

การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

กนกรัตน์ คำรอด

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก

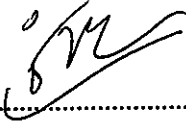
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ธันวาคม 2558

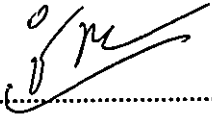
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

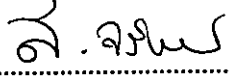
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ กนกรัตน์ คำรอด ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

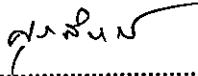
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์


..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม)

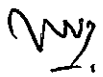
คณะกรรมการสอบปากเปล่า


..... ประธาน
(ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จิตคาร)


..... กรรมการ
(ดร.สุกสิทธิ์ เลิศบัวสิน)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์เล่มนี้ จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์ได้ หากปราศจากความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยเหลือไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และดูแลด้วยความเอาใจใส่ คอยเป็นกำลังใจช่วยสร้างแรงผลักดันในการทำงานนิพนธ์นี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล จริตควร ประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้งานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น กราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่งและขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์เวลาอันมีค่า เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่ได้ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ ข้อคิด และประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในหน้าที่การงาน และการดำเนินชีวิตในสังคม

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ที่ได้กำเนิด ให้สติปัญญา ให้ความรัก ความห่วงใย และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้ทำการวิจัยด้วยความรักและกรุณาเสมอมา

ขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่านจากใจจริงที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนงานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัย ขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

กนกรัตน์ คำรอด

55710023: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่ม/ การส่งออกมังคุด

กนกรัตน์ คำรอด: การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

(VALUE ADDED TO EXPORT OF MANGOSTEENS FROM THAILAND TO CHINA)

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ชำนาญ งามมณีอุดม, Ph.D. 146 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีนและเพื่อแนะนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน วิธีการดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มประกอบด้วย 1) กลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ส้มมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ และตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน 2) กลุ่มตัวอย่างในประเทศจีน เมืองคุนหมิง ได้แก่ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน

ผลการวิจัยพบว่า ห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีนทุกองค์ประกอบในห่วงโซ่มูลค่ามีความเชื่อมโยงกับหมดในทุกขั้นตอน จะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการรับซื้อผลผลิตจากชาวสวน การคัดแยกประเภท การส่งขายไปยังผู้รวบรวมคัดบรรจุ กระบวนการคัดบรรจุ การส่งของไปขายยังประเทศจีน การกระจายสินค้าขายส่งและขายปลีกในประเทศจีน ความสำคัญในทุกขั้นตอนคือเรื่องของคุณภาพสินค้า ต้องมีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานที่ตลาดต้องการ ราคาและปริมาณในการซื้อขายมีความสัมพันธ์กันกับอุปสงค์และอุปทานของตลาด รวมไปถึงช่วงฤดูกาล เทศกาล และความต้องการของสินค้าที่ปลายทาง ผู้ที่ถือครองมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่มูลค่าของการส่งออกมังคุดมากที่สุดคือ ผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน นอกจากจะมีอำนาจต่อรองในการกำหนดราคาขายที่ปลายทางแล้วนั้น ยังเป็นผู้กำหนดราคารับซื้อในประเทศไทยด้วย หากผู้ประกอบการคัดบรรจุคนไทยสามารถที่จะส่งมังคุดออกไปขายยังตลาดประเทศจีนได้ จะทำให้ลดขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าลง และจะได้มูลค่าเพิ่มจากการส่งออกเองด้วย การส่งออกไปยังตลาดประเทศจีนเพียงอย่างเดียวอาจเป็นการสูญเสียมูลค่าที่จะเพิ่มขึ้นได้ หากมีการหาตลาดเพื่อการส่งออกมังคุดไปขายยังต่างประเทศแห่งใหม่ เช่น ประเทศไต้หวัน ประเทศอินเดีย เพิ่มขึ้นได้นั้น ก็จะเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นและราคาสินค้าก็จะดีขึ้น

55710023: MAJOR: GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT; M.B.A.

KEYWORDS: VALUE ADDED/ EXPORT/ MANGOSTEEN

KANOKRAT KHAMROD: VALUE ADDED TO EXPORT OF MANGOSTEENS FROM THAILAND TO CHINA. ADVISOR: CHAMNAN NGAMMANEE-UDOM, PH.D. 146 PAGES. 2015.

The purpose of this research was to study and analyze the activities in the value chain for exporting mangosteens from Thailand to China and to provide recommendations in adding value to the exports to China. This was carried out as a qualitative research, using in-depth interviews with two sample group including 1) the sample group in Chantaburi Province consisting of buyers from growers, entrepreneurs packaging and exporters to China and 2) the sample group in Kunming, China consisting of importers and wholesalers in China and managers of retail sales in China.

From the research it was found that the components of the value chain in exporting mangosteens to China were all connected in each process, therefore importance had to be given to the process for each activity regardless of buying from the growers, selecting the fruit, selling and transporting to the packagers, the packaging process, exporting to China and wholesale and retail distribution in China. The importance in each step of the process was product quality which had to meet market standards. The price and quantity purchased were related to market supply and demand, as well as season, festivities and demand for products at the end point. The variable in the chain with the largest portion in terms of value added exporting mangosteens was the exporter to China. In addition to having bargaining power and establishing prices at the end destination, they also determined the purchasing price in Thailand as well. If the packagers in Thailand would export directly to China, this would reduce the process in the value chain and they would benefit from the value added of exporting as well. Only exporting to China might result in loss of value added which could possibly increase. If more markets for exports are found, such as Taiwan or India, this would provide a channel to increase distribution and prices.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
วิธีการศึกษา.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	8
ขอบเขตในการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
การเพิ่มมูลค่า.....	12
ห่วงโซ่มูลค่า	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
วิธีการศึกษาวิจัย	28
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	29
การทดสอบเครื่องมือวิจัย	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	31
4 ผลการวิจัย	33
สรุปผลแบบสัมพัทธ์เชิงลึก	33
การวิเคราะห์ข้อมูลห่วงโซ่มูลค่า.....	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่ม.....	58
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	60
สรุปผลการวิจัย.....	60
อภิปรายผลการวิจัย.....	65
ข้อเสนอแนะ.....	67
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	69
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก	77
ภาคผนวก ข	95
ภาคผนวก ค	102
ภาคผนวก ง	116
ภาคผนวก จ	140
ประวัติย่อของผู้วิจัย	146

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 สถิติการส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	1
1-2 ประมาณการผลผลิตมังคุดจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2556-2557	3
1-3 สถิติการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน	3
2-1 สถิติการค้า คู่ค้าและคู่แข่งมังคุด	14
2-2 ลักษณะเกณฑ์คุณภาพของมังคุดส่งออกไปจีนแต่ละประเภท	21
4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	36
4-2 มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรม	58

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
1-2 วิธีการศึกษา.....	7
2-1 ส่วนแบ่งทางการตลาดของมังคุดไทยในจีน	13
2-2 ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า.....	17
2-3 กระบวนการรับซื้อผลผลิต	20
4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน	44
4-2 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ลี้รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน).....	45
4-3 มังคุดที่รับซื้อจากชาวสวน	46
4-4 มังคุดที่ส่งให้กับผู้ประกอบการคัดบรรจุ	46
4-5 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ)...	47
4-6 ตรวจสอบคุณภาพมังคุด	49
4-7 เครื่องคัดแยกขนาดบรรจุลงตะกร้า.....	49
4-8 ตรวจสอบคุณภาพและชั่งน้ำหนัก.....	49
4-9 ฉีดน้ำ ปิดฟองน้ำ ปิดฝา.....	50
4-10 รัศสายรัดพลาสติก.....	50
4-11 ตรวจสอบน้ำหนัก.....	50
4-12 บรรจุใส่ตู้คอนเทนเนอร์	51
4-13 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน)..	52
4-14 รถตู้คอนเทนเนอร์ 40 ฟุต	53
4-15 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดใน ประเทศจีน)	54
4-16 ตลาดผลไม้เมืองคุนหมิง ประเทศจีน	55
4-17 การกระจายสินค้าขายส่ง	55
4-18 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปลีกผลไม้ใน ประเทศจีน)	56
4-19 ผู้ค้าปลีกมารับซื้อสินค้า.....	57
4-20 ร้านค้าปลีกในตลาดคุนหมิง.....	57

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาคผนวก จ-1 กระบวนการคัดแยกและบรรจุ	141
ภาคผนวก จ-2 สินค้าสำเร็จรูปรอขนส่งออก	142
ภาคผนวก จ-3 ตลาดผลไม้เมืองคุณหมิง ประเทศจีน	143

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการค้าและการบริโภคภายในประเทศ รวมถึงการส่งออกไปขายยังต่างประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี สินค้าเกษตรของไทยเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศเป็นอย่างมาก รวมถึงยังมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี ซึ่งประเทศคู่ค้าที่สำคัญอันดับหนึ่งของไทยในการส่งออกสินค้าเกษตร ก็คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน

สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นตลาดของการส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญของไทย ซึ่งมีสินค้าส่งออกหลัก ได้แก่ ยางพารา ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไม้แปรรูป ผลไม้ สดแช่เย็น-แช่แข็งและแห้ง กุ้งสดแช่เย็น-แช่แข็ง ปลาหมึกสดแช่เย็น-แช่แข็ง เนื้อปลาสดแช่เย็น-แช่แข็ง ผักสดแช่เย็น-แช่แข็ง ไม้สดแช่เย็น-แช่แข็ง เป็นต้น (สถิติการค้าของไทยรายปี, การค้าไทย กระทรวงพาณิชย์) ซึ่งขณะนี้ผลไม้ไทยกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนอย่างมาก จากตารางที่ 1-1 จะเห็นได้ว่าไทยสามารถส่งออกผลไม้คุณภาพดีไปจีนได้ปีละกว่า 12,000 ล้านบาท (การค้าไทย กระทรวงพาณิชย์, 2557) และคาดว่ามูลค่าส่งออกจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกในทุก ๆ ปี

ตารางที่ 1-1 สถิติการค้าส่งออกผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง (การค้าไทย กระทรวงพาณิชย์, 2557)

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2556		ปี พ.ศ. 2557	
	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
จีน	13,553.5	42.3	12,592.1	30.9
ฮ่องกง	5,205.0	16.3	9,246.8	22.7
เวียดนาม	5,058.5	15.8	8,781.6	21.6
อินโดนีเซีย	1,503.5	4.7	2,345.4	5.8
สหรัฐอเมริกา	1,424.9	4.5	1,720.1	4.2

ตารางที่ 1-1 (ต่อ)

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2556		ปี พ.ศ. 2557	
	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
ญี่ปุ่น	652.2	2.0	850.3	2.1
สหรัฐอเมริกา	479.7	1.5	698.1	1.7
เกาหลีใต้	453.1	1.4	527.9	1.3
ออสเตรเลีย	379.7	1.2	446.6	1.1
สิงคโปร์	306.0	1.0	401.8	1.0
ประเทศอื่น ๆ	2,996.6	9.3	3,120.1	7.6

ปัจจุบันรัฐบาลจีนอนุญาตให้นำเข้าผลไม้ไทย จำนวน 23 ชนิด สำหรับผลไม้ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลำไย กัลยไช้ ชมพูทับทิมจันทร์ มะม่วงน้ำดอกไม้ เงาะ โรงเรียนส้มโอ มะขามหวาน มะพร้าวน้ำหอม ส้มเปลือกอ่อน น้อยหน่า และแก้วมังกร นอกจากนี้ยังมีผลไม้แปรรูปหลายชนิดกำลังเป็นที่นิยมด้วย อาทิ ลำไยอบแห้ง ทุเรียนทอดกรอบ กัลยไช้อบกรอบ ขนุนและสับปะรดกรอบ เป็นต้น นับว่าไทยเป็นตลาดส่งออกผลไม้รายใหญ่รายหนึ่งของสาธารณรัฐประชาชนจีน (สำนักงานเกษตรอำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2556)

มังคุด ราชนิแห่งผลไม้ของไทย ถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการขายเพื่อบริโภคภายในประเทศ และยังเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญในการส่งออกอีกด้วย ซึ่งจีน ถือได้ว่าเป็นตลาดที่สำคัญขนาดใหญ่ในการส่งออกมังคุดของไทย ปัจจุบัน จีนให้สิทธิเฉพาะ 4 ประเทศ คือ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และพม่า ในการส่งมังคุดเข้ามาขายในประเทศจีน ทั้งนี้ จีนเองก็สามารถปลูกมังคุดเองได้ที่มณฑลไห่หนาน (เกาะไหหลำ) แต่ยังมีผลผลิตน้อยและคุณภาพเทียบไม่ได้กับประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งก็คือประเทศไทย

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีปริมาณผลผลิตมังคุดในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ในช่วงประมาณเดือน เมษายน-มิถุนายน ของทุกปี ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตและช่วงเวลาเก็บเกี่ยวมังคุดคือ สภาพภูมิอากาศและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการออกดอกและการพัฒนาของผลมังคุด ซึ่งทำให้ในแต่ละปี ผลผลิตมังคุดที่ออกมาอาจช้าหรือเร็วไม่เท่ากัน และทำให้ปริมาณผลผลิตอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ จากตารางที่ 1-2 แสดงให้เห็นถึง ปริมาณผลผลิตมังคุดของจังหวัด

จันทบุรี มีปริมาณผลผลิตในปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2557 จำนวน 105,928 ตัน และ 102,908 ตัน ตามลำดับ โดยในปี พ.ศ. 2558 ได้มีการคาดการณ์ว่าจะมีผลผลิตมากถึง 115,032 ตัน ซึ่งผลผลิตมังคุดที่ออกมาจะถูกส่งไปขายตลาดภายในประเทศ และส่งออกตลาดต่างประเทศ ได้แก่ จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ใต้หวัน ออสเตรเลีย บางส่วนส่งผ่านประเทศตามแนวชายแดน เช่น เวียดนาม ลาว กัมพูชา (สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี, 2558)

ตารางที่ 1-2 ประมาณการผลผลิตมังคุดจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2556-2557 (สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี, 2558)

มังคุด	ปี พ.ศ. 2556	ปี พ.ศ. 2557
พื้นที่ปลูกทั้งหมด (ไร่)	137,259	136,209
พื้นที่ให้ผลทั้งหมด (ไร่)	122,460	126,688
ผลผลิตรวม (ตัน)	105,928	102,908

นอกจากนี้ จากตัวเลขสถิติการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน ตารางที่ 1-3 ยังพบว่า ได้มีการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนเป็นจำนวนมาก โดยการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศนั้น จะมีการคัดคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามมาตรฐานของมังคุดที่สามารถส่งออกได้อย่างมีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้าในตลาดปลายทาง โดยจะมีตัวแทนของผู้ส่งออกเป็นผู้ทำการคัดแยกและบรรจุสินค้าเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งตลาดเป้าหมายหลักในการส่งออกสินค้าไปขายคือ ประเทศจีน

ตารางที่ 1-3 สถิติการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (กรมศุลกากร, พ.ศ. 2558)

	ปี พ.ศ. 2556			
	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
ปริมาณ (กิโลกรัม)	3,014,219	18,808,976	31,276,640	3,953,667
มูลค่า FOB (บาท)	46,454,249	358,723,646	548,463,881	68,833,472

ตารางที่ 1-3 (ต่อ)

	ปี พ.ศ. 2557			
	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
ปริมาณ (กิโลกรัม)	815,338	10,355,380	31,131,072	10,226,918
มูลค่า FOB (บาท)	25,164,304	247,658,873	716,552,670	156,687,250

ในการขนส่งมังคุดไปยังประเทศจีน โดยส่วนใหญ่แล้ว จะใช้วิธีการขนส่งผ่านทางเรือ และทางรถซึ่งทางรถนิยมใช้เส้นทาง R3A เป็นเส้นทางคมนาคมระหว่าง 3 ประเทศ คือ ไทย ลาว และมณฑลยูนนานของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งขณะนี้ไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนกำลังใช้ประโยชน์จากเส้นทางสายนี้ในการขนส่งสินค้าผลไม้ระหว่างกัน เส้นทางผ่านทางเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผ่านเมืองห้วยทราย บ่อแก้ว หลวงน้ำทา บ่อเต็นของลาว เข้าสู่เมืองโมหาน่า จังหวัดเชียงรุ่ง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีระยะทางประมาณ 1,104 กิโลเมตร เส้นทาง R3A จะเป็นเส้นทางขนส่งผลไม้จากประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนอีกเส้นทางหนึ่งที่สำคัญ ที่จะทำให้เกิดการขยายตัวทางการค้าผลไม้ระหว่างกันเพิ่มมากขึ้น จากการเปิดเส้นทางสาย R3A นี้ จะเป็นการลดระยะเวลาในการขนส่งเหลือเพียง 2-3 วัน จากการขนส่งทางเรือ ซึ่งใช้เวลา 5-7 วัน ทำให้ผลไม้ไทยมีความสดยาวนานขึ้น และที่สำคัญจะเป็นการเพิ่มโอกาสการขยายปริมาณ และมูลค่าการค้าระหว่างไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนมากขึ้น

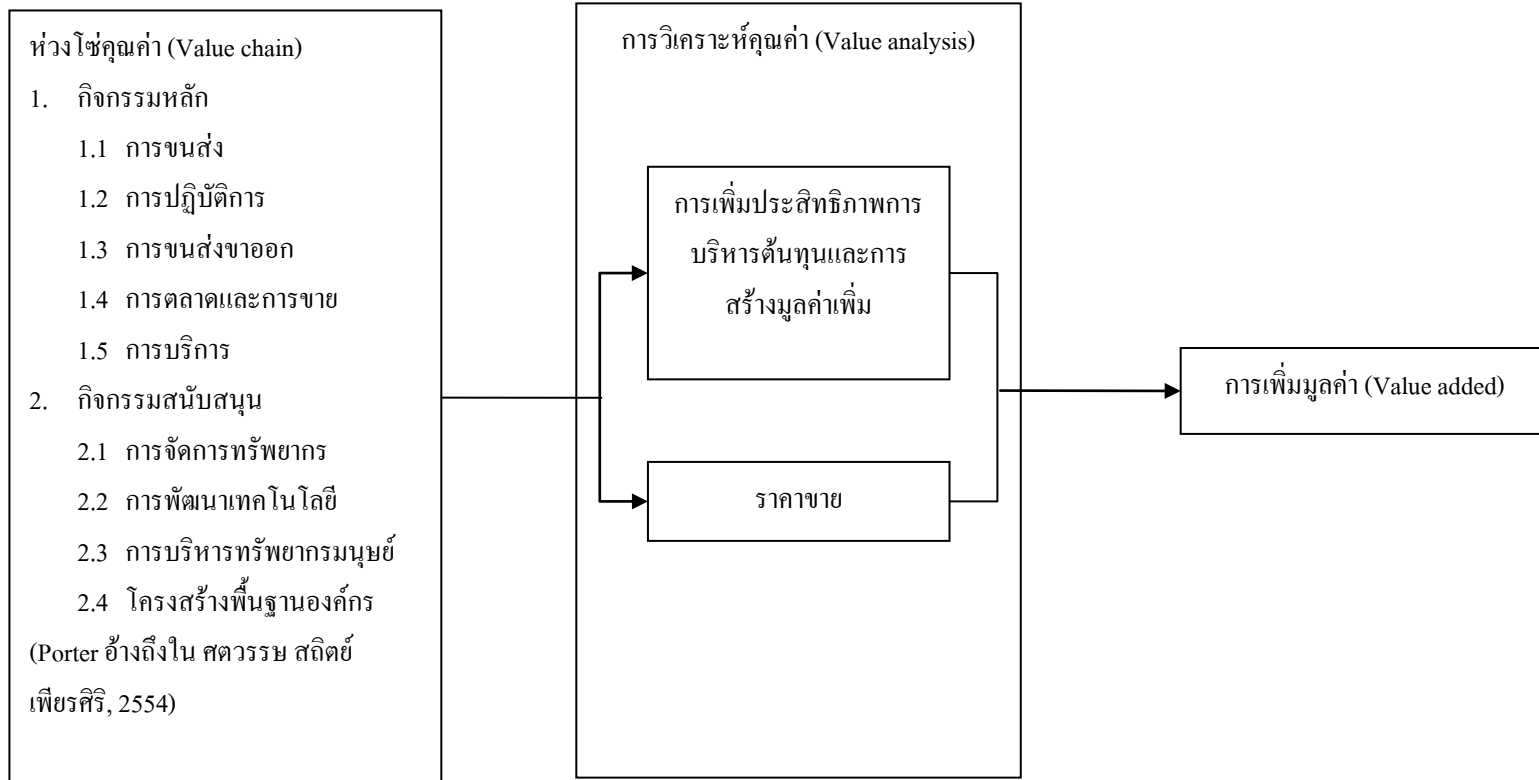
ในปัจจุบันได้มีจีนเข้ามาประเทศไทยเพื่อมองหาและติดต่อนำสินค้าเกษตรโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลไม้สด เช่น มังคุด ทุเรียน กล้วยไข่ และลำไย ส่งออกไปขายยังประเทศจีนเป็นจำนวนมาก ซึ่งโดยปกติแล้วในการส่งออกมังคุดไปขายยังประเทศจีนของจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่จะเป็นการร่วมกันทำระหว่างผู้ซื้อหรือผู้ส่งออกชาวจีนและผู้ประกอบการชาวไทยซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีหน้าที่ในการคัดแยกและบรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกจะเป็นเพียงตัวแทนในการจัดหา รวบรวมผลผลิต และทำการคัดบรรจุสินค้าเท่านั้น ไม่ใช่ผู้ส่งออกโดยตรงที่เป็นผู้ขายหรือกระจายสินค้าในตลาดประเทศจีน ซึ่งในการรับซื้อผลผลิตในประเทศไทยจากชาวสวนกับการขายสินค้าในประเทศจีนนั้น มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ขนาดไซส์ของมังคุดผิวมันใหญ่ที่รับซื้อจากชาวสวนในราคาเดียวแต่เมื่อถึงขั้นตอนการคัดบรรจุได้มีการแยกเป็น 3 ขนาดเพื่อไปขายยังประเทศจีนในราคาที่แตกต่างกันและราคาที่สูงขึ้นได้ จะเห็นได้ว่าการเป็นผู้จัดจำหน่ายในการขายตลาดปลายทางนั้นจะมีโอกาสในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ รวมถึงขั้นตอน กิจกรรม และกระบวนการต่าง ๆ ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกยังมีกิจกรรมที่สามารถจะสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกได้อีกมากมาย โดยที่ผู้ที่ได้รับ

ผลประโยชน์จากการสร้างมูลค่าเพิ่มนี้คือผู้ประกอบการคนไทย ไม่ใช่ผู้ประกอบการคนจีนแต่เพียงฝ่ายเดียว นอกจากนี้ในการเป็นผู้ผลิตและรวบรวมสินค้านั้นก็ยังมีโอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการส่งออก รวมไปถึงโอกาสและแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่จะส่งออกไปขายยังประเทศจีนได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

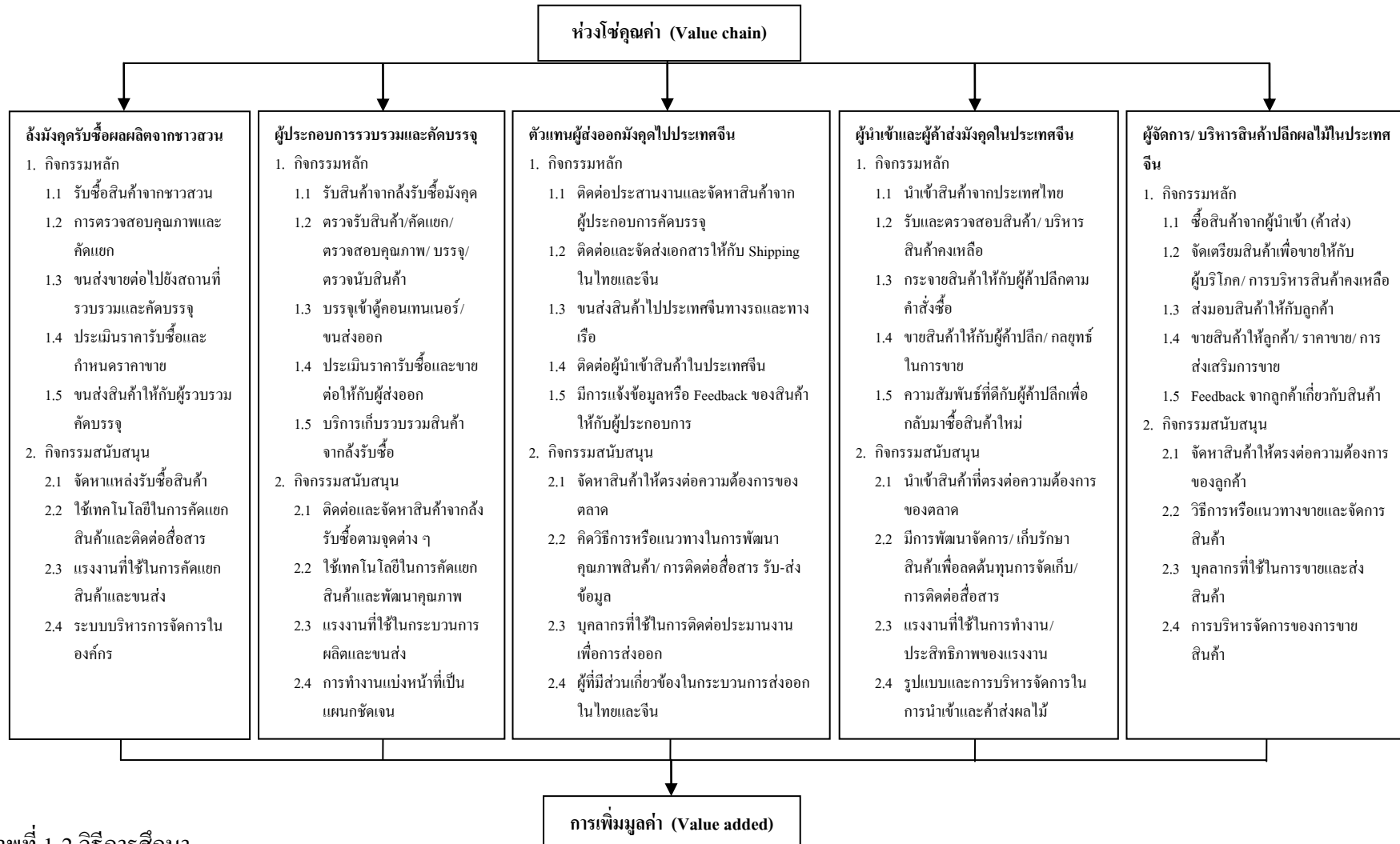
1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน
2. เพื่อแนะนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษา



ภาพที่ 1-2 วิธีการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีนของผู้ประกอบการคนไทยที่จะได้รับผลประโยชน์จากการส่งออกมังคุดไปขายยังประเทศจีนอย่างแท้จริง
2. ได้แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน
3. สามารถนำข้อมูลทางการส่งออกมังคุดของไทยในปัจจุบันมาวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคในการส่งออกมังคุดในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าและพัฒนาการส่งออกมังคุดได้
4. ศึกษาภาพในการส่งออกมังคุดที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของตลาดในประเทศจีน

ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยศึกษาถึงกระบวนการและขั้นตอนในการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain analysis) มาเป็นเครื่องมือในการสรุปผลการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคในการเพิ่มมูลค่า (Value added) ของกระบวนการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน รวมถึงการสรุปผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อที่จะสามารถทำให้การส่งออกมังคุดไปขายยังประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุด

2. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับของกระบวนการและขั้นตอนในการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน

2.1 กลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ลังมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ และตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน

2.2 กลุ่มตัวอย่างในประเทศจีน เมืองคุนหมิง ได้แก่ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และ ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการทำวิจัยในครั้งนี้เริ่มตั้งแต่ เดือนเมษายน พ.ศ. 2558 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 รวมเป็นระยะเวลา 6 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ลังมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน หมายถึง ผู้ประกอบการที่เปิดจุดรับซื้อสินค้าโดยตรงจากชาวสวนผลไม้ที่ทำการเก็บผลผลิตมาขาย และทำการคัดแยกประเภทสินค้าก่อนที่จะส่งต่อไปขายยังผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ
2. ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ หมายถึง ผู้ประกอบการที่รับซื้อสินค้าจากลังมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน จากนั้นมาทำการคัดแยกเพื่อบรรจุสินค้าลงตะกร้าโดยผ่านกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อนำสินค้าส่งออกไปขายยังประเทศปลายทาง
3. ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน หมายถึง บุคคลหรือผู้ประกอบการชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่เป็นตัวแทนในการติดต่อซื้อขายหรือดำเนินการจัดส่งสินค้าเพื่อไปขายยังประเทศจีน โดยอาจเป็นบุคคลเดียวกันกับผู้ส่งออกโดยตรงหรือเป็นคนกลางในการติดต่อสื่อการกันในกระบวนการส่งออกสินค้านี้ระหว่างผู้ประกอบการชาวไทยกับชาวจีน
4. ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน หมายถึง ผู้รับสินค้าที่ส่งออกมาจากประเทศไทย เพื่อทำการขายหรือกระจายสินค้าให้กับผู้ขายปลีกอีกทอดหนึ่ง ณ ตลาดค้าส่งผลไม้ปลายทาง ซึ่งในที่นี้คือ ตลาดผลไม้ในประเทศจีน
5. ผู้จัดการ/บริหารสินค้านำปลีกผลไม้ในประเทศจีน หมายถึง ผู้รับซื้อสินค้าจากผู้นำเข้าหรือผู้ขายส่ง และเป็นผู้ขายหรือผู้กระจายสินค้า ไปสู่ผู้บริโภค
6. ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมภายในองค์กรที่มีความเชื่อมโยงกันในกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของผลผลิตที่ได้ โดยในแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า
7. กิจกรรมหลัก หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตสินค้าและบริการโดยตรง การส่งมอบให้กับลูกค้า รวมทั้งบริการหลังการขาย
8. การขนส่ง หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับ การคัดสรร การจัดเก็บและแจกจ่ายวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ การขนส่ง การจัดการสินค้าคงเหลือ
9. การปฏิบัติการ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมา เป็นสินค้าและบริการ เป็นขั้นตอนการผลิต ซึ่งจะรวมถึงการบำรุงรักษาเครื่องจักร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

10. การขนส่งขาออก หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่าย สินค้าและบริการไปยังลูกค้า

11. การตลาดและการขาย หมายถึง กิจกรรมที่ทำเพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักของลูกค้า และพยายาม โน้มน้าว ชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย

12. การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าใช้สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้ การติดตั้ง การซ่อมบำรุง บริการอะไหล่ และการรับประกันต่าง ๆ

13. กิจกรรมสนับสนุน หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่คอยช่วยส่งเสริมและสนับสนุน หรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปโดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ

14. การจัดการทรัพยากร หมายถึง กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหาวัตถุดิบ เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก ไม่ว่าจะเป็นการเลือกแหล่งวัตถุดิบ การเลือกวิธีการในการส่งมอบสินค้าและบริการ แก่ลูกค้า การเจรจาต่อรองกับซัพพลายเออร์

15. การพัฒนาเทคโนโลยี หมายถึง กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีของอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

16. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

17. โครงสร้างพื้นฐานองค์กร หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ที่ผลิตข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจและการดำเนินงานต่าง ๆ ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร ฝ่ายกฎหมาย

18. การวิเคราะห์คุณค่า หมายถึง การวิเคราะห์ถึงประสิทธิภาพและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้าของผลผลิตที่ได้ในห่วงโซ่คุณค่า

19. ต้นทุน หมายถึง ราคาผลผลิตที่ทำการรับซื้อ หรือส่งต่อมาในกระบวนการส่งออก ขั้นตอนต่าง ๆ ในที่นี้หมายถึงรวมถึง ผลรวมของ ราคารับซื้อผลผลิต ค่าแรง ค่าขนส่ง ค่าดำเนินการ และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือความหมายอีกนัยหนึ่งคือ ราคาขายของผู้ประกอบการส่งออกในขั้นตอนก่อนหน้าคือส่วนหนึ่งของต้นทุนของผู้ประกอบการขั้นต่อไป ในงานวิจัยนี้ใช้หน่วยวัดเป็นราคาบาทต่อกิโลกรัม

20. การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและการสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การพัฒนา

บริหารจัดการต้นทุนสินค้าที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต เช่น การลดต้นทุน การจัดการความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิต ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์หรือผลกำไรในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น

21. ราคาขาย หมายถึง ราคาหรือจำนวนเงินที่ผู้ประกอบการขายสินค้าต่อไปให้แก่ผู้ประกอบการที่รับซื้ออีกทอดหนึ่ง ซึ่งราคาขายนี้คือผลรวมของต้นทุนสินค้าบวกกำไรที่ได้ ในงานวิจัยนี้ใช้หน่วยวัดเป็นราคาบาทต่อกิโลกรัม

22. การเพิ่มมูลค่า หมายถึง การพิจารณาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่า ที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ช่วยให้สามารถขายสินค้าและบริการได้ในราคาที่เพิ่มขึ้นหรือขายได้ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

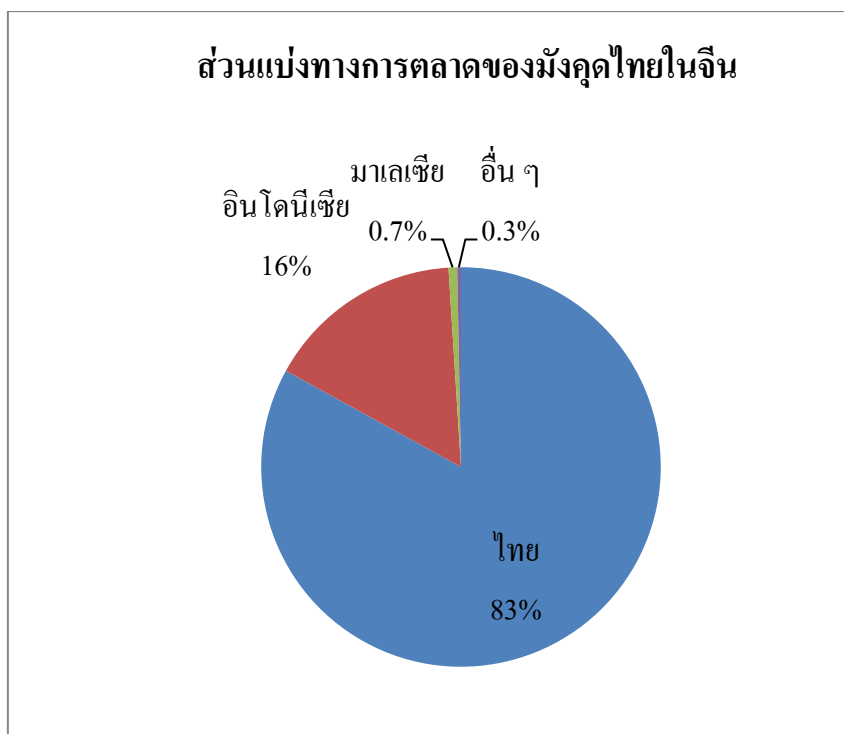
ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการทำวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออก มังคุดไทยไปยังประเทศจีน” โดยได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา วิจัยนี้ ดังต่อไปนี้

1. การเพิ่มมูลค่า (Value added)
2. ห่วงโซ่มูลค่า (Value chain)
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเพิ่มมูลค่า (Value added)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือกิจกรรมใดก็ตามที่เป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มมูลค่าโดยการผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง (Differentiation) ทำให้สามารถตั้งราคาที่สูงกว่าท้องตลาดได้ หรือการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) ช่วยให้ผู้สามารถแข่งขันได้ด้วยการตั้งราคาที่ต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง (Porter, 1980 อ้างถึงใน โจแอน มาเกรตตา, 2557)

ปัจจุบันประเทศจีนถือได้ว่าเป็นตลาดคู่ค้าในการส่งออกมังคุดของไทยที่สำคัญเป็นอันดับหนึ่ง จากสถิติของทางการจีน ปี พ.ศ. 2553 จีนนำเข้ามังคุดจากประเทศต่าง ๆ ประมาณ 1,000 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นการนำเข้ามังคุดจากแค่ 4 ประเทศ คือ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และพม่า สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะปัจจุบัน จีนให้สิทธิเฉพาะ 4 ประเทศนี้ในการส่งมังคุดเข้ามาขายในประเทศจีน จากภาพที่ 2-1 ยอดการนำเข้ามังคุดของจีน ในปี พ.ศ. 2553 จะเห็นว่า มังคุดไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 83 โดยไทยส่งออกมังคุดมาจีน จำนวน 47,610,000 กิโลกรัม มูลค่า 813.6 ล้านบาท ขณะที่มังคุดอินโดนีเซีย และมังคุดมาเลเซีย มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 16 และ 0.7 ตามลำดับ (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2554)



ภาพที่ 2-1 ส่วนแบ่งทางการตลาดของมังคุดไทยในจีน (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2554)

จากตารางที่ 2-1 จะเห็นได้ว่า ในปี พ.ศ. 2556 มีการส่งออกมังคุดคิดเป็นร้อยละ 80 ส่วนการบริโภคภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งการส่งออกมังคุดมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ จีน ฮองกง เวียดนาม ไต้หวัน เกาหลีใต้ ซึ่งประเทศคู่ค้าในการส่งออกที่มีปริมาณมากที่สุดคือ ประเทศจีน

ตารางที่ 2-1 สถิติการค้า คู่ค้าและคู่แข่งมังคุด (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2557)

รายการ	ปี พ.ศ. 2554	ปี พ.ศ. 2555	ปี พ.ศ. 2556
1. ใช้ในประเทศ (ตัน)	34,598	60,857	56,026
2. ส่งออกรวม (ตัน)	111,717	149,398	215,865
- มังคุดสด			
ปริมาณ (ตัน)	111,451	148,844	215,182
มูลค่า (ล้านบาท)	2,054	2,874	4,251
- มังคุดแช่แข็ง			
ปริมาณ (ตัน)	265	554	683
มูลค่า (ล้านบาท)	17	45	45
3. ราคาส่งออก (บาท/ ตัน)			
- มังคุดสด	18,428	19,311	19,757
- มังคุดแช่แข็ง	63,564	81,215	66,095
4. คู่ค้าที่สำคัญ			
- มังคุดสด	เวียดนาม จีน ฮองกง		
- มังคุดแช่แข็ง	เกาหลีใต้ ใต้หวัน ฮองกง		
5. คู่แข่งที่สำคัญ	อินโดนีเซีย เวียดนาม		

ผลไม้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย โดยผลไม้สามารถทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท และผลไม้ไทยยังเป็นที่นิยมบริโภคกันทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ความต้องการบริโภคผลไม้ฉบับวันจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสาเหตุหลักคือจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นและความสนใจในสุขภาพก็มีมากขึ้นด้วย ในการผลิตผลไม้ถือว่าไทยเป็นประเทศที่มีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตผลไม้เมืองร้อนหลากหลายชนิด ตั้งแต่ภาคเหนือจนถึงภาคใต้ ส่วนฤดูกาลให้ผลผลิตผลไม้แต่ละชนิดก็ยังคงแตกต่างกันไปในแต่ละสภาพพื้นที่ของแต่ละภาค จึงเป็นข้อดีประการหนึ่งที่ส่งผลให้ไทยมีผลไม้หลากหลายชนิดหมุนเวียนออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี แหล่งนำเข้าผลไม้ไทยที่สำคัญของจีนอยู่ในเขตมณฑลกวางตุ้ง โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งในตลาดขายส่งผลไม้หนานไห่ ซึ่งเป็นตลาดนำเข้าผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดของจีน โดยผู้นำเข้าผลไม้ของจีนจะมีตัวแทนรับซื้อร่วมทุนกับฝ่ายไทยในการรวบรวมผลไม้ไทยก่อนส่งมายังจีน

กรณีของการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน ยังคงมีปริมาณความต้องการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลตรุษจีน เชนเหม้ง วันแรงงาน ประเทศจีนจะยังมีความต้องการสินค้าในปริมาณมาก อาจทำให้มังคุดจากไทยส่งออกไปไม่เพียงพอต่อความต้องการ แต่ในขณะเดียวกันตลาดปลายทางของประเทศจีนก็มีการแข่งขันกันสูงมากเนื่องจากจำนวนผู้ขายที่มีเพิ่มมากขึ้น

ในกิจกรรมการเพิ่มมูลค่าสินค้าการส่งออกมังคุด มาตรฐานของสินค้าที่จะส่งไปประเทศจีน คนจีนหรือผู้กระจายสินค้าและลูกค้าปลายทางจะเหมือนเป็นผู้กำหนด เนื่องจากผู้ประกอบการคนไทยในการเป็นผู้รวบรวมและคัดบรรจุสินค้าไม่ได้เป็นผู้ขายสินค้าปลายทางเอง แต่ในส่วนของกระบวนการผลิต ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าจะสามารถทำได้โดยการลดต้นทุนในสิ่งที่ไม่จำเป็นต่อกระบวนการผลิต หรือลดต้นทุนในส่วนของการเกิดของเสียหายในกระบวนการผลิตได้

ดังนั้นคุณภาพสินค้าถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการขายสินค้า เพราะหากคุณภาพสินค้าไม่เป็นที่พึงพอใจต่อลูกค้า การกระจายสินค้าปลายทางก็อาจจะไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร แต่หากมีการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นก็จะเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าไปยังประเทศจีนได้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ในส่วนของการเพิ่มมูลค่าสินค้าจะทำการวิเคราะห์ในเรื่องของต้นทุนและราคาขายในแต่ละกระบวนการขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน เพื่อแสดงให้เห็นถึงมูลค่าเพิ่มที่ควรจะได้รับและมูลค่าเพิ่มที่จะสามารถสร้างขึ้นในกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ได้

ห่วงโซ่มูลค่า (Value chain)

Porter (1980 อ้างถึงใน ศตวรรษ สติชัยเพียรศิริ, 2554) กล่าวว่า ห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิดคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้นสามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมากน้อยเพียงใด โดยใช้ห่วงโซ่มูลค่าในการแยกกิจกรรม ดูประสิทธิภาพของบริษัท เพื่อการพัฒนา และความสามารถในการแข่งขัน

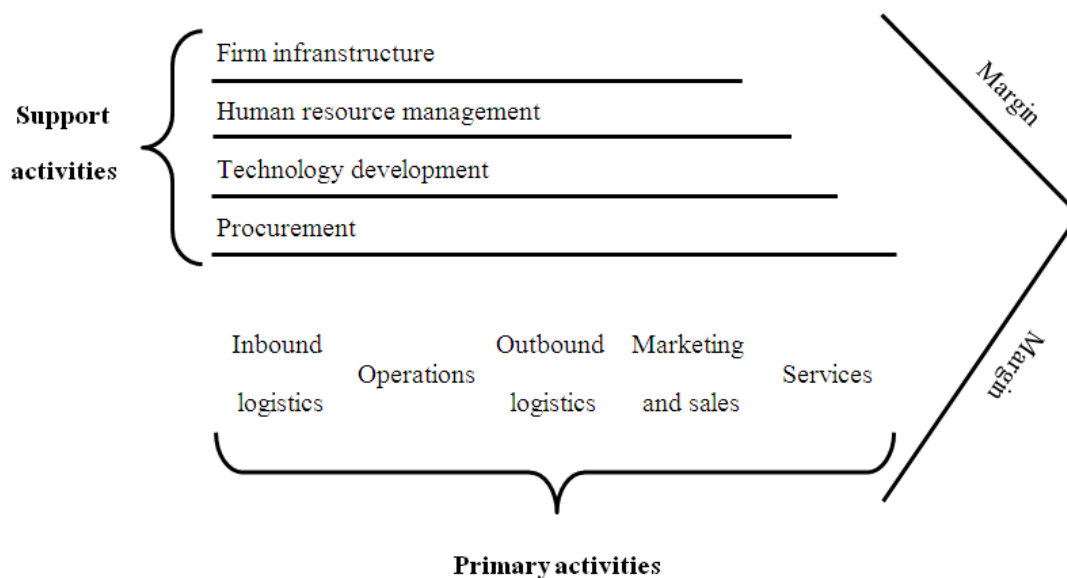
เพียร์เซ่ และ โรบินสัน (2548) ห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) คือ สายโซ่กิจกรรมที่เปลี่ยนสภาพของปัจจัยนำเข้าไปเป็นผลผลิตซึ่งมีคุณค่าต่อลูกค้า คุณค่าของลูกค้าเกิดจาก 3 แหล่งพื้นฐาน

ประกอบด้วย กิจกรรมซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่าง กิจกรรมซึ่งลดต้นทุนให้ต่ำลง และกิจกรรมซึ่งสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

พิบูล ทีปะปาล (2546) กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) สามารถเป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งจุดอ่อนของบริษัทได้เป็นอย่างดี โดยมองว่า ห่วงโซ่แห่งกิจกรรม (Chain of activities) ที่สร้างคุณค่า (Value) ต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนกับลูกโซ่เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า โดยในแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) เป็นช่วง ๆ นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย เข้าสู่กิจกรรมทางการผลิตจนกระทั่งผ่านออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และสิ้นสุดลงเมื่อผู้จัดจำหน่ายขายผลิตภัณฑ์นั้นถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย รวมทั้งการบริการหลังการขาย (After sales service)

ดังนั้น ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) จึงแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมภายในองค์กรที่มีความเชื่อมโยงกันในกระบวนการการเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้า (Input) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของผลผลิต (Output) ที่ได้ โดยในแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า แนวความคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร ทั้งนี้โดยองค์กรอาจนำระบบสารสนเทศในกิจกรรมเหล่านั้นมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการสร้างกำไรขององค์กรซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการสร้าง Value ให้กับลูกค้าและลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของตนเอง ดังภาพที่ 2-2 รายละเอียดกิจกรรมมีดังต่อไปนี้

The value chain M.E. Porter (1980)



ภาพที่ 2-2 ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) (ศตวรรษ สถิตย์เพียรศิริ, 2554)

1. กิจกรรมหลัก (Primary activities) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตสินค้าและบริการ โดยตรง การส่งมอบให้กับลูกค้า รวมทั้งบริการหลังการขาย กิจกรรมหลักประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรม ได้แก่

1.1 การขนส่ง (Inbound logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับ การคัดสรร การจัดเก็บและแจกจ่ายวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ การขนส่ง การจัดการสินค้าคงเหลือ

1.2 การปฏิบัติการ (Operations) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมา เป็นสินค้าและบริการ เป็นขั้นตอนการผลิต ซึ่งจะรวมถึงการบำรุงรักษาเครื่องจักร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3 การขนส่งขาออก (Outbound logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and sales) หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักของลูกค้า และพยายามโน้มน้าว ชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย

1.5 การบริการ (Services) หมายถึง กิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าใช้สินค้า

และบริการอย่างต่อเนื่องที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้ การติดตั้ง การซ่อมบำรุง บริการอะไหล่ และการรับประกันต่าง ๆ

2. กิจกรรมสนับสนุน (Support activities) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่คอยช่วยส่งเสริมและสนับสนุน หรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปโดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การจัดการทรัพยากร (Procurement) หมายถึง กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหา Input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก ไม่ว่าจะเป็นการเลือกแหล่งวัตถุดิบ การเลือกวิธีการในการส่งมอบสินค้าและบริการแก่ลูกค้า การเจรจาต่อรองกับ Supplier

2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) หมายถึง กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีของอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

2.3 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

2.4 โครงสร้างพื้นฐานองค์กร (Firm infrastructure) หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ที่ผลิตข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจและการดำเนินงานต่าง ๆ ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร ฝ่ายกฎหมาย

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและสอดคล้องของทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนซึ่งจะทำงานประสานงานเป็นไปในทางเดียวกันทั้งองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในห่วงโซ่มูลค่าได้อย่างสูงสุด

กระบวนการผลิตมังคุดที่มีคุณภาพ

มังคุดที่มีคุณภาพ (มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2546) จะต้องได้รับการดูแลเป็นอย่างดีจากชาวสวนทั้งการดูแล บำรุง รักษา การใช้ปุ๋ย ยา หรือสารเสริมต่าง ๆ รวมถึงขั้นตอนในการเก็บเกี่ยวที่ต้องมีความระมัดระวังเป็นอย่างดี ไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อผลมังคุด เนื่องจากผลผลิตที่คุณภาพดีจะเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมังคุดที่มีคุณภาพดีนั้นนอกจากจะต้องมีผิวที่สวยงามแล้ว จะต้องไม่มีอาการผิดปกติของมังคุด อันได้แก่อาการเนื้อแก้ว คือ ลักษณะอาการที่เนื้อมังคุดเมื่อสุกมีลักษณะใสและแข็ง และ อาการยางไหล ภายในผลเกิดจากสาเหตุเดียวกันกับการเกิดอาการเนื้อแก้ว (เพ็ญศรี สาวัดดี และราตรี เม่นประเสริฐ, 2549) นอกจากนี้ยังมีข้อกำหนดเรื่องคุณภาพขั้นต่ำของมังคุดทุกชั้นมาตรฐานต้องมี

คุณภาพดังต่อไปนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้น และเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้มีได้ตามที่ระบุไว้ได้แก่

1. เป็นมังคุดทั้งผล
2. มีกลิ่นเลี้ยวและขี้ผล
3. ผลมีความสด
4. ไม่แตกร้าวและไม่เน่าเสีย
5. สะอาดและปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้
6. ไม่มีศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อรูปลักษณะทั่วไปของผลผลิต
7. ไม่มีความเสียหายของผลผลิตเนื่องจากศัตรูพืชหรือสาเหตุอื่น ที่มีผลกระทบต่อ

คุณภาพของเนื้อมังคุด

8. ปลอดภัยจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำหรืออุณหภูมิสูง
9. ปลอดภัยจากกลิ่นและรสชาติแปลกปลอม หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง
10. สามารถผ่าเปลือกผลได้ง่ายและสามารถแยกเนื้อเลี้ยวออกจากผลได้
11. ผลมังคุดต้องแก่ระยะสายเลือด (สีเปลือกเกิดจุดแต้มหรือประสีม่วงแดง) เป็นอย่างน้อย เพื่อให้สามารถพัฒนาเป็นผลสุกได้ และอยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง
12. ขนาดของผลจะพิจารณาจากน้ำหนัก หรือเส้นผ่านศูนย์กลางที่วัดตามแนวขวางของผลมังคุดซึ่งต้องได้ตามมาตรฐานที่ตลาดต้องการ

ในกระบวนการการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน ดังภาพที่ 2-3 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการรับซื้อผลผลิตโดยเริ่มต้นจาก ล้งรับซื้อมังคุดที่ทำการซื้อผลผลิตจากชาวสวน จากนั้นล้งรับซื้อจะทำการคัดแยกประเภทและขนาดของมังคุด แล้วจึงส่งขายต่อไปยังผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมและคัดบรรจุมังคุดที่ได้คุณภาพเพื่อการส่งออก ซึ่งจะมีการประสานงานกับทางตัวแทนผู้ส่งออกเพื่อทำการส่งออกมังคุดไปขายยังตลาดปลายทางคือประเทศจีน



ภาพที่ 2-3 กระบวนการรับซื้อผลผลิต

จากกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตเพื่อส่งออกนี้สามารถนำมาวิเคราะห์โดยใช้ห่วงโซ่มูลค่า ในด้านกิจกรรมหลัก (Primary activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ได้ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมหลัก (Primary activities)

1.1 การขนส่ง (Inbound logistics)

ในกระบวนการรับของเข้าเพื่อมาทำการคัดบรรจุ จะมีการรับของจากถึงรับซื้อมังคุดที่ทำการรับซื้อมังคุดจากชาวสวนจากจุดต่าง ๆ แล้วทำการคัดแยกประเภทก่อนที่จะทำการขนส่งโดยใช้รถกระบะมาถึงจุดรับของของผู้ประกอบการคัดบรรจุ โดยจุดรับของจะมีการตรวจสอบซึ่งน้ำหนัก ตรวจสอบน้ำหนัก และทำการเก็บสินค้าเข้าที่เพื่อรอขั้นตอนในการ Packing ต่อไป

1.2 การปฏิบัติการ (Operations)

มังคุดที่จะสามารถนำมาทำการ Packing เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีนนั้นจะแยกเป็นประเภทได้ดังตารางที่ 2-2 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะเกณฑ์คุณภาพของมังคุดส่งออกไปจีนแต่ละประเภท ในขั้นตอนการผลิต จะทำการจ่ายมังคุดแต่ละประเภทลงเครื่องคัดแยก โดยมีแรงงานคนในการคัดเลือกมังคุดที่ไม่ได้มาตรฐานออก หรือมังคุดที่มีผลสีเขียวที่ยังไม่สามารถนำไปบรรจุลงตะกร้าได้จะคัดออกเพื่อนำไปป่มให้มีสีแดงก่อน จากนั้นมังคุดจะถูกลำเลียงไปตามสายพานเข้าเครื่องคัดแยกขนาดลูกบรรจุลงตะกร้า ก่อนที่จะทำการซึ่งน้ำหนักจะมีการตรวจสอบความเรียบร้อย

ในขั้นตอนสุดท้ายโดยทำการคัดเลือกหรือตกแต่งมังคุดหน้าตะกร้าให้สวยงาม มีการติดสติ๊กเกอร์บอกขนาดและสติ๊กเกอร์ชี้ห่อ จากนั้นนำไปชั่งน้ำหนัก ถัดมา ปิดฟองน้ำ และปิดฝาตะกร้า รััดตะกร้าด้วยสายรัดพลาสติกและนำสินค้าลงพาเลทเพื่อรอนับจำนวนขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ต่อไป

ตารางที่ 2-2 ลักษณะเกณฑ์คุณภาพของมังคุดส่งออกไปจีนแต่ละประเภท

ประเภทมังคุด	ร้อยละปริมาณตกรกระที่ผิว มังคุด	ขนาด	ข้าวผล
ผิวมันหูกเขียว	ผิวมังคุดไม่มีตกรกระหรือมี ตกรกระน้อยกว่าร้อยละ 10	A = 70-79 กรัม AA = 80-89 กรัม AAA = 90-99 กรัม AAAA = 100-109 กรัม AAAAA = > 110 กรัม	ข้าวผลมีสีเขียว
ผิวมันหูกแดง	ผิวมังคุดไม่มีตกรกระหรือมี ตกรกระน้อยกว่าร้อยละ 10	AAA = 90-99 กรัม AAAA = 100-109 กรัม AAAAA = > 110 กรัม	ข้าวผลมีสีเขียว อมแดง
ผิวมันลาย	ผิวมังคุดมีตกรกระน้อยกว่า ร้อยละ 30	L = 80 XL = 90-99 กรัม XXL = 100-109 กรัม XXXL = > 110 กรัม	ข้าวผลมีสีเขียว
ผิวตกรกระ	ผิวมังคุดมีตกรกระน้อยกว่า ร้อยละ 50	L = 80 XL = 90-99 กรัม XXL = 100-109 กรัม XXXL = > 110 กรัม	ข้าวผลมีสีเขียว

1.3 การขนส่งขาออก (Outbound logistics)

หลังจากที่ทำการ Packing เรียบร้อยแล้วจึงทำการนับจำนวนสินค้าและทำการขนถ่ายสินค้าขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งในกระบวนการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์จะเป็นผู้ทำความเย็น มีการควบคุมอุณหภูมิอยู่ที่ 13 องศาเซลเซียส ช่องทางการขนส่งจะใช้ทางรถเส้นทาง R3A และทางเรือ

ซึ่งทางรถจะใช้เวลา 3-4 วัน ส่วนทางเรือใช้เวลา 5-7 วัน โดยปลายทางประเทศจีนคือ เมืองกวางโจว ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ คุณหมิง

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and sales)

คุณภาพเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการผลิตสินค้า เพราะหากสินค้าไม่มีคุณภาพเกิดความเสียหายถูกส่งไปทางลูกค้าปลายทางจะเกิดความไม่ไว้วางใจและอาจลดความต้องการสินค้าลง เนื่องจากปลายทางตลาดของจีนมีการแข่งขันกันสูงมาก มังคุดจากจันทบุรีที่ส่งไปขายยังประเทศจีนนั้นมีจำนวนมากหลายยี่ห้อ ดังนั้นหากคุณภาพของที่ส่งไปดีก็จะสามารถขายสินค้าได้ติดตลาด และสามารถได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นด้วย

1.5 การบริการ (Services)

มีการติดตามคุณภาพของสินค้าที่ถูกส่งไปอยู่เสมอ มีการติดตามผลและ Feedback จากลูกค้า เพื่อนำกลับมาปรับปรุงคุณภาพในการผลิตสินค้าครั้งต่อไป

2. กิจกรรมสนับสนุน (Support activities)

2.1 การจัดการทรัพยากร (Procurement)

ในส่วนของการจัดซื้ออุปกรณ์และวัตถุดิบ ในส่วนของอุปกรณ์การ Packing ได้มีการติดต่อเจรจากับ Supplier เพื่อให้ทำการส่งสินค้าได้อย่างตรงเวลาและได้ตรงตามมาตรฐาน ในส่วนของการจัดซื้อวัตถุดิบ คือ มังคุด นั้น ในแต่ละวันจะต้องมีการตรวจสอบข้อมูลราคาตลาดโดยทั่วไป และทำการแจ้งราคาให้กับลูกค้าที่เป็นล้งรับซื้อสินค้าจากชาวสวนรวมถึงมีการแจ้งปัญหาในเรื่องของคุณภาพกับลูกค้าเพื่อให้ทำการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ตรงตามมาตรฐานจึงจะสามารถรับซื้อสินค้าได้ในปริมาณมากได้ แต่หากสินค้าที่มาไม่ได้คุณภาพก็ต้องมีการจำกัดจำนวนการรับของได้

2.2 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development)

ปัจจุบันเทคโนโลยีในการสื่อสารมีส่วนช่วยในการทำงานได้อย่างรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น เช่น หากมีข้อมูล Feedback จากลูกค้าทางประเทศจีนก็จะส่งข้อมูลมาให้ทันทีทาง Line เพื่อนำมาทำการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตในครั้งต่อไป นอกจากนี้ในกระบวนการผลิต ยังได้มีการใช้เครื่องคัดมังคุดในการคัดแยกขนาดของลูกมังคุดซึ่งจากเดิมใช้แรงงานคนทั้งหมด เป็นการลดปริมาณแรงงานคนและจำนวนค่าแรง รวมถึงยังสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นด้วย เนื่องจากแรงงานคนที่ใช้จะต้องทำงานได้ทันเวลากับเครื่องจักร

2.3 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management)

เนื่องจากมังคุดเป็นผลไม้ที่มีเป็นฤดูกาล แรงงานจึงไม่ใช่พนักงานประจำ เป็นแรงงานในท้องถิ่น แรงงานที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและแรงงานต่างชาตินักกัมพูชาเป็นส่วนใหญ่

ในการคัดเลือกคนทำงาน จะวางคนทำงานให้เหมาะกับตำแหน่งงานที่ทำ โดยดูจากทักษะ ความสามารถและความเหมาะสม

2.4 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm infrastructure)

มีการวางตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายรับของเข้า ฝ่ายผลิต ฝ่ายตรวจนับสินค้า ฝ่ายตรวจสอบสินค้า ฝ่ายบัญชี เป็นต้น

ในแต่ละกระบวนการขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าจะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันทุกส่วน ทำให้หากเกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานก็จะต้องมีการปรับปรุงการทำงานในแต่ละกระบวนการเพื่อให้การทำงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในกระบวนการรับซื้อผลผลิตมังคุดเพื่อการส่งออกไปขายยังประเทศจีน ได้มีการแบ่งกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในการส่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ล้งมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และ ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน ซึ่งในแต่ละกลุ่มก็ได้มีรายละเอียดกิจกรรมในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. ล้งมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน

ล้งรับซื้อมังคุดจะทำการรับซื้อมังคุดจากชาวสวนในจุดต่าง ๆ ทั้งที่มีการเปิดซื้อเป็นหน้าร้านถาวรและมีการรับซื้อตามข้างทางในจุดต่าง ๆ โดยในการรับซื้อจะทำการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าเพื่อประเมินราคาในการรับซื้อ หลังจากรับซื้อแล้วจะทำการรวบรวมสินค้าเพื่อทำการคัดแยกประเภทสินค้า และขนส่งไปขายต่อยังสถานที่รวบรวมและคัดบรรจุ ซึ่งมีทั้งที่รับไปขายตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ เช่น จีน เวียดนาม กัมพูชา ขึ้นอยู่กับชนิดของมังคุดและความต้องการของตลาดนั้น ๆ

2. ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ

จะทำการรับสินค้าจากล้งรับซื้อ โดยมีทั้งแบบที่ล้งรับซื้อทำการขนส่งมาให้เองและผู้ประกอบการเป็นผู้เก็บรวบรวมเอง จากนั้นทำการตรวจสอบสินค้าว่ามาถูกต้องครบตามจำนวนหรือไม่ ในกระบวนการคัดบรรจุ จะทำการคัดแยกสินค้าและตรวจสอบคุณภาพเพื่อให้ตรงตามมาตรฐานของมังคุดที่กำหนดในการส่งออก จากนั้นทำการคัดแยกขนาด และบรรจุลงตะกร้า มีการตรวจสอบคุณภาพในขั้นตอนสุดท้ายก่อนการชั่งน้ำหนัก และการ Packing หลังจากนั้นจะทำการตรวจนับสินค้าในแต่ละประเภท ทำการเคลื่อนย้ายสินค้าขึ้นตู้คอนเทนเนอร์แช่เย็น และทำการขนส่งออกไปยังประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบคุณภาพจากทางหน่วยงานเกษตรตรวจโรคพืชก่อนการขนส่งออกเพื่อข้ามด่านตรวจที่เขียงของผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ จะมีการติดต่อประสานงานกันตัวแทนผู้ส่งออกเพื่อทำการส่งและแลกเปลี่ยนข้อมูลของสินค้า

3. ตัวแทนผู้ส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน

จะทำการติดต่อกับผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุและติดต่อกับบริษัท

Forwarder หรือ Shipping เพื่อทำการจัดส่งรายละเอียดและข้อมูลของสินค้าที่จะทำการขนส่งออก รวมทั้งยังแจ้งข้อมูลให้กับทาง Shipping ประเทศจีน เนื่องจากในการขนส่งทางรถผ่านเส้นทาง R3A จะต้องมีการขนส่งออกไปทางด่านเชียงของของไทยไปยังประเทศลาว ไปทำการเปลี่ยนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์ที่ บ่อเต็น ประเทศลาว โดยมีรถตู้คอนเทนเนอร์ของจีนมารับสินค้าและขนส่งต่อไปยังประเทศจีนปลายทาง นอกจากนี้ตัวแทนผู้ส่งออกจะทำการติดต่อและแจ้งข้อมูลให้กับผู้นำเข้าสินค้าในประเทศจีนเพื่อจะได้ทราบถึงจำนวนสินค้าและระยะเวลาที่สินค้าจะเดินทางไปถึง

4. ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมั่งคุดในประเทศจีน

ผู้นำเข้าจะทำการรับสินค้าจากการขนส่ง และทำการติดต่อประสานงานกับทางผู้ค้าปลีกในประเทศจีนเพื่อทำการขายและกระจายสินค้าให้กับผู้ค้าปลีก โดยในการขายนั้นบางผู้นำเข้าจะมีทั้งลูกค้าขาประจำที่จะมารับสินค้าและลูกค้าใหม่ที่มาทำการเลือกซื้อ อาจใช้กลยุทธ์ในการขายที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลในการนำเสนอสินค้า

5. ผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน

ทำการรับซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งเพื่อนำไปขายต่อยังจุดต่าง ๆ โดยสินค้าที่ทำการเลือกซื้อมาจะครอบคลุมตามความต้องการของผู้บริโภค จัดเตรียมสินค้าเพื่อเสนอขายและขายสินค้าให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคในขั้นตอนสุดท้าย

กระบวนการส่งมั่งคุดไปขายสิ่งสำคัญที่สุดคือเรื่องของคุณภาพสินค้า ซึ่งทั้งในกระบวนการผลิตและกระบวนการขายสินค้าจะได้รับ ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ของลูกค้า เพื่อทำการรับทราบปัญหาคุณภาพ และมาทำการปรับปรุงคุณภาพในการจัดหาและผลิตสินค้าในครั้งต่อไป โดยที่ผู้ค้าปลีกจะได้รับคำติชมเสนอแนะจากผู้บริโภคถึงความต้องการในสินค้านั้น ๆ จากนั้นข้อมูลย้อนกลับที่ได้ จะถูกส่งต่อกลับเป็นทอด ๆ ไปยังผู้นำเข้าในจีน ตัวแทนผู้ส่งออก และผู้ประกอบการในประเทศไทย ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้ อาจมาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อมูลรูปภาพ ตัวอักษร ข้อมูลจากการสนทนาพูดคุย หรือข้อมูลจากคำสั่งซื้อสินค้า เป็นต้น

ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่านั้น จะทำการพิจารณาถึงรายละเอียดของกิจกรรมในแต่ละกลุ่มของกระบวนการการส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน ซึ่งในแต่ละกิจกรรมนั้นจะมีส่วนที่จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของการส่งออกได้ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาการเพิ่มมูลค่าของห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมั่งคุดนี้ในประเด็นของ ต้นทุน และราคาขาย เพื่อหาการเพิ่มมูลค่าที่สูงที่สุดของการส่งออกมั่งคุดนี้ว่าอยู่ที่จุดใด และจะทำการเพิ่มมูลค่าได้อย่างไรอีกในกระบวนการอื่น ๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรรวรรณ นวลสุทธิ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการผลไม้ (มังคุด) ของ จังหวัดจันทบุรี พบว่า สาเหตุที่ทำให้มังคุดราคาตกต่ำ เกิดจากปริมาณและคุณภาพของผลผลิตไม่ สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด กระบวนการตลาดด้อยประสิทธิภาพ การส่งมังคุดด้อย คุณภาพไปขายยังตลาดต่างประเทศซึ่งเป็นการทำลายธุรกิจการส่งออกมังคุด ส่วนแนวทางในการ แก้ไขมังคุดราคาตกต่ำของจังหวัดจันทบุรีพบว่าขาดการรวมตัวของเกษตรกรที่เข้มแข็งเพื่อสร้าง อำนาจการต่อรองทางด้านราคา และตัวเกษตรกรเองยังขาดความรู้ด้านการตลาดและการค้าหรือ การบริหารจัดการทางด้านการตลาด จากการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะว่า การแก้ไขปัญหาราคามังคุด ตกต่ำนั้นเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกัน ทางด้านเกษตรกรควรมีการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรม ทางด้านการผลิตและการขายให้มากขึ้น ส่วนภาครัฐควรให้การสนับสนุนทางด้านต่าง ๆ เช่น ส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการผลไม้ (มังคุด) เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และควรจัดให้มี โครงการผู้ผลิตพบผู้บริโภคโดยตรง ตลอดจนส่งเสริมให้มีการซื้อขายมังคุดให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

เพ็ญศรี สาวัดดี และราตรี เม่นประเสริฐ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพการผลิต และการส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น เพื่อให้มังคุดเป็นผลไม้ที่สามารถส่งออกนำรายได้เข้าประเทศเพิ่ม มากขึ้น จึงได้ทำการศึกษาถึงศักยภาพการผลิตของเกษตรกร ระบบตลาด ปัจจัยที่จะมีผลต่อการผลิต และการส่งออก รวมทั้งกฎระเบียบและความต้องการของประเทศญี่ปุ่นพบว่า มังคุดที่จะส่งออกไป ญี่ปุ่นจะต้องเป็นมังคุดผิวมันเพียงอย่างเดียว โดยเก็บเกี่ยวในระยะที่ 2 หรือระยะสายเลียด ขนาด น้ำหนักผลอยู่ที่ 76 – 130 กรัม สำหรับค่าใช้จ่ายในการส่งออกมังคุดสดไปญี่ปุ่นทั้งหมดกิโลกรัมละ 182.01 บาท โดยมีค่าขนส่งทางอากาศมากที่สุดกิโลกรัมละ 60 บาท รองลงมาได้แก่ ค่ามังคุดสด กิโลกรัมละ 45 บาท ค่าอบไอน้ำกิโลกรัมละ 30 บาท ถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการส่งออกมังคุดสดไป ญี่ปุ่นจะอยู่ในระดับสูงก็ตามแต่จากการที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นที่มีกำลังการซื้อสูงและพอใจในรสชาติ ของมังคุดมานานจากการส่งออกมังคุดแช่แข็ง ทำให้ไทยยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดส่งออกไปยัง ญี่ปุ่นได้อีกมาก ดังนั้น หากสามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในด้านต่าง ๆ รวมทั้งเจรจาเพื่อลด ข้อกำหนดในเรื่องการอบไอน้ำของญี่ปุ่นได้ จะสามารถขยายการส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น นำรายได้ ให้แก่เกษตรกรและประเทศชาติได้เพิ่มมากขึ้น

สุกัญช ฤกษ์รัตนกุล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าชา บริษัท ชาอุยฟง จำกัด พบว่า 1) การขนส่งวัตถุดิบ ใช้รถบรรทุกหกล้อหรือรถกระบะในการขน โดยจัดเก็บ ใบชาใส่กระสอบสองชั้น ชั้นในเป็นพลาสติกชั้นนอกเป็นกระสอบ 2) การตรวจรับและการรักษา วัตถุดิบ มีแผนตรวจรับสินค้าโดยเฉพาะ มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของใบชาสดที่รับซื้อ 3) การจัดการวัตถุดิบคงคลัง พบว่า ในช่วงฤดูหนาวใบชาไม่เพียงพอต่อการผลิต 4) การผลิตสินค้า

บริษัทมีการผลิตชาอยู่หลังกับชาเขียวเป็นหลัก โดยบรรจุเป็นสุญญากาศแพ็คเกจใหญ่ เก็บไว้ในห้องเย็น โรงงานก่อนนำมาบรรจุลงถุงขนาดเล็กเพื่อส่งจำหน่าย 5) การจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง ลูกค้าน่าส่วนใหญ่จะจัดจรรยาบัตรสินค้าด้วยตัวเอง 6) การตลาดและการขายสินค้า มีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ 7) การให้บริการหลังการขาย คือ หากชาที่ส่งขายให้กับลูกค้าไปไม่ตรงตามที่สั่งบริษัทจะยอมรับสินค้ากลับคืนซึ่งหลังจากการศึกษาได้มีแนวทางการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าชา ได้แก่ 1) ให้ความสำคัญกับการขนส่ง จัดเก็บและรักษาใบชาในโกดังไม่ให้เกิดความเสียหาย 2) ด้านการผลิต ใช้การขนส่งใบชาสดครั้งละมาก ๆ เพื่อลดต้นทุน ผลิตสินค้าให้ทันต่อการจำหน่าย ช่วงฤดูหนาว และมีการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรอยู่เสมอ 3) ด้านการตลาด ให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเก่า สร้างความจงรักภักดีและรักษามาตรฐานคุณภาพชาให้ดีที่สุดอยู่เสมอ 4) ด้านการเงิน ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดการบัญชีของบริษัท

อดุลย์ แก้วหาญ, สุนทรานี วีระเดชกำพล และจิรวรรณ คงสมสุข (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเพิ่มมูลค่าสวนมะพร้าว น้ำหอม (สวนเย็นจิตต์) ปัญหาที่พบในการวิจัยคือ ผลผลิตที่ออกมา มีปริมาณค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของสวนทั่วไป มีปัญหาทางด้านการจัดจำหน่ายและการตลาด เนื่องจากในการขายมะพร้าวผลสดจะทำการขายให้กับพ่อค้าคนกลางทั้งชาจรและขาประจำที่มารับซื้อจากสวน ราคาผลผลิตไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลทำให้มีรายได้ที่ไม่แน่นอน และมีการกดราคาจากพ่อค้าคนกลางและได้รับเงินในการขายล่าช้า ผู้วิจัยจึงได้ทำการแก้ปัญหาประเด็นหลัก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาปรับปรุงสวนมะพร้าวเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตมะพร้าว น้ำหอม พบว่า หลังจากที่ได้ทำการปรับปรุงพัฒนาสวนทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า และได้มีการผลิตไอศกรีมมะพร้าว น้ำหอมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้านอกจากการขายมะพร้าวผลสดเพียงอย่างเดียว

ฐาปนี เรืองศรีโรจน์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าไม้กฤษณาไทย การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มและการปรับลดต้นทุนในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าไม้กฤษณาไทย ผลการวิจัยพบว่า ในระดับต้นน้ำ จะต้องมีความรู้เทคนิคในการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ เพาะเลี้ยงต้นกล้า คัดเลือกและจำหน่ายใบ การจำหน่ายต้นอ่อน ให้ตรงตามความต้องการของตลาด และรู้เทคนิคในการกระตุ้นสารอย่างถูกวิธี เพื่อลดต้นทุนในการผลิต ส่วนการลดต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมในระดับกลางน้ำ คือ ต้องรู้เทคนิคในการแปรรูปไม้กฤษณา ต้องมีการแยกเกรดไม้ เพราะไม้แต่ละประเภทมีมูลค่าต่างกันรู้เทคนิควิธีในการต้มกลั่นน้ำมันกฤษณา และวิธีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ การสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนในระดับปลายน้ำ ได้แก่ การบริหารจัดการช่องทางใน

การจัดจำหน่ายให้ตรงต่อความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะ ตลาดในประเทศแถบ ตะวันออกกลางและเอเชียตะวันออกเฉียง เช่น ประเทศจีน ใต้หวัน และญี่ปุ่น เป็นต้น

Collins (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของมะม่วงในประเทศ ปากีสถาน พบว่า ปัญหาของการวิจัยคือ ราคาเฉลี่ยในการส่งออกมะม่วงของปากีสถานมีราคาต่อกิโลกรัมต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศหลัก ๆ ที่มี การส่งออกมะม่วงของโลก เนื่องจาก ผลไม้ไม่มีคุณภาพ ความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวมีไม่เพียงพอ และการทำการตลาดประสบความสำเร็จ ความล้มเหลว ซึ่ง โดยปกติแล้วมะม่วงของปากีสถานมีหลากหลายสายพันธุ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ไม่ยาก รวมทั้งยังมีรสชาติหวาน เนื้อนุ่ม และเปลือกบาง ซึ่งมีความเป็นไปได้อย่างยิ่งที่จะสามารถทำการพัฒนาคุณภาพของอุตสาหกรรมมะม่วงในอนาคตได้ โคนในการทำการวิจัย ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าสินค้าทั้งภายในประเทศและที่ส่งออก ต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการจัดส่งผลไม้ที่มีคุณภาพดีให้กับลูกค้า มีการปรับปรุงและพัฒนาการทำการตลาด และมีการบริหารจัดการกำลังการผลิตโดยใช้ห่วงโซ่มูลค่าเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งหากการส่งออกมีการขยายตัวเติบโตเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลดีต่อตลาดภายในประเทศคือ เป็นการลดภาวะการเกิดสินค้าล้นตลาดที่เกินความต้องการของผู้บริโภคตลาดภายในประเทศได้ และยังเป็น การผลักดันให้ผู้ค้ารายย่อยทำการปรับปรุงเพิ่มคุณภาพของสินค้าไปในตัวอีกด้วย

Brittall, Chan, Dilworth, and Schlack (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของ ข้าวโพด เสาวรศ ผลิตภัณฑ์จากนม และอุตสาหกรรมปศุสัตว์ ของประเทศเคนย่า พบว่า ประชากรของเคนย่าร้อยละ 60 ทำการเกษตรอย่างไม่เป็นทางการในด้านของการจ้างงาน ความปลอดภัยในด้านอาหาร การค้าขาย และชีวิตความเป็นอยู่และด้วยภัยธรรมชาติของพื้นที่ที่ไม่ตรงตามฤดูกาลส่งผลให้ผลผลิตที่ออกมามีจำนวนลดลง อย่างไรก็ตามด้วยการประสบความสำเร็จในการใช้ห่วงโซ่มูลค่ากับสินค้า ชา และ และการปลูกพืชไม้ดอก เป็นตัวช่วยในการยกระดับห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าเกษตรชนิดอื่น ๆ ช่วยส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจของเคนย่าและประชากรดีขึ้น ใน การศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าทั้ง 4 ชนิด ได้แก่ ข้าวโพด เสาวรศ ผลิตภัณฑ์จากนม และ อุตสาหกรรมปศุสัตว์ ได้ใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในการพัฒนาทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค ของเคนย่า ห่วงโซ่มูลค่าเหล่านี้เป็นตัวบ่งบอกถึงความหลากหลายในการพัฒนาการเป้าหมายของ ผลกระทบต่อตลาด ผลวิจัยสรุปว่า ปัจจัยด้าน โครงสร้างธุรกิจและกฎหมายท้องถิ่น ข้อผูกมัดทาง การเกษตรในระยะยาวของเคนย่า และ เงินลงทุนของผู้ร่วมทุนในการลงทุนเพื่อเพิ่มความหลากหลาย ของการเกษตรรายย่อย ได้มีปัจจัยสนับสนุนสินค้า 3 ชนิดคือ ข้าวโพด เสาวรศ ผลิตภัณฑ์จากนม ส่วนโครงสร้างยานยนต์ส่งผลต่ออุตสาหกรรมปศุสัตว์โดยมีการปลูกพืชทดแทนและเพิ่มข้อผูกมัดใน กระบวนการผลิตเพื่อส่งผลในด้านบวกต่อสังคมและระบบนิเวศน์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในบทนี้ว่าด้วยเรื่องวิธีการดำเนินการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน ซึ่งได้ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. วิธีการศึกษาวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
3. การทดสอบเครื่องมือวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษาวิจัย

การศึกษางานนิพนธ์ในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัย 2 แบบ คือ

1. ศึกษาตามเอกสาร (Documentary research) เป็นการศึกษาค้นคว้าแนวความคิดทฤษฎี เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น งานนิพนธ์ บทความจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 2.1 สิ่งมั่งคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวนา
- 2.2 ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ
- 2.3 ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน
- 2.4 ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน
- 2.5 ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในจีน

ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรดังกล่าวจะดำเนินการเก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว (Data saturation)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลแนวความคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เป็นแบบสอบถามแบบคำถามปลายเปิด โดยจะทำการสอบถามข้อคำถามในแบบสอบถามด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในกระบวนการส่งออกมั่งคุดไปยังประเทศจีนทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน

2. วิธีการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำเครื่องมือวิจัย โดย ศึกษาข้อมูลจาก ตำรา เอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย ศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งเกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

2.1 กระบวนการทำงาน ขั้นตอน การคัดเลือกและคัดบรรจุของผู้รวบรวมสินค้าเพื่อการส่งออกมั่งคุดเป็นอย่างไร

2.2 แนวทางในการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีนของผู้ประกอบการรวบรวมคัดแยกและบรรจุมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

2.3 โอกาสและอุปสรรคในกระบวนการส่งออกมั่งคุดมีแนวโน้มเป็นอย่างไร จากนั้นผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ใช้ในการสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลภาคสนามต่อไป

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

การวิจัยต้องมีคุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่สร้างขึ้น เพื่อใช้วัดในคุณลักษณะ พฤติกรรม เนื้อหาสาระที่ต้องการวัดในการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ และวัดได้ถูกต้องตามความเป็นจริง (สมชาย วรกิจเกษมสกุล, 2553) ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล จำแนกได้ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือ ตำราวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง บทความ และการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชำนาญ งานมณีอุดม พิจารณา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยครั้งนี้ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

2.1 ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ

2.2 ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์

2.3 ดร.สุชนี เมธิโยธิน

เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความครอบคลุมเนื้อหา ความถูกต้องของภาษา และความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ หลังจากนั้นจึงได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามและประเมินตามเทคนิคเพื่อลงสรุป โดยการใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้ (สมชาย วรภิเกษมสกุล, 2553)

ให้คะแนน

- +1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์
 - 0 หมายถึง เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือไม่
 - 1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์
- สูตรการคำนวณที่ได้แสดงในสมการ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม ที่ได้จากการคำนวณจากสูตรที่จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 มีรายละเอียดของเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกแบบสอบถามข้อนั้นไว้ใช้ได้

ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ เช่น ข้อมูลที่รวบรวมจากรายงานและเอกสารทางวิชาการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานพาณิชย์และสำนักงานเกษตรจังหวัด เป็นต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-

dept interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ล้งม้งคูดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ตัวแทนผู้ส่งออกม้งคูดไปประเทศจีน ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งม้งคูดในประเทศจีน และผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในจีน

ขั้นตอนในการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.1 การเตรียมการ

2.1.1 เตรียมแผนการดำเนินงาน โดยเริ่มจากการเก็บข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้

2.1.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษาซึ่งเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับคำถามในการวิจัย

2.1.3 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่ต้องการศึกษา เพื่อชี้แจงเหตุผลในการทำการวิจัยครั้งนี้ และขอความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูล

2.2 ดำเนินการ

2.2.1 นัดกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์

2.2.2 ไปถึงที่นัดหมายก่อนเวลานัดหมายประมาณ 1 ชั่วโมง เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินการเก็บข้อมูล เช่น การจดบันทึก การบันทึกเสียง และสัมภาษณ์ทั้งทางตรงและทางโทรศัพท์

2.2.3 ดำเนินการเก็บจัดเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งได้จากการจดบันทึก และบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย และขออนุญาตเก็บข้อมูลเพิ่มเติมทั้งทางตรงและทางโทรศัพท์หลายครั้งจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบสมบูรณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคำถามในการวิจัยครั้งนี้ มาทำการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ทฤษฎีการเพิ่มมูลค่า (Value added)
2. ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ก็เพื่อประมวลผลและสรุปในเชิงเนื้อหาตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. กระบวนการทำงาน ขั้นตอน การคัดแยกและคัดบรรจุของผู้รวบรวมสินค้าเพื่อการส่งออกม้งคุด รวมถึงกิจกรรมสำคัญในห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกม้งคุดไปประเทศจีนเป็นอย่างไร
2. แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกม้งคุดไปประเทศจีนมีแนวโน้มเป็นอย่างไร
3. โอกาสและอุปสรรคในกระบวนการส่งออกม้งคุดไปประเทศจีนมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก ลังมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และ ผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน โดยการใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว

จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยกระบวนการเชิงคุณภาพ คือ การจัดกลุ่มข้อมูล และการจัดกลุ่มย่อยของข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ บริบทของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ กิจกรรมในห่วงโซ่มังคุดในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1. กิจกรรมหลักที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตสินค้าและบริการโดยตรง

2. กิจกรรมที่คอยช่วยส่งเสริมและสนับสนุน หรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนิน

ไปโดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

สรุปผลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

A1 เพศ หญิง อายุ 57 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ลังรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 15 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 17.00-17.20 น.

สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัว พูดคุย และใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 20 นาที

A2 เพศ ชาย อายุ 36 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน
 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 5 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 13.00-13.30 น.
 สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัว พูดคุย และ
 ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที

A3 เพศ หญิง อายุ 27 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน
 และผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 10 ปี ที่อยู่สถาน
 ประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 15.00-15.30 น.
 สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัว พูดคุย และ
 ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที

A4 เพศ ชาย อายุ 46 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน
 และผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 20 ปี ที่อยู่
 สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 14.00-14.20 น.
 สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัว พูดคุย และ
 ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 20 นาที

A5 เพศ ชาย อายุ 61 ปี สัญชาติไต้หวัน อาชีพ ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน
 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 20 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 15.00-15.20 น.
 สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัว พูดคุย และ
 ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 20 นาที

A6 เพศ ชาย อายุ 48 ปี สัญชาติจีน อาชีพ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน
 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 10-20 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชน
 จีน

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 09.00-09.30 น.
 สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัว
 พูดคุย และใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที

A7 เพศ ชาย อายุ 36 ปี สัญชาติจีน อาชีพ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 10 กว่าปี ที่อยู่สถานประกอบการ เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์วันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2558 เวลาประมาณ 13.00-13.20 น. สถานที่ให้สัมภาษณ์คือ เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน ก่อนสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แนะนำตัวพูดคุย และใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 20 นาที

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

รหัส	เพศ	อายุ (ปี)	สัญชาติ	อาชีพ	ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ (ปี)	ที่อยู่สถานประกอบการ
A1	หญิง	57	ไทย	สั่งรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน	15	จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย
A2	ชาย	36	ไทย	สั่งรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน	5	จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย
A3	หญิง	27	ไทย	สั่งรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนและผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ	10	จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย
A4	ชาย	46	ไทย	สั่งรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนและผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ	20	จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย
A5	ชาย	61	ไต้หวัน	ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน	20	จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย
A6	ชาย	48	จีน	ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน	10-20	เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน
A7	ชาย	36	จีน	ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีนและผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน	10	เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ส่วนที่ 2 บริบทของผู้ประกอบการ

บริบทของผู้ประกอบการบ่งบอกถึง ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ได้วิเคราะห์บริบทของกลุ่มตัวอย่างจำแนกได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด

ผู้ให้สัมภาษณ์ 4 คน (A1, A2, A3, A4) ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า รับซื้อสินค้าจากชาวสวน คัดแยกประเภท หลังจากนั้นส่งต่อไปยังผู้รวบรวมคัดบรรจุ ผู้ให้สัมภาษณ์ 2 คน (A3, A4) ซึ่งเป็นผู้รวบรวมคัดบรรจุได้เป็นคนไปเก็บของจากล้งรับซื้อเอง เพื่อนำมาทำบรรจุสินค้าส่งประเทศจีนด้วย

2. ผู้ประกอบการประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

ผู้ให้สัมภาษณ์ 7 คน (A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7) ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่าทำเป็นอาชีพหลักและมีทำอาชีพอื่นด้วย

3. เพราะเหตุใดจึงเลือกประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด

ผู้ให้สัมภาษณ์ 7 คน (A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7) ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่ามังคุดเป็นสินค้าที่ออกเฉพาะช่วงฤดูกาล เป็นที่ต้องการของตลาด ทำรายได้ดี

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1. กิจกรรมหลักที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตสินค้าและบริการโดยตรง

1.1 ผู้ประกอบการมีวิธีการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างไร กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่ารับซื้อมังคุดจากชาวสวน หลังจากที่รับของจากชาวสวนก็จะมีการคัดแยกประเภทตามสเปกที่ตลาดต้องการ จะให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพสินค้า ต้องตรงตามสเปกที่กำหนด หากคุณภาพไม่ดี ก็จะต้องให้มีการปรับปรุง

1.2 ผู้ประกอบการมีกระบวนการและขั้นตอนในการรับและลำเลียงสินค้าไปสู่กระบวนการผลิตอย่างไร กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ขั้นตอนการรับของจะมีทั้งชาวสวนนำสินค้ามาขายที่ล้งรับซื้อ ไปรับของจากในสวน และล้งรับซื้อออกไปซื้อของตามจุดต่าง ๆ จากนั้นจะทำการคัดแยกประเภท แล้วจึงนำส่งให้กับผู้รวบรวมคัดบรรจุ ผู้รวบรวมคัดบรรจุก็จะมีคนรับของ และตรวจสอบคุณภาพ จากนั้นก็นำไปลงเครื่องแยกขนาดเพื่อทำการบรรจุส่งออกประเทศจีน

1.3 ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าและตรวจสอบคุณภาพสินค้าในกระบวนการผลิตอย่างไร ใช้มาตรฐานใดในการวัดคุณภาพ มาตรฐานระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า การคัดเลือกสินค้าจะต้องเป็นสินค้าคุณภาพดี ได้ตรงตามสเปกที่ตลาดต้องการ ซึ่งคนจีนจะเป็นคนกำหนด

1.4 ผู้ประกอบการมีวิธีในการจัดเก็บ รวบรวม และกระจายสินค้าออกสู่ตลาดอย่างไร ใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา มาตรฐานระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ในการกระจายสินค้าสำหรับล้งรับซื้อจากชาวสวนจะไม่ได้ส่งสินค้าให้กับผู้รับซื้อรายเดียว แต่จะกระจายสินค้าให้กับผู้รับซื้อหลายราย เพื่อป้องกันตลาดตายจะไม่มีที่ส่ง โดยสินค้าที่ส่งจะเป็นของวันต่อวัน ไม่มีการเก็บค้างไว้ หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกส่ง จะขึ้นอยู่กับราคาเป็นส่วนใหญ่ หากราคาเท่า ๆ กัน ก็จะส่งของกระจายเท่า ๆ กัน แต่หากมีเจ้าไหนที่ให้ราคาสูงกว่า ก็จะแบ่งของให้กับเจ้านั้นเยอะหน่อย เช่นเดียวกันในส่วนของผู้ประกอบการคัดบรรจุ ก็จะรวบรวมสินค้าเพื่อคัดบรรจุวันต่อวัน เช่นเดียวกัน ในส่วนของการขายที่ประเทศจีน คนขายจะรับคำสั่งซื้อล่วงหน้า จากนั้นเมื่อผู้ล้งรับซื้อไป ถึงก็จะทำการกระจายสินค้าทันที

1.5 ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไร มาตรฐานระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า จะไม่มีการเก็บสินค้าคงคลัง จะเป็นการซื้อเข้ามาขายไปภายในวัน โดยที่จะทำการหาผู้รับของหลายเจ้าเพื่อกระจายสินค้า สำหรับผู้ที่รับซื้อของจากชาวสวน

1.6 ผู้ประกอบการมีการขายหรือกระจายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใดบ้าง มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าทางใดบ้าง มาตรฐานระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ล้งรับซื้อมังคุดจากชาวสวนจะส่งสินค้าให้กับผู้รวบรวมและคัดบรรจุสินค้าส่งจีนและพ่อค้าคนกลางที่มารับของไปส่งต่ออีกทอดหนึ่ง

ผู้รวบรวมและคัดบรรจุสินค้าส่งเงินก็จะทำการส่งสินค้าให้กับผู้ส่งออก ผู้ส่งออกก็จะติดต่อส่งสินค้าให้กับผู้นำเข้าและค้าส่งในประเทศจีน ผู้นำเข้าและค้าส่งในประเทศจีนก็จะกระจายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีก

1.7 ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายอย่างไรบ้าง กรุณาระบุ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า คุณภาพเป็นเรื่องสำคัญที่สุด หากทำ
 ของสวย คุณภาพดี ผู้รับซื้อก็จะชอบและทำการค้าขายได้อย่างยาวนาน ส่วนลูกค้าปลายทางก็จะเป็น
 ลูกค้าประจำที่มีความสัมพันธ์อันดี

1.8 ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตั้งราคาในการซื้อและการขายสินค้า กรุณาระบุ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ในการกำหนดราคาสินค้า จะขึ้นอยู่กับ
 ตลาดปลายทางของจีนเป็นหลัก ว่าราคาที่เป็นอย่างไร ขายได้อยู่ที่เท่าไร ขึ้นอยู่กับลูกค้า ผู้ซื้อ
 และผู้ขายตกลงกัน และขึ้นอยู่กับ Season ของการซื้อขายสินค้าด้วย ซึ่งราคาจากทางจีนก็จะส่งผล
 ต่อราคาซื้อขายทางเมืองไทยเนื่องจาก ผู้รวบรวมและคัดบรรจุสินค้าส่งเงินจะได้รับราคาข้อมูลจาก
 ทางจีน และก็มาตรวจสอบกับราคาตลาดของเมืองไทย เพื่อกำหนดราคาให้กับผู้รับซื้อจาก
 ชาวสวนอีกทอดหนึ่ง

1.9 ผู้ประกอบการมีการคำนวณหรือคาดการณ์กำไรจากผลการดำเนินงานคิดเป็น
 เปอร์เซ็นต์ของต้นทุนต่อราคาขาย กรุณาระบุ
 ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ผลกำไรจะได้มากหรือน้อยไม่แน่นอน
 เช่น ผู้รับซื้อจากชาวสวนจะได้กำไรจากการคัดแยกประมาณ 2-3 บาทต่อกิโลกรัม หรืออาจ
 ไม่แน่นอนหากเป็นการซื้อของจากชาวสวนแบบตีราคาเหมารวม ในส่วนของผู้รวบรวมและคัด
 บรรจุสินค้าส่งเงิน จะได้กำไรส่วนต่างจากค่ารับจ้าง Packing เท่านั้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับตกลงกัน
 ระหว่าง ผู้รวบรวมและคัดบรรจุสินค้าส่งเงินกับผู้ส่งออกว่าจะได้กี่บาทต่อกิโลกรัม ส่วนการขาย
 ของปลายทาง ก็จะได้ไม่แน่นอน บางช่วงอาจได้กำไร 50-60 เปอร์เซ็นต์ หรือบางช่วงอาจได้ 10
 เปอร์เซ็นต์ หรือบางช่วงก็ต้องขาดทุนก็จะเฉลี่ย ๆ กันไป

1.10 ผู้ประกอบการมีวิธีการอย่างไรในการดูแลรักษาลูกค้าภายหลังจากการซื้อ-ขาย
 สินค้า เพื่อให้กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และการผลิตและส่งสินค้าที่มีคุณภาพดี เป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจอย่างยาวนานและการกลับมาเป็นลูกค้าประจำของผู้ซื้ออีก

1.11 ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ภายหลังจากการซื้อ-ขายสินค้า จากลูกค้าหรือไม่ อย่างไร และมีการจัดการกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า มีข้อมูลย้อนกลับตั้งแต่ปลายทางประเทศจีน จนถึงผู้รับซื้อที่ประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของคุณภาพสินค้า ซึ่งมีทั้งดีและไม่ดี เช่น คัดขนาด หรือแยกประเภทไม่ชัดเจน ต้องมีการปรับปรุงสินค้าให้ดีขึ้น เรื่องราคาว่าข้อมูลในแต่ละวันเป็นอย่างไร เป็นต้น

2. กิจกรรมที่คอยช่วยส่งเสริมและสนับสนุน หรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไป โดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ

2.1 ผู้ประกอบการมีวิธีการบริหารและจัดการในองค์กรอย่างไร มีเป้าหมายในการดำเนินงานและวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างไร กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า มีการตั้งมาตรฐานในการทำงาน อย่างเช่นเรื่องคุณภาพสินค้า และต้องทำตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ มีการวางตำแหน่งของคนให้เหมาะสมกับการทำงาน และจัดเตรียมความพร้อมในการทำงาน

2.2 ผู้ประกอบการมีการบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไร เช่น ความต้องการ การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผล และระบบเงินเดือนค่าจ้าง เป็นต้น กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจเกี่ยวกับมังคุดจะทำกันทุกปี ในช่วงระยะเวลาประมาณ 3-4 เดือน ดังนั้นคนที่มาทำงานส่วนใหญ่ จะเป็นคนงานเก่า ทำงานกันมานาน มีทั้ง แรงงานในท้องถิ่น แรงงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และแรงงานต่างด้าวชาวกัมพูชา ซึ่งการจ่ายค่าแรงส่วนใหญ่จะจ่ายเป็นรายชั่วโมงเนื่องจากเวลาการทำงานไม่แน่นอน และมีการจัดระบบการทำงานโดยการวางตำแหน่งคนให้เหมาะสมกับงาน

2.3 ผู้ประกอบการได้มีการใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกในกระบวนการผลิตสินค้าหรือไม่ ถ้ามี ใช้ในกิจกรรมใดบ้าง เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือไม่ อย่างไร กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า เทคโนโลยีที่ใช้เป็นหลักคือเทคโนโลยี การสื่อสาร เนื่องจากต้องมีการรับส่งข้อมูลข้างสารกันตลอดเวลา ในส่วนของ ผู้รวบรวมคัณฑ์บรรจุ จะมีการใช้เครื่องคัดคัณฑ์ในการแยกขนาดสินค้าเพื่อความรวดเร็วในการทำงาน ส่วนคัณฑ์รับซื้อ คัณฑ์จากชาวสวน ส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคนในการคัดแยกประเภทสินค้า

2.4 ปัจจุบันมีหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจด้านในบ้าง กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาช่วยเหลือ จะ เป็นการทำกันเอง หรือต่างคนต่างทำธุรกิจของตัวเอง

2.5 ท่านคิดว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการและซัพพลายเออร์มี ความจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจอย่างไร กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจไปด้วยดี เนื่องจากความสัมพันธ์อันดีจะช่วยให้การคุยต่อรองเจรจาเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็ไม่ได้เสมอไปใน กรณีของการซื้อขายของเช่น คัณฑ์รับซื้อคัณฑ์จากชาวสวน เพราะปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจขาย ของคือราคา หากที่ใดให้ราคาสูงกว่า ชาวสวนก็ย่อมจะไปขายให้กับที่ให้ราคามากกว่า

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกคัณฑ์ไทยไปยังประเทศจีน

1. คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและตลาดมีลักษณะเป็นอย่างไร กรุณา ระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ของที่ตลาดต้องการคือ ของสวยคุณภาพดี เช่น คัณฑ์ผิวมัน ลูกใหญ่ หูเขียว และของสด รวมถึงต้องมีการแยกประเภทแยกขนาดที่ชัดเจน

2. ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดขายได้มาก-น้อย) ปัจจัยใดที่มี ผลต่อปริมาณความต้องการ กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ช่วงเทศกาลของประเทศจีนจะมีความ ต้องการสินค้าปริมาณมาก เช่น วันตรุษจีน วันเซ่งเม้ง วันแรงงาน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับ Demand และ Supply ด้วย หรือขึ้นอยู่กับ Season ความต้องการของลูกค้า แต่โดยปกติแล้วก็จะมีความต้องการ สินค้าตลอดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคัณฑ์เป็นผลไม้ที่ออกเฉพาะฤดูกาล

3. ราคาในการขายสินค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดราคาสูง-ต่ำ) ปัจจัยใดที่มีผลต่อราคาขายสินค้า กรุณาระบุ

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ขึ้นอยู่กับ Demand และ Supply หรือปริมาณของที่ออกสู่ตลาด กล่าวคือ ถ้าปริมาณของมังคุดออกน้อย แต่ความต้องการเยอะ ราคา ก็จะสูง แต่หากปริมาณของมังคุดออกเยอะ แต่ความต้องการคงที่ ราคา ก็จะต่ำ ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงต้นฤดูกาลที่ผลผลิตเริ่มออกช่วงเดือนเมษายน มังคุดจะมีราคาสูงเนื่องจากยังมีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงกลางฤดูกาลช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน ที่มีปริมาณผลผลิตออกมากราคามังคุดก็จะลดต่ำลงไม่สูงเหมือนช่วงต้นฤดูกาล ซึ่งราคาจะสัมพันธ์กับปริมาณของที่ออก และขึ้นอยู่กับสถานการณ์ตลาดที่ประเทศจีน ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อราคาซื้อขายมังคุดในประเทศไทยด้วย

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวทาง การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1. ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับมังคุดอย่างไร โปรดอธิบาย ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า ปัจจุบันมีล้งรับซื้อมังคุดเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง ส่วนแบ่งทางการตลาดหรือปริมาณของที่จะได้รับก็ลดลง ปีที่ผ่านมา มังคุดมีผลผลิตออกมาในปริมาณน้อยกว่าปีก่อน ถึงประมาณ 3 เท่า อีกทั้งยังออกช้าไปประมาณ 1 เดือน ทำให้เกิดปัญหามังคุดแกว่ เป็นยาง ซึ่งไม่เป็นที่ต้องการของตลาดประเทศจีน สินค้าเสียหาย ทำให้ปลายทางขายได้ไม่ดี อีกทั้ง ล้งรับซื้อมังคุดและผู้ประกอบการคัดบรรจุยังประสบปัญหาแรงงานขาดแคลนในการทำงานอีกด้วย

2. ทุกระเบียบและขั้นตอนในการส่งออกมีปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของท่านหรือไม่ อย่างไร ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทยจะไม่ได้มีผลกระทบเท่าไร แต่ในฐานะผู้ส่งออกก็มีปัญหาในเรื่องของเกษตรกรตรวจพืชเจมคอยู่ในมังคุดและตรวจพบสารเคมีตกค้างในสินค้าที่ส่งไป

3. ท่านคิดว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร

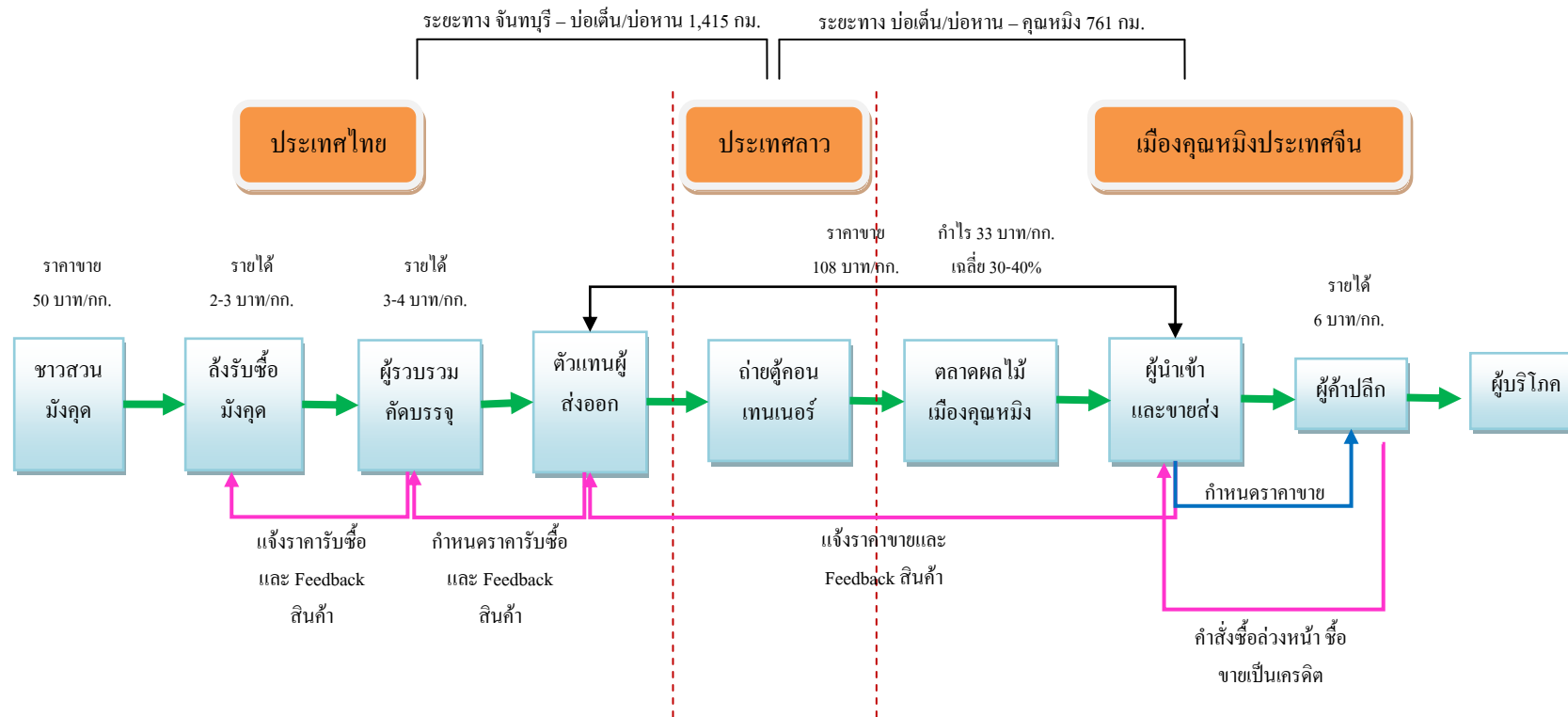
ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า สำหรับเกษตรกรอยากให้ช่วยในเรื่องการประกันราคาสินค้า ป้องกันราคาสินค้าตกต่ำ ให้รัฐบาลช่วยในเรื่องของการหาตลาดต่างประเทศอื่น

ในการส่งออกมังคุดไปขายที่นอกเหนือจากตลาดจีน หาวิธีการเพื่อให้มังคุดสามารถออกได้ตรงตามฤดูกาล เพื่อคุณภาพของผลผลิต และ ออกกฎหมายไม่ให้เกษตรกรเก็บมังคุดเขียวเกินไป เพราะเกิดความเสียหายในกระบวนการผลิตเพื่อส่งออกมาก

4. ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในลักษณะเดียวกันว่า หากมีการคัดแยกหรือส่งสินค้าที่มีคุณภาพดี ก็จะสามารถทำให้ตลาดปลายทางขายของได้ดีในปริมาณมาก นอกเหนือจากนั้น การหาตลาดต่างประเทศอื่น เพื่อส่งออกจะเป็นช่องทางในการช่วยระบายสินค้า และเพิ่มมูลค่าสินค้า แทนการเป็นตลาดผูกขาดกับประเทศจีน

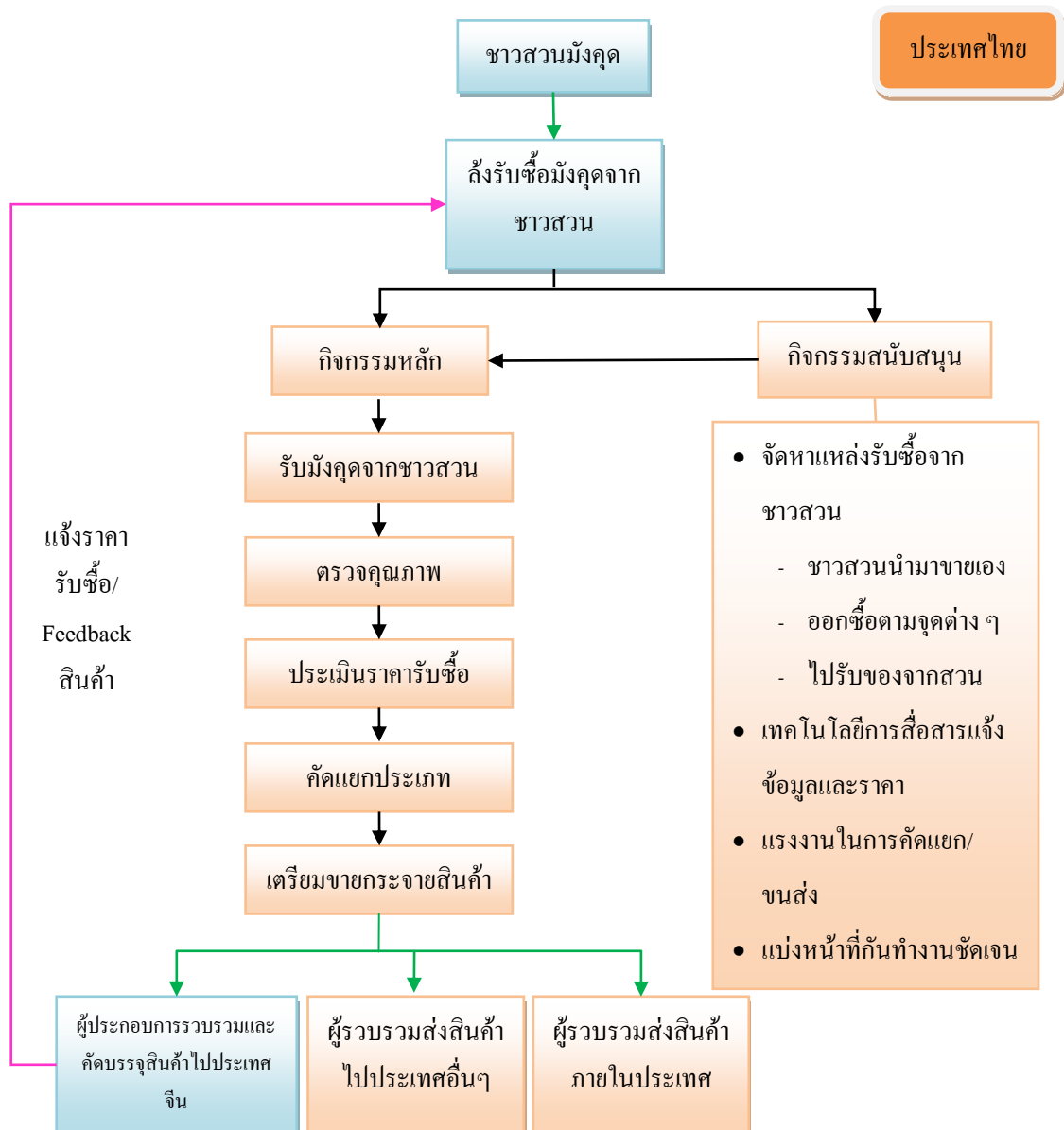
การวิเคราะห์ข้อมูลห่วงโซ่คุณค่า



ภาพที่ 4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน

จากภาพที่ 4-1 แสดงถึงการวิเคราะห์กิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของการส่งออกมังคุดจากต้นทางจังหวัดจันทบุรี ประเทศไทยโดยใช้เส้นทาง R3A ผ่านประเทศลาวไปยังประเทศจีน ตลาดผลไม้เมืองคุณหมิงไปจนถึงผู้บริโภคในประเทศจีน (ราคาซื้อ-ขายเป็นราคาในช่วงประมาณต้นเดือนกันยายน พ.ศ. 2558) ซึ่งในแต่ละส่วนสามารถแตกกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าออกได้ดังนี้

1. ลังรับซื้อผลผลิตจากชาวสวน



ภาพที่ 4-2 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ลังรับซื้อผลผลิตจากชาวสวน)

จากภาพที่ 4-2 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของสิ่งรับซื้อผลผลิตจากชาวสวน โดยจะทำการรับซื้อผลผลิตจากชาวสวนทั้งจากชาวสวนนำมังคุดมาขายที่ล้งรับซื้อเอง จากการออกไปรับซื้อตามจุดต่าง ๆ และจากการเข้าไปรับมังคุดถึงในสวน จากนั้นได้ทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าเบื้องต้นเพื่อทำการประเมินราคารับซื้อ และทำการคัดแยกประเภทของมังคุด ได้แก่ มังใหญ่ มังเล็ก มังจิว มังหูแดง มังลาย กากใหญ่ กากเล็ก ตกไซส์ ระเบิด ตกดิน เป็นต้น ตามความต้องการของผู้รวบรวมและคัดบรรจุ โดยที่ในแต่ละวัน ผู้รวบรวมคัดบรรจุจะทำการแจ้งราคาและประเภทมังคุดรับซื้อให้กับล้งรับซื้อ จากนั้นล้งรับซื้อจะทำการจัดเตรียมสินค้าเพื่อทำการกระจายส่งขายต่อไปยังผู้รวบรวมคัดบรรจุแต่ละที่ซึ่งมีความต้องการสินค้าแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน

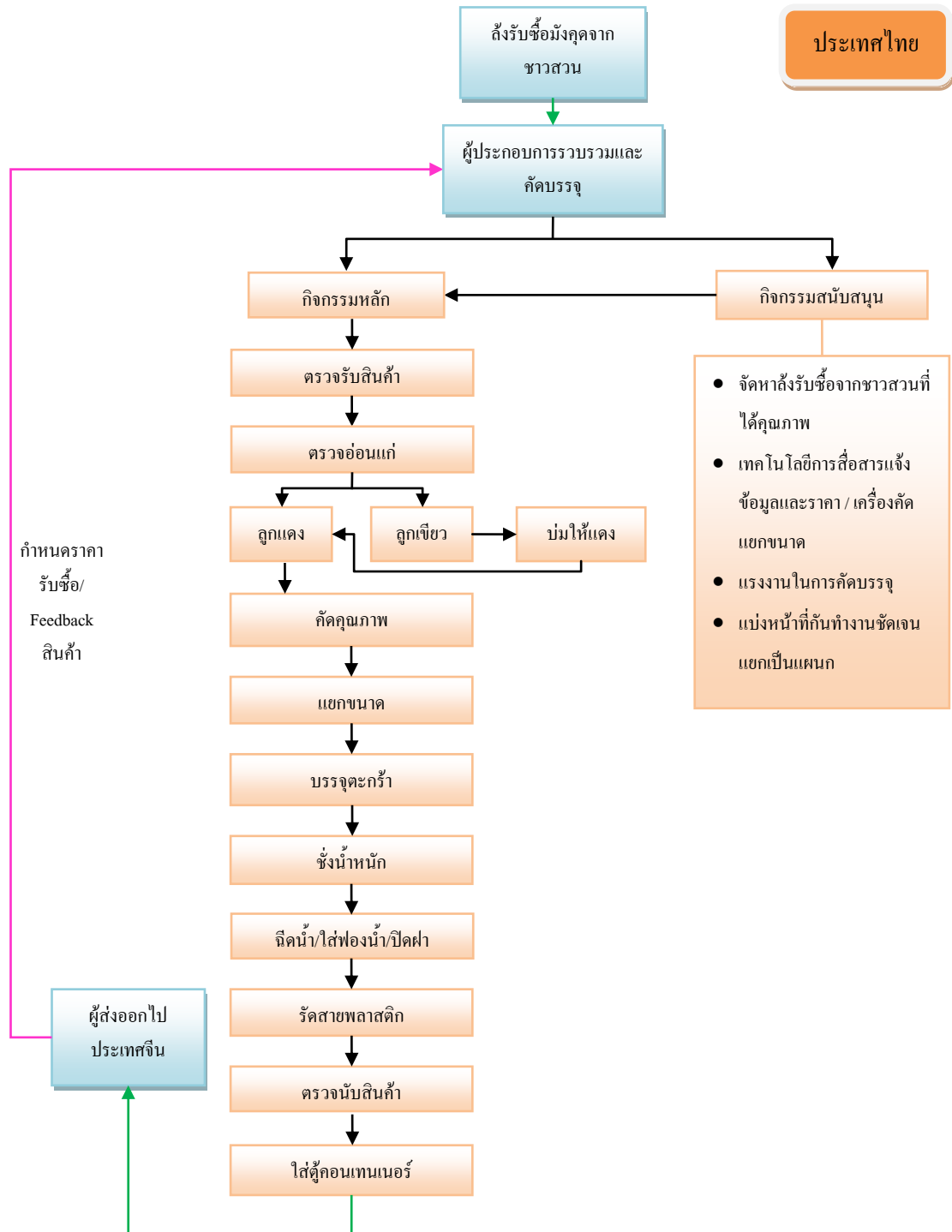


ภาพที่ 4-3 มังคุดที่รับซื้อจากชาวสวน



ภาพที่ 4-4 มังคุดที่ส่งให้กับผู้ประกอบการคัดบรรจุ

2. ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ



ภาพที่ 4-5 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ)

จากภาพที่ 4-5 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ โดยผู้ประกอบการคัดบรรจุมังคุดไปจีนจะรับมังคุดประเภท มันใหญ่ มันเล็ก มันจิว มันหูแดง และมันลาย หลังจากที่ล้งรับซื้อส่งมังคุดที่ทำการคัดแยกประเภทเรียบร้อยแล้วให้กับทางผู้ประกอบการคัดบรรจุ จะมีแผนกที่ทำการตรวจรับสินค้า ตรวจสอบสินค้าว่าถูกต้องตามรายการหรือไม่ จากนั้นจะทำการลำเลียงเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยจะทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ตรวจสอบความอ่อนแก่ของมังคุด หากมีสีแดงก็สามารถนำไปทำการบรรจุลงตะกร้าได้ แต่หากมีสีเขียวจะต้องทำการแยกมังคุดออกเพื่อนำไปบ่มด้วยแก๊ส เพื่อให้มังคุดสุก เนื่องจากสินค้าที่ส่งไปประเทศจีนจะต้องเป็นมังคุดที่มีเปลือกสีแดงขึ้นไป มังคุดที่มีสีแดงจะถูกลำเลียงส่งไปยังเครื่องคัดแยกขนาดเพื่อบรรจุลงตะกร้า ซึ่งมังคุดมันใหญ่จะทำการแยกขนาดเป็น 5A, 4A, และ 3A เป็นต้น จากนั้นจะทำการชั่งน้ำหนักตะกร้าละ 9 กิโลกรัม และทำการตรวจสอบ ตกแต่งตะกร้า ขั้นสุดท้ายก่อนทำการฉีดพ่นน้ำ ปิดด้วยฟองน้ำชุบน้ำ ปิดฝา และรัดสายรัดพลาสติก จากนั้นจะทำการตรวจนับสินค้าและนำไปบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ที่ทำความเย็นอุณหภูมิ 13 องศาเซลเซียส ตู้คอนเทนเนอร์ขนาดความยาว 40 ฟุต จะสามารถบรรจุได้ 2,385 ตะกร้า จากนั้นจะมีเจ้าหน้าที่เกษตรตรวจพืชของกรมวิชาการเกษตรมาทำการตรวจสอบสินค้าและจัดทำเอกสาร ก่อนที่จะทำการปล่อยตู้คอนเทนเนอร์ขนส่งไปยังด่านเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้รวบรวมคัดบรรจุจะทำการแจ้งรายละเอียดสินค้าที่บรรจุอยู่ในตู้คอนเทนเนอร์และจำนวนเงินของตู้ขึ้น ๆ ให้กับผู้ส่งออกซึ่งผู้ส่งออกจะเป็นผู้กำหนดราคาที่รับซื้อในแต่ละวันและระบุถึงมาตรฐานสินค้าที่ต้องการให้กับผู้รวบรวมคัดบรรจุ ภาพที่ 4-6 ถึง ภาพที่ 4-12 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการคัดบรรจุ



ภาพที่ 4-6 ตรวจสอบคุณภาพมังคุด



ภาพที่ 4-7 เครื่องคัดแยกขนาดบรรจุลงตะกร้า



ภาพที่ 4-8 ตรวจสอบคุณภาพและชั่งน้ำหนัก



ภาพที่ 4-9 นิดน้ำ ปิดฟองน้ำ ปิดฝา



ภาพที่ 4-10 รัตสายรัดพลาสติก

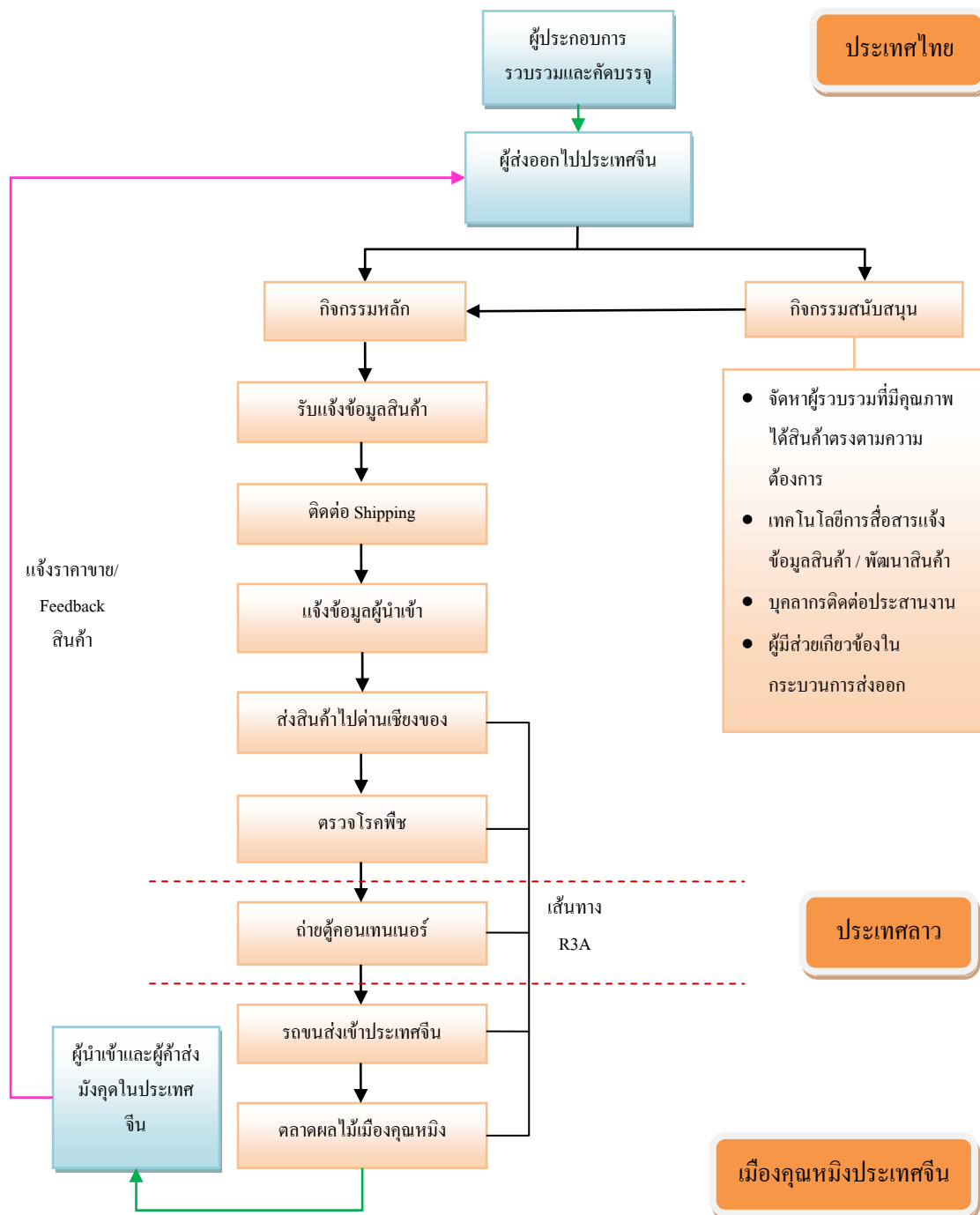


ภาพที่ 4-11 ตรวจสอบสินค้า



ภาพที่ 4-12 บรรจุนใส่ตู้คอนเทนเนอร์

3. ตัวแทนผู้ส่งออกมังกูคไปประเทศจีน



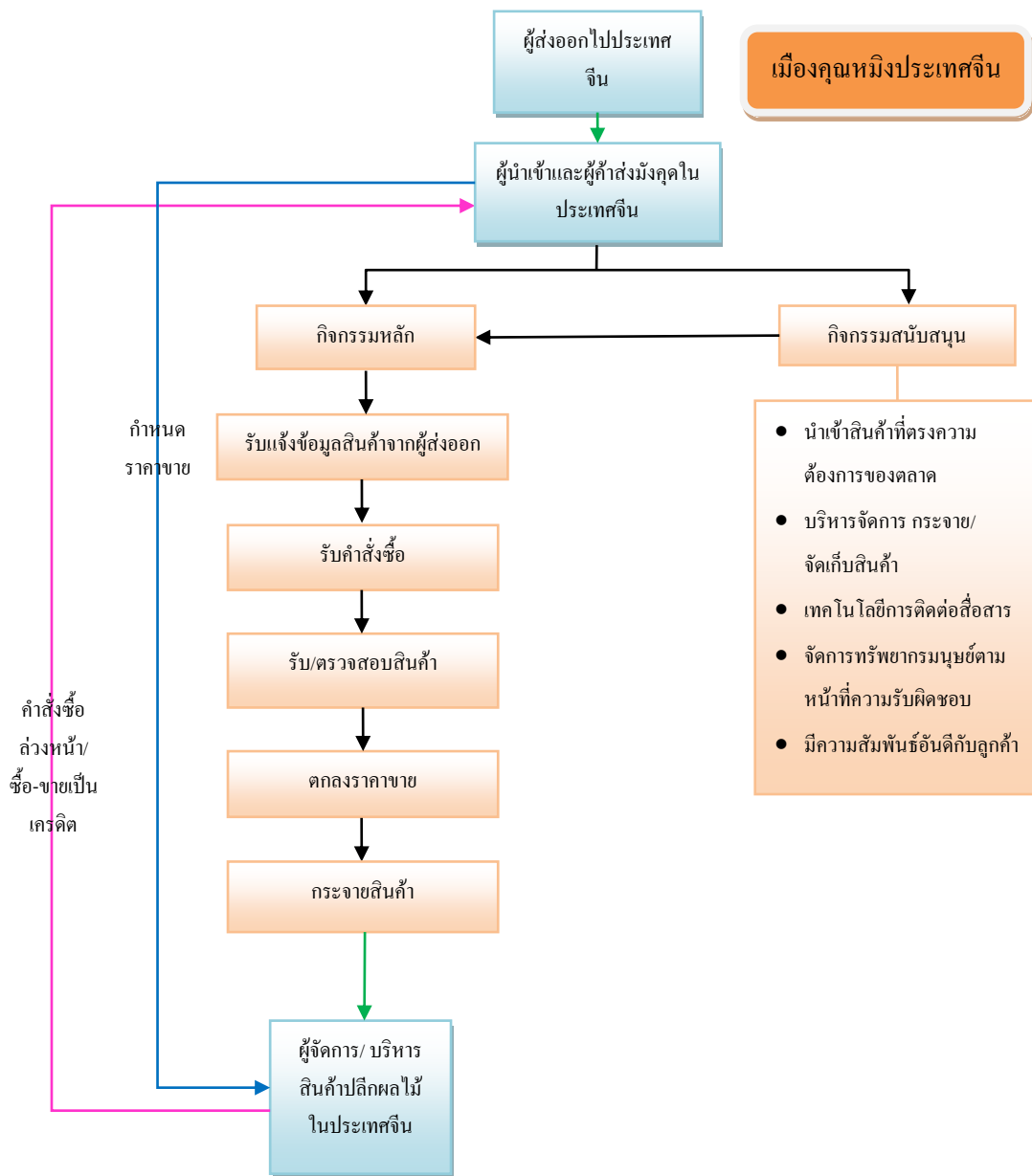
ภาพที่ 4-13 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังกูคไปประเทศจีน (ตัวแทนผู้ส่งออกมังกูคไปประเทศจีน)

จากภาพที่ 4-13 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของตัวแทนผู้ส่งออกมังกูคไปประเทศจีน ซึ่งจะได้รับแจ้งข้อมูลและสินค้าจากผู้ประกอบการคัดบรรจุ จากนั้นจะทำการติดต่อบริษัท Shipping เพื่อแจ้งข้อมูลในการขายส่งสินค้า และติดต่อกับผู้นำเข้าเพื่อแจ้งรายละเอียดสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ที่ส่งไป รถขนส่งจะใช้เส้นทาง R3A ในการขนส่งสินค้าไปยังประเทศจีน โดยผ่านทางด่านเชียงของจังหวัดเชียงราย เกษตรตรวจพืชที่ต้นทางจะทำการส่งเอกสารมายังด่านที่เชียงของและทำการตรวจสินค้าที่ด่าน จากนั้นจะเดินทางข้ามด่านไปยังประเทศลาว ผ่านห้วยทรายบ่อเต็น/บ่อหาน เพื่อทำการถ่ายสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ไปยังรถตู้คอนเทนเนอร์ของประเทศจีน โดยใช้แรงงานคน เนื่องจากทางประเทศจีนไม่อนุญาตให้รถจากประเทศไทยเข้า จากนั้นรถจะเดินทางไปยังเมืองซือเหมาประเทศจีน และไปเมืองคุนหมิง ประเทศจีน สิ้นสุดปลายทางที่ตลาดผลไม้เมืองคุนหมิง รวมระยะทางจากต้นทางจังหวัดจันทบุรีถึงเมืองคุนหมิงประเทศจีนทั้งสิ้น 2,176 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาเดินทางทั้งสิ้นประมาณ 3-4 วัน สินค้าจะถูกส่งไปให้กับผู้นำเข้าที่ตลาดเมืองคุนหมิง ซึ่งผู้นำเข้าหลักจากที่ขายสินค้าจะทำการแจ้งราคาขายและ Feedback สินค้าให้กับผู้ส่งออก



ภาพที่ 4-14 รถตู้คอนเทนเนอร์ 40 ฟุต

4. ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมั่งคุดในประเทศจีน



ภาพที่ 4-15 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน (ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมั่งคุดในประเทศจีน)

จากภาพที่ 4-15 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศไทย ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ขายสินค้าให้กับผู้ส่งออก รายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียว เมื่อได้รับแจ้งข้อมูลสินค้าจากผู้ส่งออกแล้ว จะทำการรับคำสั่งซื้อจากผู้ค้าปลีกที่ได้ทำการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าก่อนที่ของจะเดินทางมาถึง เมื่อสินค้าถึงตลาดผลไม้ ก็จะทำการกระจายสินค้าไปตามคำสั่งซื้อที่ได้รับก่อน จากนั้นจะทำการกระจายขายสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกที่มาซื้อภายหลัง ราคาในการซื้อขายแต่ละรายอาจไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับการตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยการซื้อขายที่ตลาดค้าส่งจะเป็นการซื้อขายเป็นเงินเชื่อ ซึ่งลูกค้าแต่ละรายจะได้จำนวนวันของเครดิตไม่เท่ากัน โดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 7 วัน เมื่อผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศไทย ได้รับเงินครบตามจำนวนแล้วก็จะทำการจ่ายเงินให้กับผู้ส่งออกในภายหลัง

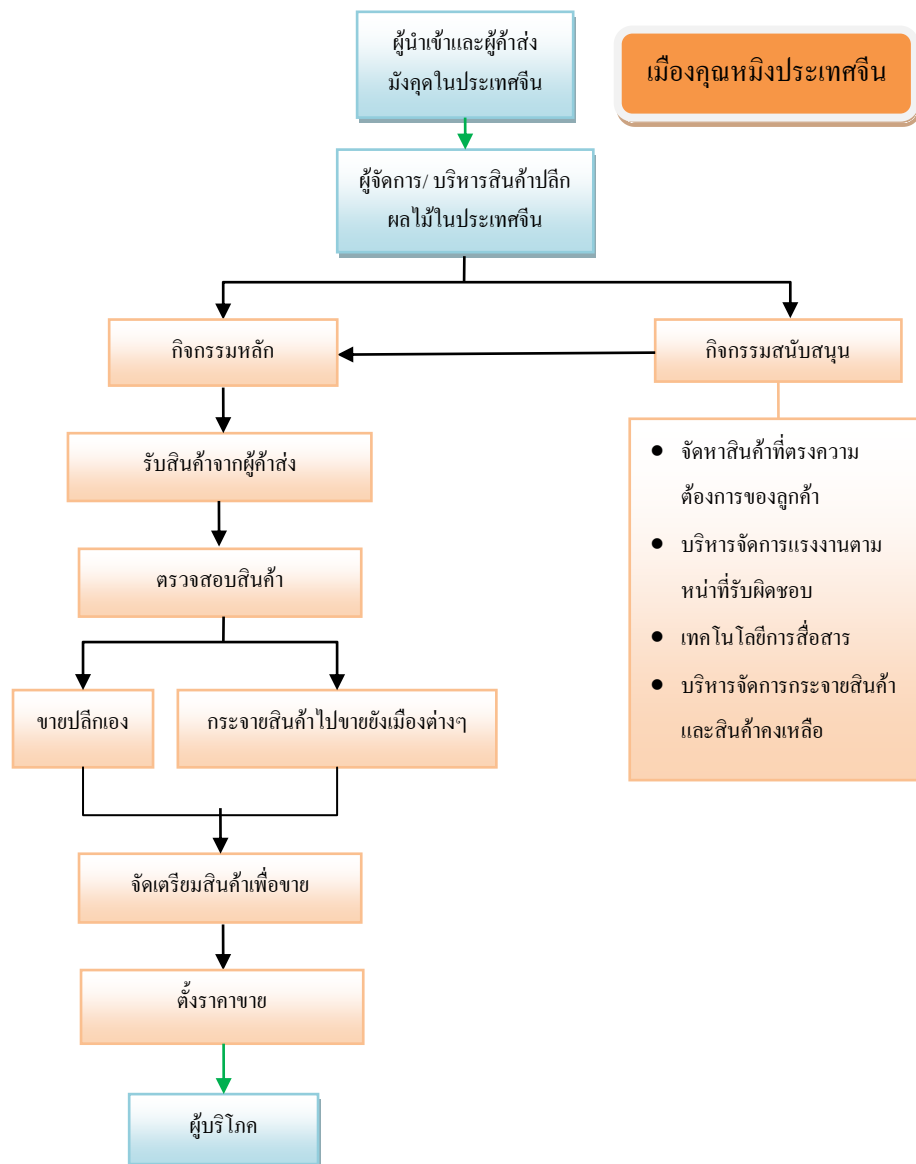


ภาพที่ 4-16 ตลาดผลไม้เมืองคุนหมิง ประเทศจีน



ภาพที่ 4-17 การกระจายสินค้าขายส่ง

5. ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน



ภาพที่ 4-18 ห่วงโซ่คุณค่าการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน (ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน)

จากภาพที่ 4-18 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน จะทำการรับสินค้าจากผู้ค้าส่ง อาจรับจากรายเดียวหรือหลายราย จะทำการตรวจสอบสินค้าที่รับมาเพื่อนำไปขายปลีกเองในตลาดผลไม้ ขยายปลีกยังจุดต่าง ๆ ในเมืองคุนหมิง หรือนำไปขายปลีกยังเมืองต่าง ๆ จากนั้นจะทำการจัดเตรียมสินค้าเพื่อขายให้กับผู้บริโภค โดยจะทำการตั้งราคาขายสินค้าและขายให้กับผู้บริโภค



ภาพที่ 4-19 ผู้ค้าปลีกมารับซื้อสินค้า



ภาพที่ 4-20 ร้านค้าปลีกในตลาดคุนหมิง

การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่ม (Value added)

ตารางที่ 4-2 มูลค่าเพิ่ม (Value added) ที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรม (อ้างอิงราคาช่วงต้นเดือนกันยายน พ.ศ. 2558)

กิจกรรมดำเนินงาน															
บาท/ กิโลกรัม	ส่งรับซื้อผลผลิตจาก ชาวสวน		ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ				ตัวแทนผู้ส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน					ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่ง มั่งคุดในประเทศจีน		ผู้จัดการ/บริหาร สินค้าปลีกผลไม้ใน ประเทศจีน	
	รับซื้อจาก ชาวสวน	คัดแยก ประเภท	ตรวจรับ สินค้า/ ตรวจ คุณภาพ	คัดแยก/ บรรจุลง ตะกร้า	ของเสีย จากการ ผลิต	ใส่ตู้คอน เทนเนอร์	ส่งผู้ รวบรวม คัดบรรจุ	ค่า อุปกรณ์ Packing	ขนส่ง ไทย-ลาว	ขนส่ง ลาว-จีน	ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ	รับสินค้า จากผู้ ส่งออก	ค่าใช้จ่าย อื่น ๆ	รับสินค้า จากผู้ค้า ส่ง	ขายให้ ลูกค้า
ต้นทุน	50.00	0.50	53.00	2.00	0.50	0.63	60.00	4.78	3.03	2.80	4.00	97.00	1.50	108.00	114.00
มูลค่าเพิ่ม	2-3 บาท/ กก.														
			3-4 บาท/ กก.												
							22-23 บาท/ กก.								
												9-10 บาท/ กก.			
														6 บาท/ กก.	

การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่ม (Value added) ที่เกิดจากการวิเคราะห์กิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าของการส่งออกม้งคุดไทยไปยังประเทศจีน จากตารางที่ 4-2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ควบคุมและได้มูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่มูลค่าการส่งออกม้งคุดไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุดคือ ตัวแทนผู้ส่งออกม้งคุดไปประเทศจีน เพราะนอกจากจะเป็นผู้ที่ส่งออกม้งคุดไปขายยังตลาดปลายทางเองแล้วยังเป็นผู้ที่มาติดต่อกับผู้ประกอบการคัดบรรจุในประเทศไทยเพื่อทำการหาและรับสินค้าไปขายยังปลายทาง ซึ่งผู้ส่งออกม้งคุดไปประเทศจีนยังเป็นผู้ที่สามารถมีอำนาจในการต่อรองราคาขายสินค้ากับลูกค้าปลายทางและยังสามารถควบคุมราคารับซื้อสินค้าในประเทศไทยได้อีกด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน” จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในกระบวนการการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนนั้น เป็นการศึกษาถึงห่วงโซ่มูลค่าของการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เป็นดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

2. เพื่อแนะนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ลังมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ และตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน

2. กลุ่มตัวอย่างในประเทศจีน เมืองคุนหมิง ได้แก่ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และผู้จัดการ/บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถนำมาสรุป และอภิปรายผลจากการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

มังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน

ผู้ประกอบการที่ทำการรับซื้อมังคุดโดยตรงจากชาวสวน โคนวิธีการรับซื้อ ได้แก่ ชาวสวนนำมังคุดมาขายที่จุดรับซื้อของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการเป็นคนไปรับมังคุดจากสวนของชาวสวนโดยตรง ผู้ประกอบการตั้งจุดรับซื้อตามจุดต่าง ๆ ในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งวิธีการซื้อจะมีทั้ง การซื้อแบบตีราคาเหมารวม คือ ชาวสวนนำของมาขาย ผู้รับซื้อจะดูสินค้าและประเมินราคาสินค้าว่าจะรับซื้อในราคาเท่าใด หลักเกณฑ์ในการประเมินสินค้าคือ คุณภาพของว่าสวยหรือไม่ แล้วก็เฉลี่ยราคาที่จะรับซื้อ เช่น ถ้าพื้นที่ของสวย ราคาที่ผู้ประกอบการได้รับมาจากลังใหญ่ ตัวสูงสุดอยู่ที่ 100 บาทต่อกิโลกรัม ราคาต่ำสุดอยู่ที่ 30 บาทต่อกิโลกรัม ผู้รับซื้อก็จะเฉลี่ยราคาซื้อชาวสวนอยู่ที่

ประมาณ 70-80 บาทต่อกิโลกรัม หลังจากนั้นก็จะนำมัจจุคไปคัดแยกประเภท ได้แก่ มันใหญ่ มันเล็ก มันจิ๋ว มันลาย มันหูแดง กากใหญ่ ตกไซส์ ระเบิด ตกดิน เป็นต้น ซึ่งประเภทของมัจจุคที่แยกก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ประกอบการคัดบรรจุที่จะทำการส่งขายสินค้าต่อ วิธีการนี้จะมีความเสี่ยงขาดทุนได้ เนื่องจาก หากทำการประเมินราคาับซื้อผิดพลาด สูงเกินไปแล้วได้ของคุณภาพไม่ดีมา หลังจากที่มาคัดแยกแตกไซส์แล้วก็อาจขาดทุนได้ ส่วนอีกหนึ่งวิธีการรับซื้อจากชาวสวนคือ รับซื้อตามแต่ละประเภทของมัจจุค กล่าวคือ จะคัดไซส์แยกประเภทของมัจจุคที่ชาวสวนมาส่งก่อน จากนั้นจึงจะทำการซื้อของจากชาวสวน วิธีการนี้ ผู้ซื้อจะรู้ได้แน่ชัดว่า ตนเองจะได้กำไรจากการซื้อเท่าไร เพราะก็รับซื้อตามราคาที่ได้รับแจ้งมาแต่ละตัวโดยตรง ส่วนต่างเงินที่ได้ในแต่ละประเภทจะอยู่ที่ประมาณ 2-3 บาทต่อกิโลกรัม อาจได้มากหรือน้อยกว่านี้ขึ้นอยู่กับบริหารจัดการต้นทุนหรือทางคนเปิดราคาอาจจะมีการบวกส่วนต่างเพิ่มให้อีกหลังจากที่ไปส่งของ หลังจากที่ล้งรับซื้อมัจจุคจากชาวสวนทำการคัดแยกประเภทแล้วก็จะกระจายสินค้าส่งขายต่อไปยังผู้รับซื้อแต่ละรายในทุก ๆ วัน โดยที่จะไม่มีของคงค้างไว้ ซึ่งจำนวนที่จะกระจายสินค้าไปในแต่ละรายก็ขึ้นอยู่กับราคาที่ได้รับแจ้งมาในแต่ละวัน โดยปกติราคาจะเท่า ๆ กัน ไม่ต่างกันมาก ก็จะกระจายของไปในปริมาณเท่า ๆ กัน แต่หากมีรายไหนที่ให้ราคามากกว่าก็อาจจะกระจายของไปให้จำนวนมากหน่อย

แนวทางในการเพิ่มมูลค่าของล้งมัจจุคที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนคือ หากล้งมัจจุคที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนทำการคัดแยกประเภทสินค้าได้ตรงตามมาตรฐานที่ผู้ประกอบการรวบรวมคัดบรรจุต้องการ คัดแยกสินค้าที่มีคุณภาพดีอย่างชัดเจน ก็จะเป็นที่ต้องการสินค้าของผู้ประกอบการรวบรวมคัดบรรจุอาจได้ราคาบวกเพิ่มมากขึ้นหลังจากการส่งสินค้าเนื่องจากทำสินค้าสวยคุณภาพดีไปส่ง หรือเป็นที่ไว้วางใจในการขอราคาในการซื้อที่สูงขึ้นกว่าคนอื่นกับผู้ประกอบการรวบรวมคัดบรรจุได้ โดยที่สินค้าคุณภาพดีก็ไม่ต้องการหุ้ดรับของจากผู้ประกอบการรวบรวมคัดบรรจุ ในส่วนของการตีราคาับซื้อแบบเหมารวมมัจจุคจากชาวสวนหากล้งมัจจุคที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนมีประสบการณ์ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าเบื้องต้นรับซื้อของคุณภาพดีจากชาวสวนมาในราคาที่เหมาะสมกับการตีราคาก็จะสามารถได้กำไรส่วนต่างจากการคัดแยกมากกว่า 2-3 บาทต่อกิโลกรัม

ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ

ในที่นี้เป็นผู้รวบรวมสินค้าเพื่อทำการบรรจุและส่งออกไปยังประเทศจีน ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่ทำจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำการติดต่อ หรือตกลงกันกับคนจีนที่ต้องการจะนำมั่งคุดส่งไปขายในประเทศจีน ส่วนมากแล้วแต่ที่มาติดต่ออาจจะเป็นเจ้าของเอง หรือทำการติดต่อผ่านตัวแทนผู้ส่งออกอีกทีหนึ่ง ซึ่งผู้ประกอบการจะมีหน้าที่ในจัดหา รวบรวมสินค้า จากนั้นจะทำการ Packing แต่ละประเภทสินค้าตามคำสั่งของทางเจ้าแก่คนจีน ผู้ประกอบการจะได้เงินส่วนต่างในเรื่องของการ Packing เท่านั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นการรับจ้าง Packing สินค้า ซึ่งส่วนต่างที่ได้ในในแต่ละผู้ประกอบการจะได้ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับการตกลงกันระหว่างเจ้าแก่คนจีนกับผู้ประกอบการ โดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 5-7 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งจะมีเงินในส่วนของการจัดทำและค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการ Packing ซึ่งราคาก็ไม่เป็นที่เปิดเผยข้อมูลแน่ชัด ประเภทสินค้าที่บรรจุเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีน ได้แก่ มันใหญ่ มันเล็ก มันจั่ว มันลาย มันหูแดง เป็นต้น ในการรับซื้อจากคลังรับซื้อมั่งคุดจากชาวสวนจะรับซื้อแต่ละประเภทมาในราคาเดียว แต่ในการ Packing เพื่อส่งออกประเทศจีน จะทำการแตกไซส์อีกทีหนึ่ง เช่น มันใหญ่ เวลา Packing จะทำการแยกไซส์เป็น 5A, 4A, 3A ตามลำดับ ซึ่งทางประเทศจีนจะนำไปขายในราคาที่แตกต่างกัน เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า ซึ่งในแต่ละไซส์ที่แยกออกมาจะขายในราคาที่ต่างกัน 30-40 หยวนต่อตะกร้าแพ็คคู่ หรือคิดเป็น ส่วนต่างที่ได้เพิ่ม ประมาณ 12 บาทต่อกิโลกรัม หลังจากทำการ Packing ก็จะมีการนำของบรรจุในตู้คอนเทนเนอร์และขนส่งออกไปยังประเทศจีน โดยเส้นทางที่ใช้จะมีทั้งทางรถ เส้นทาง R3A ทางเรือ และทางเครื่องบิน ผู้ประกอบการจะทำการแจ้งข้อมูลสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ว่ามีอะไรทำอะไรบ้างและทำการคิดเงินส่งให้กับทางเจ้าแก่หรือผู้ส่งออก ซึ่งหลังจากที่ส่งรายการเรียกเก็บเงินไป ทางผู้ส่งออกก็จะทำการจ่ายเงินค่าสินค้าภายใน 1-2 วัน โดยที่ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในเรื่องของราคาสินค้าที่ซื้อ ค่าอุปกรณ์ Packing ค่าขนส่ง ทางคนจีนจะเป็นคนรับผิดชอบทั้งหมด ผู้ประกอบการจะได้ในส่วนของการดำเนินการเท่านั้น

แนวทางในการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ เนื่องจากผู้ประกอบการจะได้รับเงินในส่วนของการดำเนินการในการคัดบรรจุเพียงอย่างเดียวหากผู้ประกอบการมีการจัดการบริหารต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิต หรือลดต้นทุนในส่วน of สินค้าที่เกิดความเสียหายได้ ก็จะสามารถเหลือส่วนต่างที่ได้ในค่าดำเนินการเพิ่มมากขึ้น หรือหากผู้ประกอบการรายใดที่มีเงินทุนเป็นจำนวนมากก็ควรที่จะหาช่องทางในการส่งออกมั่งคุดไปยังประเทศจีนด้วยตัวเองเนื่องจากมีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ และมีความสามารถในการผลิตสินค้าต้นทางแล้ว การเป็นผู้ส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีนเองเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่จะได้รับด้วย

ตัวแทนผู้ส่งออกมังกุคไปประเทศจีน

เจ้าแก็คนจีนซึ่งเป็นคนที่ติดต่อกับคนที่ขายของที่ประเทศจีนโดยตรงหรือ ตัวแทนผู้ส่งออกที่เป็นเสมือนคนกลางในการประสานงานระหว่างเจ้าแก็กับผู้ประกอบการคัดบรรจุ เป็นผู้รับส่งข้อมูลของสินค้าในแต่ละวัน ทั้งในเรื่อง ปริมาณการซื้อขาย ราคาขายตลาดปลายทาง ราคาที่จะเปิดซื้อในประเทศไทย คุณภาพสินค้า ความต้องการสเปกสินค้า จะมีการติดต่อข้อมูลกันกับผู้ประกอบการคัดบรรจุ และเป็นผู้ประสานงานกับทางผู้นำเข้าหรือผู้ขายสินค้าที่ประเทศจีน

แนวทางในการเพิ่มมูลค่าของตัวแทนผู้ส่งออกมังกุคไปประเทศจีน หากผู้ส่งออกสามารถจัดหาหรือรับสินค้าที่มีคุณภาพดีจากผู้ประกอบการคัดบรรจุที่มีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจได้ จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของตัวสินค้าได้ เนื่องจากผู้ส่งออกเป็นผู้ควบคุมห่วงโซ่คุณค่าในการส่งออกมังกุคไปยังประเทศจีน เป็นผู้กำหนดราคารับซื้อสินค้าในประเทศไทยและยังเป็นผู้ต่อรองการขายสินค้าในประเทศจีนกับผู้นำเข้า ดังนั้นหากสินค้ามีคุณภาพดีก็จะยิ่งทำให้มีโอกาสในการส่งออกสินค้าในราคาและปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น

ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังกุคในประเทศจีน

เป็นตัวแทนในการขายและกระจายสินค้าให้กับผู้ส่งออกในประเทศจีน ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ขายสินค้าให้กับผู้ส่งออกเจ้าเดียว หรืออาจจะรับขายให้กับหลายเจ้า หลังจากที่ตู้คอนเทนเนอร์ส่งไปจากประเทศไทยก็จะได้รับแจ้งข้อมูลว่าในตู้มีสินค้าอะไรบ้างไซส์ไหนเท่าไร จากนั้นจะรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าที่ประเทศจีนล่วงหน้า ประมาณ 4-5 วัน เมื่อสินค้าเดินทางไปถึงก็จะทำการกระจายสินค้าตามรับคำสั่งซื้อที่ได้รับมาก่อน ปริมาณการขายจะขึ้นอยู่กับช่วงเวลา High season หรือ Low season ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณความต้องการมีด้วยกันหลายปัจจัย ได้แก่ เทศกาลสำคัญของจีน คุณภาพสินค้า ราคาขาย เป็นต้น โดยปกติแล้วช่วงที่เป็น High season ความต้องการของมีจำนวนมาก ของก็จะได้รับการจองล่วงหน้า พอตู้ไปถึงก็กระจายของได้หมด แต่หากเป็นช่วงที่ขายของได้ไม่ดี ก็จะต้องมีการลงสินค้าขายที่ท้ายตู้หรือลูกค้ามาเลือกซื้อของ ลูกค้าที่มารับของส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ ก็จะได้การจองสินค้าก่อน เอาสินค้าไปก่อน แล้วทำการจ่ายเงินทีหลัง การขายสินค้าในประเทศจีนจะเป็นการขายแบบเครดิต ซึ่งลูกค้าแต่ละคนก็จะได้เครดิตจำนวนวันไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของแต่ละคน โดยทั่วไปก็จะได้เครดิตประมาณ 7 วัน หรือบางคนก็อาจจะได้มากกว่านั้น ราคาในการขายสินค้าในแต่ละยี่ห้อจะขายได้ไม่เท่ากัน ถ้าเป็นยี่ห้อที่ติดตลาดแล้ว

คุณภาพดีเสมอต้นเสมอปลาย มีของมาขายตลอดไม่ขาด ลูกค้าก็จะมีความน่าเชื่อถือ และสามารถขายสินค้าได้ราคาสูงกว่าคนอื่น ซึ่งราคาในการซื้อขายก็จะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจหรือการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย แต่อย่างไรก็ดี ในตลาดการขายส่งก็มีสินค้าด้วยกันหลายยี่ห้อเป็นจำนวนมาก ผู้ซื้อก็มีสิทธิ์ในการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้า และเปรียบเทียบราคาของแต่ละยี่ห้อ เพื่อเป็นทางเลือกในการต่อรอง หรือเป็นทางเลือกในการซื้อสินค้าที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด เพราะลูกค้านึงคนก็ไม่ได้ซื้อของเฉพาะยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง แต่สามารถซื้อของได้หลายยี่ห้อ

แนวทางในการเพิ่มมูลค่าของผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน คุณภาพของสินค้าที่นำไปขายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด หากสินค้ามีคุณภาพดี ของสวยได้มาตรฐานก็จะเป็นที่ต้องการของตลาด ลูกค้ามีความต้องการอย่างต่อเนื่อง สามารถขายสินค้าในราคาที่เพิ่มขึ้นได้หากสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดสูง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายก็เป็นสิ่งสำคัญในการค้าขาย หาผู้ซื้อและผู้ขายมีความสัมพันธ์อันดีก็จะสามารถทำการซื้อขายกันอย่างยาวนาน และมีความน่าเชื่อถือในการให้เครดิตด้วย

ผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปาล์มผลไม้ในประเทศจีน

ผู้ค้าส่งสินค้าบางคนก็เป็นคนขายส่งกระจายสินค้าอย่างเดียว แต่บางรายก็มีทั้งกระจายสินค้าส่งด้วย และนำของไว้สำหรับค้าปลีกด้วย เมื่อผู้คอนเทนเนอร์มาถึงก็จะไปรับสินค้าจากผู้นำเข้าหรือค้าส่งมาขาย จะรับของหลาย ๆ ยี่ห้อคละกันไป คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าคือ ผิวมัน หูเขียว ไซส์ใหญ่ เช่น ไซส์ 5A, 4A เพราะของจะสวยกว่า ถ้าหากไซส์เล็กจะไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้าเท่าที่ควร ของที่ขายจะมีตั้งแต่ 1A-6A ราคาขายก็จะแตกต่างกัน อยู่ที่ประมาณ 60-200 หยวนต่อตะกร้า ราคาสินค้าก็จะสูง-ต่ำ ขึ้นอยู่กับความต้องการ เช่น ถ้าช่วง High season ของการซื้อ ลูกค้ามีความต้องการซื้อเยอะแต่ของยังมีน้อย ราคาก็จะแพง แต่หากของเริ่มมีเยอะขึ้นความต้องการของลูกค้าก็เยอะก็จะทำให้ราคาต่ำลง คุณภาพสินค้าก็เป็นเรื่องสำคัญ หากของสวยคุณภาพดี ลูกค้าที่ต้องการซื้อเยอะขายของได้ง่าย แต่หากสินค้าไม่สวยคุณภาพไม่ดี เช่น เป็นเนื้อแก้ว ลูกค้าก็จะไม่ต้องการ ของก็จะขายได้ไม่ดี

แนวทางในการเพิ่มมูลค่าของผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปาล์มผลไม้ในประเทศจีน คุณภาพสินค้าและกลยุทธ์ในการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ หากสินค้าสวยคุณภาพดีและมี

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่แตกต่างจากผู้ขายรายอื่นก็จะช่วยส่งเสริมให้การขายปลีกกับผู้บริโภค มีความพึงพอใจและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีก

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีนทุกองค์ประกอบในห่วงโซ่คุณค่ามีความเชื่อมโยงกับหมดในทุกขั้นตอน จะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหลักที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตโดยตรงหรือกิจกรรมสนับสนุนที่มีส่วนช่วยให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี โดยกิจกรรมหลักประกอบด้วย 1) การขนส่ง (Inbound logistics) การรับสินค้าเพื่อเข้ามาทำการผลิตในกระบวนการคัดบรรจุ ผู้ประกอบการจะมีการรับสินค้าตรงตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ หากสินค้าไม่ได้คุณภาพก็จะมี การแจ้งให้ทำการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น แต่หากไม่มีการปรับปรุง ก็จะยกเลิกรับสินค้าจากคลังรับซื้อ 2) การปฏิบัติการ (Operations) กระบวนการผลิตคัดบรรจุสินค้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน ผู้ประกอบการรับซื้อสินค้าจากคลังรับซื้อมังคุดจากชาวสวน มาทำการ Packing ตามมาตรฐานที่ทางคนจีนเป็นคนกำหนด โดยต้องทำงานแข่งกับเวลาเพื่อที่จะได้ไม่เกิดของเสียหายในกระบวนการผลิตได้ ต้องมีการจัดการบริหารงานอย่างเป็นระบบ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน 3) การขนส่งขาออก (Outbound logistics) ส่งสินค้าออกไปขายยังประเทศจีนทางรถ เส้นทาง R3A จากประเทศไทย ผ่านด่านเชียงของ ข้ามไปประเทศลาว ไปทำการขนถ่ายสินค้าเปลี่ยนตู้คอนเทนเนอร์จากตู้ไทยเป็นตู้ของจีน จากนั้นเดินทางไปเมืองคุนหมิงประเทศจีน ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 4-5 วัน 4) การตลาดและการขาย (Marketing and sales) การขายส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งคำสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า เมื่อสินค้าไปถึงก็จะทำการกระจายสินค้าตามคำสั่งซื้อ โดยที่ลูกค้าจะรับสินค้าไปก่อนแล้วจ่ายเงินทีหลัง เกร็ดคิดแต่ละคนไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ เรื่องราคาสินค้าก็ขึ้นอยู่กับท้องตลาด การขายหลายปัจจัย และขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขายด้วย 5) การบริการ (Services) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงในเรื่องความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้าและปริมาณสินค้าจะทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการกลับมาซื้อสินค้าอีก กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย 1) การจัดการทรัพยากร (Procurement) การจัดหาผู้จัดส่งสินค้าที่ส่งสินค้าที่มีคุณภาพ ได้ของตรงตามมาตรฐาน เพื่อให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) ผู้ประกอบการคัดสรรจะมีการใช้เครื่องคัดแยกขนาดมุ้งคลุมเข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนค่าแรงงาน และยังสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้มากกว่าแรงงานคนด้วย 3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีปัญหาในการขาดแคลนแรงงาน ต้องใช้แรงงานจากคนนอกพื้นที่ เช่น แรงงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แรงงานกัมพูชา อีกทั้งมีการบริหารจัดการคนทำงานอย่างเป็นระบบ วางตำแหน่งคนให้ตรงกับหน้าที่การทำงาน เพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน 4) โครงสร้างพื้นฐานองค์กร (Firm infrastructure) มีการบริหารงานองค์กรกึ่งบริษัท คือ แต่ละคนแบ่งหน้าที่ทำงานชัดเจน มีกฎระเบียบในการควบคุมคนทำงาน แต่ไม่ได้เข้มงวดเหมือนรูปแบบบริษัท เนื่องจากเวลาการทำงานไม่เป็นเวลาที่แน่นอน และการทำงานมีแค่ช่วงเวลาประมาณ 3 เดือน จะเห็นได้ว่าทุกองค์ประกอบในห่วงโซ่คุณค่ามีความเชื่อมโยงกับหมดในทุกขั้นตอน จะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหลักที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตโดยตรงหรือกิจกรรมสนับสนุนที่มีส่วนช่วยให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิบูล ทีปะपाल (2546) ที่กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) สามารถเป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งจุดอ่อนของบริษัทได้เป็นอย่างดี โดยมองว่า ห่วงโซ่แห่งกิจกรรม (Chain of activities) ที่สร้างคุณค่า (Value) ต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนกับลูกโซ่เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า โดยในแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) เป็นช่วง ๆ นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย เข้าสู่กิจกรรมทางด้านการผลิตจนกระทั่งผ่านออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และสิ้นสุดลงเมื่อผู้จัดจำหน่ายขายผลิตภัณฑ์นั้นถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย รวมทั้งการบริการหลังการขาย (After sales service)

ผู้ประกอบการมีการจัดการบริหารต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิต หรือลดต้นทุนในส่วนของสินค้าที่เกิดความเสียหายได้ ก็จะสามารถเหลือส่วนต่างที่ได้ในค่าดำเนินการช่วยเพิ่มมูลค่ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐาปนี เรืองศรีโรจน์ (2557) ที่กล่าวว่า การรู้เทคนิคในการแปรรูปจะช่วยปรับลดต้นทุนในการดำเนินงาน และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณความต้องการของลูกค้า และราคาขายสินค้า ขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ ปริมาณความต้องการสินค้าของตลาดปลายทาง ช่วงเวลา High season และ Low season ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรรธรณ นวลสุทธิ (2547) ที่กล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้มุ้งคลุมราคา

ตกต่ำ เกิดจากปริมาณและคุณภาพของผลผลิตไม่สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด กระบวนการตลาดด้อยประสิทธิภาพ การส่งมั่งคุดด้อยคุณภาพไปขายยังตลาดต่างประเทศซึ่งเป็นการทำลายธุรกิจการส่งออกมั่งคุด

ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายส่งผลต่อการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ และการเป็นลูกค้าประจำที่ทำการซื้อขายกันอย่างยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภชัย เกตุหิรัญกนกกุล (2556) ที่กล่าวว่า ด้านการตลาด ให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเก่า สร้างความจงรักภักดีและรักษามาตรฐานคุณภาพเอาไว้ให้ดีที่สุดอยู่เสมอ

คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและตลาดคือ ของต้องมีคุณภาพดี มั่งคุด ผิวมัน ลูกใหญ่ ไม่เป็นเนื้อแก้ว หากสินค้ามีคุณภาพดีก็จะสามารถกระจายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Collins (2014) ที่กล่าวว่า ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าสินค้าทั้งภายในประเทศและที่ส่งออกต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการจัดส่งผลไม้มที่มีคุณภาพดีให้กับลูกค้า มีการปรับปรุงและพัฒนาการทำการตลาด และมีการสาธิตการสร้างกำลังการผลิตโดยใช้ห่วงโซ่มูลค่าเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งหากการส่งออกมีการขยายตัวเติบโตเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลดีต่อตลาดภายในประเทศคือ เป็นการลดภาวะการเกิดสินค้าล้นตลาดที่เกินความต้องการของผู้บริโภคตลาดภายในประเทศได้ และยังเป็นการผลิตันให้ผู้ค้ารายย่อยทำการปรับปรุงเพิ่มคุณภาพของสินค้าไปในตัวอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

สิ่งมั่งคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน

1. หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีส่วนช่วยในการหาวิธีการที่จะทำให้ผลผลิตมั่งคุดออกตรงตามฤดูกาล เนื่องจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนไป ทำให้มั่งคุดมีผลผลิตออกมาช้ากว่าฤดูกาลปกติ มีปริมาณที่น้อย ออกช้าจากที่เคยมีผลผลิตช่วงเดือน 4-6 แต่กลับออกช่วงเดือน 6-8 ส่งผลกระทบต่อปัญหาขาดแคลนแรงงาน มั่งคุดภาคตะวันออกออกไปชนกับภาคใต้ ช่วงปลายของฤดูมั่งคุดโดนฝนทำให้เกิดปัญหามั่งคุดแก้ว เกิดของเสียส่งผลการขายตลาดปลายทาง

ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ

2. ส่วนต่างที่ผู้ประกอบการคัดบรรจุได้รับคือ ค่าดำเนินการในการรวบรวมคัดบรรจุ หากผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการต้นทุนในการผลิต และการจัดการของที่เกิดความเสียหายจากการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับในส่วนของผลตอบแทนเพิ่มมากขึ้น

3. ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการคนไทยจะเป็นเพียงแค่ผู้จัดหาวัตถุดิบ รวบรวม และผลิตเท่านั้น แต่จะไม่ใช่ผู้ส่งออกที่แท้จริง คนจีนจะเป็นผู้มาติดต่อและนำสินค้าไปขายเอง ซึ่งมูลค่าเพิ่มที่จะสามารถได้รับขึ้นอยู่กับปลายทางขาย หากสามารถลดขั้นตอนในการส่งออกได้ คือทางคนไทยอาจจะมีการรวมตัวกันเพื่อผลิตสินค้าและส่งไปขายยังประเทศจีนเองได้ ก็จะสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้

ตัวแทนผู้ส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน

4. รักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าในการส่งออก และพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า เพื่อที่จะสามารถได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นจากการแข่งขันสูงในปัจจุบัน

5. รัฐบาลควรมีการหาตลาดส่งออกมั่งคุดเพิ่มขึ้น เช่น ประเทศไต้หวัน ประเทศอินเดีย เป็นต้น นอกจากการส่งไปประเทศจีนเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการส่งไปจีนเพียงอย่างเดียวเป็นตลาดที่ผูกขาด ทั้งเรื่องปริมาณการรับสินค้า เรื่องราคา เป็นต้น หากมีทางเลือกในการกระจายสินค้าไปยังประเทศอื่น ๆ ได้ก็จะสามารถส่งสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น และราคาก็จะดีขึ้นตามไปด้วย

ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมั่งคุดในประเทศจีน

6. มีการบริหารจัดการตลาดที่ดีเพื่อเพิ่มช่องทางและลูกค้าในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้ามากขึ้น

7. คิดหาวิธีการในการบริหารจัดการเก็บสินค้าคงคลัง โดยที่สามารถยืดอายุการจัดเก็บสินค้าคงคลังได้ ในกรณีที่ทำการสต็อกสินค้าในช่วงที่มีปริมาณเยอะราคาถูก เพื่อนำออกมาขายในช่วงสินค้าขาดตลาด มีความต้องการสินค้าสูงและราคาสินค้าแพง

ผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน

8. มังคุดเป็นสินค้าขายดีที่มีความต้องการสูงอยู่แล้ว แต่หากมีการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสินค้าที่ดีเพิ่มมากขึ้น เช่น บอกลดโปรโมชั่นและสรรพคุณทางยาของมังคุด ก็จะสามารถเพิ่มมูลค่า และความต้องการซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจจะทำการศึกษาถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ในการส่งออกมังคุดไปขายยังประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศอินเดีย หรือประเทศไต้หวัน เป็นต้น ศึกษาถึงความต้องการสินค้าในเรื่องของปริมาณความต้องการ คุณภาพหรือมาตรฐานที่ตลาดต้องการ เพื่อเป็นแนวทางในขยายตลาดในการส่งออกมังคุดและการกระจายสินค้าไปสู่ตลาดอื่นได้เพิ่มมากขึ้น ไม่เป็นการผูกขาดตลาดกับจีนเพียงฝ่ายเดียว จะเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

การค้าไทย กระทรวงพาณิชย์. (2557). *สถิติการค้าของไทยรายปี*. เข้าถึงได้จาก

<http://www2.ops3.moc.go.th/>

กรมศุลกากร. (2558). *สถิติการนำเข้า-ส่งออก*. เข้าถึงได้จาก <http://www2.ops3.moc.go.th>

โจแอน มาเกรตตา. (2557). *หลักคิดเรื่องกลยุทธ์และการแข่งขัน* (ณัฐยา สิ้นตระกูลผล, แปล).

กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

จูปนี เรืองศรีโรจน์. (2557). *การพัฒนาประสิทธิภาพห่วงโซ่คุณค่าไม้กฤษณาไทย*. วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

พิบูล ทีปะปาล. (2546). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management)*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

เพียร์เซ่ และ โรบินสัน. (2548). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic management)* (สาโรจน์ โอพิทักษ์

ชีวิน, แปล). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.

เพ็ญศรี สาวัดดี และราตรี เม่นประเสริฐ. (2549). *ศักยภาพการผลิตและการส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น*.

กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2546). มกอช. 2-2546. มังคุด. สำนักงานมาตรฐาน

สินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ศตวรรษ สถิตย์เพียรศิริ. (2554). *Value chain ห่วงโซ่คุณค่า*. เข้าถึงได้จาก

http://www.tps10.org/index.php?option=com_content&view=article&id=126&Itemid=185

ศุภชัย เกตุหิรัญกนกกุล. (2556). *การจัดการห่วงโซ่คุณค่าชา บริษัท ชาอุยฟง จำกัด*. งานนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน,

สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2554). *ส่วนแบ่งทางการตลาดของมังคุดไทยในจีน*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaibizchina.com>

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *ปริมาณผลผลิตมังคุดของ
จังหวัดจันทบุรี*. เข้าถึงได้จาก <http://www.oae.go.th>

สมชาย วรจิณเกษมสกุล. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤกษศาสตร์และสังคมศาสตร์*.
เข้าถึงได้จาก <http://www.udru.ac.th/website/index.php/>

สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2558). *ประมาณการผลผลิตมังคุดจังหวัดจันทบุรี*. เข้าถึงได้จาก
<http://www.chanthaburi.doae.go.th/indexhome.html>

สำนักงานเกษตรอำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี. (2556). *ข้อมูลรัฐบาลจีนอนุญาตให้นำเข้าผลไม้
ไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://khaokhitchakut.chanthaburi.doae.go.th>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). *สถิติการค้า คู่ค้าและคู่แข่งมังคุด*. เข้าถึงได้จาก
<http://www.oae.go.th>

อดุลย์ แก้วหาญ, สุนทรานี วีระเดชกำพล และจิรวรรณ คงสมสุข. (2554). *การเพิ่มมูลค่าสวน
มะพร้าวน้ำหอม (สวนเย็นจิตต์) ประมวลวิชาสำหรับนักศึกษาปริญญาโทประเภทงาน
ให้คำปรึกษาธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.

อรวรรณ นวลสุทธิ. (2547). *การบริหารจัดการผลไม้ (มังคุด) ของจังหวัดจันทบุรี*. ปัญหาพิเศษ รัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัย
บูรพา.

Brittall, J., Chan, A., Dilworth, A., & Schlack, J. (2012). *Value chain analysis: Maize, passion
fruit, dairy, trees, Kenya* United States Agency for International Development, The
George Washington University.

Collins, R. (2014). *Mango value chain improvement*. Australian Centre for International
Agricultural Research, Commissioned Organisation University of Queensland,
Australia.

ภาคผนวก

ค่าตอบแทนใน 500 บาทต่อวัน ค่าวิทย
 กับค่าตอบแทนแล้ว ไม่ค่อยออกต้องกิน
 ค่าค่าตอบแทน มีหนังสือออกให้ในกรณี
 ใดก็ตามที่ออกหนังสือให้แล้ว จะขอรับ
 มอเงินในกรณีนี้ หรือออกกับ
 ค่าจ้างขอค่าตอบแทน (ใหม่)



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
 เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....
 ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ
 ศ.ดร.ธรรมา เต็มพุทธศรี

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถาม (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมั่งคุดไทยไปยังประเทศจีน.....
 ชื่อผู้วิจัย นางสาวกนกรัตน์ คำรอด.....
 รหัสประจำตัว 55710023.....
 นิตินหลักสูตร
 สาขาการจัดการธุรกิจโลก (จีน) (GBM รุ่น 1.....)
 หมายเลขโทรศัพท์ 089-0825522..... email..... nokkhamrod@gmail.com.....
 อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ช้วนานู งามมณีอุดม.....

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

- 1.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมั่งคุดไทยไปยังประเทศจีน
- 1.2 เพื่อแนะนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมั่งคุดไทยไปยังประเทศจีน

* ส่งไฟล์ ค่าตอบแทนให้ทางอีเมล
 ดยชชอ์ ฮทางอีเมลมอเดีพค่าแถม รของมอเดีพ
 ให้รหนังสือในสอ๐๐ย๐๖
 sarunya.lambabun@gmail.com
 คำรอด

ตรวจแล้ว
 26 ก.ย. 2558



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ ดร. นิชิตา ตันศิริโรจน์

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

18 / กย / 58

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสัมภาษณ์ (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน.....

ชื่อผู้วิจัยนางสาวกนกรัตน์ คำรอด.....

รหัสประจำตัว55710023.....

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก (จีน) (GBM รุ่น 1.....)

หมายเลขโทรศัพท์089-0825522..... emailnokkhamrod@gmail.com.....

อาจารย์ที่ปรึกษาดร.ชำนาญ งามพนณีอุตม.....

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1.2 เพื่อแนะนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน



แบบสัมภาษณ์สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... ด.ญ. สอนห์ (สงฆ์) ชัยชนะ

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถามสัมภาษณ์ (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์การสำรวจมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน.....

ชื่อผู้วิจัยนางสาวกนกรัตน์ ศำรอด.....

รหัสประจำตัว55710023.....

นิตินัยหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก (จีน) (GBM รุ่น...1...)

หมายเลขโทรศัพท์ 089-0825522..... emailnokkhamrod@gmail.com.....

อาจารย์ที่ปรึกษาดร.พูนานญา งามมณีอุดม.....

ข้อมูลเบื้องต้น

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงกิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1.2 เพื่อแนะนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

Plagiarism Checking Report

Created on Oct 31, 2015 at 15:32 PM

Submission Information

ID	Submission Date	Submitted by	Organization	Filename	Status	Similarity Index
144856	Oct 31, 2015 at 15:32 PM	55710023@lib.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	55710023_Kanokrot Khamrod.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

Show entries

No.	Title	Author(s)	Source	Similarity Index
No data available in table				

Search:

No data available in table

Showing 0 to 0 of 0 entries

FirstPreviousNextLast

Match Details

Text from Submitted Document

Text from Source Document(s)

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ภาษาไทย

เลขที่แบบสัมภาษณ์.....



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมั่งคุดไทยไปยังประเทศจีน

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัยค้นคว้าด้วยตนเองใน

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา การจัดการธุรกิจโลก (ธุรกิจจีน)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย

และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. รหัสแทนผู้ให้สัมภาษณ์.....
2. เพศ.....
3. อายุ.....ปี
4. สัญชาติ.....
5. อาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - ล้งมั่งคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวนา
 - ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ
 - ตัวแทนผู้ส่งออกมั่งคุดไปประเทศจีน
 - ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมั่งคุดในประเทศจีน
 - ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปศุสัตว์ไม่ในประเทศจีน
6. ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ..... ปี
7. ที่อยู่สถานประกอบการ เมือง.....ประเทศ.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ บริบทของผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด
2. ผู้ประกอบการประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม
3. เพราะเหตุใดจึงเลือกประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ กิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1. กิจกรรมหลักที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตสินค้าและบริการโดยตรง

คำถาม		ข้อเสนอแนะในการ สร้างมูลค่าของกิจกรรม
1.1 ผู้ประกอบการมีวิธีการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างไร กรุณาระบุ	ต้นทุน บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรุณาระบุ บาท
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม
1.2 ผู้ประกอบการมีกระบวนการและขั้นตอนในการรับและลำเลียงสินค้าไปสู่ กระบวนการผลิตอย่างไร กรุณาระบุ.....	ต้นทุน บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรุณาระบุ บาท
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม

คำถาม			ข้อเสนอแนะในการ สร้างมูลค่าของกิจกรรม
1.3 ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าและ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าในกระบวนการผลิตอย่างไร ใช้มาตรฐานใดในการ วัดคุณภาพ ภาระระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม ภาระระบุ	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.4 ผู้ประกอบการมีวิธีในการจัดเก็บ รวบรวม และกระจายสินค้าออกสู่ตลาด อย่างไร ใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา ภาระระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม ภาระระบุ	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.5 ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไร ภาระระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม ภาระระบุ	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.6 ผู้ประกอบการมีการขายหรือกระจายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใดบ้าง มี ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าทางใดบ้าง ภาระระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม ภาระระบุ	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	

คำถาม			ข้อเสนอแนะในการ สร้างมูลค่าของกิจกรรม
1.7 ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายอย่างไรบ้าง กรณีระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีระบุ	บาท
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.8 ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตั้งราคาในการซื้อและการขายสินค้า กรณีระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีระบุ	บาท
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.9 ผู้ประกอบการมีการคำนวณหรือคาดการณ์กำไรจากผลการดำเนินงานคิด เป็นกึ่งเปอร์เซ็นต์ของต้นทุนต่อราคาขาย กรณีระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีระบุ	บาท
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.10 ผู้ประกอบการมีวิธีการอย่างไรในการดูแลรักษาลูกค้าหลังจากการ ซื้อ-ขายสินค้า เพื่อให้กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง กรณีระบุ	ต้นทุน	บาท	
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีระบุ	บาท
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	

คำถาม			ข้อเสนอแนะในการ สร้างมูลค่าของกิจกรรม
1.11 ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ภายหลังจากการซื้อ-ขายสินค้าจากลูกค้าหรือไม่ อย่างไร และมีการจัดการกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร กรุณาระบุ	ต้นทุน บาท		
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรุณาระบุ บาท	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	

2. กิจกรรมที่คอยช่วยส่งเสริมและสนับสนุน หรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปโดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ

คำถาม			ข้อเสนอแนะในการ สร้างมูลค่าของกิจกรรม
2.1 ผู้ประกอบการมีวิธีการบริหารและจัดการในองค์กรอย่างไร มีเป้าหมายในการดำเนินงานและวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างไร กรุณาระบุ	ต้นทุน บาท		
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรุณาระบุ บาท	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
2.2 ผู้ประกอบการมีการบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไร เช่น ความต้องการ การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผล และระบบเงินเดือนค่าจ้าง เป็นต้น กรุณาระบุ	ต้นทุน บาท		
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม กรุณาระบุ บาท	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	

คำถาม			ข้อเสนอแนะในการ สร้างมูลค่าของกิจกรรม
2.3 ผู้ประกอบการได้มีการใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกใดในกระบวนการผลิตสินค้าหรือไม่ ถ้ามี ใช้ในกิจกรรมใดบ้าง เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือไม่ อย่างไร งบประมาณ บาท	ต้นทุน		
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม งบประมาณ บาท	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
2.4 ปัจจุบันมีหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้แก่ ผู้ประกอบการเพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจด้านในบ้าง งบประมาณ บาท	ต้นทุน		
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม งบประมาณ บาท	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	
2.5 ท่านคิดว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการและซัพ พพลายเออร์มีความจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจอย่างไร งบประมาณ บาท	ต้นทุน		
	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	<input type="checkbox"/> สร้างมูลค่าเพิ่ม งบประมาณ บาท	
		<input type="checkbox"/> ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม	

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมั่งคุดไทยไปยังประเทศจีน

คำถาม			ข้อเสนอแนะในการสร้างมูลค่าของกิจกรรม
1. คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและตลาดมีลักษณะเป็นอย่างไร กรุณาระบุ	ต้นทุน	บาท	
2. ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดขายได้มาก-น้อย) ปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณความต้องการ กรุณาระบุ	ต้นทุน	บาท	
3. ราคาในการขายสินค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดราคาสูง-ต่ำ) ปัจจัยใดที่มีผลต่อราคาขายสินค้า กรุณาระบุ.....	ต้นทุน	บาท	

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1. ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับมังคุดอย่างไร โปรดอธิบาย
2. ภาวะเบียดและขั้นตอนในการส่งออกมีปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของท่านหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านคิดว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร
4. ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลา.....น.

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้สัมภาษณ์.....

แบบสัมภาษณ์ภาษาจีน

问卷编码：



东方大学 商学院

Graduate school of Commerce Burapha University

169 Long Had Bang Saen Rd.

问卷调查

泰国山竹出口到中国如何提高利润

本问卷是本人在东方大学 商学院攻读世界商贸专业研究生
期间所做的调查

(感谢您于百忙之中给予我们的支持)

第一部分：调查对象

1. 调查对象编码：
2. 性别：
3. 年龄：岁
4. 国籍：
5. 职业(可多选)
 - 水果收集厂 水果加工厂
 - 泰国水果出口厂 中国水果进口及批发厂
 - 水果零售店
6. 从事水果贸易.....年
7. 工作地点： 城市.....国家.....

第二部分 从业的基本情况调查

1. 水果销售的基本流程？
2. 从事水果贸易是兼职还是全职？
3. 为什么选择从事该行业？

第三部分 关于泰国水果出口到中国成本与收益的相关问题

1. 在生产和销售过程中的主要活动

问题			意见或建议
1.1 如何招聘工厂工作人员？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是 否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.2 如何收集水果并送至水果包装加工厂？请具体说明。	成本 泰铢		
	利润是 否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	

问题			意见或建议
1.3 如何挑选水果以及监督水果的质量？用什么标准来评判？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.4 在水果收购、储存以及销售的分发中用什么方法？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.5 如何管理工厂的水果？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.6 如何联系销售商？用什么方式将水果分发给顾客？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	

问题			意见或建议
1.7 在水果贸易过程中的策略？请具体说明。	成本：	泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.8 影响水果收售价格的因素？请具体说明。	成本：	泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.9 如何预估贸易所得利润？请具体说明。	成本：	泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
1.10 在水果贸易中如何保持与客户的长期合作？ 请具体说明。	成本：	泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	

问题		意见或建议
1.11 您是否注意收集客户的反馈？如何对待这些反馈？请具体说明。	成本： 泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润

2. 如何让贸易更加方便有效调查

问题		意见或建议
2.1 如何管理员工以达到既定目标？请具体说明。	成本： 泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润
2.2 如何进行人员分配？比如员工的挑选、需求量、价值评估以及工资。请具体说明。	成本： 泰铢	
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润

问题			意见或建议
2.3 利用现代化机器是否能提高效率？在什么过程中使用机器？是否提高了工作效率？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
2.4 为了提高利益，有没有其他单位在贸易过程中给予支持？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
2.5 您认为保持合作双方的练习对水果销售是否有必要？请具体说明。	成本： 泰铢		
	利润是否提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	

第四部分 关于提高水果贸易利润的相关问题

问题			意见或建议
1. 市场及客户对水果的要求？请具体说明。	成本： 泰铢	
	利润 是否 提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了..... 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
2. 客户对水果的需求量（随季节的波动情况）？ 影响客户需求的因素？请具体说明。	成本： 泰铢	
	利润 是否 提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了..... 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	
3. 水果的价格如何（随季节波动情况）？影响水 果价格的因素？请具体说明。	成本： 泰铢	
	利润 是否 提高	<input type="checkbox"/> 提高了， 提高了..... 泰铢	
		<input type="checkbox"/> 没有提高利润	

第五部分 从水果收购到出口销售的过程中，您有没有更好的建议？

1. 在从事水果贸易中您遇到过什么问题？请说明。
2. 在水果出口的过程中的相关规章制度有没有什么问题？是什么问题？
3. 您觉得在水果出口的过程中政府及相关单位应当给予什么样的支持？请具体说明。
4. 您对如何提高水果收购加工及出口中国过程中的利润有什么意见或建议？

调查日期：

时 间：年.

地 点：

对 象：

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

(Index of Concordance: IOC)

ผู้วิจัยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแต่ละข้อ ไม่น้อยกว่า 0.5 ต่อแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
1.1 รหัสแทนชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.2 เพศ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.3 อายุ..... ปี	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.4 สัญชาติ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.5 อาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> ดึงมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน <input type="checkbox"/> ผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ <input type="checkbox"/> ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน <input type="checkbox"/> ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน <input type="checkbox"/> ผู้จัดการ/บริหารสินค้าปื้ล็กผลไม้ในประเทศจีน	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.6 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ..... ปี	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.7 ที่อยู่สถานประกอบการ เมือง.....ประเทศ.....	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ บริบทของผู้ประกอบการ

ข้อคำถาม	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
1. ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรม อะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2. ผู้ประกอบการประกอบอาชีพที่มีความ เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดเป็นอาชีพ หลักหรืออาชีพเสริม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
3. เพราะเหตุใดจึงเลือกประกอบอาชีพที่ มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ กิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าในการส่งออกมังคุดไทยไปยังประเทศจีน

1. กิจกรรมหลักที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตสินค้าและบริการโดยตรง

ข้อคำถาม	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
1.1 ผู้ประกอบการมีวิธีการคัดเลือกผู้ จัดหาวัตถุดิบอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.2 ผู้ประกอบการมีกระบวนการและ ขั้นตอนในการรับและลำเลียงสินค้าไปสู่ กระบวนการผลิตอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.3 ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือ หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าและ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าในกระบวนการ ผลิตอย่างไร ใช้มาตรฐานใดในการวัด คุณภาพ กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.4 ผู้ประกอบการมีวิธีในการจัดเก็บ รวบรวม และกระจายสินค้าออกสู่ตลาด อย่างไร ใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ข้อความ	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
1.5 ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.6 ผู้ประกอบการมีการขายหรือกระจายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใดบ้าง มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าทางใดบ้าง กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.7 ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายอย่างไรบ้าง กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.8 ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตั้งราคาในการซื้อและการขายสินค้า กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.9 ผู้ประกอบการมีการคำนวณหรือคาดการณ์กำไรจากผลการดำเนินงานคิดเป็นกึ่งเปอร์เซ็นต์ของต้นทุนต่อราคาขาย กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.10 ผู้ประกอบการมีวิธีการอย่างไรในการดูแลรักษาคูกค้าภายหลังจากการซื้อ-ขายสินค้า เพื่อให้กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
1.11 ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ภายหลังจากการซื้อ-ขายสินค้าจากลูกค้าหรือไม่ อย่างไร และมีการจัดการกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

2. กิจกรรมที่คอยช่วยส่งเสริมและสนับสนุน หรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปโดยสะดวก และมีประสิทธิภาพ

ข้อคำถาม	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
2.1 ผู้ประกอบการมีวิธีการบริหารและจัดการในองค์กรอย่างไร มีเป้าหมายในการดำเนินงานและวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2.2 ผู้ประกอบการมีการบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไร เช่น ความต้องการ การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผล และระบบเงินเดือน ค่าจ้าง เป็นต้น กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2.3 ผู้ประกอบการได้มีการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกใดในกระบวนการผลิตสินค้าหรือไม่ ถ้ามี ใช้ในกิจกรรมใดบ้าง เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือไม่อย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2.4 ปัจจุบันมีหน่วยงานภายนอกที่เข้ามา มีบทบาทในการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจด้านในบ้าง กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2.5 ท่านคิดว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการและซัพพลายเออร์มีความจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับ การสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกม้งคุดไทยไปยังประเทศจีน

ข้อคำถาม	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
1. คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและตลาดมีลักษณะเป็นอย่างไร กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2. ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดขายได้มาก-น้อย) ปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณความต้องการ กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
3. ราคาในการขายสินค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดราคาสูง-ต่ำ) ปัจจัยใดที่มีผลต่อราคาขายสินค้า กรุณาระบุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกม้งคุดไทยไปยังประเทศจีน

ข้อคำถาม	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
1. ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับม้งคุดอย่างไร โปรดอธิบาย	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2. กฎระเบียบและขั้นตอนในการส่งออกมีปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของท่านหรือไม่อย่างไร	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
3. ท่านคิดว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกม้งคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ข้อความ	1	2	3	รวม	คะแนน IOC	แปรผล
4. ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็น แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการ ส่งออกมั่งคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ภาคผนวก ค

วิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อคำถาม 1. ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด								
ผู้ตอบ	ประเด็น							
	1. รับผิดชอบต่อ มังคุด จาก ชาวสวน	2. คัด แยก ประเภท ของที่ซื้อ จาก ชาวสวน	3. ส่ง ของไป ยังผู้ รวบรวม คัดบรรจุ	4. ผู้ รวบรวม คัดบรรจุ ไปรับ ของ จากล้ง	5. ผู้ รวบรวม คัดบรรจุ สินค้าส่ง จีน	6. ผู้ ส่งออก	7. นำเข้า สินค้า และ ขายส่ง	8. ขาย ปลีกมังคุด
A1	✓	✓	✓					
A2	✓	✓	✓					
A3	✓	✓	✓	✓	✓			
A4	✓	✓	✓	✓	✓			
A5						✓		
A6							✓	
A7							✓	✓
ข้อคำถาม 2. ผู้ประกอบการประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม								
ผู้ตอบ	ประเด็น							
	1. อาชีพหลัก	2. อาชีพหลักและประกอบอาชีพอื่นด้วย	3. อาชีพเสริม					
A1	✓	✓						
A2	✓	✓						
A3	✓	✓						
A4	✓	✓						
A5	✓	✓						
A6	✓	✓						
A7	✓	✓						

ข้อคำถาม 3. เพราะเหตุใดจึงเลือกประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด						
ผู้ตอบ	ประเด็น					
	1. จันทบุรีมีการปลูกมังคุดมาก	2. สินค้าออกเป็นช่วงฤดู	3. รายได้ดี			
A1	√	√	√			
A2	√	√	√			
A3	√	√	√			
A4	√	√	√			
A5	√	√	√			
A6		√	√			
A7		√	√			
ข้อคำถาม 4. ผู้ประกอบการมีวิธีการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างไร กรุณาระบุ						
ผู้ตอบ	ประเด็น					
	1. รับของจากชาวสวนทั้งหมด	2. ของที่มาส่งตรงตามสเปกที่ต้องการใหม่	3. คัดแยกเกรดชัดเจน	4. ถ้าของไม่ได้คุณภาพและไม่ปรับปรุงก็ตัดออก	5. รับของโดยตรงกับคนส่งออกยี่ห้อเดียว	6. รับของหลาย ๆ ยี่ห้อมาขาย
A1	√					
A2	√					
A3	√	√	√	√		
A4	√	√	√	√		
A5		√	√	√		
A6					√	
A7					√	√

ข้อคำถาม 5. ผู้ประกอบการมีกระบวนการและขั้นตอนในการรับและลำเลียงสินค้าไปสู่กระบวนการผลิตอย่างไร กรุณาระบุ							
ผู้ตอบ	ประเด็น						
	1. ชาวสวนนำมังคุดมาขายที่ล้ง	2. ไปรับของที่สวน	3. ออกไปซื้อของตามจุดต่างๆ	4. คัดแยกเกรดแยกประเภทมังคุด	5. มีคนรับของและตรวจเช็คคุณภาพ	6. ส่งของเข้าเครื่องคัดบรรจุ	7. ส่งออกสินค้าไปจีน
A1	√	√	√	√			
A2	√	√		√			
A3	√	√	√	√	√	√	
A4	√	√	√	√	√	√	
A5							√
A6							
A7							
ข้อคำถาม 6. ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสินค้าและตรวจสอบคุณภาพสินค้าในกระบวนการผลิตอย่างไร ใช้มาตรฐานใดในการวัดคุณภาพ กรุณาระบุ							
ผู้ตอบ	ประเด็น						
	1. คัดเลือกสินค้าคุณภาพดี ตรงตามสเปกที่ผู้รับซื้อต้องการ	2. คนจีนเป็นคนกำหนดคุณภาพ					
A1	√						
A2	√	√					
A3	√	√					
A4	√	√					
A5	√	√					
A6	√						
A7	√						

ข้อคำถาม 7. ผู้ประกอบการมีวิธีในการจัดเก็บ รวบรวม และกระจายสินค้าออกสู่ตลาดอย่างไร ใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา กรณาระบุ								
ผู้ตอบ	ประเด็น							
	1. กระจายส่งหลายแห่ง	2. พิจารณาจากราคาที่ได้	3. ราคาดีส่งมากหน่อย ราคาถูกก็ส่งน้อยหน่อย	4. รับซื้อจากชาวสวนและแพ็คส่งเงินเอง	5. ซ้อมาขายไปภายในวัน	6. รับของเข้าให้พอดีกับกำลังการผลิต	7. ส่งออกสินค้าไปจีน	8. รับสินค้าจากไทยขายให้ลูกค้าประจำและชาจร
A1	✓	✓	✓		✓			
A2	✓	✓	✓		✓			
A3	✓			✓	✓	✓		
A4	✓			✓	✓			
A5							✓	
A6								✓
A7								✓
ข้อคำถาม 8. ผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไร กรณาระบุ								
ผู้ตอบ	ประเด็น							
	1. ไม่มีสินค้าคงคลัง	2. หาดตลาดหรือผู้รับซื้อหลาย ๆ เจ้าเพื่อกระจายของ						
A1	✓	✓						
A2	✓	✓						
A3	✓	✓						
A4	✓	✓						
A5	✓							
A6	✓							
A7	✓							

ข้อคำถาม 9. ผู้ประกอบการมีการขายหรือกระจายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใดบ้าง มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าทางใดบ้าง กรุณาระบุ						
ผู้ตอบ	ประเด็น					
	1. ผู้รวบรวมและคัดบรรจุ	2. พ่อค้าคนกลางที่รับของไปส่งอีกทอดหนึ่ง	2. ผู้ส่งออก มังคุดไปจีน	3. ผู้นำเข้าและค้าส่งในประเทศจีน	4. ผู้ค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน	5. ผู้บริโภคในจีน
A1	✓	✓				
A2	✓	✓				
A3		✓	✓			
A4		✓	✓			
A5				✓		
A6					✓	
A7					✓	✓

ข้อคำถาม 10. ผู้ประกอบการมีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายอย่างไรบ้าง กรุณาระบุ		
ผู้ตอบ	ประเด็น	
	1. ทำสินค้าสวย คุณภาพดี	2. ลูกค้าประจำตกลงกันได้
A1	✓	
A2	✓	
A3	✓	
A4	✓	
A5	✓	
A6		✓
A7		✓

ข้อคำถาม 11. ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตั้งราคาในการซื้อและการขายสินค้า กรมการระบุ							
ผู้ตอบ	ประเด็น						
	1. ผู้รวบรวม เป็นคน กำหนดราคา	2. ตีราคา จากสินค้า	3. ดูราคา ท้องตลาด	4. ราคา ขึ้นอยู่กับ ตลาดจีน	5. ขึ้นอยู่กับ Season	6. ขึ้นอยู่ กับลูกค้า	7. ขึ้นอยู่ กับการตกลง ของผู้ ซื้อ-ผู้ขาย
A1	✓	✓					
A2	✓	✓		✓			
A3			✓	✓			
A4		✓	✓	✓			
A5			✓	✓	✓		
A6			✓	✓	✓	✓	✓
A7			✓	✓	✓	✓	✓
ข้อคำถาม 12. ผู้ประกอบการมีการคำนวณหรือคาดการณ์กำไรจากผลการดำเนินงานคิดเป็นกึ่งเปอร์เซ็นต์ของต้นทุนต่อราคาขาย กรมการระบุ							
ผู้ตอบ	ประเด็น						
	1. ไม่แน่นอน เนื่องจากตี ราคาของซื้อ รวม	2. ระบุได้ไม่ แน่นอน เฉลี่ย แต่ละประเภท ไป	3. ส่วนต่าง ราคาที่ได้ 2-3 บาท/กก.	4. ประมาณ 10 % โดยไม่ หักค่าใช้จ่าย	5. ได้ในส่วน ต่างของค่า จัดการแพ็คเกจ	6. ไม่แน่นอน ได้กำไรบ้าง ขาดทุนบ้าง เฉลี่ยกันไป	
A1	✓	✓	✓				
A2			✓	✓			
A3	✓	✓			✓		
A4	✓	✓			✓		
A5		✓				✓	
A6		✓				✓	
A7		✓				✓	

<p>ข้อคำถาม 13. ผู้ประกอบการมีวิธีการอย่างไรในการดูแลรักษาลูกค้าภายหลังจากการซื้อ-ขายสินค้า เพื่อให้กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง กรุณาระบุ</p>					
ผู้ตอบ	ประเด็น				
	1. ทำของคุณภาพดี		2. รู้จักพูดคุยกันอย่างดี		
A1	✓				✓
A2	✓				✓
A3	✓				✓
A4	✓				✓
A5	✓				✓
A6	✓				✓
A7	✓				✓
<p>ข้อคำถาม 14. ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ภายหลังจากการซื้อ-ขายสินค้าจากลูกค้าหรือไม่ อย่างไร และมีการจัดการกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร กรุณาระบุ</p>					
ผู้ตอบ	ประเด็น				
	1. ของสวย คุณภาพดี	2. เรื่องคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน	3. ปรับปรุง แก้ไขคุณภาพ ให้ดีขึ้น	4. ราคาไม่ เท่ากับคนอื่น	5. คัดไซส์ หรือ แยกประเภทไม่ ชัดเจน
A1	✓	✓	✓		✓
A2	✓	✓	✓	✓	✓
A3	✓		✓		✓
A4	✓		✓		✓
A5			✓		✓
A6					✓
A7					✓

<p align="center">ข้อคำถาม 15. ผู้ประกอบการมีวิธีการบริหารและจัดการในองค์กรอย่างไร มีเป้าหมายในการดำเนินงานและวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างไร กรุณาระบุ</p>							
ผู้ตอบ	ประเด็น						
	1. ทำงานตามมาตรฐานที่ตั้ง	2. จัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ	3. วางตำแหน่งคนให้ถูกกับงาน	4. เตรียมความพร้อมอุปกรณ์ในการทำงาน			
A1	✓						
A2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
A3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
A4	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
A5	✓			✓			
A6	✓			✓			
A7	✓			✓			
<p align="center">ข้อคำถาม 16. ผู้ประกอบการมีการบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไร เช่น ความต้องการการสรรหาและคัดเลือก การประเมินผล และระบบเงินเดือนค่าจ้าง เป็นต้น กรุณาระบุ</p>							
ผู้ตอบ	ประเด็น						
	1. ทุกคนทำงานแทนกันได้หมด	2. แรงงานในท้องถิ่น	3. แรงงานจากภาคอีสาน	4. แรงงานต่างด้าว	5. ค่าจ้างเป็น ชั่วโมงทำงานไม่ตรงเวลา	6. คนงานเก่าทำงานกันมานาน	7. วางตำแหน่งคนให้ถูกกับงาน
A1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
A2		✓	✓	✓	✓	✓	✓
A3		✓	✓	✓	✓	✓	✓
A4		✓	✓	✓	✓	✓	✓
A5						✓	✓
A6						✓	✓
A7						✓	✓

<p>ข้อคำถาม 17. ผู้ประกอบการได้มีการใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ในกระบวนการผลิตสินค้าหรือไม่ ถ้ามี ใช้ในกิจกรรมใดบ้าง เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานหรือไม่ อย่างไร กรุณาระบุ</p>			
ผู้ตอบ	ประเด็น		
	1. ไม่มีใช้แรงงานคน	2. ใช้เครื่องคัดแยกไซส์	3. เทคโนโลยีสื่อสาร
A1	✓		✓
A2	✓		✓
A3		✓	✓
A4		✓	✓
A5			✓
A6			✓
A7			✓
<p>ข้อคำถาม 18. ปัจจุบันมีหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีบทบาทในการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อ เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจด้านในบ้าง กรุณาระบุ</p>			
ผู้ตอบ	ประเด็น		
	1. ไม่มี		
A1	✓		
A2	✓		
A3	✓		
A4	✓		
A5	✓		
A6	✓		
A7	✓		

ข้อคำถาม 19. ท่านคิดว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการและซัพพลายเออร์มีความจำเป็นต่อการประกอบธุรกิจอย่างไร กรุณาระบุ			
ผู้ตอบ	ประเด็น		
	1. จำเป็น	2. ไม่จำเป็นเสมอไปขึ้นอยู่กับราคาสินค้า	3. มีส่วนช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปด้วยดี
A1	✓		✓
A2	✓	✓	✓
A3		✓	✓
A4		✓	✓
A5	✓		✓
A6	✓		✓
A7	✓		✓

ข้อคำถาม 20. คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าและตลาดมีลักษณะเป็นอย่างไร กรุณาระบุ				
ผู้ตอบ	ประเด็น			
	1. ของสวยคุณภาพดี	2. คัดแยกประเภทชัดเจน	3. ของสด	4. ผิวมัน หูเขียว ไซส์ใหญ่
A1	✓	✓	✓	
A2	✓	✓	✓	
A3	✓	✓	✓	✓
A4	✓	✓	✓	✓
A5	✓	✓	✓	✓
A6	✓	✓	✓	✓
A7	✓	✓	✓	✓

ข้อคำถาม 21. ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดขายได้มาก-น้อย) ปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณความต้องการ กรุณาระบุ				
ผู้ตอบ	ประเด็น			
	1. ต้องการเยอะ ไม่จำกัดรับของได้ตลอด	2. เทศกาลที่เงินต้องการของเยอะ	3. ช่วงเมืองเงินขายของไม่ดีก็จะเบาของ	4. ขึ้นอยู่กับ Demand และ Supply
A1	✓	✓		
A2	✓	✓		
A3	✓	✓	✓	
A4		✓		✓
A5		✓		✓
A6		✓		✓
A7		✓		✓

ข้อคำถาม 22. ราคาในการขายสินค้าเป็นอย่างไร (ช่วงเวลาใดราคาสูง-ต่ำ) ปัจจัยใดที่มีผลต่อราคาขายสินค้า กรุณาระบุ					
ผู้ตอบ	ประเด็น				
	1. ขึ้นอยู่กับสิ่งแพ้ที่ส่งเงิน	2. อ้างอิงราคาตลาดที่เงิน	3. ปริมาณการขายที่เงิน	4. ขึ้นอยู่กับปริมาณของออกมาก-น้อย	5. ขึ้นอยู่กับ Demand และ Supply
A1	✓	✓			
A2	✓			✓	
A3		✓	✓	✓	✓
A4		✓	✓	✓	✓
A5			✓	✓	✓
A6			✓	✓	✓
A7			✓	✓	✓

ข้อคำถาม 23. ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับมังคุดอย่างไร โปรดอธิบาย				
ผู้ตอบ	ประเด็น			
	1. ปัญหาแรงงานไม่เพียงพอ	2. เรื่องมังคุดออกช้าของน้อย	3. คุณภาพไม่ดี เป็นมังคุดเนื้อแก้ว	3. คนรับซื้อเยอะขึ้น คู่แข่งเยอะ
A1	√	√	√	
A2	√	√	√	√
A3	√	√	√	√
A4	√	√	√	√
A5		√	√	√
A6		√	√	√
A7		√	√	√

ข้อคำถาม 24. ภาวะเบียดและขั้นตอนในการส่งออกมีปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของท่านหรือไม่ อย่างไร					
ผู้ตอบ	ประเด็น				
	1. ไม่มีผล	2. ไม่ทราบ	3. การตรวจพืชหรือสารเคมี	4. การขนส่ง	5. ภาษีที่เงินไม่แน่นอน
A1	√				
A2	√				
A3		√			
A4		√		√	
A5			√		√
A6			√		
A7			√		

ข้อคำถาม 25. ท่านคิดว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร						
ผู้ตอบ	ประเด็น					
	1. ช่วยประกันราคามังคุด	2. เจริญเรื่องคุณภาพ การรับของเพิ่มมากขึ้น	3. หาประเทศส่งออกเพิ่ม	4. พัฒนาผลผลิตให้สอดคล้องตามฤดูกาล	5. ออกกฎหมายห้ามชาวสวนเก็บมังคุดเขียว	
A1	√					
A2		√	√			
A3				√		
A4	√		√			
A5			√		√	
A6						
A7						
ข้อคำถาม 26. ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนอย่างไร						
ผู้ตอบ	ประเด็น					
	1. ปริมาณมังคุดเยอะได้กำไรมากขึ้น	2. อยากให้ปลายทางจีนขายได้ดี ๆ	3. ทำให้มังคุดออกเร็วขึ้น	4. หาดตลาดต่างประเทศอื่นในการส่งออก	5. แปรรูปมังคุด	6. คุณภาพสินค้าต้องดี
A1	√	√				
A2	√		√	√		
A3			√		√	
A4				√		
A5				√		√
A6						√
A7						√

ภาคผนวก ง

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1

เพศ หญิง อายุ 57 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 15 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ถาม: ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมใดบ้างเกี่ยวกับการส่งออกมังคุด

ตอบ: รับซื้อของจากสวนหรือชาวสวนมาส่ง แล้วเราก็เอาคนงานมาคัดไซส์ เสร็จแล้วเค้าก็จะมารับ
ของที่เร้างหรือเราเอาไปส่งบ้าง ที่ซื้อจากชาวสวนจะเป็นซื้อแบบคัดแยกไซส์ หลัง ๆ นี้ก็จะมีช
ห่อตีรวมบ้างแต่ไม่มาก ตั้งแต่แรกก็ซื้อแบบแยกไซส์ แต่ช่วงหลัง ๆ ก็มีพ่อค้าจากที่อื่น จากใต้ขึ้นมา
ซื้อของทางนี้แล้วซื้อแบบตีรวม เราก็เลยต้องซื้อตามบ้างไม่อย่างนั้นก็ไม่ได้ของ บางทีถ้าเราออกไป
ซื้อของข้างนอกก็ซื้อตีรวม แต่ถ้าซื้อของบริเวณแถว ๆ บ้าน ซื้อในสวนก็จะซื้อคัด

ถาม: ผู้ประกอบการทำอาชีพล้างรับซื้อมังคุดจากชาวสวนเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

ตอบ: เป็นอาชีพหลัก แล้วก็ทำสวนด้วย

ถาม: มีวิธีการในการเลือกรับวัตถุดิบอย่างไร

ตอบ: ก็รับซื้อของจากชาวสวนทั้งหมด เพราะซื้อมาเราก็ต้องมาแยกไซส์อีก

ถาม: มีวิธีในการกำหนดราคาซื้ออย่างไร

ตอบ: กรณีซื้อแบบตีรวมก็จะดูราคาจากตัวที่ต่ำ กับราคาตัวสูง แล้วก็ดูของด้วยว่าของเค้าเป็นพื้น
ไหน สวยหรือเปล่า ถ้าของเค้าสวย เราจะดูราคาจากตกไซส์ สมมติราคาตกไซส์อยู่ที่ 20 บาท แล้ว
ตัวบนราคาเป็นร้อย เราก็จะซื้อประมาณ 70-80 บาท มันต้องเฉลี่ยราคา แต่บางครั้งก็มีซื้อแบบตีเป็น
มันรวม มีมันใหญ่ มันเล็ก มันจืด แล้วก็ตกไซส์ ต้องดูพื้นของ บางทีถ้าของเค้าไม่สวยเราก็ต้องให้
ราคาต่ำหน่อย

ถาม: มีขั้นตอนในการดำเนินงานอย่างไร

ตอบ: หลังจากรับซื้อของจากชาวสวนแล้วเราก็ต้องมาแยกไซส์ตามที่ล้างที่เราจะไปส่งเค้ากำหนด มี
มันใหญ่ มันเล็ก มันจืด จืดตลาด ตกไซส์

ถาม: กำไรที่ได้ในการรับซื้อเป็นอย่างไร

ตอบ: ระหว่างซื้อตีรวมกับซื้อแยกไซส์ แบบแยกไซส์จะดีกว่า เพราะเรารู้ราคาที่เรจะได้แน่นอน
เพราะแต่ละวันล้างเค้าก็จะแจ้งเรามาอยู่แล้วว่าตัวไหนราคาเท่าไร เราจะบวกเท่าไรต้องซื้อเท่าไร คือ
เรารู้ต้นทุนเราแน่นอน รู้ว่าแต่ละตัวเราจะได้กำไรเท่าไร แต่ถ้าเป็นซื้อรวมส่วนใหญ่ที่เค้าซื้อกัน
มักจะขาดทุนหรือถ้าไม่ขาดทุนก็ได้น้อย ถ้าซื้อรวมจะเสี่ยง เพราะบางครั้งก็มีของหมกมา

ถาม: มีหลักเกณฑ์ในการเลือกหรือตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างไร

ตอบ: ที่ล้างมังคุดจะสวย เราจะบอกคนคัดตลอดว่าสเปกไหนเป็นอย่างไร ใช้ได้หรือไม่ได้ คือเราทำ
ตามสเปกเค้า ไม่หมกของ

ถาม: มีวิธีการจัดเก็บสินค้าก่อนผลิตหรือสินค้าคงคลังอย่างไร

ตอบ: ของที่ลั้งจะส่งวันต่อวัน ไม่ว่าจะทำถึงดึกแค่ไหนก็ต้องทำให้เสร็จ ไม่มีของค้าง แล้วเราก็จะบอกให้เค้ามารับของ

ถาม: มีการกระจายสินค้าไปขายที่ใดบ้างใช้หลักเกณฑ์ใดในการตัดสินใจเลือกส่ง

ตอบ: มีส่งสินค้าไปหลายแห่ง เป็น 10 ลั้ง เช่น บริเวณแสลง คลองนารายณ์ มะขาม โป่งแรด ก็กระจายของไป ส่วนใหญ่แต่ละลั้งราคาก็จะเปิดมาเหมือน ๆ กัน ใกล้เคียง ๆ กัน ก็จะมีบ้างบางที่ที่เค้าบวกเพิ่มให้ เจ้าไหนที่บวกเราก็ดึงของให้เยอะหน่อย แต่เราก็คือส่งให้ทุกเจ้าที่เค้ารับของเรา ก็เฉลี่ย ๆ ของไป ถ้าราคาสูงกว่าก็ส่งเยอะหน่อย มันต้องกระจายส่งของหลาย ๆ ที่ ป็องกันของล้นตลาดตาย เราจะไม่ขาดส่งที่ไหน เพราะถ้าของล้นจะไม่มีที่ระบายของ

ถาม: หลังจากที่เราส่งของไปขายแล้วได้มี Feedback ย้อนกลับมาหรือไม่จัดการอย่างไร

ตอบ: ส่วนใหญ่ก็ไม่มีนะ แต่ก็จะมีบ้างที่บอกมาว่าคิดลูกเล็กไปนะ เราก็มายบอกคนงานว่าเค้าแจ้งมาว่ามีเล็กไป ก็กลับมาปรับของใหม่

ถาม: มีการบริหารจัดการคนงานอย่างไรบ้าง

ตอบ: คนงานที่ใช้เราเอามาจากอีสาน จ้างเค้าเป็นชั่วโมง เลี้ยงข้าว 3 มื้อ มีที่พักให้ ส่วนใหญ่จะรับคนเก่าที่เคยทำ ถ้าคนที่มาใหม่ก็จะฝึกใหม่ ทุกคนจะทำหน้าที่แทนกันหมด จะคัดได้ทุกคน ส่วนคนยกของก็จะใช้ผู้ชายยก

ถาม: มีการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานหรือไม่

ตอบ: ไม่ได้ใช้เลย จะใช้แรงงานคนในการคัดอย่างเดียว

ถาม: มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยในการส่งเสริมหรือให้ความรู้ในการทำงานหรือไม่

ตอบ: ไม่มีหน่วยงานอื่นเข้ามา ก็ทำกันเอง

ถาม: ท่านคิดว่าความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ส่งผลต่อการประกอบกิจการหรือไม่

ตอบ: มี เช่น ถ้าเราทำของสวย ลั้งรับซื้อก็ดีใจของเรา อยากรได้ของเราเยอะ ๆ ไม่มีการเบรคของหรือกับชาวสวนก็เป็นขาประจำกัน ก็มีไปรับของถึงบ้าน เค้าก็จะส่งของขายให้เราตลอด

ถาม: ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไรบ้าง ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณความต้องการมีอะไรบ้าง

ตอบ: ความต้องการเค้าต้องการของเยอะ มีเท่าไรก็ส่งได้หมด เพราะเราทำของคุณภาพ ปัจจัยที่มีผลก็จะมีทางลั้งรับซื้อที่เค้าส่งเงิน เค้าก็จะมียกกว่าเราของเยอะ ๆ ก็คือรับได้ตลอด ถ้าช่วงไหนที่มีเทศกาลก็อาจจะบอกขอของเยอะหน่อย แต่ถ้าจะเบรคของนี่จะไม่มี

ถาม: ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อราคาสูงต่ำของสินค้า

ตอบ: ขึ้นอยู่กับลัทธิรับซื้อที่เจ้าทำส่งเงิน เจ้าจะเป็นคนกำหนดราคามาว่าเท่าไร ซึ่งเจ้าก็อาจจะอ้างอิงของที่ขายที่ตลาดประเทศจีนถ้าช่วงไหนปลายทางไม่ดี ราคา ก็จะต่ำลงมา ถ้าช่วงไหนปลายทางขายดี ราคา ก็จะสูงขึ้น ก็ไม่รู้ว่าใครเป็นคนกำหนด น่าจะอยู่ที่ตลาดปลายทาง

ถาม: ท่านประสบปัญหาใดบ้างในการทำธุรกิจ

ตอบ: ปัญหาแรงงาน คนงานน้อย อย่างเช่น ถ้ามังคุดออกช้าเจ้าก็ยังมาทำไม่ได้ เพราะเรายังไม่มีการให้เจ้าทำ เจ้าก็จะไปทำที่อื่นก่อน แต่พอถึงเวลามังคุดออกจริง ๆ คนที่จะมาทำงานก็น้อย เราก็ต้องหากคนเพิ่ม ก็อาจจะจ้างคนแถวบ้านมาทำงานบ้าง เรื่องคุณภาพก็จะมีถ้ามังคุดโดนฝนเยอะ ๆ ก็จะเป็นเนื้อแก้วบ้าง

ถาม: ท่านคิดว่าอยากให้ภาครัฐหรือหน่วยงานราชการมีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดอย่างไร

ตอบ: ราชการน่าจะช่วยประกันราคา เช่น ถ้าของเยอะ ๆ ของมันตายเจ้าก็น่าจะช่วยประกันราคาไม่ให้ราคามันต่ำมากเกินไป ประกันราคาว่าขั้นต่ำเท่าไร เพราะไม่อย่างนั้นชาวสวนก็ลำบาก

ถาม: ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุด

ตอบ: คืออยากให้ปลายทางเมืองจีนขายดี ๆ จะได้ราคามังคุดดี ๆ แต่จริง ๆ เราก็ได้ในส่วนต่างของการทำเท่าเดิมไม่ว่าจะราคาสูงหรือต่ำ ทำคัญคือ ถ้าปริมาณมังคุดเยอะเราก็จะได้เงินมาก ถ้ามังคุดน้อยก็ได้น้อย อย่างปีที่ผ่านมาของปริมาณน้อยลงมาก ลดลงประมาณ 3 เท่าจากปีก่อน ๆ ที่เราทำได้ ส่วนต่างต่อกิโลกรัมก็เท่าเดิม แต่ปริมาณที่ทำมันลดลงเราก็ได้น้อย เพราะฉะนั้นทำอย่างไรให้ได้ปริมาณเยอะ ๆ จะดีกว่า

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2

เพศ ชาย อายุ 36 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวน
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 5 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ถาม: ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมใดบ้างเกี่ยวกับการส่งออกมังคุด

ตอบ: รับซื้อมังคุดจากชาวสวน จากนั้นก็คัดแยกไซส์ แยกประเภท แล้วก็ส่งของให้กับล้งใหญ่ที่เค้า
แพ็คของส่งจีน

ถาม: ผู้ประกอบการรับซื้อมังคุดเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

ตอบ: เป็นอาชีพหลัก แล้วก็มีส่วนงานมังคุดเองด้วย

ถาม: เพราะเหตุใดถึงเลือกทำอาชีพรับซื้อมังคุด

ตอบ: เพราะจันทบุรีมีการปลูกมังคุดมาก พอถึงหน้าที่มีมังคุดก็เหมือนเป็นช่วงที่ทำเงิน ปีหนึ่งมีแค่
ประมาณ 3 เดือน แล้วก็รายได้ดี

ถาม: ผู้ประกอบการมีวิธีการเลือกผู้ส่งวัตถุดิบอย่างไร

ตอบ: รับซื้อของจากชาวสวนอย่างเดียว ชาวสวนเอามาขายเราก็ซื้อหมด

ถาม: มีกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตอย่างไร

ตอบ: พอชาวสวนเอามังคุดมาขายก็นำมาคัดแยก คัดไซส์ตามขนาดต่าง ๆ แต่ละประเภท เช่น มัง
ใหญ่ มังเล็ก มังหูแดง มังลาย มังจิว กาก ตกไซส์ จากนั้นเสร็จก็รอส่งของให้กับล้งใหญ่ตอนเย็น
หรือกลางคืนหลังจากที่คัดเสร็จหมดแล้ว

ถาม: มีวิธีการหรือหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคุณภาพสินค้าอย่างไร

ตอบ: ทางคนจีนเป็นคนกำหนดคุณภาพว่าต้องการของแบบไหนอย่างไร ทางล้งใหญ่ที่เค้าแพ็คของ
เค้าก็จะแจ้งมา ทางเราก็ได้แต่จัด หรือคัดสินค้าตามคุณภาพแบบที่เค้ากำหนดมา

ถาม: มีวิธีการจัดเก็บรวบรวมสินค้า และกระจายออกไปขายอย่างไร

ตอบ: เป็นการซื้อมาขายไปในแต่ละวัน ไม่ได้มีของตกค้าง คือของเข้ามาเท่าไรเราก็ต้องคัดแยกให้
หมดภายในวัน เพราะวันถัดไปก็จะมีของเข้ามาอีก ก็จะกระจายของให้กับล้งรับซื้อต่อไป อย่างเช่น
ล้งที่เค้าแพ็คของส่งจีน เราก็จะส่งของเฉพาะที่เค้าต้องการพวก มังใหญ่ มังเล็ก มังจิว มังหูแดง มัง
ลาย ส่วนของชนิดอื่น เช่นพวก ตกไซส์ ก็จะมาคนมารับอีกที เค้ามารับของไปส่งตลาดไท หรือ
ตลาดอื่นในประเทศ ส่วนของประเภทอื่นก็ส่งให้เจ้าอื่น ๆ กระจายของไปแล้วแต่เค้ารับแบบไหน
แต่ถ้ากรณีของล้งตลาด ตลาดในประเทศตาเราต้องหาที่กระจายของ อาจจะช้าหน่อย หรือ
รับภาระขาดทุนบ้างนิดหน่อย แต่ก็กระจายของไปได้

ถาม: มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไร

ตอบ: ไม่มีสินค้าคงคลัง เพราะไม่ได้มี Stock ของไว้ ก็ซื้อมาขายไปให้เร็วที่สุด ก็มีตลาดหรือพ่อค้าหลาย ๆ เจ้าไว้ เพื่อจะได้กระจายสินค้า

ถาม: มีการขายหรือกระจายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มใดบ้าง

ตอบ: ขายไปยังพ่อค้าคนกลางที่รับของไปส่งอีกทอดหนึ่ง เช่น ที่ส่ง เวียดนาม จีน กัมพูชา และในประเทศไทย

ถาม: มีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายอย่างไร

ตอบ: คุณภาพสินค้าสำคัญที่สุด เพราะตลาดต้องการของเขอะอยู่แล้ว ถ้าทำของสวยของดี การซื้อขายก็ง่าย ทำงานสะดวกส่งของก็สะดวกลูกค้าอยากได้

ถาม: ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตั้งราคาซื้อขายสินค้า

ตอบ: คิดว่าน่าจะเป็นตลาดปลายทางที่เมืองจีน ว่าเค้าขายของได้ดีหรือไม่ ผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อหรือไม่ ถ้าขายได้ดี ราคาที่น่าจะสูง แต่ถ้าขายไม่ดี ราคาก็ต่ำ

ถาม: มีการคำนวณหรือคาดการณ์ผลการดำเนินงานหรือไม่

ตอบ: คาดว่าน่าจะประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ โดยยังไม่หักค่าใช้จ่าย

ถาม: มีวิธีในการดูแลลูกค้าหลังจากการขายอย่างไร

ตอบ: ก็รู้จักกันมานาน คุยกันแบบเป็นกันเอง ต่อรองราคากันได้ อธิบายข้อดีข้อเสีย ไม่เอาเปรียบทั้งกับเกษตรกร แล้วก็ไม่ได้เอาเปรียบลูกค้าที่รับของเราไป คือ ทำงานคัดของแบบตรงไปตรงมา ไม่มีหมกเม็ดไป

ถาม: ภายหลังจากที่ขายสินค้าไปแล้วได้รับข้อมูล Feedback ย้อนกลับมาหรือไม่

ตอบ: มีข้อมูลกลับมาเหมือนกันอย่าง เช่น บางทีเค้าก็จะบอกว่า ราคาไม่เท่ากันกับคนอื่นบ้าง คัดของไม่เหมือนกันบ้าง หรือบางทีส่งของไปแล้วก็อาจมีบอกว่าของเราต้องปรับเรื่องคุณภาพบ้าง มีของปนไปซักอันไปบ้าง เราก็ต้องกลับมาปรับของให้เค้า

ถาม: มีวิธีการบริหารจัดการหรือดำเนินงานในกิจการอย่างไร

ตอบ: จัดสถานที่รับซื้อของเราให้ดูดีเป็นระเบียบ วางคนงานให้ถูกตำแหน่ง ใครถนัดเหมาะสมกับงานแบบไหน เตรียมความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการทำงาน

ถาม: มีวิธีการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไร

ตอบ: ก็มีจ้างคนงานทางอีสานมา ก็มีทั้งคนเก่าและคนใหม่ปนกันไป ก็จัดวางคนให้ถูกต้องกับงานตามความสามารถของแต่ละคน และก็ดูความสามารถในการทำงานของแต่ละคน ก็จะมีประเมินผลงานด้วยซึ่งก็จะมีผลต่อเงินเดือน เพราะว่าเราจ้างเค้าทำงานเป็นรายชั่วโมง แต่ละคนได้ค่าชั่วโมงไม่เท่ากัน แล้วแต่ความสามารถและหน้าที่ในการทำงาน

ถาม: มีการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรในการทำงานหรือไม่

ตอบ: ไม่มีใช้เครื่องจักร ใช้แต่แรงงานคนในการคัดมังคุด

ถาม: มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาให้ความรู้หรือข้อมูลช่วยในการทำงานหรือไม่

ตอบ: ไม่มี

ถาม: ท่านคิดว่าการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย มีความจำเป็นต่อธุรกิจหรือไม่

ตอบ: ก็อาจจะมีส่วน เพราะลูกค้าหลายคนก็เป็นลูกค้าประจำ เคยมาขายของให้ทุกปี ก็ติดต่อซื้อขายกันทุกปี แต่ว่าจริง ๆ แล้วเรื่องสำคัญสุดที่เค้าจะมาส่งของให้หรือไม่มันก็ขึ้นอยู่กับราคาของด้วย ถ้าราคาเราสู้คนอื่นไม่ได้ ชาวสวนก็ไม่ค่อยอยากมาขาย เพราะของปีหนึ่งมีแค่ช่วงเดียว ก็อยากขายได้ราคาเยอะที่สุด

ถาม: คุณสมบัติของสินค้าที่ลูกค้าหรือตลาดต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ: เค้าก็จะเน้นเรื่องคุณภาพ คุณภาพต้องดี ชอบของสวย ผิวสวย ขนาดตรงตามไซส์ที่เค้ากำหนด ถ้าของสวยได้คุณภาพ ใครก็อยากได้ของ เป็นที่ต้องการของตลาด

ถาม: ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไร ปัจจัยใดที่มีผลต่อความต้องการ

ตอบ: ลูกค้าก็ต้องการของเรื่อย ๆ ไม่ได้จำกัดแต่มันก็ขึ้นอยู่กับปริมาณของที่ออกมาด้วย อย่างลั้งที่แพ็คส่งเงินเค้าก็ต้องการของเยอะ ก็อาจจะเพราะขายดี แต่อย่างตลาดในเมืองไทยถ้าของออกเยอะแล้วตลาดตายของขายไม่ทัน ก็จะทำให้เค้าต้องการของน้อยลง

ถาม: ราคาในการขายสินค้าเป็นอย่างไร ปัจจัยใดที่มีผลต่อราคา

ตอบ: ถ้าปริมาณผลผลิตน้อย มีของออกมาน้อย ก็จะขายได้ราคาดี ราคาแพง เพราะคนแย่งกันซื้อ มากกว่าตอนที่ผลผลิตออกสู่ตลาดเยอะ ราคาก็จะลดลง

ถาม: ผู้ประกอบการประสบปัญหาใดบ้างในการดำเนินธุรกิจ

ตอบ: คนที่รับซื้อมังคุดมีเยอะขึ้น ทำให้เราซื้อของได้น้อยลง ได้ส่วนแบ่งการตลาดลดลง ซื้อของได้ยากขึ้น แล้วก็เรื่องแรงงาน แรงงานหายาก ยิ่งแรงงานคนไทยจะหายาก ก็ต้องมีใช้แรงงานกัมพูชาด้วย

ถาม: ท่านคิดว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานราชการควรมีการสนับสนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดไปจีนอย่างไร

ตอบ: รัฐบาลควรจะช่วยเจรจาเรื่องคุณภาพสินค้าที่ตลาดทางจีนต้องการ เพื่อที่จะสามารถส่งออกมังคุดไปประเทศจีนได้หลากหลายประเภทมากขึ้น ของไปได้ทุกประเภท ทุกขนาด จะทำให้สามารถส่งของได้มากขึ้น ได้ราคาดีขึ้นกว่าตลาดในประเทศ หรือ หาดตลาดในประเทศอื่น ๆ เพิ่มขึ้น นอกจากประเทศจีนจะได้ไม่เป็นการผูกขาดตลาดเดียว จะได้สามารถกระจายสินค้าได้มากขึ้น ได้ราคาดีขึ้น เป็นการช่วยราคามังคุดของชาวสวนด้วย

ถาม: ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะหรือแนวทางในการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดอย่างไร

ตอบ: ถ้าเกิดสามารถจะทำให้ผลผลิตมังคุดออกก่อนฤดูได้ก็จะสามารถขายได้ในราคาที่แพงขึ้นได้ และไม่เสี่ยงต่อการเจอมังคุดแก้วในฤดูฝนที่มังคุดออกช้าด้วย ทำให้ขายได้ไม่มีตลาดจีนไม่ต้องการ และถ้าสามารถหาตลาดส่งออกไปประเทศอื่นเพิ่มมากขึ้นได้ ก็จะสามารถกระจายสินค้าไปได้มากขึ้น ราคาไม่ผูกขาดอยู่ที่ตลาดจีนเพียงอย่างเดียว

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 3

เพศ หญิง อายุ 27 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนและผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 10 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ถาม: ขั้นตอนในการทำมีอะไรบ้าง

ตอบ: ซื้อหน้าบ้าน หน้าล้าง ซื้อจากชาวสวนซื้อเป็นเบอร์ ก็มี มันใหญ่ มันเล็ก มันจิว แล้วแต่ช่วงนั้นเค้าจะซื้อแบบไหนเราก็ซื้อแบบนั้น ราคาที่ตามท้องตลาดที่ขึ้นลงในแต่ละวัน แล้วก็มีการปล่อยเด็กที่ล้างออกไปซื้อตามจุดในแต่ละที่ โดยที่ออกไปซื้อของชาวสวนข้างนอก ชาวสวนเค้าก็จะคัดแยกมาคร่าว ๆ เราก็จะตีราคา อาจจะมีปิดไซส์เค้าลงบ้าง ก็จะเป็นของก่อนแล้วถึงจะตีราคา

ถาม: มีวิธีการตีราคาซื้ออย่างไร

ตอบ: จะดูพื้นที่ของว่าถ้าสวยก็จะซื้อราคาสูงหน่อย แต่ถ้าพื้นที่ไม่สวยก็จะตีอีกราคาหนึ่ง ส่วนใหญ่คนที่ออกไปซื้อจะเป็นคนตีราคาว่าสมควรจะซื้อเท่าไร เช่น เราจะเปิดราคาไป สมมติว่าวันนี้เปิดไป มันใหญ่ 40 มันเล็ก 30 มันจิว 20 เค้าก็จะไปกะเอาว่าจะซื้อเท่าไรซื้อพื้นที่แบบไหนมาราคาเท่าไร แล้วเค้าก็จะกลับมาส่งที่ล้าง

ถาม: มีวิธีการเลือกรับของอย่างไรบ้าง

ตอบ: ต้องดูว่าเค้ามาตรงตามสเปกกับที่เราตั้งไว้ไหม เหมาะสมกับที่เค้าขอราคาเราไปซื้อไหม ถ้าสเปกตรงตามกับที่เค้าขอราคามาที่โอเครับของไว้ แต่ถ้าทำมาแบบคัดไม่ดีไม่ชัดเจน ก็จะมีตัดราคา แต่ปกติก็จะไม่ค่อยทำแบบตัดราคา แต่จะมีตัดเบอร์ ตัดไซส์ที่เค้าคัดมา แต่ถ้าทำไม่ดีบ่อย ๆ ไม่มีการพัฒนาที่จะตัดเค้าออกไม่รับเลย

ถาม: หลังจากที่ได้รับของมามีขั้นตอนในการลำเลียงสู่กระบวนการผลิตอย่างไรบ้าง

ตอบ: พอของมาส่งถึงก็จะมี QC คนหนึ่งคอยตรวจของเช็คของ แล้วก็ดูแต่ละเบอร์ตรงตามที่เค้าแจ้งมาไหม คุณน้ำหนัก ชั่ง แล้วก็แยกตามกลุ่ม มันใหญ่ มันเล็ก มันจิว จากนั้นก็เอาส่งเข้าไปเทคดลงเครื่องแพ็คตามช่องแต่ละประเภท

ถาม: มีวิธีการจัดเก็บสินค้าคงคลังอย่างไร

ตอบ: ไม่มีสินค้าคงคลัง จะเป็นแบบซื้อมาขายไป ของเป็นวันต่อวัน ไม่มีเก็บค้าง

ถาม: กรณีของที่เข้ามาเพื่อรอคัดบรรจุ มีวิธีการจัดการอย่างไร

ตอบ: จะสั่งของให้พอดีกับปริมาณที่เราทำไหว คือจะดูว่าคนงานเรามีกี่คน ทำวันละกี่ชั่วโมง ต่อชั่วโมงทำได้กี่ตัน โดยปกติคนงานคนหนึ่งทำงานวันละ 15-16 ชั่วโมงคือเต็มที่สุด เต็มที่คือทำได้ 4-5 วันติดกันแค่นั้น มากกว่านั้นเค้าจะทำไม่ไหวแล้ว ถ้าทำมากเกินไปมันก็จะเสียหาย เพราะฉะนั้นก็จะเช็คของที่จะเข้ามาทุกวันว่าวันนี้มีของกี่ตัน ถ้าของเยอะก็จะให้คนงานเข้างานเร็วหน่อย และจะ

พยายามทำงานให้เสร็จก่อนเที่ยงคืนของทุกวัน แต่ถ้าคนงานเริ่มล่าช้าไม่ไหวก็ต้องเบรกของ คือ จะรับของเข้าตอนกลางคืนแล้วแพ็คของตอนเช้า

ถาม: ของที่แพ็คส่งไปขายยังเมืองใดบ้าง

ตอบ: ส่งไปเมืองคุณหมิงอย่างเดียว

ถาม: มีการกำหนดราคาซื้อ ราคาขายอย่างไร

ตอบ: จะคุยกับเจ้าแกตตอนเช้าว่า วันนี้เค้าขายได้ราคาประมาณเท่าไร รวมค่าแพ็คเสร็จแล้วเท่าไร เฉลี่ยทั้งตู้เท่าไร แล้วก็จะเช็คกับคนซื้อ กับนายหน้าว่า วันนี้เค้าจะซื้อเท่าไร คนอื่นซื้อเท่าไรกัน ซึ่งโดยปกติแล้วเราจะไม่ได้กำหนดราคาให้เค้าซื้อ เพราะปีนี้กำหนดราคาให้ไปซื้อไม่ได้ เค้าซื้อของกันไม่ได้ ก็จะฟังราคาจากคนที่เค้าตามราคามากกว่า แล้วก็เช็คกับเจ้าแกว่าเค้าขายได้ไหม ถ้าราคานั้นเค้าขายไม่ได้เราก็ต้องเบรราคาไม่ได้ตาม ของเราจะดูราคาว่า ตอนนี่เค้าขายได้เท่าไรเราก็จะซื้อตามนั้น ไม่ได้ตั้งราคาเพื่ออนาคต ไม่ใช่ว่า เค้าขายได้ 50 บาท แล้วเราไปซื้อ 55 บาท อย่างนั้นก็ไม่ได้

ถาม: ส่วนต่างผลกำไรที่ได้มาจากส่วนไหน

ตอบ: จะได้ในส่วนของค่าแพ็ค เพราะว่าของที่ซื้อมาก็จะทำราคาเฉลี่ยให้กับบริษัทเลย ไม่ได้ตรงส่วนต่างราคาซื้อขาย ทำตรง ๆ ซื้อเท่าไรขายเท่านั้น ไม่ได้บวกส่วนต่างจากราคาตรงนั้น

ถาม: สินค้าที่ส่งออกไปมี Feedback กลับมาหรือไม่ อย่างไร

ตอบ: ของที่ส่งไปไม่เคยมีปัญหา เพราะเราทำตามสเปกเค้าที่เค้าให้มา แต่ถ้าจะมีก็อาจจะมีความของบ่ม อาจจะโดนตีในเรื่องสีผิวที่แดงไป หรือมีติดลาย เพราะของบ่มพอบ่มออกมาแล้วมันจะมีลายจากการคัดไม่ชัดเจน

ถาม: ปริมาณความต้องการของสินค้ามีมากน้อยแค่ไหน

ตอบ: ปริมาณความต้องการเค้าสามารถรับได้ตลอด เค้าจะถามเราว่าเราสามารถผลิตได้เท่าไร เรายังจะบอกเค้าเพราะคนงานเราจำกัด ก็จะบอกเค้าว่าคนงานเราขนาดนี้ ทำได้วันหนึ่งประมาณ 30-40 ตัน เต็มที่

ถาม: มีวิธีการคัดเลือกคนเข้ามาทำงานอย่างไร

ตอบ: คนงานส่วนใหญ่ก็จะเป็นคนเก่า ๆ ที่ทำด้วยกันมา 2 ปีแล้ว มีต่างด้าวบ้างมาเพื่อยกของ แต่ส่วนใหญ่ก็จะเป็นคนอีสาน คนไทยมากกว่าประมาณ 50-60 เปอร์เซนต์

ถาม: คิดว่าความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีผลต่อการประกอบกิจการหรือไม่

ตอบ: โดยปกติแล้วคนที่ออกไปซื้อตามจุดเค้าก็ต้องรู้ว่าคนแฉะนั้นเป็นอย่างไร ลักษณะวัฒนธรรมเป็นอย่างไร ต้องดูพื้นที่ ไม่ใช่จะซื้อก็ซื้ออย่างเดียว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นมันก็ขึ้นอยู่กับราคา ถ้าราคาแรงราคาดีเค้าก็ขาย แต่เค้าก็จะดูอีกว่าราคาแรงแก่ช่วงแรก ๆ หรือเปล่า หรือเราซื้อตลอดหรือ

เปล่า กับคนสวนเค้าก็เรียกราคา คือเค้าก็อยากได้ราคาสูง ๆ ตรงไหนที่ราคาดีเค้าก็เอาไปขายตรงนั้น ถึงจะเป็นญาติกันสนิทสนมกันดีเค้าไหนถ้าราคาไม่ได้เค้าก็ไม่ขาย เอาไปขายที่ไ้ราคาสูงมากกว่า เดี่ยวนี้ลูกค้าประจำมันหายาก แต่ว่าปริมาณของคนที่จะเข้ามาส่งของก็มีเพิ่มขึ้นอยู่ดี ถ้าเทียบกันคนที่จะไปซื้อของมาส่ง ปีนี้กับปีที่แล้วปีนี้มีเยอะขึ้น ปีหน้าก็คิดว่ามีเยอะขึ้นกว่าปีนี้อีก และมีปัญหาอีก คือ เดี่ยวนี้สิ่งใหญ่ ๆ ที่เค้าเป็นคนแพ็ค คนจีน เค้ามีรถออกไปซื้อของตัวเอง ซื้อทีหนึ่งเยอะ ๆ หลายคัน รถ แล้วจะซื้อราคาไหนก็ได้ เพราะเค้าซื้อเองเราก้สู้เค้าไม่ได้ เค้าซื้อราคาแพงเน้นเอาปริมาณเยอะ ๆ เราให้ราคาถูกสายของเราไปซื้อก็ซื้อไม่ได้ สู้ราคาไม่ได้

ถาม: มีกลยุทธ์ในการรับซื้อของอย่างไร

ตอบ: การซื้อก็จะให้ลูกน้องของเราเองออกไปซื้อ 3 จุด โดยที่เปอร์เซ็นต์การรับของเข้าจากคลังรับซื้อที่มาจากกับลูกน้องของเราเองที่ออกไปซื้อ เป็น 60: 40 เปอร์เซนต์ การให้ลูกน้องออกไปซื้อเอง เราจะควบคุมราคาได้ราคาไม่สูงมาก ราคาที่รับมา 60 เปอร์เซนต์อาจเป็นราคาสูง แต่อีก 40 เปอร์เซนต์เป็นราคาต่ำลงมาหน่อย ถ้าเฉลี่ยราคากันก็จะไม่สูงมาก เราซื้อแล้วก็ส่งราคาให้เค้าแก่ คือ ถ้าเค้าแก่อยู่ได้เราก้อยู่ได้ ไม่ต้องไปแข่งซื้อราคาสูง แต่ซื้อราคาให้เค้าแก่อยู่ได้ ส่วนนายหน้าเก็บจะไม่ได้ใช้เลยเพราะถึงจะเก็บของมาสวยจริงแต่ก็บวกค่าน้ำมันให้เค้า เราก้ทำราคาสู้เค้าไม่ได้

ถาม: คุณสมบัติของสินค้าที่ตลาดต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ: เค้าจะบอกสเปกมา อย่างเช่น เบอร์ทอง น้ำหนัก 90-100 กรัมขึ้นไป มีให้แยกหูเขียว หูแดง ก็เหมือนสเปกทั่วไป

ถาม: ปริมาณความต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ: เราสามารถทำส่งได้เท่าไรก็รับของได้หมด อาจขึ้นอยู่กับราคาด้วย เช่น ถ้าช่วงไหนขายไม่ดีก็อาจจะบอกให้เบาของหน่อย

ถาม: คิดว่าปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อราคาสินค้า

ตอบ: ขึ้นอยู่กับคนซื้อ ถ้าของน้อยคนซื้อเยอะก็ราคาสูง ซึ่งสัมพันธ์กับปริมาณ

ถาม: ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการทำธุรกิจ มีอะไรบ้าง

ตอบ: กรณีที่ออกไปซื้อของชาวสวนข้างนอกก็จะมีการแข่งขันราคากัน เช่น ถ้าของพื้นกลาง ๆ ไม่สวยมากซื้อมาในราคาไหนก็ขาดทุน จะยากกับคนที่ออกไปซื้อของเสมอว่า ซื้อของให้ดูของดี ๆ ซื้อของดีมาราคาไหนไม่ว่าแต่ก็ให้ได้ของที่สามารรถนำมาแพ็คได้ไม่ต้องเน้นเอาปริมาณเยอะ อย่างบางวันซื้อของได้เยอะ 3 ตัน แต่ขาดทุนไปเป็นหมื่น กลับกันบางวันได้ของ 1-2 ตัน แต่ได้กำไร 5-6 พัน ในแต่ละจุด อันนี้คือกรณีที่ออกไปซื้อของข้างนอกจะเน้นให้เค้าซื้อของ แต่กรณีที่แพ็คของในคลังจะเน้นให้ทำให้เร็วอย่างเดียวแล้วจะไม่ขาดทุน จะเน้นให้ทำของที่เอาเข้ามาให้ไม่เกิน 12 ชั่วโมง เพราะถ้า

เกิน 12 ชั่วโมง หน้ามังคุดจะเปลี่ยน จากหูกเขียวเป็นหูกแดง จากลูกแดงกลายเป็นดำ คือถ้าในถังจะทำงานแข่งกับเวลา

ถาม: กฎระเบียบหรือขั้นตอนในการส่งออกส่งผลต่อการทำงานของเราอย่างไร

ตอบ: เราทำหน้าที่รับจ้างแพ็คเกจเราจะไม่รู้ตรงจุดนี้ จะเป็นหน้าที่ของเจ้าแก้วเจ้าเจอบัญหาอะไรไหม

ถาม: ต้องการให้รัฐบาลหรือหน่วยงานราชการเข้ามามีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกมังคุดอย่างไร

ตอบ: อยากให้ช่วยพัฒนาผลผลิตให้ออกตามฤดูกาล หรือหาขายตัวไหนที่ทำให้มันออกเร็ว ๆ อย่างปีนี้ถ้าฝนยังไม่หยุดตก มังคุดก็จะออกช้าอย่างเดิมอีก ก็ต้องไปแข่งกันซื้ออีก อย่างเช่น ถ้ามังคุดได้ของนครศรีธรรมราชออกช้า ยังไม่ออก คนนครศรีธรรมราชก็จะขึ้นมาซื้อของที่จันทบุรีอีก คู่แข่งก็จะเยอะขึ้นอีก เช่น ปีที่ผ่านมาราคามังคุดเป็นกิโลกรัมละ 100 กว่าบาทอยู่เป็นเดือน คนที่เป็นเจ้าแก้วคนขายเค้าก็ขายได้ไม่ดีเค้าอยู่ไม่ได้ เรายังอยู่ไม่ได้ พอมังคุดจันทบุรีออกช้าแล้วไปเจอฝนตกทำให้มังคุดเป็นเนื้อแก้วเป็นยาง ก็จะขายได้ไม่ได้ลูกค้าไม่ซื้อ ขนาดทำมังคุดสวยมาก กิโลละ 30 บาท ก็ยังขายไม่ได้เลย เสียหายเยอะ ช่วงรอยต่อระหว่างมังคุดจันทบุรีกับมังคุดใต้ ช่วงประมาณเดือนกรกฎาคม เกิดประวัติศาสตร์ตลาดมังคุดตายเป็นเดือน เช่น ที่กวางโจว เช่นหยาง เชียงไฮ่ หนึ่งอาทิตย์ขายได้เพียงแต่ตู้เดียว แต่ที่คุณหมิงยังขายได้อาทิตย์ละ 2-3 ตู้ คือถ้ามังคุดจันทบุรีออกเร็วช่วงเดือน 4-5 ก็จะดี มังคุดจันทบุรีออกไม่ตรงกับมังคุดใต้ แล้วก็ไม่ตรงกับผลไม้อื่นออกด้วย แต่ปีที่ผ่านมามังคุดออกช้า ทำให้เกิดปัญหา

ถาม: มีแนวทางหรือข้อเสนอแนะในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดอย่างไร

ตอบ: ตอนนี้เค้าก็มีแปรรูปมังคุดกันเยอะนะ ต่อไปมังคุดอาจจะดีขึ้นก็ได้เพราะตอนนี้เค้าก็โค่นมังคุดทิ้งกันเยอะแล้วเท่าที่รู้ไปปลูกทุเรียน อีก 5 ปีข้างหน้ามังคุดอาจจะแพงขึ้นก็ได้ ราคาของจะถูกหรือแพงก็เป็นชาวสวนที่ได้ประโยชน์ คนแพ็คเกจก็ได้ในส่วนค่าแพ็คเกจเหมือนเดิม กว่าจะได้แต่ละบาทมันก็ยาก เพราะเดี๋ยวนี้โทรศัพท์นัดเดี๋ยวก็เช็คได้แล้วว่าใครซื้อขายเท่าไร เพราะคนแพ็คเกจไม่ได้มากไปกว่าเดิม

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 4

เพศ ชาย อายุ 46 ปี สัญชาติไทย อาชีพ ล้างรับซื้อมังคุดที่รับซื้อผลผลิตจากชาวสวนและผู้ประกอบการรวบรวมและคัดบรรจุ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 20 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ถาม: ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมใดบ้างในการส่งออกมังคุด

ตอบ: เริ่มแรกคือรับจากชาวสวน แล้วก็มาคัดเกรดแยกเกรดแล้วก็ดีราคาตามเบอร์อันนี้ก็เพิ่มมูลค่าได้ 1 กรณี หลังจากนั้นเมื่อแยกเกรดเป็นเบอร์เสร็จเราก็เข้าสู่การแพ็คกิ้ง การแพ็คกิ้งก็เป็นการแยกเกรดอีกขั้นหนึ่ง ก็เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มอีกขั้นหนึ่ง เพราะการแยกเกรดไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับคุณภาพ และการเพิ่มมูลค่าอีกอย่างหนึ่งก็คือ การแยกเกรดของสีมังคุดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ในการแพ็คกิ้งก็จะทำลงตะกร้า ในแต่ละตะกร้าก็จะมีเกรดมีเบอร์ แต่ละเกรดก็จะเป็นการเพิ่มมูลค่าขึ้นมาอีก เมื่อบรรจุเสร็จเรียบร้อยก็เป็นการส่งไปขาย แต่ในส่วนของ การไปขายตรงนี้ผมไม่รู้ขั้นตอนหรือข้อมูล เพราะไม่ได้ไปขายเอง มีหน้าที่แค่บรรจุ

ถาม: ในขั้นตอนการบรรจุมีกระบวนการทำอย่างไรบ้าง

ตอบ: ในการบรรจุแยกตามเบอร์ตามขนาด ผมได้ในส่วนของการแพ็คอย่างเดียว ในการที่เรามาบรรจุมาแยกเกรดอีกครั้งหนึ่ง สมมติว่าในชุดหนึ่ง เช่น มันใหญ่ มันจะต้องมาแยกเป็น 3 เกรดถึง 4 เกรดหนึ่ง คือ แยกหวมก สอง แยกขนาดไซส์ ที่เป็นมูลค่า แต่ราคาของเราคือราคาเดียวแต่ผู้ขายเค้าไปขายแยกราคาเพราะฉะนั้นก็คือเป็นมูลค่าเพิ่มเหมือนกัน แต่ตรงนั้นเราไม่ได้มีส่วนได้ เราได้ในส่วนของการค่าบรรจุแค่นั้นเอง

ถาม: มีวิธีการคัดเลือกการรับวัตถุดิบอย่างไร

ตอบ: ลูกค้าแต่ละสายแต่ละคนเราก็ต้องดูที่เค้าคัดเกรดมาให้เราว่าคนนี้คัดเกรดดีไหมตามที่เราต้องการไหม คนนี้คัดเกรดปนกันมาไหมถ้าปนกันมาเราก็ต้องให้เค้าแก้ไข ถ้าแก้ไขไม่ได้ก็ตัดไซส์ แต่ถ้าตัดแล้วเค้าไม่ยอมรับก็เลิกรับของจากเค้า

ถาม: ในขั้นตอนกระบวนการผลิตมีเกิดของเสียหายหรือไม่การจัดการอย่างไร

ตอบ: ความเสียหายนี้เกิดจากของที่ลูกค้าส่งมาให้เรา ถ้าคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ก็แล้วแต่ 2, 3, 5 ถึง 10 เปอร์เซ็นต์ก็มี ถ้าของคนไหนมาแล้วเกิดความเสียหายเยอะก็ต้องให้เค้าปรับปรุงของมา

ถาม: มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างไร

ตอบ: สินค้าคงคลังเกิดขึ้นกรณีที่ของเข้ามาแล้วเราบรรจุไม่ทันเราก็เอาของเข้าห้องเย็น ไปก่อนแล้วค่อยเอาออกมาผลิต

ถาม: สถานที่ส่งสินค้าไปขายมีที่ใดบ้าง

ตอบ: ส่งไปประเทศจีน ส่วนใหญ่เป็นเมืองกวางโจว ไปทั้งทางรถและทางเรือ

ถาม: ผลิตส่งให้กับใครบ้าง

ตอบ: เป็นเจ้าแก่คนจีนเจ้าเดียว แล้วเค้าก็ไปกระจายสินค้าขายเอง

ถาม: มีวิธีหรือกลยุทธ์ในการเลือกรับของอย่างไรบ้าง

ตอบ: อยู่ที่เรากำหนดเกรด เกรดของเราเป็นอย่างไร ก็จะเลือกรับตามนั้น

ถาม: ในส่วนของค่าจัดการบรรจุเป็นเท่าไร

ตอบ: ที่ทำอยู่ตอนนี้ส่วนหนึ่งเป็นค่าบรรจุ อีกส่วนหนึ่งเป็นค่าอุปกรณ์ ซึ่งแล้วแต่ตกลง ไม่เหมือนกัน แต่ละที่ได้ไม่เหมือนกัน ถามว่าจะตอบได้ไหมก็ตอบไม่ได้เพราะขึ้นอยู่กับตกลงของแต่ละคนไม่เหมือนกัน

ถาม: หลังจากส่งของไปแล้วมี Feedback หรือผลตอบรับกลับมาหรือไม่ อย่างไร

ตอบ: มี Feedback แจ้งกลับมาอยู่ว่าของที่เปิดขายปลายทางเป็นอย่างไร คุณภาพต่ำหรือเปล่า หรือปลายทางขายสุ่มราคาคนอื่นเขาไม่ได้เนื่องเราทำการบรรจุไปเกรดต่ำกว่าเค้า หรือคุณภาพต่ำกว่าคนอื่น ก็มีผล Feedback กลับมา เรื่องคุณภาพ ไซส์ ขนาด หมวก ถ้าเค้าแจ้งมาเราก็นำมาปรับปรุง

ถาม: มีการนำเอาเทคโนโลยี หรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตหรือไม่

ตอบ: ใช้เครื่องคัดแยกไซส์

ถาม: มีหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนช่วยในการส่งออกหรือไม่

ตอบ: ไม่มี ทำเองช่วยตัวเอง

ถาม: มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์อย่างไร

ตอบ: ต้องมีกฎระเบียบ กฎเกณฑ์เข้ามาใช้คล้ายรูปแบบของบริษัทแต่ว่าก็ไม่เข้มงวดถึงขนาดแบบบริษัทเพราะเราเป็นแค่ทำงานชั่วคราวประมาณ 3 เดือนเอง และเวลาทำงานก็ไม่แน่นอน กฎระเบียบก็อย่างเช่น ห้ามดื่มเหล้า เข้างานตรงเวลา เวลาทำงานก็ให้ทำงานแยกแผนกแต่ละแผนกชัดเจน

ถาม: คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างไร

ตอบ: ตลาดไม่ได้ระบุคุณสมบัติมา มันขึ้นอยู่กับเราเสนอขายและนำเสนอผลผลิตที่เราทำไป หากถูกใจลูกค้าเค้าก็ซื้อ ปลายทางจะไม่ได้เป็นคนกำหนดว่าเราต้องทำยังไง เพียงแต่ให้เราเน้นเรื่องคุณภาพ ถ้าหากเราทำคุณภาพไปไม่ดีเค้าก็ตำหนิมา แต่ถ้าเราทำไปดีเค้าก็จะสั่งของเรื่อย ๆ

ถาม: ปริมาณความต้องการสินค้าเป็นอย่างไรปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณความต้องการ

ตอบ: ปริมาณความต้องการขึ้นอยู่กับ Demand กับ Supply คือ Demand มันขึ้นอยู่กับราคา คือคนเราสมมติว่ามี 3 เกรดด้วยกัน ชั้นล่าง ชั้นกลาง ชั้นสูง ถ้าเกิดราคาสินค้าสูงคนชั้นกลางกับชั้นล่างก็ไม่สามารถซื้อได้ฉะนั้นก็จะมีคนชั้นสูงที่ซื้อได้อย่างเดียว ถ้า Supply มันน้อยก็ไม่มีปัญหา แต่เมื่อใดที่ Supply มันเยอะคนชั้นกลางกับชั้นล่างสามารถกินได้ มันก็สามารถกระจายสินค้าได้ ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับ Demand กับ Supply

ถาม: ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อราคาสินค้า

ตอบ: Demand กับ Supply เป็นตัวกำหนดราคา ถ้า Supply มาก ราคาก็จะต่ำ ถ้าราคาต่ำคนก็สามารถซื้อได้ เราไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคา ขึ้นอยู่กับ Demand และ Supply

ถาม: ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจมีอะไรบ้าง

ตอบ: ประสบปัญหาเยอะมากทุกอย่าง 1. แรงงาน 2. ค่าใช้จ่าย 3. การบรรจุ มีทุก ๆ ขั้นตอนมีปัญหาหมด

ถาม: กฎระเบียบขั้นตอนในการส่งออกมีผลกระทบกับการทำงานหรือไม่

ตอบ: ก็มี มันก็ย้อนกลับมาเช่น พอส่งไปแล้วปลายทางมีปัญหา การขนส่งมีปัญหา มันก็ย้อนกลับมาที่เรา เช่น เราอาจจะโดยเบรกของ ชะลอออเดอร์

ถาม: ภาครัฐหรือหน่วยงานราชการควรมีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดไทยไปประเทศจีนอย่างไร

ตอบ: รัฐบาลไม่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าได้ ทำได้ก็คือช่วยประกันราคาแต่ความจริงแล้วไม่สามารถทำได้หรอก ถ้าจะช่วยทำได้ก็ต้องช่วยเปิดตลาดเพิ่มนอกจากตลาดจีนอย่างเดียว เปิดไปประเทศอื่นเพื่อให้กระจายสินค้าไป จะทำให้ของนั้นมีคุณค่าเพิ่มขึ้น ราคาสูงขึ้น

ถาม: ท่านมีข้อเสนอแนะในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดอย่างไร

ตอบ: ต้องหาตลาดกระจายสินค้าไปประเทศอื่นเพิ่มขึ้นนอกจากประเทศจีน ถ้าเรามุ่งเน้นอยู่ตลาดเดียวมันก็เหมือนผูกขาด เพราะถ้า Supply มันเยอะขึ้น แต่ Demand มันเท่าเดิมอย่างไรสินค้าก็ราคาสูงไม่ได้ ยิ่งไรราคาก็ต้องต่ำ แต่ถ้า Supply เยอะแล้วเรากระจายส่งไปที่ Demand เยอะ ๆ ก็จะทำให้มูลค่าของสินค้าสูงขึ้นได้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 5

เพศ ชาย อายุ 61 ปี สัญชาติได้หวัน อาชีพ ตัวแทนผู้ส่งออกมังคุดไปประเทศจีน ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 20 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

ถาม: ท่านดำเนินกิจกรรมอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดไปประเทศจีน

ตอบ: ตอนแรกทำส่งออกไปประเทศได้หวันแต่ตอนหลังก็ส่งออกไปประเทศจีน กิจกรรมในประเทศไทย ตอนแรกก็ไปติดต่อกับชาวสวน ติดต่อกับล้งรับซื้อ คุยเรื่องคุณภาพ คุยเรื่องกีดของกีดอย่างไรแล้วก็ส่งของเข้าล้งเรา เราก็แพ็คกิ้งส่งออก ในส่วนของการติดต่อรหว่างคนแพ็คกิ้งกับคนส่งออก ก็คือ ที่ต่างประเทศก็ต้องมีคนที่จะรับสินค้าเรา ตอนแรกที่มาทำที่เมืองไทยผมก็มีโกดังเอง มีลูกน้องเอง เราก็ติดต่อกับลูกค้ามีข้อตกลงกัน ว่าลูกค้าต้องการของแบบไหน แพ็คแบบไหน ไซส์ไหนอย่างนี้ ต้องทำตามลูกค้าสั่ง

ถาม: มีวิธีในการเลือกว่าจะรับซื้อสินค้าจากที่ใดอย่างไร

ตอบ: ไม่มีนะ คือ เราก็รับของทั่วไป คนส่งของมาได้ คือเรารับของคุณภาพดี ถ้าเค้าทำของคุณภาพส่งเราได้ เราก็รับของจากเค้าได้ คือ เค้าต้องส่งของตามคุณภาพที่เราตั้งไว้ ถ้าไม่ได้ให้เค้าปรับปรุง ถ้าปรับไม่ได้เราก็ไม่รับขอเค้า

ถาม: มีวิธีในการรวบรวม หรือจัดเก็บสินค้าในการส่งออกอย่างไรบ้าง

ตอบ: คนจีนเค้าก็จะมาดูของถึงที่เราทำให้เขาดูว่าของเป็นแบบไหน ไซส์ไหน ตอนหลังผิวมันเค้าก็ให้แยกหูแดงหูเขียว คือเราต้องเอาของตัวจริงให้เค้าดูมาคุยกัน อย่างนี้ชัดเจนกว่า

ถาม: มีการเก็บ Stock สินค้าหรือไม่ อย่างไร

ตอบ: เอาของไปถึงส่วนมากก็ขายหมดเลย เพราะเอามังคุดไปเดินทางไปก็หลายวันแล้ว ยิ่งถ้าไปเก็บไปตั้งทิ้งไว้ก็ยังไม่สด ยิ่งเหี่ยว มังคุดที่จะเอาไปขาย ยิ่งสดก็ยิ่งดี ส่วนมากเค้าก็ไม่กล้า Stock ใว้ นะ

ถาม: มีวิธีการขายหรือกระจายสินค้าอย่างไร

ตอบ: พอของไปถึงก็ขายเลย เค้าจะรับออเดอร์สินค้าล่วงหน้าก่อน ส่วนมากเดี๋ยวนี้นคนจีนก็เข้ามาทำเองทั้งนั้น คนที่ส่งออกกับคนที่ขายปลายทางก็คู่กันส่วนมากคนที่ส่งออกก็ส่งไปแล้วก็มีคนรอขายอยู่ที่ตลาด

ถาม: ผู้ที่กระจายของปลายทางเป็นใคร

ตอบ: โดยปกติแล้วคนส่งออกก็จะมีติดต่อกับคนที่ขายของให้อยู่แล้ว ทำคู่กัน ซึ่งคนที่ขายของส่วนใหญ่ก็จะขายให้ของใครของคนนั้น ไม่นายหน้า แต่ก็มึบางคนที่ไม่ได้ขายให้เฉพาะเจ้าเดียว อาจรับมาขายหลายยี่ห้อก็มี

ถาม: มีการกำหนดราคาขายสินค้าอย่างไร

ตอบ: การตั้งราคาการขายอยู่ที่ตัวใครตัวมัน ใครมั่นใจว่ามีของสวยคุณภาพดีก็ตั้งราคาได้สูงหน่อย อยู่ที่คนซื้อยอมรับไหม ขึ้นอยู่กับคนซื้อและคนขายตกลงกัน คือปกติแล้วคนซื้อกับคนขายส่วนมากก็รู้จักกัน เป็นลูกค้าประจำกัน แล้วคนขายของในตลาดส่วนมากก็รู้จักกัน สมมติเค้าก็จะรู้ว่าพรุ่งนี้เปิดราคาเปิดอย่างไรส่วนมากก็จะรู้ล่วงหน้าอยู่แล้ว อีกอย่างคือ ต้องดูว่ามีเทศกาลไหม ต้องดูว่าวันนี้มีคู่แข่งเข้ามาเยอะไหม ต้องดูหลายอย่างรวมกัน อีกอย่างก็ต้องดูว่าที่ประเทศไทยราคาขึ้นหรือลงด้วย

ถาม: มีการคำนวณต้นทุนหรือกำไรว่าเป็นกี่เปอร์เซ็นต์หรือไม่

ตอบ: เรื่องแบบนี้ผมไม่รู้ละ คือเดี๋ยวนี้ต้นทุนก็จะมีพวกค่าขนส่ง ค่าเรือ ภาษีของประเทศจีนก็มีปิดขึ้นปิดลงไม่คงที่ อย่างเช่นช่วงเทศกาลตรุษจีนภาษีแพงมาก ตู้หนึ่งเสีย 4-5 หมื่นหยวน อย่างเทศกาลที่ภาษีสูงขึ้นต้นทุนสูงขึ้นเค้าก็จะไปขายในราคาสูงขึ้น แต่คนซื้อก็ยอมรับในการซื้อของแพงเพราะเป็นช่วงเทศกาล

ถาม: ทางประเทศจีนมีการขายสินค้าเป็นระบบใด

ตอบ: ขายสินค้าเป็นเครดิต เอาของไปก่อนจ่ายเงินทีหลัง โดยปกติก็เครดิตประมาณ 7 วัน แต่ก็อยู่ที่แต่ละเจ้า บางคนก็ได้เครดิตนานกว่านั้นแล้วแต่ลูกค้า

ถาม: ความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับผู้ขายเป็นอย่างไร ส่งผลต่อการรับของหรือไม่

ตอบ: โดยปกติเค้าก็จะมีลูกค้าประจำ แต่ว่าลูกค้าเค้าก็จะไม่ได้ซื้อของเพียงแค่วันเดียว คนซื้อคนหนึ่งเลือกซื้อของได้หลายยี่ห้อ

ถาม: ลูกค้ามีการตัดสินใจในการเลือกซื้อของอย่างไร

ตอบ: ลูกค้าเค้าจะรู้อย่างเช่น เข้ามาเค้ามาซื้อของที่ท้ายตู้ แต่ละตู้ก็เปิดสินค้าให้ดู ลูกค้าก็จะเดินดูเดินเช็คของเช็คราคา ตู้ไหนสวยที่สุด ตะกร้าจำนวนเท่าไร น้ำหนักเท่าไรเค้าก็จะเปรียบเทียบ เค้าซื้อได้หลายยี่ห้อ

ถาม: หลังจากที่ตั้งสินค้าออกไปมี Feedback กลับมาอย่างไรบ้าง

ตอบ: มี เช่น ไซส์ในตะกร้าไม่เท่ากัน มี 3A ปนกับ 2A หรือ 4A ปนกับ 3A มีหูแดงปนไปกับหูเขียว ส่วนใหญ่ Feedback จะเป็นเรื่องคุณภาพ เรื่องราคาที่มี Feedback กลับมาเหมือนกัน เช่น ราคาที่เมืองจีนขายได้เท่าไร

ถาม: ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อราคาขายสินค้า

ตอบ: ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับตลาดที่ประเทศจีน อย่างราคาเปิดก็แล้วแต่ยี่ห้อ ต้องดูว่าวันนี้ใครเปิดเท่าไรบ้าง ขึ้นอยู่กับจำนวนว่ามากน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับ Season ว่า High season หรือ Low season อย่างถ้า High season คนซื้อก็ไม่อยากซื้อเยอะเพราะก็กลัวว่าพรุ่งนี้ราคาจะลงอีก คนซื้อก็ไม่ได้ซื้อ

ของคุณไว้เยอะ คนซื้อก็ไม่ได้กลัวของจะไม่มีเพราะเดี๋ยวพุงนี้ก็มีของเข้าอีก แต่ถ้า Low season คนขายก็ต้องบอกกับคนซื้อว่าอีก 4-5 วันกว่าจะมีตู้ใหม่เข้ามาจะถ้าคุณต้องการก็ต้องซื้อของคุณเก็บไว้ก่อน มันเกี่ยวกับทุกอย่าง Season จำนวน คุณภาพ

ถาม: ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อปริมาณความต้องการของลูกค้า

ตอบ: เทศกาล ถ้าทางจีนมีเทศกาลเค้าก็จะต้องการของเยอะหน่อย ก็ต้องมีของส่งไปถึงก่อนเทศกาล

ถาม: ท่านประสบปัญหาอะไรบ้างในการส่งออกมังคุด

ตอบ: เดี่ยวนี้บางคนเจอเกษตรตรวจพืช เจอมด หรือสารเคมีสูงเกิน ตรวจไม่ผ่าน ก็มีข่าวเคยได้ยินมา เรื่องการขายถ้าคุณภาพไม่ดีก็ขายไม่ดี เรื่องคู่แข่งที่จีน ตอนนี้อยู่จีนขึ้นมาทำลำบาก คนจีนบางคนมาทำ พอทำแล้วก็ทิ้งก็มี คือแบบทำ ๆ อยู่จะหยุดก็หยุด ไม่บอกล่วงหน้า หรือเงินจ่ายไม่ครบ ก็มีนะ

ถาม: ท่านคิดว่ารัฐหรือหน่วยงานราชการควรมีส่วนช่วยในการส่งออกมังคุดอย่างไร

ตอบ: คิดว่าดีที่สุดคือ รัฐบาลไทยน่าจะช่วยคุยกับทางรัฐบาลไต้หวันให้ช่วยเปิดรับมังคุดจากประเทศไทยเหมือนเมื่อก่อน จะเป็นการช่วยชาวสวนแล้วที่ผู้ส่งออกได้เยอะ ช่วยกระจายของไป เพราะถ้ามีทั้งไต้หวันทั้งจีน อย่างนี้ล้งมังคุดหรือผู้ส่งออกก็ทำงานได้ง่าย สมัยก่อนมีไต้หวันมารับของมันง่ายกว่าจีนแต่หลัง ๆ คือไม่รู้เพราะอะไรถึงไม่รับของ แต่เดี๋ยวนี้ไต้หวันกับจีนก็จับมือกันแล้วไม่ได้มีปัญหากัน ถ้าเป็นเมื่อก่อนมีปัญหาเกี่ยวกับการเมืองกันระหว่างจีนกับไต้หวัน คือหลัง ๆ มีของเข้าที่จีนมา 7-8 ปีแล้ว ไม่มีของเข้าที่ไต้หวันมา 7-8 ปีแล้ว ถ้าเกิดรัฐบาลช่วยในเรื่องนี้ไปคุยกับทางรัฐบาลไต้หวันให้เปิดรับของจากไต้หวันก็จะเป็นเรื่องดีมาก เพราะถ้ามี 2 ตลาดยังไงของก็ไม่พอขาย อย่างนี้ก็จะขายของได้มากกว่า อีกอย่างหนึ่งคือ ต้องการให้ราชการไทยช่วยประกาศห้ามไม่ให้ชาวสวนเก็บมังคุดเขียวเกินมาขาย เหตุอนกับมีกฎหมายจับคนตัดทุเรียนอ่อน เพราะถ้าเก็บมาเขียวเกินก็ลำบากของเสียหายเยอะมาก

ถาม: ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดอย่างไรบ้าง

ตอบ: การทำส่งออกสำคัญคือ 1) จะต้องมีจำนวนของ ไปถึงตลาดตลอด มีมากหรือน้อยก็ต้องมีไป 2) คุณภาพต้องเสมอต้นเสมอปลาย ไม่ใช่ว่าตู้นี้ของไปสวยแต่ตู้หน้าของไปไม่สวยอย่างลูกค้าก็ไม่มั่นใจไม่ก็ขายไม่ได้ราคาแล้ว

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 6

เพศ ชาย อายุ 48 ปี สัญชาติจีน อาชีพ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 10-20 ปี ที่อยู่สถานประกอบการ เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชน
จีน

ถาม: ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมใดบ้างเกี่ยวกับการส่งออกมังคุด

ตอบ: รับมังคุดและทุเรียนจากประเทศไทยแล้วก็ขายส่งให้กับคนซื้อ

ถาม: ผู้ประกอบการประกอบอาชีพเกี่ยวกับการนำเข้ามังคุดเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

ตอบ: เป็นอาชีพหลัก ทำมา 10-20 ปีแล้ว มีทั้งขายมังคุดจากประเทศไทยแล้วก็ทุเรียนจากประเทศ
ไทยด้วย

ถาม: มีวิธีการคัดเลือกสินค้าที่จะนำเข้ามาขายอย่างไร

ตอบ: รับของจากไทยมาขายให้คนเดียว คือ จะเป็นตัวแทนหรือเป็นคนขายของให้กับยี่ห้ออย่าง
เดียวนั้น เหมือนสั่งเอาของจากไทยมาขายเอง

ถาม: มีขั้นตอนในการรับและขายสินค้าอย่างไร

ตอบ: ก็จะมีรับมังคุดจากเมืองไทยมาขาย เริ่มตั้งแต่ช่วงเดือน 4-5 แล้วก็รับมาเรื่อย ๆ ของก็จะมี
ตลอดทั้งช่วง High season และ Low season ลูกค้าก็จะสั่ง Order สินค้าล่วงหน้าพอของมาถึงก็
กระจายของขายเลย

ถาม: หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคุณภาพสินค้าที่จะนำไปขายมีอย่างไร

ตอบ: คุณภาพสินค้าก็เหมือนทั่วไป ถ้าของสวยของดีก็ขายได้ดีลูกค้าชอบ โดยปกติก็มีผิวมัน 5A,
4A, 3A, 2A หูเขียว หูแดง ซึ่งถ้าหูเขียวจะยิ่งดีกว่าแน่นอนของสวยกว่า แล้วก็มีส่วนตามขนาด
ไซส์เหมือนกัน คุณภาพของสำคัญที่สุด

ถาม: มีวิธีการกระจายสินค้าออกสู่ตลาดอย่างไร

ตอบ: โดยปกติลูกค้าจะจองล่วงหน้าก่อน พอของมาถึงก็กระจายของได้เลย ช่วงเดือน 4-6 จะ
เป็นช่วงขายดีจะใช้การจองล่วงหน้า ลูกค้าจะถามว่ามีของไหมแล้วก็จะมาจองว่า เอา 3A เท่าไร
4A เท่าไร ช่วงขายดีของจะถูกจองจนครบ พอผู้มาถึงก็ลงของให้ลูกค้าอย่างเดียว แต่ถ้าอย่างช่วงนี้
เป็นช่วงขายไม่ดีก็จะเปิดตู้แล้วรอกระจายของให้ลูกค้ามาซื้อ

ถาม: มีการบริหารสินค้าคงคลังอย่างไร

ตอบ: โดยปกติจะไม่ได้มีเก็บของไว้ ของมาถึงก็กระจายขายเลย

ถาม: มีการกระจายสินค้าให้ลูกค้ากลุ่มใดบ้าง

ตอบ: ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ เขาก็จะมารับของแล้วก็เอาไปขายต่อ

ถาม: ช่วงนี้ราคาขายเป็นอย่างไร และมีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาอย่างไร

ตอบ: แต่ละยี่ห้อขายได้ราคาไม่เท่ากันตอนนี้ผิวมัน 5A ราคา 340 หยวน/ คู่, 4A ราคา 300 หยวน/ คู่, 3A ราคา 260 หยวน/ คู่ มันลาย 3XL ราคา 220 หยวน/ คู่ แต่ละเบอร์ราคาจะต่างกันประมาณ 30-40 หยวน แต่ละยี่ห้อขายได้ราคาไม่เท่ากัน ไม่เหมือนกันอยู่ที่คนขาย ของคุณภาพเหมือนกันอาจจะได้ได้ราคาไม่เท่ากันแล้วแต่ยี่ห้อ

ถาม: หลังจากที่ขายของไปแล้วมีได้รับ Feedback หรือข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าหรือไม่

ตอบ: ลูกค้าเห็นของหรือเอาของไปขายก็จะบอกได้ว่าของสวยหรือไม่สวย ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ ถ้าของคุณภาพมีปัญหาเค้าก็จะบอกมา เช่น หูเขียวปนหูแดง เป็นเนื้อแก้วมียาง เราก็จะแจ้งกลับไปให้กับทางเมืองไทย

ถาม: มีการใช้เทคโนโลยีอะไรบ้างในการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตอบ: ก็ไม่ได้มีใช้อะไรมาก ก็มีแต่ใช้โทรศัพท์คุยกัน สั่งของ ถามข้อมูล ถ่ายรูป

ถาม: การซื้อขายของทางจีนซื้อขายจ่ายเงินกันอย่างไร

ตอบ: ลูกค้าประจำจะสั่งของล่วงหน้าพอผู้มาถึงก็จะมารับของไปก่อน ยังไม่จ่ายเงิน ชื่อของเป็นเงินเชื่อแต่ละคนก็จะให้เครดิตจำนวนวันไม่เท่ากันแล้วแต่ลูกค้าแล้วแต่ความน่าเชื่อถือ

ถาม: แล้วการจ่ายเงินให้กับทางประเทศไทยทำอย่างไร

ตอบ: จะรอเก็บเงินทางนี้ได้ครบก่อนถึงจะโอนเงินกลับไปให้ทางไทย รอขายเสร็จเก็บเงินได้ครบก่อนถึงจะโอนเงินกลับไปให้

ถาม: คุณสมบัติของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างไร

ตอบ: เรื่องคุณภาพสำคัญ ของสวยคุณภาพดีลูกค้าก็ชอบขายได้เร็ว ได้เยอะ

ถาม: ปริมาณความต้องการของสินค้าเป็นอย่างไร มีปัจจัยอะไรเกี่ยวข้อง

ตอบ: สินค้าก็ขายได้เรื่อย ๆ อย่างปีนี้ขายได้ทั้งหมด 150 คู่ ช่วงที่ขายดี ช่วงเดือน 4-6 ขายได้วันละ 2 คู่ อย่างช่วงนี้ขายไม่ค่อยดีก็ขายได้ 3-4 วันขายได้ 1 คู่ ช่วงที่ของเยอะ ๆ บริษัทที่ไทยทำได้ทั้งหมดวันละ 180 คู่ ส่งขายทั่วประเทศจีน และส่งมาขายที่คุณหมิงวันละ 2-3 คู่ ของมาถึงต้องรีบขายถ้าเอาไว้มักลูกค้าก็จะขายได้ไม่ดี

ถาม: ราคาสินค้าเป็นอย่างไร ปัจจัยอะไรที่มีผลต่อราคา

ตอบ: ขึ้นอยู่กับช่วงแล้วก็คุณภาพสินค้า ช่วงเดือน 4-6 ก็ขายดีหน่อยของคุณภาพดีกว่า แต่ตอนนี้ขายได้ไม่ดี ราคาแต่ละช่วงไม่เหมือนกัน อย่างช่วงของเยอะราคาไม่แพงมากแต่ขายได้ดีก็กำไรดี แต่อย่างช่วงของไม่เยอะราคาแพงหน่อยก็ขายได้ดีบ้างไม่ดีบ้าง กำไรก็เฉลี่ยไปบางที่ได้น้อยบางที่ได้มากก็เฉลี่ยกันไป

ถาม: ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ตอบ: ปีนี้มังคุดขายไม่ค่อยดีเพราะมังคุดคุณภาพไม่ดีเป็นเนื้อแก้วเป็นยาง มังคุดของช่วงเดือน 4-6 คุณภาพดีกว่าเป็นช่วงที่ขายดีกว่า ราคาไม่สูงมาก แต่มังคุดชุดหลัง ๆ มีปัญหาคุณภาพก็เลยขายไม่ดี

ถาม: ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไร

ตอบ: เรื่องคุณภาพสำคัญที่สุด ถ้าของมาคุณภาพดี ยิ่งไงก็ขายได้ดี ขายได้ปริมาณเยอะ ราคาดี

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 7

เพศ ชาย อายุ 36 ปี สัญชาติจีน อาชีพ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่งมังคุดในประเทศจีน และผู้จัดการ/ บริหารสินค้าปลีกผลไม้ในประเทศจีน ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 10 กว่าปี ที่อยู่สถานประกอบการ เมืองคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ถาม: ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมใดบ้างในการนำเข้ามังคุดจากประเทศไทย

ตอบ: กระจายของที่ส่งมาจากเมืองไทย แล้วก็มีส่วนที่เก็บไว้ขายปลีกเอง

ถาม: ทำธุรกิจที่เกี่ยวกับการนำเข้ามังคุดเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม

ตอบ: ทำเป็นหลักแต่ก็มีนำเข้าทุเรียนมาด้วย เป็นคนกระจายของที่มาจากเมืองไทย แล้วก็ขายปลีกผลไม้ชนิดอื่นด้วย

ถาม: ผู้ประกอบการมีวิธีการคัดเลือกผู้จัดหาวัตถุดิบอย่างไร

ตอบ: รับของจากทางคนกลางอีกทีหนึ่ง คนกลางก็เป็นคนติดต่อรับของจากประเทศไทย ก็รับขายจากเจ้าเดียวแล้วก็กระจายของไป

ถาม: มีขั้นตอนในการลำเลียงหรือกระจายสินค้าอย่างไร

ตอบ: ที่ตลาดจะกระจายของช่วงเวลาประมาณ 6-7 โมงเช้า พอตู้มาถึงก็เริ่มลงของขายเลยกระจายของหมด เพราะจะรับจองออเดอร์ล่วงหน้าจากลูกค้าประจำก่อนของจะมาถึงอยู่แล้ว แล้วก็จะมีเก็บของบางส่วนไว้ขายปลีกเอง ที่ประเทศไทยเวลามีตู้มาก็จะแจ้งข้อมูลมาก่อนว่ามีของไซส์ไหนบ้างมีมาเท่าไร พอของมาถึงก็กระจายของได้เลย

ถาม: มีเกณฑ์ในการคัดเลือกหรือตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างไร

ตอบ: ของที่มาก็จะมีหลายแบบหลายประเภท เช่น มัน 1A-6A มันลาย มันหูแดง คุณภาพก็เหมือนทั่วไป ถ้าเป็นผิวมัน 5A, 6A ก็จะเป็นที่ดีที่สุด ลูกค้าชอบ ขนาดลูกยิ่งใหญ่งดี หูเขียว ลูกค้าชอบ คือถ้าของดี คุณภาพดีก็จะมีลูกค้าประจำ ถ้าคุณภาพไม่ดีก็จะขายไม่ดีลูกค้าไม่เชื่อถือ

ถาม: มีวิธีการจัดเก็บรวบรวมหรือกระจายสินค้าออกสู่ตลาดอย่างไร

ตอบ: อย่างที่บอก พอของออกมาทางเมืองไทยจะแจ้งมาว่ามีอะไรบ้าง ลูกค้าก็จะมาจองออเดอร์ล่วงหน้า พอของมาถึงก็กระจายสินค้าได้เลย ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นลูกค้าประจำถ้าอย่างช่วง High season ก็จะขายให้ลูกค้าประจำก่อน คือให้ลูกค้าประจำจองของก่อน แต่ถ้าเป็นช่วง Low season ก็ขายเรื่อย ๆ ค่อย ๆ ขายไป

ถาม: มีการ Stock สินค้าหรือจัดการสินค้าคงคลังหรือไม่

ตอบ: ไม่มี Stock สินค้า ของมาถึงก็กระจายขายเลย ช่วงขายดีปกติก็ขายได้วันละตู้ ถ้าช่วงขายไม่ดีก็อาจจะขายนานหน่อย 3-4 วันตู้

ถาม: มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายอย่างไร

ตอบ: ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นลูกค้าประจำ ก็ซื้อขายกันปกติ เราเน้นของคุณภาพดีก็ขายได้ง่ายลูกค้ากลับมาซื้อใหม่

ถาม: ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตั้งราคาขาย

ตอบ: ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและปริมาณของ อย่างช่วง Low season ของน้อย คู่แข่งน้อย แต่ลูกค้าต้องการซื้อเยอะก็สามารถขายราคาสูงได้ ราคาจะแล้วแต่ช่วงเวลา บางครั้งหลักสิบถึงร้อย อย่างราคาตอนนี้ก็ตั้งแต่ 60-200 หยวน

ถาม: มีการคำนวณหรือคาดการณ์ผลกำไรอย่างไร

ตอบ: กำไรก็บอกไม่ได้ มันแล้วแต่ บางทีก็ได้กำไร 50-60% บางทีก็ได้ 10% หรือบางทีก็ขาดทุน ก็เฉลี่ย ๆ กันไป มันขึ้นอยู่กับช่วงเวลา High season, Low season ขึ้นอยู่กับคุณภาพ

ถาม: หลังจากที่ขายของไปแล้ว มีผลตอบรับหรือข้อมูลย้อนกลับมาอย่างไรบ้าง

ตอบ: ส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นของก็จะบอกรีวิวคุณภาพ ของสวยไม่สวยเค้าก็จะบอกมา

ถาม: สินค้าที่รับมาขายมาจากที่ใดบ้าง

ตอบ: ถ้าเป็นมังคุดจะรับจากไทยที่เดียว แต่ทุเรียนจะมีจากไทยและเวียดนาม แต่ของเวียดนามจะสู้ของไทยไม่ได้ของไทยดีกว่า มังคุดรับจากไทยที่เดียว ถ้าที่เมืองไทยหมดที่นี้ก็ไม่ได้มีขาย

ถาม: มีการใช้เทคโนโลยีใดมาใช้ในการทำงานบ้าง

ตอบ: ก็ไม่ได้มีใช้อะไร ก็ขายของปกติ มีแค่โทรศัพท์คุยกัน

ถาม: คุณสมบัติของสินค้าที่ลูกค้าต้องการเป็นอย่างไร

ตอบ: ลูกค้าชอบของสวย คุณภาพดี มังคุดยิ่งลูกใหญ่ หูเขียว 5A, 6A ลูกค้าจะชอบมาก

ถาม: ปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างไร ปัจจัยใดที่มีผลต่อปริมาณความต้องการ

ตอบ: สำคัญคือเรื่องคุณภาพ ถ้าของสวยคุณภาพดี ลูกค้าก็ต้องการซื้อเยอะ แล้วก็เป็นเรื่องของช่วงเวลา อย่างเดือน 4-5 เป็น High Season ของการซื้อ คือ ลูกค้าจะต้องการซื้อของเยอะมากแต่ของยังมีน้อย ไม่ค่อยมีของ ราคา ก็จะแพง ช่วงเดือน 6-7 มังคุดเริ่มออกเยอะ ความต้องการของลูกค้าก็เยอะ ราคา ก็จะเริ่มลดลง ส่วนเดือน 8-9 คุณภาพของจะไม่ค่อยดีแล้ว ปริมาณของก็ลดลง ความต้องการของลูกค้าก็ลดลง

ถาม: ราคาในการขายสินค้าเป็นอย่างไร ปัจจัยใดที่มีผลต่อราคาสินค้า

ตอบ: ถ้าของเยอะราคาก็ถูก ของน้อยราคาก็แพง ก็ขึ้นอยู่กับ Season และความต้องการของลูกค้า

ถาม: ท่านประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

ตอบ: ปีนี้มีปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้า คือ มีมังคุดเนื้อแก้ว มียาง ของคุณภาพไม่ดี ทำให้การขายไม่ดี

ถาม: ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไร

ตอบ: สำคัญคือต้องเน้นเรื่องคุณภาพ ถ้าคุณภาพของดีก็ขายได้ดี หรือถ้ามีการ Stock สินค้า อย่างที่ไทยก็มีการ Stock สินค้าแล้วรอจังหวะของที่ช่วงราคาคือ ๆ แล้วก็เอาของมาขาย ก็จะดี มันแล้วแต่กลยุทธ์ของใครว่าจะทำอย่างไร

ภาคผนวก จ

ภาพจากการเก็บข้อมูล



ภาพภาคผนวก จ-1 กระบวนการคัดแยกและบรรจุ



ภาพภาคผนวก จ-2 ดินค้าสำเร็จรูปรอขนส่งออก



ภาพภาคผนวก จ-3 ตลาดผลไม้เมืองคุนหมิง ประเทศจีน



ภาพภาคผนวก จ-3 (ต่อ)



ภาพภาคผนวก จ-3 (ต่อ)