สยามวิชาการ ปีที่ 15 เล่มที่ 1 ฉบับที่ 24 กรกฎาคม 2557 – ตุลาคม 2557
Siam Academic Review Vol.15, No.1, Issue 24, July 2014 – October 2014

การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการส่งออกทุเรียนไทยไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน

Study on the Exporters' Attitudes Towards Exporting Durian from Thailand to China

วรรณรัตน์ วัฒนานิมิตกูล [1]

บทคัดย่อ

งานศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออกต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นการวิจัยโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสาร และใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ตามรายชื่อผู้ส่งออกในบัญชีของกระทรวงพาณิชย์ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์จำนวนที่ร้อยละ 20 ของประชากร และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ลักษณะของคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ ตามเทคนิคของของลิเคิร์ท (Likert Technique) สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ศึกษาพิจารณาโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศของไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์

ผลการศึกษา พบว่า ด้านปัจจัยการผลิต ประเทศไทยมีศักยภาพด้านพื้นที่เพาะปลูกและการผลิต ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนไปตลาดประเทศจีนมีระดับทัศนคติเฉลี่ยมากที่สุดในปัจจัยด้านอุปสงค์ โดยในเรื่องภาวะตลาดและธุรกิจ มีระดับทัศนคติมากที่สุด ทั้งในประเด็นความต้องการของตลาดและประเด็นแนวโน้มการเติบโตของตลาด สำหรับปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาวะการแข่งขัน และปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือสนับสนุน มีระดับทัศนคติเฉลี่ยมาก นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าการแข่งขันจากประเทศอื่นเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดในจีนมีสูงขึ้น ควรที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีมาตรการสนับสนุนเพื่อสร้างความสามารถเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกไทย

---

[1] อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

คำสำคัญ: *การส่งออกทุเรียน, ทุเรียนไทยไปจีน, ส่งออกตลาดจีน*

Abstract

The research explores the exporters' attitudes towards exporting durian from Thailand to the People Republic of China. The elements studied, were applied from Porter's theory of Competitive Advantage of the Nation that provided conceptual framework for the study. Data were collected from Durian Exporters by the mean of survey questionnaire that contains ten Likert scale statements for the measurement of the exporters' attitudes. The sample size was 20 percentages of the population, and the samples were chosen by accidental sampling. Frequency, percentage, mean, and standard deviation were used to analyze quantitative data.

The research results revealed that Thailand had an advantage on factors condition element; there was substantial demand and highly market potential for Durian in China. It can be assumed that experience of the exporters was an element to competitiveness. Although the business can provide satisfactory income for the exporters, the competition from other countries expected to be tougher. Supporting and facilitating from governments are suggested to provide to the exporters in order that they can develop to be more competitive.

Keywords: *Export of Durian, Thai Durian to China, Export to China*

บทนำ

การค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จีนเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทยและทวีความน่าสนใจมากขึ้น (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ นครเซี่ยงไฮ้, 2556) ในกลุ่มสินค้าเกษตร ประเทศไทยส่งออกผลไม้ไปทั้งในรูปของผลไม้สด แช่แข็ง และแปรรูป ซึ่งนับเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับ 3 ของกลุ่ม โดยมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 116.71 จาก ปี 2553 ที่มีมูลค่า 6,437.9 ล้านบาท เพิ่มสูงขึ้นเป็น 13,951.8 ล้านบาท ในปี 2554 และในจำนวนผลไม้ที่ประเทศไทยส่งออกไปจีนทั้งหมด ทุเรียนจัดเป็นผลไม้เมืองร้อนที่จีนนำเข้าที่สำคัญใน

อันดับต้น ๆ หากพิจารณาในแง่ของอุปสงค์และอุปทานจะพบว่า ด้านอุปสงค์ทุเรียนในจีน ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่ชาวจีนรู้จักและนิยมรับประทานกันมากขึ้น จนกลายเป็นผลไม้นำเข้าที่สำคัญ ในตลาดประเทศจีนนี้ทุเรียนจัดเป็นผลไม้นำเข้าที่มีราคาสูง มีคุณค่าทั้งด้านโภชนาการ และคุณค่าทางสังคม มีกลิ่นและรสชาติเฉพาะซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคที่นิยมผลไม้เมืองร้อน เป็นตลาดส่งออกที่มีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนสูงที่สุดของไทย กว่าร้อยละ 50 สำหรับในด้านอุปทานนั้น ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกทุเรียนที่สำคัญที่สุดของโลก มีปริมาณและมูลค่าในการส่งออกปี 2555 จำนวน 351,124 ตัน มูลค่า 6,195.22 ล้านบาท (กระทรวงพาณิชย์, 2556)

ด้วยภาคเศรษฐกิจที่ขยายตัว กำลังซื้อของผู้บริโภคชาวจีนที่สูงขึ้น อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องมากว่าสามทศวรรษ และมีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของโลก (ธนาคารกสิกรไทย, 2556) มีจำนวนประชากรมากกว่า 1,300 ล้านคน และที่สำคัญประชาชนมีรายได้ดีขึ้น มีฐานะการเงิน และความเป็นอยู่ดีขึ้น ประกอบกับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีผักและผลไม้ระหว่างกัน รวมทั้งการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีความสะดวก รวดเร็ว ในโครงการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจอนุภูมิภาคแนวเหนือ-ใต้ เชื่อมโยงไทย พม่า ลาว จีน เส้นทาง แม่สาย - เชียงตุง - เชียงรุ่ง - คุนหมิง และเส้นทางเชียงของ - หลวงน้ำทา - เชียงรุ่ง - คุนหมิง ทำให้จีนเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพ และโอกาสทางการตลาดก็ยังขยายไปได้อีกมาก (ด่านศุลกากรอรัญประเทศ, 2556) ยิ่งไปกว่านั้น ในจำนวนสินค้าส่งออกประเภทผักและผลไม้ของไทย ทุเรียนจัดได้ว่าเป็นสินค้าที่มีศักยภาพของไทย ทั้งด้านการผลิต คุณภาพ และภาพลักษณ์ โอกาสที่การส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนของผู้ประกอบการไทยน่าจะยังเติบโตได้อีกมาก แต่การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาก็ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการไทยต่อการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนเลย ดังนั้น การศึกษาเพื่อความเข้าใจการส่งออกทุเรียนไปตลาดจีนนี้จะเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้ ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยนี้ซึ่งได้สำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนไปตลาดประเทศจีน จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและขยายตลาดต่อไปในอนาคต และการได้รู้ถึงทัศนคติของผู้ประกอบการดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน กำหนดกลยุทธ์การจัดการ และการส่งเสริมการส่งออกของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการเสริมสร้างความสามารถเชิงการแข่งขันของการส่งออกทุเรียนไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานศึกษาวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออกต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกทุเรียนไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

กรอบแนวคิดงานวิจัย

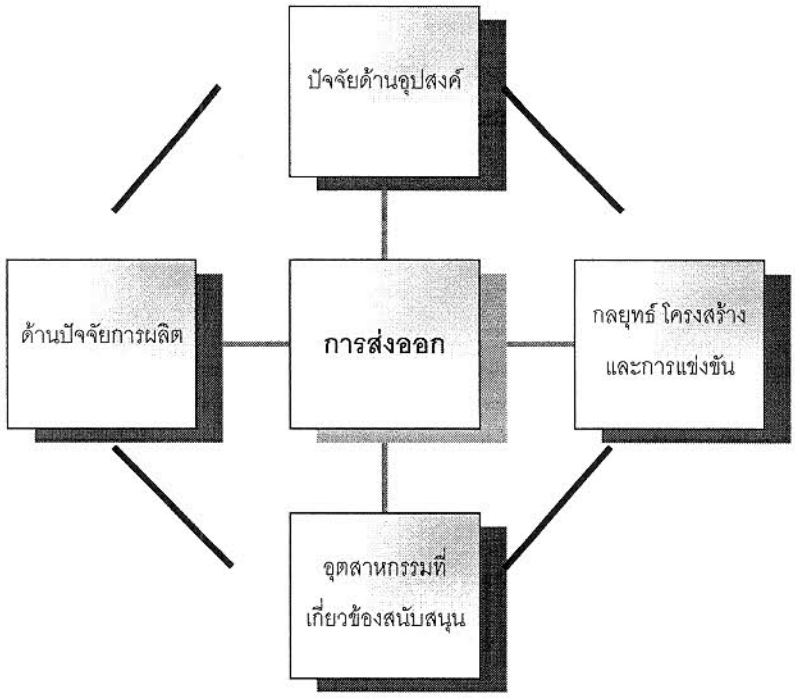
การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการไทยต่อการส่งออกทุเรียนไปตลาดสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นไปตามกรอบแนวความคิดซึ่งประยุกต์ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศ ของไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ (Porter, 1990) มาพิจารณาถึงธุรกิจส่งออกว่าเป็นผลมาจากปัจจัยด้านความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศ อันประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- **ด้านปัจจัยการผลิต** (Factor Condition) โดยงานวิจัยนี้ได้พิจารณาด้านปัจจัยการผลิตจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ

- **ปัจจัยด้านอุปสงค์** (Demand Condition) ในงานวิจัยนี้ได้สำรวจทัศนตติของผู้ประกอบการส่งออกไทยเกี่ยวกับ (1) ภาวะตลาด หรือธุรกิจ (2) การรับรู้และการยอมรับในคุณค่าสินค้า

- **กลยุทธ์ โครงสร้าง และภาวะการแข่งขัน** (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) งานวิจัยนี้ได้สำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออกไทยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ ในประเด็น (3) การประกอบการ (4) การให้ความสำคัญต่อธุรกิจ

- **อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สนับสนุน** (Supporting and Related Industries) งานวิจัยนี้ได้สำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออกไทยในประเด็น (5) ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย ดัดแปลงจากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศ ของไมเคิล อี. พอร์ตเตอร์ (Porter, 1990)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตของงานวิจัย

งานศึกษาวิจัยนี้เป็นการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนไทย เฉพาะที่ตลาดไท และเป็นการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการในปัจจัย 3 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านอุปสงค์ 2) กลยุทธ์ โครงสร้าง และภาวะการแข่งขัน และ 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สนับสนุน

2. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการประกอบการส่งออก สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณา คือ ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อันเป็นผลมาจากปัจจัยต่อไปนี้ คือ 1) ภาวะการผลิต 2) ความต้องการของตลาด 3) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของธุรกิจส่งออกทุเรียน และ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุน

1) ภาวะการผลิต

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตทุเรียนรายใหญ่ของโลก เนื่องจากมีสภาพภูมิประเทศที่มีความเหมาะสมต่อการเพาะปลูก จึงทำให้ทุเรียนของไทยมีคุณภาพที่ดีที่สุดในโลก ผลผลิตเฉลี่ยตั้งแต่ พ.ศ.