจส่งออกยางพารามีการแข่งขันกันสูงโดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียน (CLMV) กลยุทธ์ที่สำคัญของผู้ประกอบการส่งออกยางพาราที่มีจำนวนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการรายใดที่เข้าตลาดได้ก่อนถือว่าได้เปรียบกว่ารายที่มาทีหลังและต้องมีความซื่อสัตย์กับคู่ค้า ทำการส่งมอบสินค้าตรงเวลา

ความต้องการของลูกค้าทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการส่งออกยางพาราอยู่เสมอ การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการเป็นอีกวิธีที่ทำให้ไม่ถูกกดคั้นราคามากเกินไปจากประเทศคู่ค้า ดังนั้นการรวมกลุ่มทำให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศ และเพื่อลดภาวะของการแข่งขันภายในประเทศ โดยมีภาครัฐเป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือกัน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกสินค้ายางพาราไปยังต่างประเทศได้

### 3. ความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand condition)

สภาวะเศรษฐกิจปี 2562-2564 จะผลต่อกำลังความต้องการยางพาราในประเทศน้อย ด้วยสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำด้วยโรคระบาดและสงครามรัสเซีย ทำให้ความต้องการอุปโภคและบริโภคกำลังซื้อลดลงส่งผลให้ความต้องการยางในประเทศลดลงไปด้วยปี 2565 สภาวะเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวเปิดประเทศมากขึ้นสามารถส่งออกได้ปกติทำให้อุปสงค์ต่างประเทศมีความต้องการสูง เป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดธุรกิจเชิงพาณิชย์ในประเทศคู่ค้ามีความต้องการผลิตสินค้าที่ทำจากยางพาราสูง เช่น หมอนยางพารา ล้อรถ ถุงมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น ซึ่งเป็นโอกาสทางธุรกิจในการส่งออกสินค้ายางพารา ทั้งนี้ในประเทศและต่างประเทศ ก็เผชิญกับปัญหาเช่นเดียวกันทั่วโลกทำให้ความต้องการภายในประเทศซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนากิจการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมาก ๆ ในประเทศซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมาก ๆ จากนั้นปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศต่อไป

### 4. ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and related industries)

มีความร่วมมือกันระหว่างสถาบันวิจัยและพัฒนากับผู้ประกอบการส่งออกยางพารา ร่วมกันแก้ไขปัญหาในกระบวนการผลิตน้ำยางเพื่อส่งออกให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันการส่งออกยางพาราระหว่างประเทศให้ได้เพิ่มขึ้นคุณภาพของยางพาราได้มาตรฐานจะสามารถถือครองตลาดได้นาน และในภาคอุตสาหกรรมยางพารามีความร่วมมือกันจัดตั้งสมาคมน้ำยางขึ้นไทยเพื่อผลักดันการส่งออกให้มีความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมยางพาราเดียวกัน แต่ต้องการให้รัฐบาลช่วยสนับสนุนการผลิตและส่งออกน้ำยาง ที่ผลิตจากธรรมชาติมากกว่ายางสังเคราะห์เพราะส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออก รวมไปถึงเกษตรกรที่ทำอาชีพกรีดยางและการผลิตยางสังเคราะห์อาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในอนาคตได้

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่ผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ภายในประเทศ ต้องได้รับการสนับสนุนโดยภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนเพื่อกระตุ้นให้ใช้ยางพาราจากธรรมชาติที่มาจากยางดิบภายในประเทศให้ได้มากที่สุดเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา และส่งเสริมในการพัฒนาด้านการผลิตให้มีคุณภาพตลอดจนได้พัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องให้มีผลผลิตส่งออกไปจำนวนเป็นผลิตภัณฑ์ปลายน้ำที่มีคุณภาพกระตุ้นการมีรายได้ของคนในท้องถิ่น

แบบจำลองเพชร (Diamond model) ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

### 1. รัฐบาล (Government)

จังหวัดสงขลานั้นว่ามีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางยางพารา ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาปรับปรุงด้านศุลกากรให้มีขนาดใหญ่รองรับการขนส่งสินค้ายางพาราที่ต้องใช้การเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่เรือขนส่งให้มีความสะดวกมากกว่านี้เนื่องด้วยท่าเรือยังมีขนาดเล็กและตื้นจึงต้องมีเรือหรือเครนขนาดใหญ่เพื่อช่วยในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังเรือขนส่งทำให้ต้องใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการหาตลาดหรือร่วมเจรจาประเทศพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการค้าด้านยางพาราเพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกได้มีอุปสงค์ในตลาดต่างประเทศใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ภาครัฐต้องเข้ามาควบคุมการผลิตแบบยางแผ่นรมควันเพราะมีต้นทุนสูงมากในการผลิตส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุนและในผู้ประกอบการบางรายหยุดการผลิตเพื่อส่งออกยางแผ่นรมควัน ต้องการให้ภาครัฐเข้ามากระตุ้นให้เห็นถึงประโยชน์ของการให้สินค้าที่ผลิตจากยางพาราที่ได้จากธรรมชาติ ทำให้อยู่สบายได้ง่ายไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและไม่เกิดมลภาวะเป็นพิษต่อไปในอนาคต

ถ้ารัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนา การวางแผน และกำหนดนโยบายที่ดี ทำให้สร้างความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราเป็นอย่างมากสามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก

### 2. เหตุสุวิสัยหรือโอกาส (Chance)

เป็นเหตุที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เช่นเหตุการณ์การเกิดโรคระบาดทำให้เกิดข้อดีและข้อเสีย ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออก ส่งผลในด้านลบ คือ ทำให้การผลิตต้องหยุดชะงักต้องปิดอุตสาหกรรมชั่วคราวสินค้าคงค้างจำนวนมากเพราะพนักงานติดเชื้อและประเทศคู่ค้าปิดประเทศทำการขนส่งสินค้าข้ามประเทศไม่ได้ แต่ในวิกฤตก็ยังเป็นโอกาสเพราะยางพารามีความสำคัญในการผลิตถุงมือ เตียง หมอจากยางพาราและอุปกรณ์ทางการแพทย์มีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบยางพาราในการผลิต ทำให้ยางพารายังมีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการสูง อีกทั้ง



การเกิดสงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลต่อราคาน้ำมันเกิดความผันผวนทำให้เกิดผลกระทบต่อต้นทุนในการขนส่งของผู้ประกอบการส่งออกยางพาราเป็นอย่างมาก

**5.1.4 สรุปผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ธุรกิจส่งออกยางพารา ในจังหวัดสงขลา**

### 1) จุดแข็ง (Strength - S)

#### 1.1) ด้านการผลิต

- (1) ผู้ประกอบการส่งออกได้หลากหลาย เช่น น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง
- (2) มีสถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพาราที่มีศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกเพื่อได้ส่งออกน้ำยางที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของคู่ค้าต่างประเทศ
- (3) มีพ่อค้าคนกลางส่งน้ำยางข้นมายังผู้ประกอบการส่งออกจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการมีวัตถุดิบเพียงพอต่อการส่งออก
- (4) ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกยางพารา
- (5) มีการรวมตัวกันเพื่อพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมยางพารา เช่น สมาคมน้ำยางข้นไทย สถาบันวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมยางพารา การยางแห่งประเทศไทย ร่วมกันทำงาน
- (6) แรงงานต่างด้าวเข้ามาจำนวนมากทำให้มีต้นทุนต่ำด้านค่าจ้างแรงงาน

#### 1.2) ด้านการตลาด

- (1) ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการส่งออกยางพาราไปต่างประเทศ
- (2) มีลูกค้าประจำที่ทำการสั่งซื้อตามข้อตกลงที่ได้ทำการตกลงกันไว้

### 2) จุดอ่อน (Weaknesses - W)

#### 2.1) ด้านการผลิต

- (1) น้ำยางดิบที่มาจากหลากหลายพื้นที่ทำให้มีคุณภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพของน้ำยาง ซึ่งต้องใช้สารเคมีเข้ามาปรับเพื่อให้มีคุณภาพ
- (2) ขาดแคลนแรงงานไทยเพราะแรงงานไทยในจังหวัดสงขลาไม่นิยมงานอุตสาหกรรม

#### 2.2) ด้านการตลาด

- (1) ความต้องการยางพาราภายในจังหวัดมีสัดส่วนน้อย

(2) ผู้ประกอบการต้องหา Demand เพิ่มขึ้นเพราะมีคู่แข่งและมีบางสังเคราะห์ที่สามารถทดแทนกันได้

(3) ผู้ประกอบการส่งออกอยู่ในรูปวัตถุดิบ จึงมีความเสี่ยงด้านราคาและเสียโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

(4) ต้องทำการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้เคียงกัน เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย เนื่องด้วยอยู่ในสภาพภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกันซึ่งภาคการเกษตรที่ปลูกยางพารามีจำนวนมากเหมือนกัน

(5) ยางแผ่นรมควันมีต้นทุนสูง จึงทำให้ผู้ประกอบการส่งออกไม่นิยมผลิตเพื่อทำการส่งออกเพราะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

### 3) โอกาส (Opportunities - O)

3.1) ด้วยเกิดโรคระบาดทำให้ หน่วยงานทางการแพทย์มีความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ถักมือ และอุปกรณ์ทางการแพทย์อื่นๆที่ทำจากยางพาราเพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้ความต้องการของยางพาราซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักมีความต้องการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

3.2) จังหวัดสงขลามีเนื้อที่และมีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมกับการปลูกยางพารา

3.3) เป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและมีความสะดวกในการขนส่งเพราะอยู่ใกล้ด่านศุลกากรทั้ง 4 ด่าน คือ ด่านศุลกากรสงขลา ด่านศุลกากรสะเดา ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ และด่านศุลกากรบ้านประกอบ

3.4) ต่างประเทศมีความต้องการยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องด้วยตลาดต่างประเทศต้องการขยายกำลังการผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์สูงขึ้น

### 4) อุปสรรค (Threats - T)

4.1) ความกังวลต่อสถานการณ์การระบาด ด้วยโรคระบาดโควิด- 19 ทำให้เป็นปัญหาต่อการขนส่ง ทำให้ส่งยางพาราไม่ได้เพราะเกิดการปิดประเทศ ต้องหยุดการผลิตทำให้มียางพาราค้าง Stock จำนวนมาก ต้องขายในราคาถูกลง

4.2) ภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ส่งผลต่อความต้องการใช้ยางในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญลดลง

4.3) น้ำมันมีราคาสูง ซึ่งเป็นต้นทุนในการขนส่งยางพาราทำให้ผู้ประกอบการมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น

4.4) จีน ซึ่งเป็นตลาดคู่ค้าหลักที่สำคัญ ได้เข้าไปลงทุนด้านการผลิตและตั้งโรงงานแปรรูปยางพาราในประเทศเวียดนาม พม่า กัมพูชา และลาว เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของผู้ประกอบการ

4.5) มีน้ำยางสังเคราะห์ ที่มีคุณสมบัติซึ่งสามารถทดแทนยางพาราที่มาจากธรรมชาติได้มากขึ้น ส่งผลให้ราคาขางขึ้นลงและมีผลต่อปริมาณการส่งออกยางพาราที่มาจากธรรมชาติ

4.6) ท่าเรือมีขนาดเล็กและตื้นซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งสินค้ายางพาราระหว่างไปถึงเรือใหญ่ที่มารับสินค้า

4.7) ผู้ประกอบการสงขลามีต้นทุนค่าขนส่งสูงกว่าผู้ประกอบการในประเทศ ลาว พม่า เวียดนาม ซึ่งมีชายแดนใกล้กับประเทศจีนซึ่งเป็นผู้ใช้จ่ายรายใหญ่

4.8) ภาครัฐขาดการกระตุ้นการส่งออกและหาตลาดจากต่างประเทศให้บ่อย ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านการเจรจาเพิ่มอุปสงค์ตลาดจากต่างประเทศ

#### 5.1.5 แนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา

อุตสาหกรรมยางพาราเป็นอุตสาหกรรมหลักของจังหวัดสงขลาในการส่งออก ซึ่งคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย ประเทศในกลุ่มอาเซียน ดังนั้นจังหวัดสงขลาควรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มศักยภาพในการส่งออกคือการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวิธีการออกนโยบาย การส่งเสริมการส่งออกว่าจะมีลักษณะช่วยเหลือจุดอ่อน และรักษาจุดแข็งอย่างไร รัฐบาลต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากยางพาราให้มียอดค่า เพราะจะทำให้ยางพาราจากธรรมชาติมีความต้องการสูงขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการส่งออกและมีผลประกอบการที่ดีขึ้น ปรับปรุงท่าเรือให้ได้มาตรฐานเพื่อเอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการส่งออกเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากหลังสถานการณ์ระบาดของโควิด-19 คลื่นกลายลงอาจส่งผลให้การผลิตในภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่องทั่วโลกฟื้นตัวโดยเฉพาะถุงมือยาง หมอนยางพารา ถุงยางอนามัย ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ทยอยฟื้นตัว อุตสาหกรรมยานยนต์ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม และภาครัฐต้องมีส่วนช่วยสนับสนุนความต้องการใช้ยางพารา เช่น การนำยางพารามาใช้ในการทำเชือกยาง การทำถนนลาดยาง อุปกรณ์ด้านการจราจรและอำนวยความสะดวก เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างอุปสงค์ภายในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น ได้เกิดการปรับปรุงและพัฒนายางพาราให้มีคุณภาพไปในอีกทางหนึ่งด้วย

สงขลาจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการผลิตและการส่งออกยางพาราแต่ละประเภท โดยเฉพาะทางแห่งพัฒนาการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้นที่มีความสามารถอยู่แล้วให้ดีขึ้น โดยควรส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาคุณภาพยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อ

สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกยางพาราให้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอาจได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ประกอบการเงินเข้ามาติดต่อบริษัทยางพาราจากกลุ่มเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางของไทยโดยตรง จึงอาจเป็นการตัดวงจรผู้ประกอบการส่งออก จึงมีความสำคัญที่ภาครัฐของมีความเข้มงวดในการบังคับควบคุม

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา กรณีศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายการวิจัยได้ดังนี้

1) จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกโดย Diamond model จังหวัดสงขลาพบว่า มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางยางพารา ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาควบคุมการผลิตแบบขงแผ่นรมควันเพราะมีต้นทุนสูงมาก ต้องการให้ภาครัฐเข้ามากระตุ้นให้เห็นถึงประโยชน์ของการให้สินค้าที่ผลิตจากยางพาราที่ได้จากธรรมชาติ ทำให้ย่อยสลายได้ง่ายไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและไม่เกิดมลภาวะเป็นพิษต่อไปในอนาคต ซึ่งถ้ารัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการวางแผน และกำหนดนโยบายที่ดี ทำให้สร้างความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราเป็นอย่างมาก สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒน์นอร์ ศิริสุวรรณ และ ชีรศักดิ์จินดาบด (2558) กล่าวว่า อุตสาหกรรมยางพารานับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย โดยยางพาราส่วนใหญ่จะถูกส่งออกไปยังประเทศที่มีความเจริญทางอุตสาหกรรมเช่น สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป เป็นต้น ประเทศผู้ผลิตและส่งออกยางพาราที่สำคัญได้แก่ ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซียและเวียดนาม ซึ่งจากการประเมินสภาพการแข่งขันพบว่า ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันในยางธรรมชาติประเภทขงแผ่นรมควันและน้ำยางธรรมชาติในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานรัฐได้ มีการส่งเสริมโดยจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทยเพื่อสอดคล้องกับโลกาภิวัตน์ทางธุรกิจ หากการแต่ยัง ขาดข้อมูลที่สำคัญในการส่งเสริมด้านการส่งออกเพื่อเร่งใช้ประโยชน์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและความตกลงการค้าเสรีที่กำลังจะเกิดขึ้นในปี 2558 บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนเชิงนโยบาย ทั้งในด้านการผลิต การพัฒนาระบบตลาดและอุตสาหกรรมยาง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ตลอดจนสามารถสนับสนุนการ ดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนายางพาราของประเทศไทยได้ อย่างครบวงจรและเกิดผลเป็นรูปธรรม

2) จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ธุรกิจส่งออกยางพาราจังหวัดสงขลา การวิเคราะห์ด้านอุปสรรค ด้วยภาครัฐขาดการกระตุ้นการส่งออกและหาตลาดจากต่างประเทศให้น้อย ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านการเจรจาเพิ่มอุป

สงค์ตลาดจากต่างประเทศซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปาริฉัตร เต็งสุวรรณ อธิชา อินทอง และ วรฤทัย สุนทรสนิท (2565) กล่าวว่า ยางพาราไทยในตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนตกอยู่ในช่วงที่มีความต้องการของตลาดสูง แต่มีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ประกอบการยางพาราไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับกลยุทธ์โดยเน้นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการค้าเพื่อรักษาอำนาจผูกขาดและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดต่อไป

3) ปัจจัย Diamond model ที่ส่งผลต่อศักยภาพในการส่งออกของผู้ประกอบการธุรกิจยางพารา มี ดังนี้ ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส ปัจจัยการผลิต ด้านความต้องการหรืออุปสงค์ ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุน ด้านรัฐบาล ซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยากร พรพิริวิชญ์ และนพพล สุวรรณทรัพย์ (2565) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกยางพาราทางถนนผ่านชายแดนจังหวัดสงขลามีทั้งหมด 8 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านสถานะอุปสงค์ ปัจจัยกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กรและการแข่งขัน ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านระบบขนส่ง โดยผลการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ 1) สถานการณ์ยางพาราของประเทศไทย มีความเชื่อมโยงกับภาวะเศรษฐกิจโลกซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาและปริมาณการส่งออกยางพารา 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกยางพาราทางถนนผ่านจังหวัดสงขลา

4) ปัจจัย Diamond model ด้านรัฐบาลภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการหาตลาดหรือร่วมเจรจาประเทศพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการค้าด้านยางพาราเพื่อให้ผู้ประกอบการส่งออกได้มีอุปสงค์ในตลาดต่างประเทศใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ภาครัฐต้องเข้ามาควบคุมการผลิตแบบขงแผ่นรมควันเพราะมีต้นทุนสูงมากในการผลิตส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุนและในบ้างรายหยุดการผลิตเพื่อส่งออกขงแผ่นรมควันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริขวัญ ศรีทองกุล และนงเยาว์ เมืองดี (2559) กล่าวว่า ประเทศไทยมีการพัฒนาขงแผ่นรมควันและน้ำยางข้นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากขึ้น ในส่วนขงแผ่นรมควัน ยังมีข้อเสียเปรียบในด้านคุณภาพในการผลิตและมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย ดังนั้นจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการผลิตและการส่งออกขงแผ่นรมควันและน้ำยางข้นที่มีความสามารถอยู่แล้วให้ดีขึ้น โดยควรส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนาคุณภาพขงแผ่นรมควันและผลิตภัณฑ์ขงแผ่นรมควันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออกขงแผ่นรมควันไปจีนให้เพิ่มขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการต้องรักษาคุณภาพของยางพาราทั้งนี้ภาครัฐต้องเข้ามาดูแลชนิดของยางแผ่นรมควันเพราะปัจจุบันผู้ประกอบการลดจำนวนการส่งออกลงเนื่องจากมีต้นทุนที่สูงเกินไป ภายใต้งบเงินทุนเดิมเพราะยางแผ่นรมควันยังเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ โชนยุโรป และประเทศญี่ปุ่น หน่วยงานรัฐหรือนักวิชาการด้านการตลาด ควรเข้ามาตรวจสอบต้นทุนด้านการผลิตและร่วมให้แนวโน้มนักวิชาการตลาดเพื่อการส่งออกยางพาราทั้งในประเทศและต่างประเทศว่ามีปัจจัยใดบ้างที่อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นเพื่อการเตรียมการที่ถูกต้องของผู้ประกอบการและเพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันที่เกิดขึ้นอีกในอนาคต

2. ส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตยางดิบเพื่อส่งออก โดยการสนับสนุนการใช้ยางพาราที่มาจากธรรมชาตินำมาผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมียางพาราสังเคราะห์เข้ามาทดแทนจำนวนมากส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออกยางพาราและเกษตรกรที่ทำการเกษตรขึ้นต้น ด้วยทำให้ยางจากธรรมชาติราคาถูกลง เป็นการตัดวงจรยางพาราจากธรรมชาติออกจากตลาดได้ในอนาคต ภาครัฐควรเข้ามาตรวจสอบและมีเกณฑ์กำหนดการผลิตสินค้าในโรงงานที่ทำจากยางพารา โดยเฉพาะสินค้าที่มีความจำเป็นที่ผู้บริโภคใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อรักษาระบบนิเวศวิทยา

3. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนภายในประเทศร่วมมือกันเพื่อมีอำนาจการต่อรองราคาและลดภาวะความขัดแย้งหรือการแข่งขันกัน โดยขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำวิทยากรทั้งในประเทศนอกประเทศที่ผลิตและส่งออกยางพารารายใหญ่ของโลก มามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้รูปแบบการผลิตเพื่อการส่งออก และให้ภาครัฐเป็นหน่วยงานกลางช่วยประสานความร่วมมือและดูแลบังคับควบคุมให้การส่งออกเป็นไปตามความถูกต้อง

4. ภาครัฐหรือผู้ที่กำหนดนโยบายของรัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายปฏิรูปโครงสร้างด้านการตลาด หาดตลาดส่งออกใหม่ เพื่อการใช้ยางในประเทศ เพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนควรร่วมเจรจากับประเทศพันธมิตรทั่วโลกเพื่อเพิ่มอุปสงค์ให้กับผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมยางพารา จัดตลาดประมุขยางพารา เพราะด้วยมีการแข่งขันส่งออกยางพาราหลายประเทศ จึงควรหาตลาดเพื่อทดแทนส่วนแบ่งทางการตลาดที่หายไปอย่างต่อเนื่อง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ส่งออกสินค้าแปรรูปจากยางพารา เพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้มีการแปรรูปยางพาราเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับยางพาราดิบจากธรรมชาติ

2. ควรมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าต่างประเทศหรือผู้ซื้อยางพาราด้วยเพราะจะได้ทราบเหตุผลที่หลากหลายเพื่อต้องการทราบความพึงพอใจหรือประเด็นที่ลูกค้ามีความต้องการของบริษัทส่งออกยางพารา

3. ควรศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์การนำเข้าและประเมินความเสี่ยงในการแข่งขันของยางพาราในตลาดอื่นๆ ที่มีความต้องการยางพาราไทยสูง เช่น ยุโรป รัสเซีย เป็นต้น เพื่อกำหนดกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าการส่งออกในตลาดต่างประเทศให้หลากหลาย และลดความเสี่ยงจากความต้องการยางพาราไทยลดลง

### บรรณานุกรม

- กนกพร ภาทีฉาย. (2559). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวอินทรีย์เพื่อรองรับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกรณีศึกษาโครงการ “ผูกปิ่น โตข้าว. สืบค้นจาก[ออนไลน์] <http://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2559/2559240605104.pdf>. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2563*
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2563). *<http://www.rubber.co.th/การยางแห่งประเทศไทย> (ราคาประมูล ณ ตลาดกลางยางพารา อ.หาดใหญ่)*
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2563). *ยางพารา. สำนักส่งเสริมสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม [https://www.ditp.go.th/ditp\\_web61/](https://www.ditp.go.th/ditp_web61/) สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กันยายน 2563*
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 5 :คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- การค้าไทย. (2561). *รายชื่อผู้ส่งออกนำเข้า. <https://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2561*
- ชูเพ็ญ วิบูลสันติ. (ม.ป.ป). *การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน จุดค้อย โอกาส และอุปสรรค (ความเสี่ยง) ขององค์กร (SWOT Analysis). <http://www.pharmacy.cmu.ac.th/pharad/swot982.htm> สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2559*
- พิมพ์ชนก วอนขอพร. (2560). *พาณิชย์เผยเศรษฐกิจการค้าไตรมาส และแนวโน้มปี 60 คาดส่งออกขยายตัว 3-4% [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1495081215](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1495081215) สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2563*
- พัฒนินอร ศิริสุวรรณ และธีรศักดิ์ จินดาบด. (2558). *กลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมส่งออกยางพาราไทยเพื่อการแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ. วารสารนักบริหาร, 33(2),40-48.*
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น*
- บุญใจ ศรีสถิตยน์ราษฎร์. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, น. 282*
- ปาริฉัตร เต็งสุวรรณ อธิชา อินทอง และวรฤทัย สุนทรสนิท . (2565). *ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางพาราไทยในตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน. วารสารนักบริหาร, 42(1),79-93.*
- ปิยากร พรพิริวิชญ์ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกยางพาราทางถนนผ่านชายแดน จังหวัดสงขลา. วารสารบริหารธุรกิจและภาษา, 10(1), 38-52.*



- ศรินทร ทองอินทร์. (2558). *ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกมะม่วงน้ำดอกไม้ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน : กรณีศึกษาผู้ประกอบการในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริขวัญ ศรีทองกุล และนงเยาว์ เมืองดี. (2559). *การวิเคราะห์ความสามารถการส่งออกยางพาราของไทย โดยใช้ทฤษฎีดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองเพชร*. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12 มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สมนึก กัททิชณี. (2551). *การวัดผลการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กอพลินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- สุวพิมพ์ เสี่ยมมินผล และรสริน โอสถานนค์กล. (2558). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเกษตร ของประเทศสมาชิกอาเซียน*. วารสาร *Journal of Economics, Chiang Mai University*. ปีที่ 17 ฉบับที่ 2
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา. (2562). *รายงานสรุปภาวะการค้าชายแดนไทย-มาเลเซียและการค้าระหว่างประเทศ*. ม.ป.ท.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตร ไตรมาส 3*. [www.oae.go.th](http://www.oae.go.th) สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2562
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตร ไตรมาส 3*. [www.oae.go.th](http://www.oae.go.th) สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2563
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา. (2561). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตร ไตรมาส 3*. [www.oae.go.th](http://www.oae.go.th) สืบค้นเมื่อวันที่ 03 กันยายน 2561
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา. (2563). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตร ไตรมาส 3*. [www.oae.go.th](http://www.oae.go.th) สืบค้นเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2563
- สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา. (2562). *รายงานสถิติจังหวัดสงขลา*. ศูนย์ข้อมูลสถิติจังหวัด <http://service.nso.go.th/nso/web/contact/contact04.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2563
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *ภาวะเศรษฐกิจการเกษตร*. <https://www.oae.go.th/view/1/> สืบค้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2561
- Hosseini, H.M. and Kaneko, S. (2012). *Causality between Pillars of Sustainable Development: Global Stylized Facts or Regional Phenomena? Ecological Indicators*, 14, 197-201. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2011.07.005>
- Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nation*. New York: Free Press.

## ภาคผนวก



## แบบสอบถาม

### แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษา ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา โดยนำแนวคิดโมเดลเพชรของपोर्टเตอร์มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 3) ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 4) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านสถานภาพส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัย



ส่วนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1. ด้านปัจจัยการผลิต</b>					
1.1 มีแรงงานที่มีความชำนาญ					
1.2 มีการพัฒนาและฝึกอบรมให้กับบุคลากร					
1.3 มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมกับการขนส่งสินค้า					
1.4 มีงบประมาณในการดำเนินงาน					
1.5 มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต					
1.6 ผลผลิต เช่น น้ำยางข้น ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน มีคุณภาพ					
<b>2. ด้านความต้องการหรืออุปสงค์</b>					
2.1 ความต้องการยางพาราภายในประเทศเพิ่มขึ้น					
2.2 ความต้องการยางพาราตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น					
2.3 ความต้องการยางพาราตลาดใหม่ๆต่างประเทศเพิ่มขึ้น					
2.4 มียางพาราเพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ					
2.5 มียางพาราเพียงพอกับความต้องการในต่างประเทศ					

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>3. ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง</b>					
3.1 มีอุตสาหกรรม Logistic และ Supply chain ที่ให้การสนับสนุน					
3.2 มีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ล้อรถ เป็นต้น					
3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารายังขาดความร่วมมือกันด้านการยกระดับนวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์					
3.4 อุตสาหกรรมยางพารามีความร่วมมือที่ดีกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องเสมอมา					
3.5 เมื่ออุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องมีกระบวนการหรือแนวทางในการผลิตรูปแบบใหม่อุตสาหกรรมยางพาราพร้อมที่จะปรับเพื่อให้กระบวนการทำงานสอดคล้องกันได้เสมอ					
<b>4. ด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต</b>					
4.1 มีโครงสร้างของธุรกิจมีความเหมาะสมกับการบริหารงาน					
4.2 มีระบบการส่งออกที่ชัดเจนและเป็นข้อได้เปรียบในการส่งออกยางพารา					
4.3 มีการนำความรู้และความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานในอดีตมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
4.4 มีการปรับกลยุทธ์ใหม่ให้ทันตามยุคสมัย					

คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.5 มีการปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง					
4.6 มีระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ					
<b>5. ด้านรัฐบาล</b>					
5.1 มีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือธุรกิจส่งออกด้านเงินทุน					
5.2 ช่วยเหลือและแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการส่งออก					
5.3 มีความพยายามผลักดันหรือกระตุ้นธุรกิจส่งออกขงพารา					
5.4 มีการอบรมให้ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจส่งออกขงพารา					
5.5 ให้ความสำคัญกับการให้ขงพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการส่งออก					
<b>6. ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส</b>					
6.1 ความผันผวนของราคาขงพารา มีผลต่อการส่งออก					
6.2 เกิดวิกฤตโรคระบาดมีผลต่อการส่งออก					
6.3 ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีผลต่อการส่งออก					
6.4 เกิดภัยพิบัติมีผลต่อการส่งออก เช่น น้ำท่วม พายุ แผ่นดินไหว					

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**\*\* ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ \*\***

ผู้วิจัย





## แบบสัมภาษณ์

### แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกยางพารา : กรณีศึกษา ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา โดยนำแนวคิดโมเดลเพชรของपोर्टเตอร์มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงบริบทของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 3) ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา 4) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านสถานภาพส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการส่งออก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขนส่ง

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือและข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัย

คำชี้แจง : ขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นความลับจะใช้เฉพาะในการวิจัยเท่านั้น

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล

ชื่อสถานประกอบการ.....

ชื่อผู้ประกอบการ.....

ประวัติการตั้งกิจการ.....

.....

ส่งออกอย่างไรประเภท .....

1. เพศ

ชาย     หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี     30 – 40 ปี     41 – 50 ปี     มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี     ปริญญาตรี     ปริญญาโท     ปริญญาเอก

4. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจมาแล้วกี่ปี

ต่ำกว่า 5 ปี     5 – 10 ปี     มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

5. ตำแหน่งงาน.....

6. รายได้ของธุรกิจต่อเดือน.....

7. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน .....ตัน

4. จำนวนแรงงานทั้งหมด.....คน

8. พื้นที่ในการส่งออก (มณฑล/เมือง/ประเทศ).....

ส่วนที่ 2 ลักษณะปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหาการส่งออกของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ  
ส่งออกสินค้าเกษตร

1. ด้านปัจจัยการผลิต

1.1 ท่านมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคสำหรับปัจจัยการผลิตในด้านต่าง ๆ ดังนี้อย่างไร

1.1.1 แรงงาน \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.1.2 ที่ดิน \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.1.4 ทุน \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.1.5 สาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง ฯลฯ

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคสำหรับปัจจัยการผลิตในด้านต่าง ๆ อย่างไร

1.2.1 แรงงาน \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.2.2 ที่ดิน \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.2.3 ทรัพยากรธรรมชาติ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1.2.4 ทุน \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### 1.2.5 สาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง ฯลฯ

---



---

## 2 ด้านความต้องการหรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์

2.1 ท่านมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคสำหรับความต้องการหรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์อย่างไร

---



---

2.2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคสำหรับความต้องการหรือเงื่อนไขด้านอุปสงค์อย่างไร

---



---

## 3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

3.1 ท่านมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคสำหรับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ในด้านต่าง ๆ ใด

---



---

3.2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคสำหรับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ใด

---



---

## 4. กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

4.1 ท่านมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคสำหรับกลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ใด

---



---



---

4.2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคสำหรับกลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขันในด้านต่าง ๆ อย่างไร

---



---



---

4.3 ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพารา

---



---



---

4.4 ข้อที่เสียเปรียบในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกยางพาราและแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการส่งออก

---



---



---

## 5. ด้านรัฐบาล

5.1 ท่านมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในส่วนของรัฐบาลในด้านต่าง ๆ อย่างไร

---



---



---

5.2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในส่วนของ รัฐบาลในด้านต่าง ๆ อย่างไร

---



---



---

## 6. เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส

6.1 ท่านมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากเหตุสุดวิสัยหรือโอกาสในด้านต่าง ๆ อย่างไร

---



---



---

6.2 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากเหตุสุดวิสัยหรือโอกาสในด้านต่าง ๆ อย่างไร

---



---

7. ปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ และแนวทางในการแก้ไขในการส่งออกยางพารา จังหวัดสงขลา

---



---



---



---

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขนส่งในการส่งออกสินค้า

- ใช้รถผู้ประกอบการเองในการขนส่งสินค้าเพื่อการส่งออก
- จ้างบริษัทขนส่งในการขนส่งสินค้าเพื่อการส่งออก

อธิบายเพิ่มเติม (ประเทศต้นทาง-ประเทศปลายทาง)

---



---

3.1 ชนิดของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า

- รถบรรทุก 6 ล้อ
- รถบรรทุก 10 ล้อ
- รถบรรทุกหัวลาก
- รถบรรทุกแบบแท่งคัมบริจ
- อื่น.....

3.2 ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

- ค่าน้ำมัน.....บาท/เที่ยว
- ค่าคนขับรถ.....บาท/เที่ยว



**หลักสูตร : อุตสาหกรรมยางพาราไทย กับโอกาสใหม่ยุค Business Digital Transformation**

**วิทยากร : คุณวรเกษมสันต์ สิริสุภรชต์**

**วันที่ 13 กรกฎาคม 2565 จัดอบรมออนไลน์โดยโปรแกรม Zoom ผู้จัดโดย คุณวรเกษมสันต์ สิริสุภรชต์**

**หลักการและเหตุผล**

“ยางพารา” เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมของไทย ที่สามารถรังสรรค์นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองตลาดการค้าโลก ซึ่งไม่ใช่มีแค่ประเทศจีนเท่านั้นที่ไทยเรามีมูลค่าการส่งออก. แต่อย่างไรก็ตามจากสภาวะสงคราม-เงินเฟ้อและไวรัสโควิด-19 ทำให้ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบ

ผู้ประกอบการภาคใต้ของประเทศไทย, ฟังฟังตลาดการค้าในห่วงโซ่อุปทานหลากหลาย รวมทั้งยางพารา และเนื่องจากผลกระทบดังกล่าว แต่ละประเทศมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขมาตรฐานการนำเข้าใหม่ จึงยิ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการยางพาราได้รับผลกระทบหนักหน่วงเช่นกัน

**วัตถุประสงค์**

เพื่อให้ผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา เห็นโอกาสทางการค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในตลาดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการวางแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนได้รับรู้ถึงโอกาสและวิกฤตจากข้อกำหนดเงื่อนไขทางการค้า-กฎระเบียบผลิตภัณฑ์เพื่อการนำเข้า-ส่งออกใหม่ ที่มีมาตรฐานสูงขึ้น และต้องได้รับการอนุมัติในระดับสูงและถูกต้องตามหลักผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถลดอุปสรรคและเข้าสู่ตลาดแห่งนี้ได้อย่างยั่งยืน

**หัวข้ออบรม**

เวลา 09.00 – 10.30 **บรรยายเรื่อง การค้นหาแนวโน้มและพยากรณ์ตลาดยางพาราไทย**  
 ยางพาราไทย กับแนวโน้มตลาดการค้าโลก  
 กระบวนการวิเคราะห์แนวโน้มตลาดยางพาราด้วย Prescriptive Analytics  
 การตรวจสอบพิกัดศุลกากร และเงื่อนไขการค้าในธุรกิจยางพารา

เวลา 10.30 – 12.00 **บรรยายเรื่อง ข้อกำหนดและกฎระเบียบการนำเข้าใหม่**  
 โครงสร้างตลาดในกลุ่มประเทศผู้นำเข้า  
 เจาะลึกกฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้า เพื่อเตรียมพร้อมการส่งออก

**ให้คำปรึกษา :**

1. การนำสินค้าเข้าตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
2. ข้อมูลบริษัทนำเข้าและช่องทางการติดต่อ ในตลาดโลก



# บรรยาย เรื่อง อุตสาหกรรมยางพาราไทย กับโอกาสใหม่ยุค Business Digital Transformation

Zoom Meeting interface showing a slide titled "Episode 2 : โครงสร้างตลาดนำเข้า".

- น้ำยาง (HS Code 40011000) เก็บภาษีนำเข้าชั่วคราว 10% สูงสุดไม่เกิน 720 หยวน/ตัน
- ยางแผ่นรมควัน (HS Code 40012100) เก็บภาษีนำเข้า 20% สูงสุดไม่เกิน 1,200 หยวน/ตัน
- ยางพารา TSNR (HS Code 40012200) เก็บภาษีนำเข้าชั่วคราว 20% สูงสุดไม่เกิน 1,200 หยวน/ตัน

ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน จีนจัดให้ยางธรรมชาติเป็นสินค้าที่มีความอ่อนไหว และให้คงอัตรภาษีนำเข้าดังกล่าวไว้ ดังนั้นการส่งออกยางพาราของไทยไปจีนจึงไม่ได้รับสิทธิประโยชน์จากข้อตกลงอาเซียน-จีน

Zoom Meeting interface showing a slide titled "Episode 2 : โครงสร้างตลาดนำเข้า" featuring the Incoterms 2020 chart.

Incoterms	Risk	Cost	Insurance
EXW (Ex Works)	Seller	Seller	Seller
FCA (Free Carrier)	Seller	Seller	Seller
FAS (Free Alongside Ship)	Seller	Seller	Seller
FOB (Free On Board)	Seller	Seller	Seller
CFR (Cost and Freight)	Seller	Seller	Buyer
CIF (Cost, Insurance and Freight)	Seller	Seller	Seller
CPT (Carriage Paid To)	Seller	Seller	Buyer
CIP (Carriage and Insurance Paid to)	Seller	Seller	Seller
DAP (Delivered At Place)	Seller	Seller	Buyer
DPU (Delivered Place Unloaded)	Seller	Seller	Buyer
DDP (Delivered Duty Paid)	Seller	Seller	Seller

วณิชยกรรมสินทรัพย์ สิริสุภกริชต์ : 098-689-6450



A screenshot of a Zoom meeting window with a browser window open in the foreground. The browser window displays a trade report from 'กรมศุลกากร' (Customs Department) for HS code 400110. The report compares data for the period 2564 (2021) and 2563 (2020). The table below shows the data for various countries.

ลำดับ	ประเทศ	ร.ศ. 2564			ร.ศ. - ร.ศ. 2563		
		ปริมาณ	มูลค่า	สัดส่วน	ปริมาณ	มูลค่า	สัดส่วน
	โลก	101,809,680	4,124,609,089	100.00	1,187,804,846	49,020,146,831	100.00
1	มาเลเซีย	53,186,735	2,115,454,414	51.29	588,965,812	23,140,489,071	47.21
2	จีน	28,409,690	1,149,381,952	27.87	394,295,675	15,980,262,717	32.62
3	อินโดนีเซีย	1,924,450	81,965,488	01.99	19,278,290	848,132,609	01.73
4	เกาหลีใต้	2,691,820	111,726,624	02.71	19,260,265	839,791,445	01.71
5	บราซิล	2,327,690	95,230,611	02.31	17,983,565	778,186,152	01.59
6	สหรัฐฯ	1,233,350	50,609,695	01.23	17,698,650	754,681,946	01.54
7	สหรัฐอเมริกา	1,092,340	45,969,716	01.11	16,390,175	732,954,854	01.50
8	เวียดนาม	2,055,410	87,393,365	02.12	15,840,310	701,475,516	01.43
9	ปากีสถาน	601,090	28,237,033	00.68	13,689,320	618,390,613	01.26
10	อิหร่าน	823,660	36,966,691	00.90	12,034,630	536,308,890	01.09
11	บอสเนีย	669,190	29,372,574	00.71	12,264,080	525,945,605	01.07
12	สิงคโปร์	1,248,010	54,217,463	01.31	11,040,080	491,426,373	01.00
13	สหรัฐอเมริกาเม็กซิโก	810,000	32,251,467	00.78	8,598,570	376,003,605	00.77

## ประวัติผู้ทำวิจัย



**ชื่อ-สกุล** อาจารย์นัตยา โชติกุล

**E-mail** [nattaya\\_c@hu.ac.th](mailto:nattaya_c@hu.ac.th) , [janny\\_1001@hotmail.com](mailto:janny_1001@hotmail.com)

**สถานที่อยู่** มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ คณะบริหารธุรกิจ 222 ถ. เพชรเกษม ต. หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ 90110

### ประวัติการศึกษา

2549 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

2558 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม) สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### ประสบการณ์ทำงาน

2549- 2559 อาจารย์แผนกวิชาสัมพันธ์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต

2560- ปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

### ผลงานทางวิชาการ

2553 รางวัลเหรียญทองแดง “การจัดการเรียนการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค” ระดับอาชีวศึกษา โดย ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีวศึกษาภาคใต้

2557 เครื่องหมายเชิดชูเกียรติ “หนึ่งแสนครูดี” จากคุรุสภา

2561 เอกสารประกอบการสอนรายวิชา สถิติธุรกิจ

2561 Mini E-book รายวิชา สถิติธุรกิจ

2562 HU-MOOC รายวิชาสถิติธุรกิจ

2563 HU-MOOC รายวิชาการจัดการการดำเนินงาน

2563 เอกสารประกอบการสอนรายวิชา การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

2564 เอกสารประกอบการสอนรายวิชา การจัดการการดำเนินงาน

2564 E-book รายวิชา สถิติธุรกิจ

2565 LIFELONG LEARNING รายวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

## งานวิจัย

- 2556 - วิจัยเรื่อง ศึกษาพฤติกรรมการออมเงินกับธนาคาร โรงเรียน (ธนาคารออมสิน) ของนักเรียนนักศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
- 2560 - วิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงานของพนักงานเทศบาลเมืองสะเดา จังหวัดสงขลา
- 2560 - บทความวิจัย แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงาน กรณีศึกษา พนักงานเทศบาลเมืองสะเดา จังหวัดสงขลา
- 2560 - บทความวิจัย องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน กรณีศึกษา บุคลากรเทศบาลเมืองสะเดา จังหวัดสงขลา
- 2561 - วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในธุรกิจขนส่ง จังหวัดสงขลา
- 2561 - บทความวิจัย ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธุรกิจขนส่ง จังหวัดสงขลา
- 2561 - บทความวิจัย การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าโครงการ OTOP นวัตกรรม
- 2562 - ตีพิมพ์วารสาร TCI ฐาน 1 เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรธุรกิจขนส่ง จังหวัดสงขลา
- 2563 - วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอล้อมมุดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผ้าทอบ้านล้อมมุด อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา
- 2564 - บทความวิจัย ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอล้อมมุด จังหวัดสงขลา
- 2564 - บทความวิจัย ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอล้อมมุดของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา
- 2565 - ตีพิมพ์วารสาร TCI ฐาน 1 เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอล้อมมุด จังหวัดสงขลา
- 2565 - บทความวิจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- 2565 - บทความวิจัย การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านตรัง ตำบลบ้านตรัง อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานี

