การประชุมวิชาการระดับชาติ
ม.อ.ตรัง วิจัย ประจำปี 2562

ครั้งที่ 8

โดย คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตตรัง

The 8th PSU Trang National Conference on Research across Disciplines 2019

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัย และการจัดการความเสี่ยง

PSUNC 2019 *"วิจัยก้าวใหม่เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน"*

Research and Innovation for Sustainable Development

รายนามกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ
พิจารณาผลงานวิจัย บทความวิชาการและผลงานสร้างสรรค์

1. **กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/การประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง**
   ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา วิจิตรธรรมรส
   คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
   ดร.อิสริยะ สัตกุลพิบูลย์
   คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
   ดร.นุชษรา พึ่งวิริยะ
   คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
   ดร.พงษ์พิช เพชรสกุลวงศ์
   คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
   ดร.นฤบาล ยมะคุปต์
   คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

2. **กลุ่มสาขาวิชาการตลาด**
   รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์
   สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
   ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ
   คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
   ดร.สิทธิชัย นวลเศรษฐ
   คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
   ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์
   คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
   ดร.วรางคณา ตันฑสันติสกุล
   คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
   ดร.พงศกร พิชยดนย์
   คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

3. **กลุ่มสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว**
   ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัญชลี วัฒนาเจริญศิลป์
   วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
   ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ อำนวยเงินตรา
   วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล
   ดร.เมธาวี ว่องกิจ
   คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

4. **กลุ่มสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ**

ดร. สยาม แย้มแสงสังข์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

อาจารย์รุชดี บิลหมัด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ดร. สุพัฒธนา สุขรัตน์

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร. อัจฉรา หลีระพงศ์

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร. จุไรรัตน์ พุทธรักษ์

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

5. **กลุ่มสาขาวิชาการบัญชี**

ดร.ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์

บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ดร.สุรนัย ช่วยเรือง

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.นิพัฒน์ โพธิ์วิจิตร

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ดลินา อมรเหมานนท์

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

6. **กลุ่มสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์/การบริหารรัฐกิจ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ จันทร์เพ็ชร

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ทวนธง ครุฑจ้อน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ดร.กรวิทย์ เกาะกลาง

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

ดร.วิสุทธิณี ธานีรัตน์

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.อรอุมา สุพัฒนกุล

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ดร.ณรงค์ฤทธิ์ ปริสุทธิ์กุล

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

7. **กลุ่มสาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ**

ดร. ณัฐกฤตา โชติภัคธนสุข

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร เยี่ยมคำนวณ

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาภรณ์ จันทร์อุดม

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

8. **กลุ่มสาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ**

ดร.สมโภชน์ เกตุแก้ว

สาขาวิชาศิลปะการแสดงและการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

สารบัญ

คำนำ III

สารจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ VII

สารจากรองอธิการบดีวิทยาเขตตรัง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง VIII

สารจากคณบดีคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง IX

การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 XI

กำหนดการการประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562 XV

วิทยากรพิเศษ ผศ. ดร. อัครวิทย์ กาญจนโอภาษ XVII

รายนามกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงานวิจัย บทความวิชาการและผลงานสร้างสรรค์ XXI

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ผลงานวิจัยบทความวิชาการและผลงานสร้างสรรค์ XXIV

ผลงานวิจัย/บทความวิชาการ

1. ปัจจัยแวดล้อมที่สัมพันธ์กับการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup และปัจจัยวัดความสำเร็จ 1
นางสาวชุตินันท์ รอดบุญเกิด และ รศ.ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และตัวชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาประเทศสู่ ประเทศไทย 4.0 17
นางสาวชุติมา รอดบุญเกิด และ รศ.ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

3. ปัจจัยเหตุและผลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม เขตภาคตะวันออกของประเทศไทย 33
ดร.กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น กรณีศึกษา : สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี 45
ชินวัฒน์ นิลโมจน์ ชลิตา ถัณฑิลารักษ์ และ ศลิษา อัมพวานนท์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

5. การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการการขนส่งพัสดุไทยของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครตรัง 59
ฐิตารีย์ บุญเรือง ณัฐธิดา โชติกุล มาลิณี ดีสีใส อธิตา ยืนยง ชัยยา น้อยนารถ
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

6. ปัจจัยกำหนดและการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ของธนาคารพาณิชย์ 71
นายเจตพล สุรธรรม และ รศ.ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

7. ความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางและครีมบำรุงหน้าของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 87
นฤมล อำทองหลาง จรรยา สิบแก้ว และ ปริยากร สว่างศรี
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น กรณีศึกษา : สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

Factor of success in Gros Michel banana exportation to Japan Case study: Thayang Agricultural Cooperative, Phetchaburi

ชินวัฒน์ นิลโมจน์[1] ชลิตา ถัณฑิลารักษ์[2] ศลิษา อัมพวานนท์[2]

Chinnawat Ninmote[1] Chalita Thunthilarak[2] Salisa Umpvanonta[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และปัจจัย ภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น และ 2) เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์ การเกษตรท่ายาง การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ แบบศึกษาเฉพาะกรณี (Case study approach) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น คือ การทำงานที่มีระบบของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง และการดำเนินการผลิตกล้วยหอมทองอย่างมีมาตรฐาน การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกพืช การมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างสหกรณ์การเกษตรท่ายางและสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้จากประเทศญี่ปุ่น กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและชัดเจน จำนวนคู่แข่งน้อยรายในการส่งออกและไม่ต้องรับความเสี่ยง หรือรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่น 2) ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง คือ สารพิษที่ตกค้างบนแปลงของเกษตรกรหรือแมลงที่ติดไปกับกล้วยหอมทองที่ส่งออก สภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล และอุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง

คำสำคัญ : ปัจจัยแห่งความสำเร็จ, สหกรณ์การเกษตร, การส่งออก

---

[1] อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Professor of Faculty of Management Science, Silpakorn University, Email : chinnawat@ms.su.ac.th

[2] นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student of Bachelor of Business Administration Program in Business Management and English Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

The objectives of this research were 1) to study internal and external factors that affect the success in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Co-operative and 2) to study problems and barriers in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative. This research was qualitative case study methodology research and its data were collected by used the in-depth interview on total of 2 people. Obtained data were analyzed to generate conclusions and to present results of this study in the descriptive form.

The results of this study revealed that 1) the important internal factors that affect the in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative are the systematic management of agricultural cooperatives and the standard production of Gros Michel banana, the exuberant of natural resources which is suitable to plant the banana, the good relationship between TOTO consumer cooperatives and Thayang Agricultural Cooperative, explicit and effective marketing strategies, no rivals in Gros Michel banana exportation, and no risk and responsibility to transport the Gros Michel banana to Japan. 2) Problems and barriers in Gros Michel banana exportation to Japan of Thayang Agricultural Cooperative are Pesticide residues from farmer's plot or stick with the exported bananas, weather in each season and transport accidents.

Keywords: Factor of success, Agricultural Cooperative, Exportation

บทนำ

ประเทศไทยถือเป็นประเทศแห่งเกษตรกรรม มีข้อได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ทั้ง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทรัพยากรดิน น้ำ และพืชพรรณทางธรรมชาติ ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ และเหมาะแก่การทำเกษตรกรรมมากที่สุด คนไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 56 ของประเทศ หรือร้อยละ 80 ในท้องถิ่นและในชนบท ยังคงประกอบอาชีพเกษตรกรอยู่จนถึงปัจจุบัน (วันเพ็ญ สุรฤกษ์, 2547:1) ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติทำให้เกษตรกรรมไทยมีเอกลักษณ์ และผลผลิตทางการเกษตรยังถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกสินค้าทางการเกษตรรายสำคัญของโลก การพัฒนาทางการเกษตรในปัจจุบันยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย

ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าทางการเกษตรมากมาย โดยศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี หรือ TMB Analytics ประเมินมูลค่าพืชเศรษฐกิจสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ข้าว ยางพารา อ้อย มันสำปะหลังและปาล์มน้ำมัน พบว่า ปี 2561 มีมูลค่ารวมกว่า 7.4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2560 3.3 หมื่นล้านบาท หรือร้อยละ 3.2 (ไทยพับลิก้า, 2561) นอกจากนี้ผลไม้ของประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้น อาทิ มังคุด มีปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 176,613,886 กิโลกรัม รวมมูลค่ากว่า 7,896,753,871 บาท และกล้วยที่มีปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 26,245,722 กิโลกรัม รวมมูลค่ากว่า 334,571,677 บาท (สำนักงานควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร, 2559) เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรช่วยสร้างรายได้มากขึ้น คนไทยส่วนใหญ่จึงหันมาใส่ใจผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและประกอบอาชีพเกษตรกรมากขึ้น จึงมีการจัดตั้งสหกรณ์การเกษตร ภายใต้การดูแลของกรมส่งเสริมสหกรณ์ในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ขึ้น เพื่อให้คำแนะนำในการจัดซื้อ เทคนิคการต่อรองระดับนานาชาติ และการรับประกันเกี่ยวกับตลาดและราคา (ลินด์ซีย์ ฟาลวีย์, 2548 : 287) ปัจจุบันประเทศไทยมีสหกรณ์การเกษตรมากกว่า 70 แห่งตามจังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ

สหกรณ์การเกษตรท่ายางถือเป็นสหกรณ์ที่มีชื่อเสียงอย่างมากแห่งหนึ่งในประเทศไทย เริ่มดำเนินงานในเดือนกันยายน ปีพ.ศ.2509 โดยจำหน่ายพืชผลทางการเกษตรมากมาย เช่น กล้วยหอมทอง ชมพู่ มะนาว มะเขือ ซึ่งกล้วยหอมทองเป็นผลไม้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเพชรบุรี ทำให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางเป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นอย่างมาก โดยสหกรณ์การเกษตรท่ายางเป็นสหกรณ์แห่งแรกและแห่งเดียวที่ได้ส่งออกกล้วยหอมทองไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นลูกค้ารายหลักของสหกรณ์ฯ ทางสหกรณ์ฯเริ่มส่งออกกล้วยหอมทองให้กับประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปีพ.ศ.2535 จนถึงปัจจุบัน โดยจะเน้นที่คุณภาพของกล้วยหอมทองให้เป็นไปตามมาตรฐาน ทำให้กล้วยหอมทองของที่นี่มีคุณภาพ และมีรสชาติแตกแต่งจากกล้วยหอมทองทั่วไป ในอดีตสหกรณ์ฯส่งออกกล้วยหอมทองเพียง 6 ตันต่อเดือนให้กับสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ แต่ปัจจุบันสามารถส่งกล้วยหอมทองได้ถึง 15 ตันต่อเดือน จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากกล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง ได้รับความนิยมจากคนญี่ปุ่นอย่างมาก และมีคุณภาพดีที่สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ยอมรับ ทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาแนวทางในการสร้าง และพัฒนาคุณภาพของสินค้าทางการเกษตรให้ได้รับการยอมรับจากตลาดต่างประเทศได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายาง ประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบถึงปัญหา และอุปสรรคในการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่น ของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม และศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้แนวคิดที่สอดคล้องกับการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ มีผู้อธิบายลักษณะและแนวทางการค้าระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกกล้วยหอมทอง จำนวน 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการค้าได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Absolute Advantage) และทฤษฎีการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) (สุจิตรา กุลประสิทธิ์, 2557 : 187)

2. ข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (INCOTERM)

INCOTERM (International Commercial Terms) เป็นข้อกำหนดการส่งมอบสินค้า (Term of Shipment) ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายที่เป็นสากล ซึ่งกำหนดขึ้นโดยสภาหอการค้านานาชาติ (International Chamber of Commercial) เพื่อให้คู่ค้าแต่ละฝ่ายทราบถึงขอบเขตความรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และความเสี่ยงอุบัติภัยในการขนส่งสินค้า ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายที่อยู่ในประเทศที่ต่างกัน มีภาษาและวัฒนธรรมทางการค้าที่ต่างกัน สามารถเข้าใจตรงกันในเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าได้ ซึ่งข้อกำหนด INCOTERM 2000 ที่สภาหอการค้านานาชาติกำหนดขึ้นมี 4 กลุ่ม และ 13 รูปแบบ ทั้ง 4 กลุ่มตัวอักษรประกอบด้วย กลุ่ม “E”, กลุ่ม “F”, กลุ่ม “C” และกลุ่ม “D” (กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ, 2557 :105)

3. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่นักธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดเครื่องมือทางการตลาดนี้เรียกว่า 4Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler, 1997)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ ซึ่งได้ประยุกต์ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการดำเนินงานวิจัย โดยกำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ศึกษาจากบทความ หนังสือ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และการส่งออก

1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1.3 การจดบันทึก

1.4 การบันทึกเสียง

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เมื่อข้อมูลครบถ้วนแล้ว นำมาเรียบเรียง วิเคราะห์ และพรรณนา เพื่อให้ได้ข้อสรุปและอธิบายวัตถุประสงค์ อีกทั้งนำข้อมูลที่ได้มาเชื่อมโยงกับงานวิจัย และแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ทำวิจัยถึงกระบวนการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่นำไปสู่ความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมทอง

1.1 ปัจจัยภายใน

1.1.1 การบริหารงานองค์กรตามโครงสร้างของสหกรณ์

การทำงานของสหกรณ์การเกษตรท่ายางจะทำเป็นระบบตามหลักของการก่อตั้งสหกรณ์ เริ่มจากรวมกลุ่มสมาชิก เลือกตั้งประธานกรรมการ และคณะกรรมการมาเป็นผู้บริหาร จากนั้นก็ลดลงตามลำดับลงไป การตัดสินใจเบื้องต้นหัวหน้าแผนกสามารถตัดสินใจ หรือเสนอจัดซื้อได้ แต่ต้องรายงานคณะกรรมการเสมอ ซึ่งฝ่ายการตลาดเป็นฝ่ายที่รับผิดชอบในด้านของการควบคุมการผลิต ตั้งแต่การเลือกสมาชิก การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การทำความสะอาด การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง บริษัทโอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด จะเป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้นสหกรณ์ฯสิ้นสุดหน้าที่เมื่อเตรียมสินค้าให้พร้อมส่งออก ณ หน้าโรงงาน

> “เราต้องเข้าถึงสมาชิกและดูแลสมาชิกเป็นอย่างดี เพราะสมาชิกเป็นหลักสำคัญที่ทำให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จได้” มานะ บุญสร้าง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

1.1.2 การใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps)

1.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

- ระบบการจัดการคุณภาพแปลง GAP และมาตรฐานโรงงาน GMP

สหกรณ์การเกษตรท่ายางคำนึงถึงมาตรฐานต่างๆ ในทุกกระบวนการก่อนจะส่งออกกล้วย ในส่วนของแปลงปลูกกล้วยของสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการส่งออกจะต้องผ่านระบบการจัดการคุณภาพแปลง GAP เป็นการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช จากกรมวิชาการเกษตร โรงงานของสหกรณ์การเกษตรท่ายางก็ได้ผ่านระบบ GMP ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการผลิตและควบคุม ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างปลอดภัย ได้มาตรฐาน ไม่เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ประกอบการ ขั้นตอนผลิต จัดเก็บ ขนส่งจนถึงผู้บริโภค อีกทั้งมีการตั้งระบบการตรวจสอบย้อนกลับ มีรหัสแปลง ทำให้ทราบว่าใครเป็นเจ้าของ และเมื่อไปถึงปลายทาง หากเกิดปัญหาขึ้นก็สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่ากล้วยกล่องนี้ใครเป็นผู้รับผิดชอบ

> “แปลงปลูกกล้วยของทางสมาชิกต้องผ่านมาตรฐาน GAP ซึ่งได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร และโรงงานของเราก็ผ่านระบบ GMP และมีรหัสแปลงเพื่อใช้ตรวจสอบย้อนกลับ หากกล้วยมีปัญหาก็จะตรวจสอบได้ว่ากล้วยกล่องนี้เป็นของใคร” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

- คุณภาพกล้วยหอมทอง

เหตุผลที่กล้วยหอมทองของสหกรณ์การเกษตรท่ายางมีรสชาติดี และมีคุณภาพดีแตกต่างจากกล้วยหอมทองที่อื่น เพราะสหกรณ์ฯ ให้ความสำคัญในเรื่องวิธีการปลูกและพื้นที่ปลูก ดังนั้นทางสหกรณ์ฯ จึงให้สมาชิกที่หันมาปลูกกล้วยด้วยระบบอินทรีย์ เพราะการปลูกกล้วยด้วยระบบอินทรีย์ จะช่วยให้ไม่มีสารเคมีตกค้างอยู่ในกล้วย ทำให้กล้วยมีอายุนานขึ้น แข็งแรง มีภูมิต้านทานเชื้อราต่างๆ และสมาชิกต้องหมั่นคอยตรวจแมลงอยู่เสมอ หากแปลงปลูกไหนมีความเสี่ยง หรืออยู่ใกล้กับพืชอื่น สมาชิกต้องมีการกันแปลงเป็นแปลงกล้วยรอบนอกและแปลงกล้วยด้านใน เพราะแปลงกล้วยรอบนอกอาจมีความเสี่ยงเรื่องสารเคมีที่ติดมากับจากแปลงข้างๆ จึงมีเพียงกล้วยจากแปลงด้านในที่ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน และแข็งแรงพอที่จะส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นกล้วยหอมทองที่จะส่งออกต้องเป็นกล้วยที่สุกเพียง 70% มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 3 เซนติเมตร ความยาว 16 เซนติเมตร น้ำหนักต่อลูก 110 กรัม แต่ไม่เกิน 180 กรัม นอกจากนั้นภูมิศาสตร์ของจังหวัดเพชรบุรีเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำเพชรบุรีไหลผ่าน จะช่วยเอาทั้งตะกอนและสารอาหารที่เหมาะแก่การปลูกพืชต่างๆ มารวมกันอยู่ที่อำเภอท่ายาง และมีทะเลรอบๆ ทำให้แปลงปลูกได้ไออุ่นจากทะเลมาช่วยขับไล่แมลง ส่งผลให้พื้นที่ในอำเภอท่ายางสามารถปลูกผลไม้ที่มีคุณภาพและรสชาติดี

> “กล้วยที่ปลูกต้องปลูกโดยระบบอินทรีย์ ทำให้กล้วยมีอายุที่ยาวขึ้น และมีภูมิต้านทาน จะช่วยให้กล้วยที่ปลูกมีความแข็งแรงมากขึ้น” สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

1.1.2.2 ราคา (Price)

- การประกันราคากล้วย

สหกรณ์การเกษตรท่ายางมีการประกันราคากล้วยให้กับสมาชิก รับซื้ออยู่ที่กิโลกรัมละ 15 บาท ไม่มีการปรับราคาตามราคาตลาด เพื่อช่วยให้สมาชิกได้กำไรจากการขายกล้วยมากขึ้น สหกรณ์ฯต้องสามารถเข้าถึง และดูแลสมาชิกได้ นี่จึงเป็นอีกจุดสำคัญที่สหกรณ์การเกษตรท่ายางมีวิธีการจัดการกับสมาชิกได้อย่างดี

> "สหกรณ์รับซื้อกล้วยอยู่ที่กิโลกรัมละ15 บาท เราจะประกันราคาให้ตลอดทั้งปีจะไม่มีการขึ้นลงตามตลาด เพื่อช่วยเกษตรกรให้มีรายได้จากราคาที่เรากำหนดให้" สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

- การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

สหกรณ์การเกษตรท่ายางส่งเสริมให้สมาชิกหันมาใช้วิธีการปลูกแบบระบบอินทรีย์ ที่ทำให้ได้ผลผลิตที่ปราศจากสารเคมีเพื่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าสินค้าของทางสหกรณ์ฯมีคุณภาพ ดังนั้นทางสหกรณ์ฯจึงตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยคำนวณจากต้นทุนการรับซื้อกล้วยจาก สมาชิก รวมกับค่าใช้จ่ายในการบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นราคาจะอยู่ที่ 1 กิโลกรัม 100 เยน หรือประมาณ 30 บาท

> "เราตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป โดยราคาจะยึดตามราคาที่เรารับซื้อกล้วยมาจากเกษตรกรบวกกับราคาของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นเราจึงส่งออกกล้วยในราคา 1 กิโลกรัม 100 เยน" สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

1.1.2.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

- การรักษาความสัมพันธ์อันดี

ด้วยความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน ทำให้สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ประเทศญี่ปุ่นจัดกิจกรรมต่างๆร่วมกับประเทศไทย เช่น กิจกรรมส่งเสริมการแปรรูปสินค้าทั้งต้นทางและปลายทาง การพาสมาชิกของสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้มาดูงานที่สหกรณ์ฯ และทำกิจกรรมร่วมกันกับทางสหกรณ์ฯ เพื่อรักษาสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

1.1.3 การขนส่งสินค้าไปยังประเทศญี่ปุ่น

ก่อนที่สหกรณ์การเกษตรท่ายางจะส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นนั้น สหกรณ์ฯได้ทำข้อตกลงกับสหกรณ์การเกษตรวาโกเอน ให้บริษัทโอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ เป็นตัวกลางในการขนส่งกล้วยหอมทองจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งดูแลรักษา และออกแบบวิธีการบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมในการส่งออก ซึ่งกระบวนการผลิตและการส่งออกจะเริ่มต้นที่สมาชิกเก็บเกี่ยวกล้วยมาขายให้สหกรณ์ฯ จากนั้นทางสหกรณ์ฯจะล้างสิ่งสกปรก ตัดแต่ง เป่าลม และตรวจหาสิ่งตกค้าง ตำหนิ และรอยแผลของกล้วย แล้วจึงนำกล้วยมาชั่งน้ำหนัก เก็บเข้ากล่องที่อยู่ในตู้คอนเทนเนอร์อุณหภูมิ 13 องศา เนื่องจากทางบริษัทโอเทนโตฯ จะใช้วิธีการขนส่งโดยเรือจากประเทศไทยสู่ประเทศญี่ปุ่น เป็นระยะเวลา 15 วัน ทำให้ต้องบรรจุโดยการดูดอากาศออกและรักษาอุณหภูมิของกล้วยไว้ เพื่อลดปฏิกิริยาในการเร่งกล้วยสุกให้น้อยที่สุด

> “ทางบริษัทโอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด ให้สหกรณ์ทำข้อตกลงในการกำหนดคุณภาพของสินค้า สินค้าทุกครั้งที่จะส่งออกต้อง ตรงตามข้อตกลงไว้เสมอ” มานะ บุญสร้าง. (การสื่อสารส่วน บุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

บริษัท โอเทนโต (ประเทศไทย) จำกัด ที่เป็นตัวกลางในการขนส่งจะมารับกล้วยที่หน้าสำนักงานสหกรณ์การเกษตรท่ายาง ซึ่งเป็นจุดสิ้นสุดความรับผิดชอบของสหกรณ์ฯ หลังจากนั้นทางประเทศญี่ปุ่นจะเป็น ผู้รับผิดชอบทั้งหมดทั้งในส่วนค่าใช้จ่าย และความเสี่ยงต่างๆ ตามเงื่อนไขในการส่งมอบส่งสินค้า เมื่อกล้วยหอมทองถึงประเทศญี่ปุ่นแล้ว ทางสหกรณ์ของญี่ปุ่นก็จะจำหน่ายกล้วยหอมทองให้กับสมาชิกตามจำนวนคำ สั่งซื้อ ในทุกครั้งของการผลิตและจัดจำหน่าย ทางสหกรณ์ฯจะรับคำสั่งซื้อมาจากประเทศญี่ปุ่นก่อน จึงวางแผนปลูกกล้วยให้สอดคล้องกับความต้องการนั้นๆ ทำให้สหกรณ์ฯมีกล้วยพร้อมส่งให้ประเทศญี่ปุ่นทุก เดือน ในการขนส่งทางสหกรณ์ฯมีการใช้ระบบเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการเก็บข้อมูลเข้าระบบ จึงสามารถตรวจสอบข้อมูลผ่านทางคอมพิวเตอร์ได้ และทางประเทศญี่ปุ่นก็สามารถตรวจสอบสถานะของการขนส่งสินค้าเองได้

> “เราจะรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ทางประเทศญี่ปุ่นรวบรวมส่งมาให้ และวางแผนปลูกกล้วยให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อที่ได้รับมา” มานะ บุญสร้าง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

1.2 ปัจจัยภายนอก

หากกล่าวถึงคู่แข่งในการส่งออกกล้วยหอมทองให้กับสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ถือว่าสหกรณ์การเกษตรท่ายางไม่มีคู่แข่งทางการค้า แต่ถ้าเป็นการส่งกล้วยหอมทองให้กับประเทศญี่ปุ่นก็มีหลายบริษัทที่ส่งออกกล้วยให้กับประเทศญี่ปุ่นเช่นกัน แต่ถ้าสหกรณ์ฯสามารถพัฒนาและส่งออกกล้วยหอมทองในปริมาณที่มากขึ้นได้ ทางสหกรณ์ผู้บริโภคก็สามารถรับสินค้าได้เพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน เพราะไม่มีกล้วยสายพันธุ์ไหนที่จะเหมือนกล้วยหอมทอง และประเทศญี่ปุ่นก็มีความต้องการกล้วยหอมทองมากกว่ากล้วยชนิดอื่น

> "ถ้าเป็นการส่งกล้วยหอมทองไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ก็ถือว่าไม่มีคู่แข่งทางการค้า เพราะเราส่งเจ้าเดียว แต่ถ้าเป็นการส่งกล้วยให้กับประเทศญี่ปุ่นก็มีหลายบริษัทที่ส่งให้เช่นกัน" สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

2. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของการส่งออกกล้วยหอมทอง

ผลกระทบทางธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ และฤดูกาลต่างๆ เป็นปัญหาหลักที่สหกรณ์การเกษตรท่ายางไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลให้การรักษามาตรฐานเป็นไปได้ยาก เช่น กล้วยจะสุกเร็วในฤดูหนาว เกิดน้ำท่วมแปลงในฤดูฝนจึงไม่สามารถปลูกกล้วยได้ และช่วงที่มีลมพายุ จะเกิดลมพัดทำให้กล้วยหัก ฉะนั้นสหกรณ์ฯแก้ปัญหาโดยการไปสำรวจแปลงก่อน ถ้าแปลงไหนเป็นที่ลุ่ม จะใช้วิธีการยกร่องสวน ทำทางระบายน้ำให้คล่องตัว เพื่อป้องกันน้ำท่วมแปลงในช่วงฤดูฝน ช่วงฤดูหนาวทางสหกรณ์ฯก็จะให้สมาชิกบำรุงกล้วยให้แข็งแรง หรือเปิดน้ำให้สภาพแวดล้อมเหมือนไม่ใช่ฤดูหนาวเพื่อหลอกกล้วย เพราะกล้วยจะเติบโตได้ดีในสภาพอากาศร้อนชื้น นอกจากนี้อุบัติเหตุระหว่างการขนส่งก็ส่งผลกระทบต่อทางสหกรณ์ฯในบางครั้งเช่นกัน เช่น เรือขนส่งสินค้าถูกเรือกองทัพสหรัฐอเมริกาชน ทำให้สินค้าไปไม่ถึงปลายทาง แต่จะไม่มีการส่งกล้วยกลับสหกรณ์ฯ เพราะทางสหกรณ์ฯทำข้อตกลงที่จะไม่มีการส่งกล้วยกลับมา จะใช้วิธีการทำลายทิ้งแทน เพราะค่าใช้จ่ายในการทำลายทิ้งต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการส่งกลับ หากมีปัญหาระหว่างการขนส่ง ทางบริษัทโอเทนโตฯจะเป็นผู้รับผิดชอบ แต่ปัญหาอื่นๆ ที่สหกรณ์ควบคุมได้ คือ เรื่องสารเคมีตกค้างในกล้วย ทางสหกรณ์ฯแก้ปัญหาโดยเลือกแปลงปลูกที่ไม่มีความเสี่ยงเรื่องสารเคมี และจะขอให้สมาชิกยุติการเข้าร่วมโครงการหากแปลงนั้นมีความเสี่ยง และแนะนำให้ปลูกพืชอื่นแทน ปัญหาแมลงติดไปกับกล้วยหอมทองอาจมีเกิดขึ้นบ้าง แต่ในปัจจุบันทางสหกรณ์ฯได้เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบก่อนส่งออกมากขึ้น ทำให้ไม่เกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้นอีก

> "ปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของภัยธรรมชาติ ซึ่งแก้ไขได้ ยาก เราจึงวิธีเข้าไปสำรวจแปลงดูความเสี่ยงทั้งทางภัยธรรมชาติและสารเคมีตกค้าง ถ้าพบปัญหาที่ร้ายแรงมากเกินแก้ไข ก็จะขอให้ยุติการเข้าร่วมส่งออก แต่ถ้าเป็นภัยธรรมชาติก็จะแนะนำให้เปลี่ยนแปลงปลูก หรือยกร่องสวนเพื่อให้มีทางระบายน้ำได้คล่องตัว" สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน2561)

> "กล้วยที่เราส่งไปญี่ปุ่น จะไม่ตีกลับมาที่เราเพราะข้อตกลงคือทางญี่ปุ่นจะไม่ตีกลับ และเราก็ไม่ขอให้ทางญี่ปุ่นตีกลับ จะมีการให้ทางนู้นทำลายเอง แล้วฝ่ายเราก็เสียค่าทำลายแทน เพราะค่าใช้จ่ายในการทำลายถูกกว่าการส่งกลับมา" สมยศ คำเพ็ง. (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 พฤศจิกายน 2561)

อภิปรายผล

ปัจจัยภายใน และภายนอก รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคส่งผลให้สหกรณ์การเกษรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่นต่อไปนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน ของเนรัญชลา สุทธิอาคาร และอภิษฎา บุญเรือง (2560) โดยแบ่งออกเป็น

ปัจจัยภายในที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น เริ่มต้นจากการบริหารงาน การดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่ทำงานอย่างมีระบบตามโครงสร้างของสหกรณ์การเกษตร โดยทุกฝ่ายมีขอบเขตในการรับผิดชอบที่ชัดเจน และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ฝ่ายตลาด ดูแลและควบคุมตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกสมาชิก แปลงที่จะปลูกกล้วยต้องมีมาตรฐาน GAP การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว จนกระทั่งขั้นตอนสุดท้ายคือการส่งออก ที่มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ที่จะแสดงให้เห็นว่ากล้วยหอมทองในแต่ละกล่องที่ถูกส่งไปนั้นพนักงานคนใดเป็นผู้รับผิดชอบ ทำให้ผลผลิตกล้วยหอมทองที่ส่งไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ที่ประเทศญี่ปุ่นมีคุณภาพดี และมีมาตรฐานเสมอ ถัดมา ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติของสมาชิกของสหกรณ์การเกษตร นั่นคือพื้นที่ในการปลูกกล้วยหอมทองของสมาชิกของสหกรณ์ฯมีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีแม่น้ำไหลผ่าน มีลมทะเลช่วยขับไล่แมลง และใช้ระบบอินทรีย์ในการปลูกที่จะช่วยให้ไม่มีสารเคมีตกค้างอยู่ในกล้วย นอกจากนั้นสหกรณ์ฯก็ยังสามารถสร้าง และรักษาความสัมพันธ์อันดีต่อสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ได้อย่างเหนียวแน่นมาตลอด ซึ่งปัจจัยภายในเหล่านี้สอดคล้องกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศในเรื่องการได้เปรียบในการผลิตสินค้า โดยมุ่งผลิตสินค้าที่ตนเองได้เปรียบในการผลิต ซึ่งสิ่งที่สหกรณ์ฯมีความได้เปรียบในการผลิตก็คือ ผลผลิตทางการเกษตรที่มีปัจจัยภายในหลายๆ อย่างที่กล่าวมาในข้างต้น ช่วยส่งเสริมให้สหกรณ์ฯมีความได้เปรียบในการผลิต ในการส่งออกกล้วยหอมทองไปสู่ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยและกลยุทธ์ทางการผลิตที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการส่งออกกล้วยของสหกรณ์การเกษตรไทยไปประเทศญี่ปุ่น ของฉัฐชฎา ประสงค์สุข (2556) ที่กล่าวว่าทางสหกรณ์การเกษตรหลายๆ ที่ รวมไปถึงสหกรณ์การเกษตรท่ายาง ให้ความสำคัญในการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการของเรา ความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะสั่งสินค้าเพิ่มขึ้น สมาชิกสามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด และคอยสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ สหกรณ์การเกษตรไม่ได้เป็นผู้ดำเนินเรื่องในการขนส่งเลย แต่จะเป็นความรับผิดชอบของสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ที่จะจัดหาบริษัท หรือตัวกลางในการขนส่ง ตั้งแต่หน้าอาคารของสหกรณ์การเกษตรจนถึงประเทศญี่ปุ่น และกระจายสินค้าไปทั่วประเทศญี่ปุ่น ซึ่งตรงกับข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้า (INCOTERM) รูปแบบ Ex work เงื่อนไขของการส่งมอบสินค้าคือ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระในการส่งมอบสินค้าเมื่อผู้ขายจัดเตรียมสินค้าสำหรับส่งมอบให้กับผู้ซื้อ ณ สถานที่ของผู้ขาย โดยผู้ซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการขนส่งสินค้าทั้งหมด ในส่วนของกลยุทธ์การตลาดของสหกรณ์การเกษตร คือ มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดี และยังสามารถรักษามาตรฐานและคุณภาพระดับนั้นไว้ได้ตลอดไป ในด้านของราคาจะเป็นราคาที่สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้พึงพอใจ ซึ่งราคาที่ขายคำนวณมาจากต้นทุนที่ซื้อมาจากสมาชิกโดยตรง ราคาที่ขายจึงไม่สูงจนเกินไป และยังมีการส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์เหล่านี้มีความสอดคล้องกับเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า ส่วน

ประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps) ที่ประกอบไปด้วย 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการขาย (Kotler, 1997) ซึ่งสหกรณ์ฯก็ให้ความสำคัญในส่วนนี้ เพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ปัจจัยภายในเหล่านี้ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น

ในส่วนของปัจจัยภายนอก สหกรณ์ฯไม่มีคู่แข่งทางการค้าเลยในการส่งออกกล้วยหอมทองไปยังสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ ถึงแม้สหกรณ์ฯไม่สามารถส่งออกกล้วยหอมทองได้ตามจำนวน หรือไม่สามารถส่งให้ได้เลยซักผล สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ก็จะไม่รับกล้วยหอมทองจากผู้ผลิตรายอื่น แต่ถ้าหากสามารถผลิตได้มากกว่าเดิม สหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ก็ยินดีที่จะสั่งซื้อมากขึ้นอย่างแน่นอน เพราะความต้องการของตลาดในญี่ปุ่น สามารถรับได้มากกว่า 15 ตัน/เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยการส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ของณัฐพนธ์ เพียรเสมอ (2554) และแผนธุรกิจ การปลูกกล้วยหอมทองในประเทศไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวารินทร์ งามการุญ (2558) ที่กล่าวว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงในการนำเข้ากล้วย เพราะกล้วยหอมเป็นผลไม้ที่มีการบริโภคสูงเป็นอันดับต้นๆ ในประเทศญี่ปุ่น นี่จึงเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น

ปัญหา และอุปสรรคที่ทางสหกรณ์การเกษตรสามารถควบคุม คือ สารพิษที่ตกค้างจากแปลงของสมาชิกที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ฯ ที่ส่งผลต่อคุณภาพของกล้วย วิธีการแก้ไขก็คือ สหกรณ์ฯจะคอยเข้าไปตรวจดูแปลงเกษตร เปลี่ยนแปลงปลูก ถ้าแปลงเกษตรที่มีปัญหานั้นไม่สามารถแก้ไขได้ จะต้องให้สมาชิกรายนั้นยุติการเข้าร่วมโครงการการส่งออกกล้วยหอมทองนี้ และแนะนำให้ไปปลูกพืชชนิดอื่นแทนที่ และบางครั้งมีการส่งออกกล้วยหอมทองที่มีแมลงติดไป ทำให้สหกรณ์ฯต้องเข้มงวดในการตรวจสอบมากขึ้น และมีระบบการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อตรวจสอบว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบกล้วยหอมทองกล่องนั้นๆ แต่ปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้เลย คือ ธรรมชาติ และอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น สภาพอากาศในแต่ละฤดูที่เป็นอุปสรรคในการปลูกกล้วยหอมทอง ซึ่งวิธีการในการแก้ไขแต่ละครั้งไม่แน่นอน เช่น การยกร่องดิน รดน้ำให้บ่อยขึ้น ซึ่งอุปสรรคด้านสภาพอากาศ ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตจริง ตรงกับงานวิจัยการนำเข้ามังคุดสดแช่แข็งไทยของญี่ปุ่น ของณัฐนันท์ แดงเรือง (2552) อุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง ถึงจะไม่สามารถควบคุมได้ แต่ทางสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้จะเป็นผู้รับผิดชอบเอง ยกเว้นแต่ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นมาจากกล้วยหอมทองที่สหกรณ์การเกษตรเป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรง

บทสรุป

1. ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จในการส่งออกกล้วยหอมทองสู่ประเทศญี่ปุ่น คือ การทำงานที่มีระบบของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง และการดำเนินการผลิตกล้วยหอมทองอย่างมีมาตรฐาน การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เหมาะแก่การปลูกพืช การมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างสหกรณ์การเกษตรท่ายางและสหกรณ์ผู้บริโภคโตโต้ จากประเทศญี่ปุ่น กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและชัดเจน จำนวนคู่แข่งน้อยรายในการส่งออก และไม่ต้องรับความเสี่ยง หรือรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่น

2. ปัญหา และอุปสรรคของการส่งออกกล้วยหอมทองไปประเทศญี่ปุ่นของสหกรณ์การเกษตรท่ายาง คือ สารพิษที่ตกค้างบนแปลงของเกษตรกรหรือแมลงที่ติดไปกับกล้วยหอมทองที่ส่งออก สภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล และอุบัติเหตุระหว่างการขนส่ง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กำชัย จงจักรพันธ์. (2557). *กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โรงพิมพ์เดือนตุลา.

ฉัฐชฎา ประสงค์สุข. (2556). *ปัจจัยและกลยุทธ์ทางการผลิตที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการส่งออกกล้วยของสหกรณ์การเกษตรไทยไปประเทศญี่ปุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

ชัยชนะ ตีรสุกิตติมา. (2558). *การจัดการนำเข้าและส่งออก*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณักษ์ กุลลิสร์, และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2551). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์จำกัด.

ณัฐนันท์ แดงเรือง. (2552). *การนำเข้ามังคุดสดแช่แข็งไทยของญี่ปุ่น* (สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

ณัฐพนธ์ เพียรเสมอ. (2554). *การส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศญี่ปุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

ไทยพับลิก้า. (2561). *TMB Analytics วิเคราะห์ 5 พืชเศรษฐกิจ ชี้นำเศรษฐกิจภูมิภาค มูลค่ารวมกว่า 7.4 แสนล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จากhttps://thaipublica.org/2018/03/tmb-analytics-14-3-2561/

นิฐิตา เบญจมสุทิน, และนงนุช พันธกิจไพบูลย์. (2548). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ International Economics* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เนรัญชลา สุทธิอาคาร, และอภิษฎา บุญเรือง. (2560). *ปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน*. เอกสารนำเสนอในงานการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4, มหาวิทยาลัยขอนแก่น ค้นจาก https://conference.kku.ac.th/colaimg/files/articles/3776a-o-65-.pdf

ภาวินี กาญจนาภา. (2554). *หลักการตลาด Principles of Marketing.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท้อป.

เยาวเรศ ทับพันธุ์. (2551). *เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎีและนโยบาย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลินด์ซีย์ ฟาลวีย์. (2548). *การเกษตรไทยอู่ข้าวอู่น้ำข้ามสหัสวรรษ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วันเพ็ญ สุรฤกษ์. (2547). *มุมมองทางภูมิศาสตร์กับความยั่งยืนของเกษตรกรไทย.* เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วารินทร์ งมการุญ. (2558). *แผนธุรกิจ การปลูกกล้วยหอมทองในประเทศไทยเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด Principles of Marketing.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท้อป.

สำนักงานควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร. (2560). *ข้อมูลการส่งออกผลไม้สด (รายชนิด) ไปต่างประเทศ ปี2559.* สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก http://www.doa.go.th/ard/FileUpload/export/5.4.2/FRUIT59.pdf

สุจิตรา กุลประสิทธ์. (2557). *เศรษฐศาสตร์มหภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์เพอร์เฟคเพลส จำกัด.