

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินงาน

การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย

**Analysis of Business Environment Effecting Thai Entrepreneurs Operation
of Exporting Frozen Shrimp**

พรจันท์ สุพรรณ (Pornjun Suphan)* ดร.วิชิต อุ๋อัน (Dr.Vichit U-on)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะบริษัท ปัจจัยการดำเนินงานภายในกิจการ ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ และปัจจัยสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศที่มีผลต่อการดำเนินงานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .91 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ที่มีรายชื่อเป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ฉบับปี พ.ศ. 2550 จำนวน 100 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่และเปิดดำเนินธุรกิจมานานกว่า 10 ปี โดยจะทำการผลิตและส่งออกโดยบริษัทเอง ตลาดสำคัญของการส่งออก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และแคนาดา ตามลำดับ และประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญได้แก่ เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ABSTRACT

This research is intended to study company's features, operation factors in the business, external factors for operations within the country and international environmental factors affecting exports of frozen shrimp operation for Thai operators. Tools used to collect survey data is a questionnaire with confidence value 0.91. Samples used in this research are the companies exporting frozen shrimp in the list member of Thai Frozen Food Association year 2007 total 100 samples. Stratified Sampling model shows that most operators are large and open business for over 10 years which produce and export by the company itself. Major country for export markets includes the United States, European Union, Japan and Canada respectively. And the significant competition countries are Ecuador, India, Indonesia and Vietnam, respectively. Statistics to analyze data is a Multiple Linear Regression. The research found that changing of external environment factors have influence to the export of frozen shrimp of Thai operators with statistically significant at 0.05.

คำสำคัญ : สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง

Key Words: Business environment, frozen shrimp

* มหบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทนำ

อุตสาหกรรมกุ้ง เป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศในระดับต้นๆ ตลอดมา เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกและสร้างรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท เมื่อพิจารณาในปี 2551 พบว่า ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาด(Market Share) กุ้งในตลาดโลกที่ร้อยละ 18.9 ปริมาณการส่งออก 358,928 ตัน และมีมูลค่าส่งออกรวม 84,196 ล้านบาท หรือร้อยละ 11 ของมูลค่าส่งออกสินค้าอาหารทั้งหมดของไทย ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา (50.4%) ญี่ปุ่น (17.6%) สหภาพยุโรป (11.3%) (www.SismMarine.com) และได้รับการยอมรับจากตลาดโลกให้เป็นผู้ส่งออกสินค้ากุ้งรายใหญ่ที่สุดและเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของตลาดโลก และยังมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้นำตลาดในการขยายส่วนแบ่งตลาดในตลาดต่างประเทศต่อไปอีก ตามกระแสบริโภคอาหารทะเลที่มีสูงขึ้น เพราะจากผลผลิตกุ้งของไทยประมาณ 87% ของผลผลิตทั้งหมดหรือ 300,000 - 400,000 ตัน (น้ำหนักกุ้งสด) จะถูกส่งออกเพื่อไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศในรูปของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง กุ้งแปรรูป และ กุ้งกระป๋อง (www.siamturakit.com/home/news) จากสถานการณ์ปัจจุบันของการส่งออกกุ้งโลกจากสถาบันอาหารไทยพบว่า บริษัทผู้ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยได้ประสบปัญหาต่างๆมากมายที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยที่นายกลสมาคมกุ้งไทย กล่าวถึงสถานการณ์การผลิตและส่งออกกุ้งตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปีพ.ศ. 2551 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทานเกิดขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกของ ไทยในปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับตัวและเร่งพัฒนา ศักยภาพในการปรับเปลี่ยนทิศทางและแผนการดำเนิน ธุรกิจใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง จากความสำคัญทางปัจจัยสภาพแวดล้อมของการ ดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อภาระงานส่งออกกุ้งสดแช่

เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทยในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในที่บริษัทควบคุมได้ และปัจจัย สภาพแวดล้อมภายนอกในระดับจุลภาคและมหภาคของ ประเทศที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่มี อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านปริมาณการส่งออกกุ้ง สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยถึงร้อยละ 99 (ขวัญกมล, 2540) ทั้งนี้จากแนวคิดการตลาดระหว่างประเทศของปี ค.ศ. 1980 (ศศิวิมล, 2549) ได้กล่าวไว้ว่า จุดเน้นทาง การตลาดที่คำนึงถึงผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ตามกลทางการ แข่งขันในระดับ โลกที่รุนแรง ดังนั้นธุรกิจต้องให้ ความสำคัญต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการ แข่งขันในตลาดโลกด้วย และจากการที่ประเทศไทยมี ชื่อเสียงเป็นผู้ดำเนินธุรกิจส่งออกกุ้งรายใหญ่ของโลก รวมทั้งยังเป็นตลาดแหล่งอุปทานกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ให้กับประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่ทำให้ผู้ ศึกษา มีความสนใจในการศึกษาความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการส่งออกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมทาง ธุรกิจที่มีสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับ ประเทศคู่แข่ง เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการ กำหนดยุทธศาสตร์ นโยบายและการวางแผนธุรกิจของ ผู้ส่งออก และรัฐบาล รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในการ ที่จะเป็ นแรงผลักดันให้การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ของไทยไปสู่การเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่สามารถ ยืนหยัดได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะบริษัทที่มีผลต่อการ ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการ ไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินงานภายในกิจการที่ มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของ ผู้ประกอบการไทย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย
4. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย

3. แบ่งจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 100 บริษัท ออกเป็น 5 กลุ่ม โดยแบ่งตามสัดส่วนของบริษัท
4. ใช้การสุ่มแบบง่าย

วิธีการดำเนินการ

การวิจัยครั้งนี้มีรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทที่เป็นผู้ส่งออกสินค้าประมงประเภทกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง โดยมีรายชื่อเป็นสมาชิกของสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย ฉบับปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นบริษัททั้งที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร, ปริมณฑล, ภาคกลาง, ภาคตะวันออก และภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 126 บริษัท

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทที่เป็นผู้ส่งออกสินค้าประมงประเภทกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง โดยทำการคำนวณจากสูตร ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร (ชาตินทร์, 2550) โดยกำหนดยอมให้มีความคลาดเคลื่อนจากจำนวนประชากรทั้งหมด 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = (126) / 1 + 126(0.05)^2 = 95.81$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้ประมาณ 96 บริษัท และทำการสำรวจไว้ 4 บริษัท รวมเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 บริษัท โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยมีลำดับขั้นดังนี้

1. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 100 บริษัท
2. จำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่มตามเขตต่างๆ

ตารางที่ 1 แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น

รายการ	บริษัทส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง				
	กรุงเทพฯ	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ตะวันออก	ภาคใต้
จำนวนประชากรแต่ละเขต	35	30	22	19	20
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 100 บริษัท	28	24	17	15	16

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .91 เป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกทางด้านปัจจัยคุณลักษณะบริษัท ปัจจัยการดำเนินงานภายในบริษัท และปัจจัยสภาพแวดล้อมการดำเนินงานภายในประเทศและระหว่างประเทศที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert (Method of summated rating: the Likert scale) (ศิริวรรณ และคณะ, 2548) โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale method) จำนวน 58 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

2. การนำข้อมูลมาทดสอบสมมติฐานทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณลักษณะบริษัท ปัจจัยการดำเนินงานภายในบริษัท และสภาพแวดล้อมการดำเนินงานภายในประเทศและระหว่างประเทศที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะบริษัท ปัจจัยการดำเนินงานภายในกิจการ ปัจจัยภายนอกกิจการระดับการดำเนินงานภายในประเทศ และปัจจัยสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศที่มีผลต่อการดำเนินงานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ดังนี้

จากสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 “คุณลักษณะบริษัทที่ต่างกันมีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทยที่แตกต่างกัน” พบว่า การวิเคราะห์คุณลักษณะบริษัทไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทย ทั้งทางด้านมูลค่าการส่งออก ปริมาณการส่งออกและส่วนแบ่งตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า การที่ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ เกิดสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อผลการส่งออกสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งส่วนใหญ่ต่างต้องเร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับปัญหา จึงทำให้วิสัยทัศน์และมุมมองในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมและกำหนดการวางแผนทิศทางการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงจึงแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย

,2551 ที่กล่าวว่า จากสถานการณ์การส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งในปี 2551 เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งและผู้ประกอบการในธุรกิจเผชิญปัญหานานัปการทั้งทางด้านการผลิตและการตลาดส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ในประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยส่งนำเข้าในอัตราลดลงอย่างมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อกลับมาซึ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกุ้งทั้งระบบ เนื่องจากการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งนั้นมีสัดส่วนถึงร้อยละ 80 ของปริมาณการผลิตกุ้งทั้งหมด และด้วยเหตุนี้จากการศึกษาวิจัยคุณลักษณะบริษัท จึงทำให้รับรู้ว่าคุณลักษณะและผู้ประกอบการส่งออกที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกุ้งแต่ละแห่งนั้นต่างให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะบริษัทในการปรับตัวเพื่อรับมือกับปัญหาจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการส่งออกในระดับที่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 “ปัจจัยการดำเนินงานภายในกิจการ (ปัจจัยเชิงกลยุทธ์) ที่ต่างกันมีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทยที่แตกต่างกัน” ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกด้านส่วนแบ่งตลาด นั่นคือ คุณภาพและมาตรฐานของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเป็นตัวชี้วัดถึงผลการดำเนินงานในการขยายส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ตามการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ดังนั้นเมื่อธุรกิจมีศักยภาพในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีขึ้น จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และสามารถหลีกเลี่ยงการกีดกันทางการค้าจากประเทศที่ใช้มาตรฐานทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในการกีดกันสินค้าจากต่างประเทศ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการที่ก้าวไปสู่ตลาดระหว่างประเทศจะต้องพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งให้สูงขึ้น เพราะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายที่ต่างประเทศ ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า นอกจากจะเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในตลาด การสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าของผู้ประกอบการไทยและคู่แข่งแล้ว

คุณภาพและมาตรฐานของสินค้ายังเป็นการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและกฎหมายของประเทศ ผู้นำเข้า ดังที่ Warren J. Keegan (Keegan, 1989 อ้างใน ศศิวิมล ,2549) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่สนับสนุนและผลักดันให้การตลาดระหว่างประเทศขยายตัวและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว คือ คุณภาพสินค้า ท่ามกลางภาวะการแข่งขันระดับโลก ผู้ผลิตพยายามผลิตสินค้าที่มีคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค พัฒนาสินค้าเพิ่มมากขึ้น พยายามใช้เทคโนโลยีสูงขึ้นและลดต้นทุนการผลิตสินค้าที่จำหน่ายในระดับประเทศ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแผนและนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างมาก เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพเท่าเทียมกับสินค้าที่จำหน่ายในระดับโลก ซึ่งมีคุณภาพตรงกับมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ ศศิวิมล, 2549 ที่กล่าวถึงข้อจำกัดของการตลาดระหว่างประเทศที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการ อันได้สาเหตุและแรงจูงใจของการดำเนินธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งเกิดจากปัจจัยปัจจัยผลักดัน ก็คือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้

ผลการวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นว่า คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกด้านส่วนแบ่งตลาด เพราะผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งและความมั่นคงของการแข่งขันในตลาดโลกปัจจุบันได้

จากข้อสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 “ปัจจัยสภาพแวดล้อมการดำเนินงานภายในประเทศ (สภาพแวดล้อมภายนอกในระดับจุลภาค)” โดยการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมีชุมชนและกลุ่มผู้ดูแลปรับปรุงคุณภาพสินค้า มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านปริมาณการส่งออก ซึ่งก็คือ การรวมตัวของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

ให้ได้สินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภคตลาดต่างประเทศ โดยที่ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งที่จะเป็นแรงผลักดันที่ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกมีความแข็งแกร่งในการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศในปริมาณเพิ่มมากขึ้น และช่วยยกระดับความสามารถในการผลิตและการตลาดเพื่อการส่งออกที่สูงขึ้น และช่วยให้สินค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยสามารถขึ้นหัตถ์บนเวทีการค้าโลกต่อไป อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์การส่งออกที่ยังประสบปัญหาต่างๆ ดังนั้นจึงมีประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอให้กับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งและตัวแทนสมาคมที่เกี่ยวข้อง(www.thaishipper.com) ดังนี้

1. ทุกฝ่ายจะร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด ในเรื่องข่าวสารข้อมูลมากขึ้น และจะมีการกำหนดทิศทางารารับซื้อกุ้งที่ทั้งโรงงานและกลุ่มเกษตรกรอยู่ได้
2. การร่วมกันบริหารจัดการภายในเพื่อผลักดันในการลดต้นทุนการเลี้ยงกุ้งโดยประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความช่วยเหลือ
3. หากหรือร่วมกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งและกรมประมงเพื่อกำหนดปริมาณเลี้ยงกุ้งให้มีความเหมาะสมกับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลง
4. หากหรือกับกรมประมงเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์กุ้งไทย

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่างานวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการไทยควรปรับแผนการผลิตให้ได้สินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ และการบริหารจัดการภายในฟาร์มเลี้ยงกุ้งเพื่อลดต้นทุนการผลิต สำหรับด้านการตลาดก็ต้องมุ่งเน้นการขยายการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งทั้งในตลาดหลัก โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป รวมทั้งการเจาะขยายตลาดในตลาดใหม่ๆ

และจากข้อสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4

“ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั่วไปของประเทศผู้นำเข้าสูงสุด
แซ่แข็งแซ่แข็งจากผู้ประกอบการไทย (สภาพแวดล้อม
ภายนอกระดับมหภาค)” ผลการวิจัยพบว่า

1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่

- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้าน
ความต้องการคุณภาพมาตรฐานของสินค้า มี
อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านมูลค่าการ
ส่งออก
- ช่วงเทศกาลวันสำคัญของประเทศผู้นำเข้า มี
อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านปริมาณการ
ส่งออก
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้าน
ความต้องการคุณภาพมาตรฐานของสินค้า มี
อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งตลาด

ดังนั้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ
ผู้บริโภคตามสภาพแวดล้อมการเปลี่ยนแปลงของ
ประเทศผู้นำเข้าในด้านความต้องการคุณภาพมาตรฐาน
ของสินค้ามากขึ้นและปัจจัยช่วงเทศกาลวันสำคัญๆ
ของประเทศผู้นำเข้า พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสูงสุด
แซ่แข็งแซ่แข็งให้ความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อผลการดำเนินงานการส่งออกทั้งด้านมูลค่าการ
ส่งออก ปริมาณการส่งออก และส่วนแบ่งตลาด
เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม
และวัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมส่ง
ผลกระทบอย่างมากต่อสินค้า โดยที่ตลาดและลูกค้า
ทั้งหมด ซึ่งบริษัทต่างๆไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ต่างก็ถูกทำ
ให้ลังเลใจและทำทนายโกลาหลและอุปสรรคต่างๆ ที่
เกิดขึ้นเพราะจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและ
วัฒนธรรม เพราะมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของ
ผู้บริโภค รวมไปถึงการทำงาน การผลิต และการ
บริโภค จากแนวโน้มใหม่นี้ได้ก่อให้เกิดกลุ่มผู้บริโภค
ที่หลากหลายและผลที่ตามมาคือ ความต้องการ
ผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกันออกไป รวมไปถึง
ความต้องการกลยุทธ์ที่หลากหลายด้วย ดังนั้นการ
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

ทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำรงชีวิต พฤติกรรมของ
ผู้บริโภคใน สังคมและวัฒนธรรมแต่ละประเทศไม่
เหมือนกัน ทำให้พฤติกรรมและรูปแบบการบริโภค
สินค้าของแต่ละประเทศแตกต่างกัน วัฒนธรรม
สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ด้วยเหตุนี้เมื่อมี
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของ
ผู้บริโภคตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของ
ประเทศผู้นำเข้าในด้านความต้องการคุณภาพมาตรฐาน
ของสินค้ามากขึ้นแล้วมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน
ด้านมูลค่าการส่งออก และส่วนแบ่งตลาด อีกทั้งเมื่อถึง
ช่วงเทศกาลวันสำคัญของประเทศผู้นำเข้า จะส่งผล
ต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกสูงสุดแซ่แข็งแซ่
แข็งจากผู้ประกอบการไทยที่เพิ่มมากขึ้นตามความ
ต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงต้อง
พยายามตอบสนองความต้องการและให้ความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มี
การรับรู้ข่าวสาร ทางเลือก และอำนาจการต่อรองมาก
ขึ้น เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาปัจจัย
เหล่านี้ เพื่อประกอบการประเมินสภาพแวดล้อมและ
นำไปใช้ในการพิจารณากำหนดยุทธศาสตร์ที่
เหมาะสมกับสถานการณ์

1.2 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและ กฎหมาย ได้แก่

- การเรียกเก็บเงินประกันภาษีตอบโต้การทุ่ม
ตลาดสูง มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้าน
มูลค่าการส่งออก
- มาตรการทางการค้าที่มีไข่มุก (NTBs) ของ
ประเทศผู้นำเข้า เช่น กฎระเบียบการจับสัตว์
ทะเล TEDs ของสหรัฐฯ และมาตรการ
เข้มงวดด้านมาตรฐานสินค้า เป็นต้น มี
อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านปริมาณการ
ส่งออก

พบว่า ผู้ประกอบการส่งออกสูงสุดแซ่แข็ง
แซ่แข็งของไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวใน
ระดับมาก เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความอยู่รอด

ของธุรกิจ รัฐบาลของประเทศต่างๆจะเข้ามามีส่วน
เกี่ยวข้องและปฏิบัติการ เพื่อตอบสนองการ
เปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ
ควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ
เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติและประชาชน
ภายในประเทศของตน ดังนั้นการเรียกเก็บเงินประกัน
ภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดกึ่ง จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการ
ส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทยที่
ลดลงตาม และด้านมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใน
(NTBs) ของประเทศผู้นำเข้า เช่น กฎระเบียบการจับ
สัตว์ทะเล TEDs (Turtle Excluder Devices)
ของสหรัฐฯ และมาตรการความเข้มงวดด้านมาตรฐาน
และความปลอดภัยของสินค้าของประเทศผู้นำเข้า
สำคัญ อย่างเช่น ปัญหาสารตกค้าง มีอิทธิพลต่อผลการ
ดำเนินงานด้านการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออก
ของผู้ประกอบการไทย ซึ่งปัจจุบันพบว่าการแข่งขัน
ที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้ประเทศเจ้าบ้านต่างมีมาตรการ
ทางการค้าเพื่อคุ้มครองผู้ประกอบการ ธุรกิจ
ภายในประเทศของตน แต่ด้วยกึ่งไทยยังคงได้เปรียบ
ในเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัยสูง ที่ประเทศ
คู่แข่งยังตามไม่ทัน เช่น เวียดนาม ซึ่งถูกญี่ปุ่น ห้าม
นำเข้า เนื่องจากตรวจพบยาปฏิชีวนะ หรือ บังกลาเทศ
ถูกกีดกันนำเข้าเนื่องจากตรวจพบสารตกค้าง
ขณะที่กึ่งของไทยสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุก
ขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึง Hatchery

ดังนี้ นิสิต,2543 ซึ่งได้ทำการศึกษาการ
วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย
โดยใช้ทฤษฎี Constant Market Share (CMS) ทำการ
วิเคราะห์และอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออก
พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเพิ่มการส่งออกของ
ประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ผลจากความสามารถใน
การแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขันของไทยได้
แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายในและภายนอก
โดยปัจจัยภายในหมายถึง ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้
เป็นการให้ความสนับสนุนแก่อุตสาหกรรมเพื่อการ

ส่งออกทางด้านต่างๆ เท่าที่รัฐบาลไทยจะทำได้ เช่น
การชดเชยภาษีอากรและคลังสินค้าทัณฑ์บนประเภท
โรงผลิตสินค้า การคืนภาษีอากรตามมาตรา 19 ทวิ
สำหรับปัจจัยภายนอกเกิดจากเหตุการณ์ภายนอก
ประเทศที่เอื้อต่อการส่งออกของไทยโดยไม่เจตนา ซึ่ง
ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ค่าเงินของไทยเมื่อเทียบกับ
ค่าเงินของประเทศคู่ค้ามีค่าต่ำลง ทำให้ราคาสินค้า
ส่งออกของไทยลดลง หรือสภาวะเศรษฐกิจของ
ประเทศคู่ค้าดีขึ้น และการลดมาตรการกีดกันทาง
การค้าทั้งทางภาษีและมิใช่ภาษี

1.3 สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่
มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออกกึ่งสดแช่เย็นแช่
แข็งของไทยมากที่สุด คือ อัตราการเติบโตทาง
เศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
ผลการดำเนินงานด้านส่วนแบ่งตลาด เนื่องจาก
ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนตลอดเวลา
ทำให้แต่ละประเทศประสบปัญหาอย่างมาก ดังนั้นทุก
ประเทศจึงมีการบริหารด้านการเงินของประเทศอย่าง
ระมัดระวัง ซึ่งในบางประเทศต้องมีการกำหนด
ระเบียบข้อบังคับเพื่อกีดกันทางการค้าในการนำ
สินค้าเข้าประเทศ เพื่อเป็นการรักษาความมั่นคงทาง
สภาพเศรษฐกิจไว้ จึงส่งผลกระทบต่ออัตราการส่งออก
กึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทยที่ลดลง
โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดคู่ค้า
สำคัญในการส่งนำเข้ากึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยเป็น
อันดับ 1 ของโลก โดยไทยมีสัดส่วนการส่งออกสู่
ตลาดสหรัฐอเมริกาสูงสุดถึงร้อยละ 58.64 ของมูลค่า
การส่งออกทั้งหมด รองลงมา คือ ญี่ปุ่น 19.24 ทั้งนี้จะ
เห็นว่าสัดส่วนมูลค่าของสองตลาดรวมกันสูงถึง
77.88% ส่วนที่เหลืออีก 22.12% เป็นการส่งออกไปยัง
ตลาดรอง อาทิ แคนาดา ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ และ
สหภาพยุโรป แต่ด้วยที่สหรัฐอเมริกาก็ได้ประสบ
ปัญหาทางเศรษฐกิจถดถอยหรือเรียกว่า วิกฤตการณ์
แฮมเบอร์เกอร์ จึงส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทยที่ทำให้

อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทแข็งค่าขึ้น อันเนื่องมาจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐที่อ่อนตัวลง ทำให้ผู้ส่งออกกุ้งของไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และผลกระทบในท้ายที่สุดตกแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในแง่ของราคารับซื้อกุ้งตกต่ำลงมาก ซึ่งปัจจัยค่าเงินบาทนี้ เป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าปริมาณผลผลิตกุ้งในประเทศ กล่าวคือถึงแม้ผลผลิตกุ้งจะไม่ล้นตลาดแต่ราคาดผลผลิตกุ้งอาจจะตกต่ำได้ เพียงเพราะว่าเงินบาทแข็งค่ามากเกินไป นอกจากนี้แล้ว ยังมีปัจจัยเรื่องต้นทุนการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งจากราคาน้ำมัน ตลอดจนราคาอาหารกุ้ง และปัจจัยการผลิตอื่นๆ ผลที่เกิดขึ้นจะทำให้ความเสี่ยงในการเพาะเลี้ยงกุ้งมีสูงขึ้น อันเป็นผลมาจากผลกำไรที่ลดน้อยลงไปจากปัจจัยดังกล่าวแล้ว ดังนั้น จึงสมควรที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง จะได้หันมาทบทวนถึงกระบวนการผลิตว่ามีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ เพราะต้นทุนการผลิตที่จะต่ำลงย่อมขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต ว่าดีเพียงใดและยึดหลักในการพยายามลดความเสี่ยงในทุกขั้นตอนการผลิต ตลอดจนยึดหลักความพอเพียง (บริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่พอดี ไม่เพิ่มความเสี่ยงให้ตนเองในระดับที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหาย) ดังที่นายกสมาคมนายกสมาคมกุ้งไทย กล่าวถึงสถานการณ์การผลิตและส่งออกกุ้งตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปีพ.ศ.2551 ได้มีการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทานเกิดขึ้นตลอดเวลาตามภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกไทยในปัจจุบัน ให้ความสำคัญต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้า โดยที่มีการปรับเปลี่ยนทิศทางแผนการดำเนินธุรกิจใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่โรงเพาะฟักที่ผลิตลูกกุ้งมีคุณภาพ ผู้ค้าปัจจัยอาหารสัตว์ น้ำที่ผลิตอาหารคุณภาพดี เกษตรกรผู้ผลิตต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีทักษะด้านวิชาการ เทคโนโลยีการเลี้ยงการจัดการที่ดี โดยให้ความสำคัญตระวังในการเลี้ยงกุ้งให้ปราศจากสารเคมีตกค้าง และมีการจัดทำระบบการเลี้ยงให้ชัดเจน และสามารถตรวจสอบกลับได้ (Traceability) รวมทั้งความสามารถ

ของผู้ส่งออกต้องสามารถหาตลาดส่งออกกระบายกุ้งได้
อย่างเหมาะสมและมีการพัฒนาระบบให้เป็นไปตาม
มาตรฐานสากล เพื่อให้หัตถุอุตสาหกรรมกุ้งไทยสามารถ
ขยายส่วนแบ่งตลาดในประเทศคู่ค้าสำคัญได้เป็น
อันดับ 1 ของโลก

ทั้งนี้ มี สถิติ ปี 2545 ได้ กล่าว ถึง สภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อหรือมีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้ โดยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นตัวสำคัญในการบ่งชี้ถึงทิศทางและความเหมาะสมของการดำเนินธุรกิจ สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศที่มีผลต่อการดำเนินงานและอนาคตของบริษัท สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทั่วไประดับมหภาคในตลาระหว่างประเทศ เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมของประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และออสเตรเลีย ที่นำเข้ากึ่งสดแช่เย็นแช่แข็งจากผู้ประกอบการไทยเป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Operational Environment) เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมระดับจุลภาคของการดำเนินงานภายในประเทศ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการไทย

สรุปผลการวิจัย

พบว่า การวิเคราะห์คุณลักษณะบริษัทที่องค์กรสามารถควบคุมบริหารจัดการได้ ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินงานภายในกิจการของผู้ประกอบการ พบว่าคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกด้านส่วนแบ่งตลาด นั่นคือ คุณภาพและมาตรฐานของกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งเป็นตัวชี้วัดถึงผลการดำเนินงานในการขยายส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ตามการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และทั้งนี้จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมทิศ

ทางการดำเนินงานได้ พบว่า มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของผู้ประกอบการไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ข้อเสนอแนะที่เป็นปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการในการดำเนินตลาดระหว่างประเทศ ก็คือ

1. การค้นหา พิสูจน์ วิเคราะห์และวิจัย เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดระหว่างประเทศ
2. สร้างความพึงพอใจและความพยายามในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดระหว่างประเทศ
3. การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพดีกว่าคู่แข่ง
4. การประสานงานการดำเนินการทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดในตลาดระหว่างประเทศ
5. การบริหารข้อมูลข่าวสารของความเคลื่อนไหวในตลาดต่างประเทศให้มีความทันสมัย เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ปัจจุบันความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องมีการสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค โดยพิจารณาจากค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และรายได้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

2. ควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเพื่อลดการพึ่งพาสถานที่หลักที่จำกัด โดยศึกษาข้อมูลของประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพตลาด เช่น การเจริญเติบโตของตลาด ระดับรายได้รายได้ และการ

กระจายรายได้ของประชากร ภาวะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่มอบทุนสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กฤติกา งามกัณหา.2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก

ทุเรียน : ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้

ส่งออก. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. 2540. การผลิตและการ

ส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง. นครราชสีมา :

ผลงานวิชาการคณาจารย์มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จินตนา บุญบงการ. 2548. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ.

พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: บริษัทแอค

ทิฟพรีนท์ จำกัด.

ทิศทางอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง. 2546. มุมมอง

ผู้บริหารไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์จำกัด

(มหาชน). วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 14

ธันวาคม : 22-24.

ธนาคาร EXIM Bank. 2544. ทิศทางการส่งออกและ

ลงทุน. บริษัท เปรียว จำกัด, เล่ม 4:140-144.

นิสิต ชีรสุมพิมล. 2543. การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่

มีผลต่อการส่งออกของไทย.กรุงเทพฯ:

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2550. ปัจจัยเสี่ยง

และแนวโน้มส่งออกไทย 2551. มติชน

รายวัน ปีที่ 30 ฉบับที่ 10832 พฤศจิกายน

2550: 20.

- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2550. ผลิตภัณฑ์กุ้ง
ปี2550 เฝ้าระวังวิกฤตราคาในประเทศ..แต่
ส่งออกยังสดใส. กรุงเทพธุรกิจ 2
กรกฎาคม. (Online).Available:
[www.thaishipper.com/content/Content.asp?](http://www.thaishipper.com/content/Content.asp?ID=19481)
ID=19481.
- ปรีชา โพธารนพวงษ์. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณ
การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย
ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา .
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฝ่ายวิชาการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่ง
ประเทศไทย. 2550. แนวโน้มการส่งออกกุ้ง
สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในอนาคต.
(Online). Available:
[www.tradestrategies.org/Product_data/data](http://www.tradestrategies.org/Product_data/data_show_website/Shrimp_Market/Future.htm)
[_show_website/Shrimp_Market/Future.htm](http://www.tradestrategies.org/Product_data/data_show_website/Shrimp_Market/Future.htm)
- ไพบูลย์ พลสุวรรณา ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคม
อาหารแช่เยือกแข็ง. 2547. สถานการณ์
ปัจจุบันของกุ้งไทยและแนวโน้มในอนาคต.
ข้อมูลจากงานสัมมนา สภาวิจัยแห่งชาติ 28
ก.ย.2547.
- ภาวดี ไวยราบุตร. 2543. การวิเคราะห์ส่วนแบ่ง
ตลาดกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย
ในตลาดที่สำคัญ.กรุงเทพฯ:วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มัลลิกา ดันสอน. 2545. กลยุทธ์ธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ : ธีระป๋อมวรรณกรรม.
- ศศิวิมล สุขบท. 2546. การตลาดระหว่างประเทศ.
พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: บริษัท
เท็กซ์แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น จำกัด.
- สิริ ทุกข์วินาศ และชุติมา ขมวิลัย. 2545. แนว
ทางการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมกุ้งของ
ประเทศไทย. วารสารการประมง ฉบับที่ 55
พฤษภาคม-มิถุนายน : 4.
- Food and Agriculture Organization of the United
Nation. 1999. FAO Fishery Statistic
Yearbook. Vol89, Rome.
- International Marketing. (Online). Available:
www.nrru.ac.th/nrru_learning/3544103/SO
C22/topic2/linkfile/print5.htm.