

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A
สู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

โสภษา บรรณทอง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤษภาคม 2560
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัย

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ โสภชา บรรณทอง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

ธ. ปร...... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

ธ. ปร...... ประธาน
(ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร)

เบญญาดา..... กรรมการ
(ดร.เบญญาดา กระจ่างแจ้ง)

อัครกิตติ..... กรรมการ
(ดร.อัครกิตติ พัฒนสัมพันธ์)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา

บวรพต..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรพต วิภูณราช)

วันที่.....เดือน พ.ศ. 2560

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ดร.ณภัคอร ปุณยภักดิ์สร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา แก้ไขข้อบกพร่องและตรวจทานด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง เพื่อให้การเขียนงานนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด ผู้ศึกษาซาบซึ้งในความตั้งใจและความทุ่มเทของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่ให้ความอนุเคราะห์ความสะดวกสบาย การเอื้ออำนวยสถานที่ และให้ข้อมูลต่าง ๆ ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ จนทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่ชาย ที่ให้การส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดีเสมอมา และขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่านที่ผู้ศึกษาได้นำมาอ้างอิงในงานนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

โสภชา บรรณทอง

57710310: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บช.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทาน/ มะพร้าว น้ำหอม/ การส่งออก/ สาธารณรัฐประชาชนจีน

โศกษา บรรณทอง: การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT OF COCONUT FOR EXPORT TO PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA ON THE R3A ROUTE) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ฌักคอร ปุณยภักดิ์สร, บช.ด. 113 หน้า, ปี พ.ศ. 2559

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาสภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนและเพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายได้แก่ เกษตรกร ผู้รวบรวม ผู้ส่งออก ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และด่านศุลกากรเชียงของ จำนวน 17 ท่านและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมตั้งแต่พื้นที่ปลูกมะพร้าว น้ำหอมกลุ่มเกษตรกร ผู้รวบรวม และผู้ส่งออกในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี กลุ่มผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี ด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเกษตรกรประสบกับภาวะภัยแล้ง การระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืชการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง สภาพปัญหาของกลุ่มผู้รวบรวมพบว่า ผลผลิตไม่ได้มาตรฐาน การส่งออกและความเสียหายที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต สภาพปัญหาของผู้ส่งออกพบว่า ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการการรับผิดชอบในสินค้าที่เสียหายในระหว่างการจัดส่งคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานต่าง ๆ ของโรงงาน และการถูกขู่ไถจากคู่ค้าชาวจีนสภาพปัญหาของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์พบว่า การเปลี่ยนหัวรถลากที่ด่านบ่อเต็นทำให้มีค่าใช้จ่ายและใช้เวลาการขนส่งเพิ่มขึ้นรวมทั้งสภาพถนนชำรุดมากในสปป. ลาวสภาพปัญหาของด่านศุลกากรเชียงของพบว่า เอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วน สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีนพบว่า มะพร้าว น้ำหอมที่เป็นผลผลิตจากเกษตรกรจะถูกส่งให้แก่ผู้รวบรวมเพื่อเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพในโรงงานผลิต โดยโรงงานผลิตจะมีหน้าที่แปรสภาพให้เป็นมะพร้าว น้ำหอมพร้อมรับประทาน มี 2 รูปแบบคือ มะพร้าว น้ำหอมแบบควั่นและมะพร้าว น้ำหอมแบบเจีย หลังจากผ่านกระบวนการแปรสภาพก็เข้าสู่กระบวนการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ตามมาตรฐานการส่งออก มะพร้าว น้ำหอมในบรรจุภัณฑ์จะเก็บรักษาในห้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อรอการจัดจำหน่าย ในระหว่างกระบวนการผลิต ผู้ส่งออกและผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะจัดทำเอกสารที่ใช้ในการส่งออก เพื่อใช้ผ่านพิธีศุลกากร เมื่อเอกสารเรียบร้อย มะพร้าว น้ำหอมจะถูกส่ง ไปสู่ลูกค้าโดยรถตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และใช้เส้นทาง R3A ระยะทางจากจังหวัดสมุทรสาครถึงคุนหมิง 2,003 กิโลเมตร และจังหวัดราชบุรีถึงคุนหมิง 2,024 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการขนส่ง 5-7 วัน

57710310: MAJOR: GLOBAL MANAGEMENT; M.B.A.(GLOBALMANAGEMENT)

KEYWORDS: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT/ COCONUT/ EXPORT/

PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (PRC)

SOPACHA BUNNATONG: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT OF COCONUT FOR EXPORT TO PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA ON THE R3A ROUTE. THESIS ADVISOR: NPAK-ON PUNYAPAPASSORN,D.B.A. 113 P. 2016.

This research attempts to retrieve problems in exporting coconut to People's Republic of China (PRC) and to study supply chain management of coconut for export to PRC on the R3A route. 17 target subjects in this qualitative study included farmers, collectors, exporters, logistic service providers, officers from Chiang Khong customs house. Research instrument were focus group interviews with specific groups of subjects, non-participatory observation. The study areas were divided into farmers, collectors, exporters in Samut Sakorn Province and Ratchaburi Province, logistic service providers in Bangkok and Chon Buri Province, officers from Chiang Khong customs house.

The findings reveal that problems in farmer group included drought, epiphytotic or the outbreak of pest, being exploited from intermediaries. The problems from collectors were products that were lower than exporting standard and the damages during production process. The problems on exporters' side were insufficient products, the responsibility on damaged products during transportation, product quality and standard of factory, and being defraud from Chinese counterparts. The problems of logistic service providers included the change of tractors at Bo Ten customs house increase more expense and time (2-3 hours) and ruined road condition in Lao PDR. The problem found in Chiang Khong customs house included incomplete document. The study on supply chain management of coconut for export to PRC on the R3A route reveals that coconut is the raw product harvesting by farmers. Trailers will transport raw products from the farm to collector for production procedures or processing procedures. Manufacturers would produce or process raw products to finished products (husked or cut) and products will be packed in export standard box. The coconut in this process is now ready to drink. Then, coconut will move to temperature-controlling room await for distribution. During production process, exporters and logistic service providers will prepare exporting document. When documents are ready, container will distribute coconut to customers via R3A route. The distance from Samut Sakorn Province to Kunming is 2,003 kilometers and the route from Ratchaburi Province to Kunming is 2,024 kilometers. It takes 5 to 7 days for this transportation.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
คำถามของการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
กรอบในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ขอบเขตของการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาชนจีนและมณฑลยูนนาน.....	9
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเขตการค้าเสรี.....	17
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระบวนการส่งออก.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการซัพพลายเชน.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และผู้ให้บริการ โลจิสติกส์บุคคลที่3.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	46
ประชากรและการเลือกกลุ่มเป้าหมาย.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา.....	51
สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน.....	52
การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A สู่ สาธารณรัฐประชาชนจีน.....	58
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปรายผลการวิจัย.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	78
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก.....	83
ภาคผนวกก.....	84
ภาคผนวกข.....	102
ภาคผนวกค.....	109
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	113

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1	เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์..... 33
2-2	ตัวอย่างเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินซัพพลายเออร์..... 34
4-1	รหัสผู้ให้สัมภาษณ์..... 51

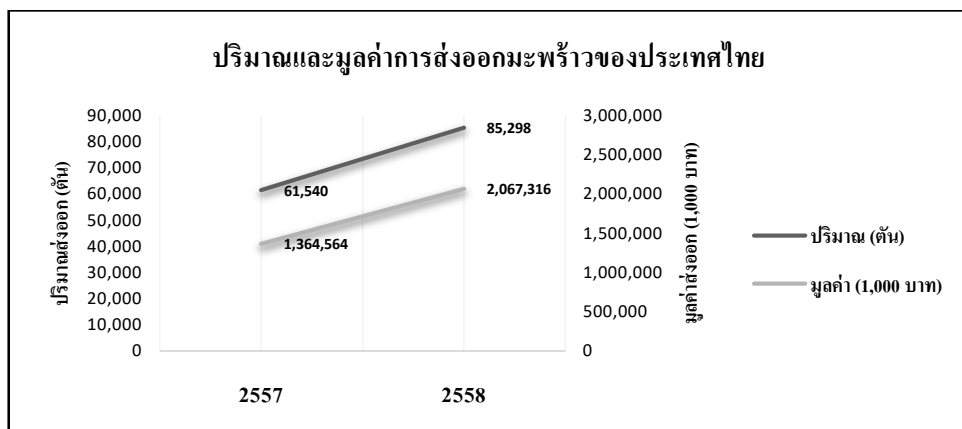
สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวของประเทศไทย.....	1
1-2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวประเทศไทยกับจีน.....	2
1-3 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ไปประเทศที่สำคัญ.....	2
1-4 กรอบในการวิจัย.....	5
2-1 การเปรียบเทียบขั้นตอนการจำหน่ายระหว่างตลาดภายในกับการส่งออก.....	20
2-2 ผู้ที่อยู่ในโซ่อุปทาน.....	26
4-1 สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน.....	57
4-2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของเกษตรกร.....	60
4-3 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้รวบรวม.....	61
4-4 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ส่งออก.....	62
4-5 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์.....	63
4-6 กระบวนการโลจิสติกส์การส่งออกมะพร้าวน้ำหอมบนเส้นทาง R3A.....	65
4-7 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของด่านศุลกากรเชียงของ.....	67
4-8 การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้ สาธารณรัฐประชาชนจีน.....	68

บทที่ 1

บทนำ

มะพร้าวน้ำหอมเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่ง เติบโตได้ทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทย พบได้มากบริเวณภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันตก โดยแหล่งพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรี และนครปฐม ซึ่งเป็นแหล่งที่มีลักษณะสภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเพาะปลูกมะพร้าวน้ำหอม เนื่องจากคนไทยรู้จักใช้เนื้อมะพร้าวในการบริโภคเป็นอาหารทั้งคาวและหวานในชีวิตประจำวัน ซึ่งจากสำนักงานสถิติแห่งชาติได้เคยสำรวจพบว่า ประชากรไทย 1 คน จะบริโภคเนื้อมะพร้าวประมาณปีละ 8,273.2 กรัม หรือประมาณ 18 ผลต่อคนต่อปี ปัจจุบันประชากรไทยมีมากกว่า 65 ล้านคน จึงเทียบได้กับมะพร้าวประมาณ 1,170 ล้านผล และส่วนที่เหลือก็จะใช้ในรูปของอุตสาหกรรมหรือส่งออกต่อไป (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ม.ป.ป.)



ภาพที่ 1-1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวของประเทศไทย (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

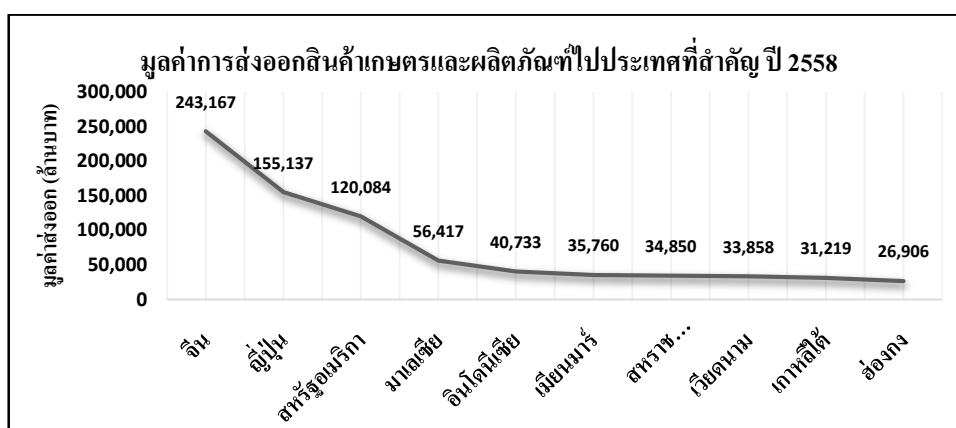
สถิติปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-พ.ศ. 2558 พบว่าตลาดส่งออกมะพร้าวของประเทศไทยปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ประมาณ 1 พันล้านบาท และมีปริมาณการส่งออก 61,540 ตัน โดยปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 2 พันล้านบาท และมีปริมาณการส่งออก 85,298 ตัน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2557 มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น

คิดเป็นร้อยละ 38.61 แสดงให้เห็นว่าตลาดต่างประเทศทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา จีน ฮังการี ออสเตรเลีย มีความต้องการมะพร้าวจากประเทศไทยมากขึ้น



ภาพที่ 1-2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวประเทศไทยกับจีน (สถิติการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2558)

สถิติปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวของไทยกับจีนในช่วงปี พ.ศ. 2555-2558 พบว่าในปี พ.ศ. 2558 การส่งออกมะพร้าวของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนมีปริมาณการส่งออก 52,398 ตัน โดยคิดเป็นร้อยละ 61.43 ของการส่งออกมะพร้าวทั้งหมดของประเทศไทย ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 85,298 ตัน



ภาพที่ 1-3 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ไปประเทศที่สำคัญ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558 มีการส่งออกไปยังประเทศจีนมากที่สุดรองลงมา ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย อินโดนีเซีย เมียนมาร์ สหราชอาณาจักร เวียดนาม เกาหลีใต้ และฮ่องกง ตามลำดับ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

จีนเป็นตลาดส่งออกผลไม้ที่สำคัญของไทย ทั้งนี้หลังจากการเปิดเสรีการค้าผักและผลไม้ตามพิธีการศุลกากรหมวดที่ 07-08 ระหว่างไทย-จีนในกรอบ FTA ASEAN-จีน ซึ่งเริ่มมีผลในทางปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ได้ส่งผลให้มีการขยายการค้าสินค้า ผักและผลไม้เพิ่มขึ้น จำนวนประชากรและเศรษฐกิจของประเทศจีนที่เติบโตอย่างต่อเนื่องประกอบกับการลดภาษีนำเข้าผลไม้ตามข้อตกลงเหลือ ร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ พ.ศ. 2546 ทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์อย่างมากจากการส่งผลไม้ เมืองร้อนมายังตลาดจีน ปัจจุบันรัฐบาลจีนอนุญาตให้ผลไม้ไทยนำเข้าได้จำนวน 23 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด ลำไย กล้วยไข่ลิ้นจี่ มะพร้าว มะละกอ มะเฟือง มะม่วง ฝรั่ง ชมพู เงาะ สับปะรด ละครุด เสาวรส น้อยหน่า มะขาม ขนุน สละ ลองกอง ส้มเขียวหวาน ส้ม ส้มโอ ตามลำดับ และจากการสำรวจพบว่าผลไม้ที่ติดตลาดจีนคือ มังคุด ทูเรียน ลำไย กล้วยไข่ มะพร้าว และส้มโอ โดยมีความต้องการบริโภคเป็นจำนวนมาก และมีช่องทางการขนส่งผลไม้หลากหลายทั้งทางบกและทางน้ำ โดยเฉพาะมณฑลยูนนาน ซึ่งถือเป็นด่านทางบกของจีนที่นำเข้าผลไม้ไทยมากที่สุด ตลาดจีนหว่าเจียงชางในนครคุนหมิง เป็นตลาดค้าส่งผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในมณฑลยูนนานรวบรวมผลไม้จากพื้นที่ต่าง ๆ ของจีน เพื่อส่งไปประเทศในเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ และยังเป็นฐานนำเข้าผลไม้จากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (รวมถึงประเทศไทย) เพื่อกระจายในจีน (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

มณฑลยูนนานเป็นช่องทางสำคัญในการนำเข้าผลไม้ไทย เนื่องจากมีระยะทางการขนส่งทางบกที่ใกล้ที่สุด โดยใช้เวลาเพียง 2 วันเหมาะสมกับสินค้าประเภทผลไม้ที่มาถึงผู้บริโภคในช่วงต้นฤดูกาล โดยยังสามารถรักษารสชาติและความสดไว้ และมีการเชื่อมต่อทางระบบโลจิสติกส์ที่มีศักยภาพ ในปี พ.ศ. 2554 ผลไม้ไทย 3 ชนิด ได้แก่ มังคุด ลำไย กล้วยไข่ คิดอันดับ 4, 6 และ 9 ของสินค้ามูลค่าสูงสุดที่ยูนนานนำเข้าจากไทย โดยมีมูลค่ารวม 32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนับตั้งแต่มีการลงนามในพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการตรวจสอบและกักกันโรคสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ ผ่านประเทศที่ 3 บนเส้นทาง R3A ระหว่างไทยกับจีน เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 การค้าผลไม้ระหว่างไทยกับยูนนาน บนเส้นทาง R3A มีปริมาณ 172,600 ตัน คิดเป็นมูลค่า 230 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจะกลายเป็นช่องทางนำเข้าผลไม้จากไทยที่มีศักยภาพมากขึ้นในอนาคต (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2555)

ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าในปัจจุบันการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกต้องคำนึงถึงต้นทุนในการขนส่งอย่างละเอียด และรอบคอบเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายในการขนส่งไม่ให้นานปลาย และกระทบต่อผลประกอบการ ในการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังจีนแต่เดิมเป็นการขนส่งทางอากาศ และการขนส่งทางเรือ หากมองด้านการขนส่งทางเรือถือได้ว่าเป็นการขนส่งที่ใช้มากที่สุด เพราะสามารถขนส่งสินค้าได้ในปริมาณที่มาก ๆ และยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการขนส่งแบบอื่น ๆ แต่การขนส่งทางถนนในขณะนี้เริ่มเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการมากขึ้นเนื่องจากใช้ระยะเวลาในการขนส่งสั้น มีความสะดวกรวดเร็ว และยังเหมาะกับการขนส่งผัก และผลไม้เป็นอย่างมาก เพราะสามารถช่วยลดปัญหาการเน่าเสียได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ประกอบการนอกจากจะพิจารณาในด้านของต้นทุนแล้วยังควรตระหนักถึงคุณภาพที่ผู้รับปลายทางจะได้รับด้วย ยิ่งหากเป็นผลไม้สดอย่างมะพร้าว น้ำหอมแล้ว จะต้องไม่เน่าเสีย และยังคงสภาพที่สมบูรณ์มีคุณภาพเมื่อถึงมือของลูกค้า ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผลการวิจัยสามารถให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

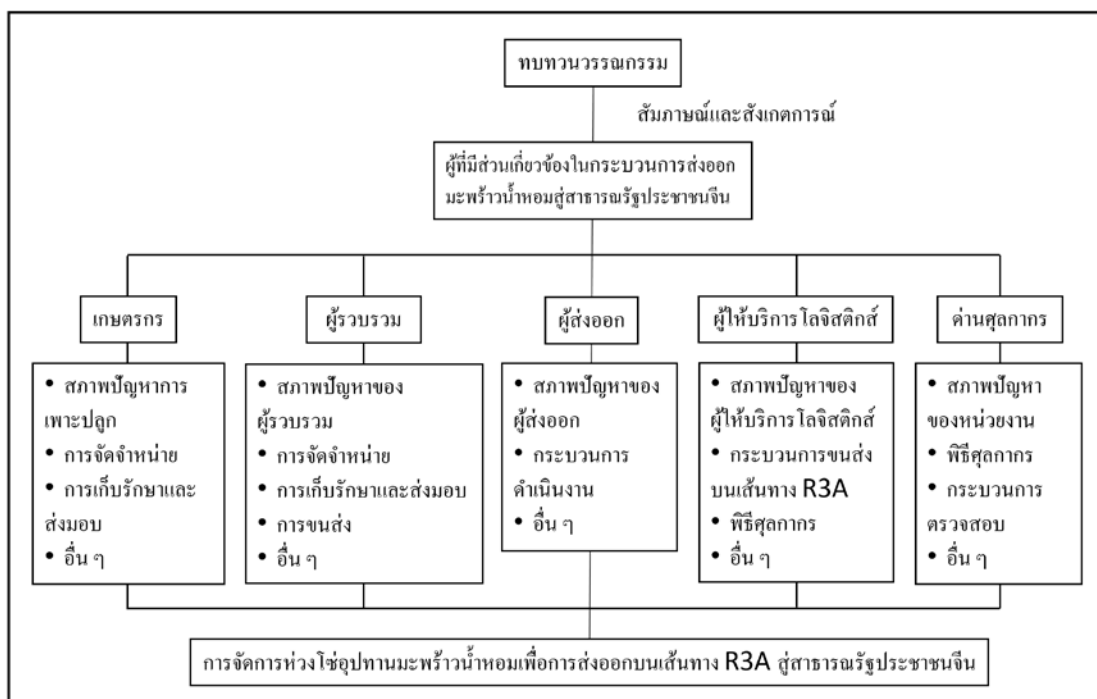
คำถามของการวิจัย

1. สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างไร
2. การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาสภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน
2. เพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

กรอบในการวิจัย



ภาพที่ 1-4 กรอบในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำประเด็นปัญหาที่ได้จากการศึกษาไปวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันหรือนำไปปรับปรุงและพัฒนา
2. สามารถนำกระบวนการจัดการภายในห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีนไปวางแผนทางด้านการจัดการทางธุรกิจหรือวางแผนทางด้านเชิงกลยุทธ์
3. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษานี้ไปใช้ในการเตรียมพร้อมหรือตัดสินใจก่อนการประกอบธุรกิจการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน
4. ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง และพัฒนา การส่งออกมะพร้าว น้ำหอมผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ในการศึกษารุ่นนี้เก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน 5 กลุ่ม โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ดังนี้

1. เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าว น้ำหอม เลือกผู้ปลูกมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออก จำนวน 4 ท่าน
2. ผู้รวบรวมมะพร้าว น้ำหอม เลือกผู้รวบรวมมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออก จำนวน 4 ท่าน
3. ผู้ส่งออกมะพร้าว น้ำหอม เลือกผู้ส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 4 ท่าน
4. ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics services provider) เลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ขนส่งสินค้าโดยใช้เส้นทาง R3A จำนวน 4 ท่าน
5. นักวิชาการศุลกากร ด้านศุลกากรเชิงของ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 1 ท่าน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นงานวิจัยที่ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A สู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งจะมุ่งเน้นในเรื่องขั้นตอนและกระบวนการในสายการผลิตและด้านโลจิสติกส์ในเรื่องการขนส่ง ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการขนส่งสินค้าไปสู่ประเทศปลายทาง และพิธีการศุลกากรในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอม

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 รวมระยะเวลา 4 เดือน และเริ่มการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ซัพพลายเชน (Supply chain) หรือ ห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องหลาย ๆ ฝ่ายที่เชื่อมต่อกันด้วยการดำเนินงานหรือประสานงานร่วมกัน ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการส่งมอบมะพร้าว น้ำหอมสู่ลูกค้าสาธารณรัฐประชาชนจีน

การจัดการซัพพลายเชน หมายถึง กระบวนการจัดการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งการจัดหามะพร้าว น้ำหอม การคัดเลือก การบรรจุภัณฑ์ การประสานงาน และการเคลื่อนย้ายสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องในกระบวนการตั้งแต่ผู้ผลิตไปยังลูกค้า

การส่งออก หมายถึง การส่งมะพร้าว น้ำหอมของประเทศไทยไปจำหน่ายที่สาธารณรัฐประชาชนจีน

การขนส่ง หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายมะพร้าว น้ำหอม ซึ่งในที่นี้หมายถึงการขนส่งมะพร้าว น้ำหอมบนเส้นทาง R3A จากประเทศไทย ไปยังประเทศจีน

เส้นทาง R3A หมายถึง เป็นเส้นทางที่เชื่อมระหว่างประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีน เส้นทางนี้เริ่มต้นที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผ่านเข้า สปป. ลาว และไปสิ้นสุดที่นครคุนหมิงของสาธารณรัฐประชาชนจีน

เกษตรกร หมายถึง ผู้เพาะปลูกมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออก

ผู้รวบรวม หมายถึง ผู้รับซื้อและรวบรวมผลผลิตจากผู้ปลูกมะพร้าว น้ำหอมจากหลาย ๆ แหล่งมาไว้ในที่เดียวกัน

ผู้ส่งออก หมายถึง ผู้ติดต่อธุรกิจกับลูกค้าชาวจีนในการซื้อขายมะพร้าว น้ำหอม และจัดหามะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกให้กับลูกค้าชาวจีน

ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจด้านบริการในการดำเนินการผ่านพิธีศุลกากร และส่งมอบมะพร้าว น้ำหอมจากประเทศไทยแก่ลูกค้าที่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยดำเนินการเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการส่งออก

ด่านศุลกากรเชียงของ หมายถึง หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการตรวจปล่อยมะพร้าว น้ำหอม ตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ ก่อนเคลื่อนย้ายมะพร้าว น้ำหอมออกนอกราชอาณาจักรไทยสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

สภาพปัญหาการเพาะปลูก หมายถึง ปัญหาของการปลูกมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

สภาพปัญหาของผู้รวบรวม หมายถึง ปัญหาของการรวบรวมมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

สภาพปัญหาของผู้ส่งออก หมายถึง ปัญหาของการดำเนินการเพื่อส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

สภาพปัญหาของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ หมายถึง ปัญหาของการดำเนินการขนส่งมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

สภาพปัญหาของศุลกากร หมายถึง ปัญหาของพิธีการศุลกากรการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

การเก็บรักษา หมายถึง การทำให้มะพร้าว น้ำหอมหลังการเก็บเกี่ยว ไม่เปลี่ยนแปลง และไม่เน่าเสีย

กระบวนการดำเนินงานของผู้ส่งออก หมายถึง วิธีการและขั้นตอนต่าง ๆ ของการส่งออก
มะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

กระบวนการขนส่ง หมายถึง ขั้นตอนการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจากประเทศไทยไป
สาธารณรัฐประชาชนจีน บนเส้นทาง R3A

กระบวนการตรวจสอบ หมายถึง ขั้นตอนการตรวจสอบของด่านศุลกากรก่อนอนุญาตให้
รถขนมะพร้าวน้ำหอมออกนอกราชอาณาจักรไทย

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A สู่สาธารณรัฐ
ประชาชนจีน คือ กระบวนการและการดำเนินงานที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างเกษตรกร ผู้รวบรวม
ผู้ส่งออก ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และด่านศุลกากร ในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมบนเส้นทาง R3A
สู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอม เพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในการค้นคว้าได้แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาชนจีนและมณฑลยูนนาน
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเขตการค้าเสรี (Free Trade Area หรือ FTA)
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระบวนการส่งออก
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการซัพพลายเชน (Supply chain management)
5. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ โลจิสติกส์และผู้ให้บริการ โลจิสติกส์บุคคลที่ 3 (Third party logistics service provider หรือ 3 PL)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาชนจีนและมณฑลยูนนาน

ข้อมูลสาธารณรัฐประชาชนจีน

ด้านเศรษฐกิจ เมื่อวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2560 สำนักงานสถิติแห่งชาติจีนได้รายงานเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจจีนประจำปี พ.ศ. 2559 สรุปสาระสำคัญ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)
 - 1.1 ในปี พ.ศ. 2559 GDP ของจีนเท่ากับ 74.4 ล้านล้านหยวน (10.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2558
 - 1.2 GDP ของจีนในไตรมาสที่ 1/ 2559 เติบโตที่ร้อยละ 6.7 ไตรมาสที่ 2/ 2559 เติบโตที่ร้อยละ 6.7 ไตรมาสที่ 3/ 2559 เติบโตที่ร้อยละ 6.7 และไตรมาสที่ 4/ 2559 เติบโตที่ร้อยละ 6.8
 - 1.3 หากแบ่งตามภาคธุรกิจ ภาคการเกษตรมีมูลค่าเท่ากับ 6.4 ล้านล้านหยวน (9.2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 ภาคอุตสาหกรรมมีมูลค่า 29.6 ล้านล้านหยวน (4.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 และภาคบริการมีมูลค่า 38.4 ล้านล้านหยวน (5.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558

2. การค้าระหว่างประเทศ

2.1 ในปี พ.ศ. 2559 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของจีนอยู่ที่ 24.3 ล้านล้านหยวน (3.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ลดลงร้อยละ 0.9 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 โดยภายในจำนวนนี้ มูลค่าการส่งออกเท่ากับ 13.8 ล้านล้านหยวน (2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ลดลงร้อยละ 2 และมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 10.49 ล้านล้านหยวน (1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 โดยจีนได้ดุลการค้า 3.3 ล้านล้านหยวน (4.8 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ลดลงร้อยละ 9.1 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558

2.2 สินค้านำเข้า ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีขั้นสูงและสินค้าอุปโภคบริโภคกระดืบไฮเอนด์ เช่น อุปกรณ์เครื่องจักรกล ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กทารก เครื่องสำอาง และของใช้ในครัวเรือน เป็นต้น เป็นสินค้านำเข้าที่เป็นที่นิยมตามทิศทางการปรับเปลี่ยนการบริโภคของจีน

2.3 สินค้าส่งออก ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ที่ใช้แรงงานเข้มข้นยังเป็นสินค้าที่จีนส่งออก เป็นหลัก เช่น อุปกรณ์การแพทย์ แบตเตอรี่ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ของเล่น และผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น

2.4 ในช่วง 11 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2559 มูลค่าการค้าระหว่างจีนกับประเทศบนเส้นทาง One belt one road เท่ากับ 8.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ครองสัดส่วนร้อยละ 25.7 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของจีน ประเทศที่การส่งออกมีการเติบโตสูงได้แก่ ปากีสถาน รัสเซีย โปแลนด์ บังคลาเทศ และอินเดีย เติบโตที่ร้อยละ 11 ร้อยละ 14.1 ร้อยละ 11.8 ร้อยละ 9 และร้อยละ 6.5 ตามลำดับ โดยการส่งออกของจีนไปยุโรปเติบโตที่ร้อยละ 1.2 จีนส่งออกไปสหรัฐอเมริกา เติบโตที่ร้อยละ 0.1 และจีนส่งออกไปอาเซียนลดลงร้อยละ 2

2.5 บริษัทเอกชนของจีนมีบทบาทมากขึ้นในภาคการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะด้านการส่งออก ในปี พ.ศ. 2559 มูลค่าการส่งออกของบริษัทเอกชนจีนเท่ากับ 6.4 ล้านล้านหยวน (9.2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ลดลงร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 อย่างไรก็ตาม ครองสัดส่วนร้อยละ 45.9 ของมูลค่าการส่งออกของจีน โดยตลาดที่บริษัทจีนส่งออกส่วนใหญ่เป็นตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ และสินค้าหลักที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ อุปกรณ์การสื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ และอุปกรณ์ที่ให้แสงสว่าง เป็นต้น

2.6 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2559 มูลค่าการค้าบริการของจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และครองสัดส่วนร้อยละ 18 ของการค้าระหว่างประเทศของจีน นอกจากนี้มูลค่าการค้าบริการใน 15 มณฑล/เมือง/เขตนำร่องการพัฒนาการค้าบริการในจีนครองสัดส่วนร้อยละ 47.5 ของมูลค่าการค้าบริการของจีนทั้งหมด

3. การค้าระหว่างไทย-จีน

3.1 ในช่วง 11 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2559 มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับจีนเท่ากับ 69,704 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.02 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ในจำนวนดังกล่าวจีนนำเข้าจากไทยมูลค่า 34,723 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จีนส่งออกไปไทยมีมูลค่า 34,981 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

3.2 สินค้าสำคัญที่จีนนำเข้าจากไทย เช่น เครื่องจักรไฟฟ้า พลาสติก เพชรพลอย อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ไม้ ผลไม้และถั่ว สารอินทรีย์ น้ำมันเชื้อเพลิง และรถยนต์ เป็นต้น

3.3 สินค้าสำคัญที่จีนส่งออกไปไทย เช่น เครื่องจักรไฟฟ้า เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาหารทะเล ผลไม้และถั่ว และผลิตภัณฑ์เคมี เป็นต้น

4. การลงทุน

4.1 ในปี พ.ศ. 2559 การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมีมูลค่า 59,650.1 พันล้านหยวน

4.2 การลงทุนในอุตสาหกรรมขั้นปฐมภูมิ (Primary industry) มีมูลค่า 1883.8 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.1 การลงทุนในอุตสาหกรรมขั้นทุติยภูมิ (Secondary industry) มีมูลค่า 23182.6 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 และการลงทุนในอุตสาหกรรมขั้นตติยภูมิ (Tertiary industry) มีมูลค่า 34,583.7 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 โดยภายในจำนวนดังกล่าว การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานมีมูลค่า 11,887.8 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.4 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558

4.3 ในปี พ.ศ. 2559 จีนลงทุนในต่างประเทศ (ODI) มีมูลค่า 1.7 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 44.1 เมื่อเทียบกับปี 2558 ในขณะที่ต่างชาติลงทุนในจีน (FDI) มีมูลค่า 1.2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 จีนลงทุนในประเทศบนเส้นทาง One belt one road มีมูลค่า 14,530 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.02 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558

4.4 ในปี พ.ศ. 2559 การลงทุนของต่างชาติในภาคบริการมีมูลค่า 5.7 แสนล้านหยวน (8.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และครองสัดส่วนร้อยละ 70.3 ของการลงทุนของต่างชาติในจีน ภาคบริการด้านข้อมูลและข่าวสาร คอมพิวเตอร์ และการค้าปลีกเติบโตที่ร้อยละ 59.8 ร้อยละ 112.8 และร้อยละ 83.1 ตามลำดับ การลงทุนของต่างชาติในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงมีมูลค่า 9.6 หมื่นล้านหยวน (1.4 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 86.1

4.5 ในปี พ.ศ. 2559 มีการจัดตั้งบริษัทโดยบริษัทต่างชาติจำนวน 27,900 บริษัท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 โดยต่างชาติลงทุนในภาคตะวันตกมีมูลค่า 62,690

ล้านหยวน (9,037 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และการลงทุนในภาคตะวันออกมีมูลค่า 7 แสนล้านหยวน (1 แสนดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6

4.6 ระหว่างเดือน มกราคม-กันยายน พ.ศ. 2559 ประเทศ/ เขตที่ลงทุนในจีนมากที่สุด 10 อันดับแรกได้แก่ ฮองกง (64,540 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สิงคโปร์ (4,560 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เกาหลีใต้ (3,760 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) มาเก๊า (3,320 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สหรัฐอเมริกา (3,010 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ไต้หวัน (2,790 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เยอรมนี (2,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ญี่ปุ่น (2,270 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สหราชอาณาจักร (1,740 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และลักเซมเบิร์ก (1,350 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

4.7 การลงทุนจากสหรัฐอเมริกาและยุโรปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยสหรัฐฯ และ 28 ประเทศ ในสหภาพยุโรปลงทุนในจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.6 และร้อยละ 41.3 ตามลำดับเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2558 ในทวีปเอเชีย เขตบริหารพิเศษมาเก๊ามีการลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 290.3 เกาหลีใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.8 และญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 ซึ่งเป็นการเติบโตเชิงบวกครั้งแรกในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

5. การบริโภคภายในประเทศ

5.1 ในปี พ.ศ. 2559 การค้าปลีกมีมูลค่ากว่า 33.2 ล้านล้านหยวน (4.78 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 จากช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2558 และมูลค่าการค้าปลีกทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.6 จากปี พ.ศ. 2558

5.2 ราคาสินค้าผู้บริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ในปี พ.ศ. 2559

5.3 การซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง อาทิ โทรทัศน์ที่ให้ความคมชัดเสมือนจริงระดับ 4k (Ultra HD) มียอดขายเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันในปีก่อนร้อยละ 37 และโทรศัพท์มือถือ 4G เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2559 ยอดจำหน่ายรถยนต์ใหม่อยู่ที่ 28 ล้านคัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.65 จากปี พ.ศ. 2558 จากการปรับลดภาษีสำหรับรถยนต์ขนาดเล็กเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐในการส่งเสริมการใช้รถยนต์ที่มีมลพิษต่ำและนโยบายการประหยัดเชื้อเพลิง

5.4 ธุรกิจอาหารมีรายรับ 3.58 ล้านล้านหยวน (5.16 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จากปี พ.ศ. 2558 และภาคการท่องเที่ยวภายในประเทศมีรายรับสูงขึ้นร้อยละ 14 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากปี พ.ศ. 2558

6. รายได้ประชาชน

6.1 ในปี พ.ศ. 2559 รายได้เฉลี่ยของประชากรจีนอยู่ที่ 23,821 หยวน (3,434 ดอลลาร์สหรัฐฯ) ต่อคนต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 ทั้งนี้ รายได้เฉลี่ยของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองอยู่ที่

33,616 หยวน (4,845 ดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 และรายได้เฉลี่ยของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตชนบทอยู่ที่ 12,363 หยวน (1,782 ดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2

6.2 ในปี พ.ศ. 2559 อัตราการเติบโตทางรายได้ของชาวจีนอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าอัตราการเติบโตของ GDP และต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระยะ 5 ปี ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2559-2563) ที่ร้อยละ 6.5 ระดับความเหลื่อมล้ำของรายได้เพิ่มสูงขึ้น โดยค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) อยู่ที่ร้อยละ 0.465 เพิ่มขึ้น 0.003 จากปี พ.ศ. 2558

6.3 ณ สิ้นปี พ.ศ. 2559 จีนมีประชากรจำนวน 1,382.71 ล้านคน เพิ่มขึ้น 8.09 ล้านคน จากปี พ.ศ. 2557 โดยจีนมีประชากรเพศชาย 708.15 ล้านคน และเพศหญิง 674.56 ล้านคน และจีนมีประชากรวัยทำงาน (อายุ 16-59) จำนวน 907.47 ล้านคน

7. ทางการเงิน

7.1 อัตราแลกเปลี่ยนเงินหยวนต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ วันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2559 อยู่ที่ 6.9370 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 6.4936 โดยสกุลเงินหยวนอ่อนค่าลง ทั้งนี้ อัตราแลกเปลี่ยนเงินหยวนต่อเงินเยนของญี่ปุ่นอ่อนค่ามากที่สุดเมื่อเทียบกับสกุลเงินทั้งหมดที่ ร้อยละ 10.61 ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินหยวนต่อเงินยูโรอ่อนค่าลงร้อยละ 2.98 อย่างไรก็ตาม อัตราแลกเปลี่ยนเงินหยวนต่อเงินปอนด์แข็งค่าขึ้นร้อยละ 11.51 เนื่องจากได้รับผลกระทบจาก Brexit

7.2 จนถึงสิ้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 ทุนสำรองระหว่างประเทศของจีนอยู่ที่ 319,844 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 9.6 โดยลดลงติดกันเป็นเดือนที่ 6 และแตะระดับต่ำสุดในรอบ 5 ปี

7.3 จนถึงสิ้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 ยอดการปล่อยเงินกู้สกุลเงินหยวนของจีนอยู่ที่ 106.6 ล้านล้านหยวน (15.4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) และส่วนยอดเงินฝากอยู่ที่ 150.6 ล้านล้านหยวน (21.7 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ)

7.4 จนถึงวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ปริมาณเงิน M2 (Broad money) มีจำนวน 155.01 ล้านล้านหยวน (22.3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.3 และปริมาณเงิน M1 (Narrow money) มีจำนวน 48.7 ล้านล้านหยวน (7 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.4 จากปีที่ผ่านมา

8. การท่องเที่ยว

8.1 ในปี พ.ศ. 2559 มีชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวนอกประเทศมากกว่า 122 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน หากพิจารณาค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจีนจะอยู่ที่ประมาณ 900 ดอลลาร์สหรัฐ รวมมูลค่า 109,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ครอบคลุมส่วน ร้อยละ 16 ของตลาดการท่องเที่ยวในต่างประเทศของจีน

8.2 จนถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ผู้ถือหนังสือเดินทางธรรมดาของจีนสามารถท่องเที่ยวโดยไม่ต้องขอรับการตรวจลงตรา (Visa-free) หรือสามารถขอ Visa on arrival รวม 61 ประเทศ เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 9 ประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวจีนได้แก่ ญี่ปุ่น ประเทศไทย เกาหลีใต้ เวียดนาม รัสเซีย เกาหลีใต้ และอังกฤษ เป็นต้น

8.3 ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปเที่ยวที่จีน 13.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2558 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมประมาณ 3.1 แสน ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9

8.4 นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวจีนมากที่สุด 17 อันดับแรก ได้แก่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม รัสเซีย ฟิลิปปินส์ มองโกเลีย มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย ไทย แคนาดา ออสเตรเลีย เยอรมนี อินโดนีเซีย อังกฤษ และฝรั่งเศส ตามลำดับ

ด้านความตกลงการค้าไทย-จีน

ภาครัฐบาล

1. ข้อตกลงทางการค้า เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2521
2. พิธีสารว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้าไทย-จีน เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521
3. ข้อตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจไทย-จีน เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2528
4. ความตกลงเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน มีการลงนามเมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2528 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2528
5. ความตกลงเพื่อเว้นการเก็บภาษีซ้อน มีการลงนามเมื่อวันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2529 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2529
6. ข้อตกลงความร่วมมือด้านวัฒนธรรมไทย-จีน เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2544
7. ความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทย-จีน เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2546
8. ความตกลงระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับรัฐบาลแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจ วันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2546
9. บันทึกความเข้าใจระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับรัฐบาลแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ว่าด้วยการส่งเสริมความร่วมมือทางการค้า การลงทุน และเศรษฐกิจ วันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2546 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของประเทศไทยได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลง (Memo of Understanding หรือ MOU) ร่วมกับ China council for the promotion of international trade ของประเทศจีน

ภาคเอกชน

1. ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย) กับ สภาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแห่งชาติจีน เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2536
2. ข้อตกลงความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า และวิชาการระหว่างสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยกับหอการค้ามณฑลเหอเป่ย์ เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2543
3. บันทึกความเข้าใจว่าด้วยการจัดตั้งสภาธุรกิจไทย-จีน และสภาธุรกิจจีน-ไทย เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2544 (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2556)

ข้อมูลมณฑลยูนนาน

เป็นสมาชิกกรอบความร่วมมือ GMS มีพรมแดนติดเมียนมาร์ลาวและเวียดนาม เป็นมณฑลของจีนที่ใกล้ไทยที่สุด เชื่อม โดยเส้นทาง R3A รัฐบาลจีนอนุมัติ “ยุทธศาสตร์เมืองหัวสะพาน” กำหนดให้ยูนนานเป็นประตูเชื่อมโยงภาคตะวันตกของจีนสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ เป็นมณฑลที่มีชนกลุ่มน้อยมากที่สุดในจีนถึง 26 ชนเผ่า (รวมชนชาติอื่น) พืชเกษตรสำคัญที่อยู่อันดับต้น ๆ ของจีน ได้แก่ ยาสูบ ดอกไม้กาแฟ วอลนัท ยางพารา ชา สมุนไพรจีน และเห็ดป่า มีศักยภาพในการผลิตไฟฟ้าพลังน้ำจากเขื่อนมากเป็นอันดับ 2 ของจีน แหล่งผลิตที่สำคัญคือ เขื่อนน้ำจั่วตู้ และเขื่อนเสี่ยววาน

1. ความโดดเด่นทางเศรษฐกิจ

- 1.1 สมาชิกกรอบความร่วมมือ GMS มีพรมแดนติดกับประเทศเมียนมาร์ สปป. ลาว และเวียดนาม ความยาวชายแดน 4,060 กม. เป็น 1 ใน 5 ของชายแดนจีน
- 1.2 มณฑลของจีนที่ใกล้ไทยที่สุดผ่านเส้นทาง R3A (247 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 4-5 ชั่วโมง) และสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) เปิดบริการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2556
- 1.3 รัฐบาลจีนกำหนดให้ยูนนานเป็นประตูเชื่อมโยงภาคตะวันตกของจีนสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้
- 1.4 มีพืชเศรษฐกิจ 6 ชนิดที่ครองสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุดในจีน ได้แก่ ยาสูบ กาแฟ ดอกไม้ วอลนัท สับปะรด และยางพารา และมีสินค้าเกษตร 6 ชนิดที่มีผลผลิตมากที่สุดในจีน ได้แก่ ยาสูบ ดอกไม้ตัดสด กาแฟ วอลนัท ยางพารา และเห็ดป่า
- 1.5 มีศักยภาพในการผลิตไฟฟ้าพลังน้ำจากเขื่อนมากเป็นอันดับ 2 ของจีน และมีถ่านหินมากเป็นอันดับ 8 ของจีน
- 1.6 มีศูนย์ประมูลดอกไม้ “ไต่หวานาน” Dounan Asia's flower city ที่ใหญ่ที่สุดในจีน

1.7 มีแร่สังกะสี และแร่ตะกั่วมากเป็นอันดับ 1 ของจีน แร่ดีบุกและแร่ฟอสฟอรัสมากเป็นอันดับ 2 ของจีน

1.8 มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์เป็นอันดับ 1 ของจีนมี 26 ชนชาติ จาก 56 ชาติพันธุ์ทั้งหมด (รวมฮั่น)

1.9 เป็นที่ตั้งของศูนย์วิจัยพัฒนาสมุนไพรจีน ประสบความสำเร็จในการนำยาสมุนไพรจีนมารักษาโรคเอดส์ และอุตสาหกรรมยาสมุนไพรจีนของยูนนาน เป็นอันดับ 1 ของจีน

2. ตัวเลขสถิติทางเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2559

มูลค่า GDP 1.49 ล้านล้านหยวน (อันดับ 23 ของจีน) ขยายตัว 8.7 เปอร์เซ็นต์ (อันดับ 6 ของจีน) GDP ต่อหัว 31,358 หยวน (อันดับ 30) โดยมูลค่า GDP ภาคเกษตรกรรม 219,504 ล้านหยวน ขยายตัว 5.6 เปอร์เซ็นต์ ครอบคลุม 14.8 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า GDP ภาคอุตสาหกรรม 579,934 ล้านหยวน ขยายตัว 8.9 เปอร์เซ็นต์ ครอบคลุม 39.0 เปอร์เซ็นต์ และมูลค่า GDP ภาคบริการ 687,557 ล้านหยวน ขยายตัว 9.5 เปอร์เซ็นต์ ครอบคลุม 46.2 เปอร์เซ็นต์

สถิติทางคุณภาพชีวิตประชาชน รายได้เฉลี่ยประชาชนเขตเมือง 28,611 หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 รายได้เฉลี่ยประชาชนเขตชนบท 9,020 หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 และอัตราค่าแรงขั้นต่ำ 1,570 หยวน และค่าแรงต่อชั่วโมง 14 หยวน

3. การค้าและการลงทุน

3.1 การลงทุนระหว่างประเทศ

การส่งเสริมการลงทุน มณฑลยูนนานต้องการดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมสำคัญ 8 สาขา ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2559-2563) ได้แก่ ยาชีวภาพและสุขภาพ การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ เครื่องจักรกล โลจิสติกส์สมัยใหม่ เกษตรที่ราบสูงสมัยใหม่ วัสดุคืบใหม่ (แร่หายาก) และอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

การลงทุนจากต่างมณฑลปี พ.ศ. 2559 ยูนนานดึงดูดเงินลงทุนจากต่างมณฑลได้มากถึง 741,550 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 แบ่งสัดส่วนการลงทุนภาคเกษตร: อุตสาหกรรม: บริการ คือ 11:38:51 การลงทุนส่วนใหญ่มาจากเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมปากแม่น้ำเพิร์ล (Pan-Pearl River Delta: Pan-PRD) เขตเศรษฐกิจปักกิ่งและเทียนจิน และเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซีเกียง (Yangzi river delta) ซึ่งครอบคลุมรวมทั้งร้อยละ 83 และมณฑลที่เข้าไปลงทุนในยูนนานมากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ ปักกิ่ง (รวมรัฐบาลกลาง) เสฉวน กวางตุ้ง เจ้อเจียง และฝูเจี้ยน คิดเป็นสัดส่วนรวมร้อยละ 63

ยูนนานไปลงทุนในต่างประเทศปี พ.ศ. 2559 ยูนนานไปลงทุนในต่างประเทศ 1,611 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.8 ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนด้านพลังงานไฟฟ้า เทรดดิ้ง เกษตร

เหมืองแร่ และอสังหาริมทรัพย์ ประเทศที่ยูรอนานไปลงทุน 5 อันดับแรก ได้แก่ ฮองกง (825 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐ) สเปน, ลาว (225 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เมียนมา (219 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) กัมพูชา (90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และไทย (79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

3.2 การค้าไทย-ยูรอนานปี พ.ศ. 2559 ไทยนำเข้าจากยูรอนานมูลค่า 1,010 ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ สินค้านำเข้าสำคัญได้แก่ ผักสดและผลไม้สด (องุ่น แอปเปิล บล็อกโคลี ถั่วลันเตา) ปุ๋ยเคมี และซิลิกอน และไทยส่งออกไปยูรอนานมูลค่า 130 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าส่งออกสำคัญได้แก่ ผลไม้สด (มังคุด กว๊ายไข่ ทูเรียน ลำไย) และก๊วยไม้ ซึ่งไทยเป็นคู่ค้าอันดับ 4 ของยูรอนาน (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2560)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเขตการค้าเสรี (Free Trade Area หรือ FTA)

เขตการค้าเสรี (Free Trade Area หรือ FTA) หรือข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement หรือ FTA) เป็นความตกลงระหว่าง 2 ประเทศขึ้นไป ซึ่งเคยทำมาแล้วในรูปของ AFTA โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกันให้เหลือน้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการค้าเสรีระหว่างกัน ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ก็ได้ขยายขอบเขตของ FTA ให้ครอบคลุมการค้าด้านบริการ อาทิ การท่องเที่ยว การรักษาพยาบาล การสื่อสาร การขนส่ง ฯลฯ พร้อมกับความร่วมมือในด้านต่าง ๆ เช่น การลงทุน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วย

วัตถุประสงค์ของข้อตกลงเขตการค้าเสรี จะสะท้อนแนวคิดสำคัญทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า ประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นสูงสุดเมื่อประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าที่ตนมีต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ แล้วนำสินค้าเหล่านั้นมาค้าขายแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ประโยชน์สูงสุดดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นหากยังมีการเก็บภาษีขาเข้า และมีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่าง ๆ ซึ่งส่งผลบิดเบือนราคาที่เป็นจริงของสินค้า และทำให้การค้าขายไม่เป็นไปอย่างเสรีและมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้ FTA ถือเป็นเครื่องมือทางการค้าสำคัญที่ประเทศต่าง ๆ สามารถใช้เพื่อขยายโอกาสในการค้า สร้างสัมพันธมิตรทางเศรษฐกิจพร้อม ๆ กับเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้แก่สินค้าของตน เนื่องจากสินค้าที่ผลิตใน FTA จะถูกเก็บภาษีขาเข้าในอัตราที่ต่ำกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมาชิก FTA จึงทำให้สินค้าที่ผลิตภายในกรมได้เปรียบในด้านราคาว่าสินค้าจากประเทศนอกกลุ่ม

ข้อตกลงเขตการค้าเสรี จะมีรูปแบบเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับประเทศคู่สัญญา FTA จะตกลงกัน ไม่มีกฎเกณฑ์กำหนดตายตัวว่า FTA ต้องมีลักษณะอย่างไร แต่ถึงกระนั้นก็ดี ทุก FTA จะมีลักษณะพื้นฐานที่เหมือนกันอยู่ 3 ประการ คือ

1. มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า และไม่สร้างอุปสรรคทางการค้า
เพิ่มต่อประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมาชิก
 2. ครอบคลุมการค้าระหว่างประเทศมากพอซึ่งเป็นกติกาที่ WTO กำหนดไว้เพื่อปกป้อง
และป้องกันผลกระทบของ FTA ที่จะมีต่อประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมาชิกของ FTA นั้น ๆ
 3. มีตารางการลดภาษีหรือเปิดเสรีที่ประเทศคู่สัญญา FTA เจรจากันว่าจะลดภาษีให้แก่
กันสินค้าใดบ้าง จะลดอย่างไร ใช้ระยะเวลายาวนานเท่าไรในการลด
ไทยมีหลักเกณฑ์ในการจัดทำ FTA ดังนี้
 1. การจัดการทำความตกลง FTA ควรทำในกรอบกว้าง ครอบคลุมการเปิดเสรีทางด้าน
การค้าสินค้า บริการ และการลงทุน รวมทั้งมาตรการทางการค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การกำหนด
มาตรฐานสินค้านำเข้า และมาตรการโควต้า และการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจอื่น ๆ
 2. การจัดทำความตกลง FTA ต้องสอดคล้องกับกฎของ WTO ซึ่งมีเงื่อนไขให้การเปิด
เสรีต้องครอบคลุมการค้าสินค้าและบริการอย่างมากพอ ความโปร่งใส และเปิดให้สมาชิกอื่น ๆ
ตรวจสอบความตกลงได้
 3. การจัดทำความตกลง FTA ต้องมีความยืดหยุ่น สอดคล้องกับระดับการพัฒนาของ
ประเทศคู่เจรจาเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย พร้อมกับยึดหลักการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์
และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เปิดคำนึงถึงสถานะของไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา เพื่อให้มีเวลาใน
การปรับตัวนานกว่า หรือมีภาระผูกพันน้อยกว่า
 4. การจัดทำความตกลง FTA ควรมีมาตรการป้องกันผลกระทบของการเปิดเสรีต่อ
อุตสาหกรรมภายใน เช่น มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด มาตรการการต่อต้านการอุดหนุน มาตรการ
ปกป้อง รวมทั้งกำหนดกลไกการยุติข้อพิพาททางการค้าอย่างเป็นธรรม
- ปัจจุบันไทยทำ FTA กับ 8 ประเทศ ได้แก่ จีน นิวซีแลนด์ บาห์เรน ญี่ปุ่น แปรู สหรัฐฯ
อินเดีย และออสเตรเลีย และกับ 1 กลุ่มเศรษฐกิจ BIMST-EC โดยเหตุผลสำคัญเพื่อรักษาสถานภาพ
และศักยภาพในการส่งออกของไทยโดยการขยายโอกาสในการส่งออก และเพิ่มความสามารถใน
การแข่งขันด้านราคาของสินค้าไทยทั้งในตลาดสำคัญในปัจจุบัน (เช่น สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อาเซียน) และ
ตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น จีน อินเดีย ออสเตรเลีย BIMST-EC นอกจากนี้ไทยยังจัดทำ FTA กับ
ประเทศที่จะเป็นประตูการค้าสู่ภูมิภาค (Gate way) อื่น ๆ ของโลก เช่น บาห์เรน แปรู และอยู่ระหว่าง
การศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมในการเจรจา FTA กับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (European Free
Trade Association หรือ EFTA) แม็กซิโก เกาหลี และกลุ่มประเทศเมอริโคซูลิ Mercosur (คํานาย
อภิปรัชญาสกุล, 2554, หน้า 182-183)

กล่าวโดยสรุปเขตการค้าเสรีคือ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศต่าง ๆ เพื่อให้มีการเก็บภาษีศุลกากรระหว่างกัน ในอัตราที่น้อยที่สุด หรือในอัตราร้อยละ 0 ซึ่งประเทศที่มีการรวมกลุ่มเขตการค้าเสรีนั้น จะได้เปรียบทางการค้ามากกว่าประเทศที่อยู่นอกกลุ่มในเรื่องของอัตราภาษี โดยการเปิดเสรีทางการค้านั้น ไม่เพียงแต่เฉพาะด้านสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงด้านบริการ และการลงทุนด้วย ซึ่งหลายประเทศได้ใช้การจัดทำเขตการค้าเสรีเป็นยุทธวิธีในการสร้างพันธมิตร ด้านเศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งเป็นการสร้างฐานในการขยายการค้าและการลงทุนกับประเทศ หรือกลุ่มประเทศในภูมิภาคอื่น ๆ ที่อยู่ห่างไกลด้วย

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระบวนการส่งออก

เป็นวิธีการพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เพราะกิจการเพียงแต่แสวงหาตลาดสำหรับสินค้าของตนพร้อมทั้งวิธีการในการจำหน่ายสู่ผู้บริโภค ส่วนกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนนั้นจะดำเนินการในประเทศเจ้าของกิจการ (Home country) การส่งออกเป็นวิธีการเริ่มต้นของการค้าระหว่างประเทศ ทำให้รัฐบาลประเทศกำลังพัฒนาสนับสนุนให้ธุรกิจท้องถิ่นทำการส่งออก โดยหวังผลทางการเมืองของตน เช่น การเผยแพร่ผลงานการส่งออกของรัฐบาล เป็นต้น วิธีการส่งออกแบ่งออกได้เป็น 2 วิธี ได้แก่

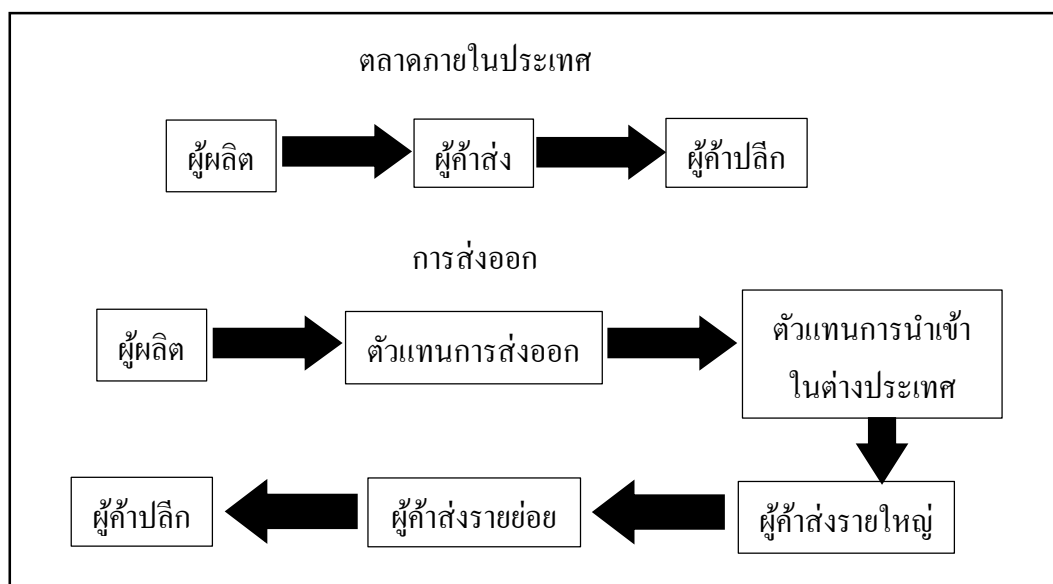
1. การดำเนินกิจกรรมส่งออกผ่านบริษัทตัวแทนการส่งออกหรือขายสินค้าให้กับบริษัทนำเข้าและส่งออก (Indirect exporting) แต่วิธีการให้บริษัทอื่นส่งออกให้ ไม่ได้ทำให้กิจการมีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจต่างประเทศมากนัก และต้องเสียค่าตอบแทนให้กับตัวแทนในตลาดต่างประเทศ และยังคงขึ้นอยู่กับตัวแทนเหล่านั้นด้วย กิจการที่รับบริหารการส่งออกให้ธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 บริษัทส่งออก (Export Management Company หรือ EMC) ทำหน้าที่ส่งออกสินค้าตามที่กิจการต้องการ

1.2 บริษัทเทรดดิ้ง (Export Trading Company หรือ ETC) เป็นกิจการที่นอกจากจะทำหน้าที่ส่งออกหรือนำเข้าแล้ว ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าจากทั่วโลกด้วย

2. การดำเนินกิจกรรมส่งสินค้าออกไปตลาดในต่างประเทศด้วยกิจการเอง (Direct exporting) โดยกิจการอาจมีแผนกส่งออกหรือมอบหมายให้ผู้จัดการฝ่ายขายรับผิดชอบ การส่งออกด้วยกิจการเองมีผลดีได้แก่ ลูกค้าทั้งหมดอยู่ในมือของกิจการ ทำให้มีการพัฒนาทั้งความเข้าใจลูกค้าต่างประเทศ และกลยุทธ์ต่าง ๆ

การเปรียบเทียบช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคระหว่างตลาดภายในประเทศกับการส่งออกจะมีความแตกต่างกันที่ขั้นตอนการจัดจำหน่ายของการส่งออกมีหลายขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2-1 การเปรียบเทียบขั้นตอนการจัดจำหน่ายระหว่างตลาดภายในกับการส่งออก (ชนงกรณ์ กุณทลบุตร, 2554, หน้า 139)

นอกจากความแตกต่างในขั้นตอนการจัดจำหน่าย ยังมีเรื่องของต้นทุนที่สูงกว่าสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายภายในประเทศ แต่สินค้าที่ผลิตโดยบริษัทข้ามชาติมีปริมาณมากทำให้ได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนต่อหน่วย บางครั้งสินค้านำเข้ามีราคาถูกกว่าที่ผลิตภายในประเทศ เช่น ผลไม้ที่ขึ้นส่วนรถยนต์ที่ผลิตจำหน่ายในประเทศไทย ในช่วงที่รัฐบาลบังคับให้ใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศ ในขณะที่รถยนต์บางยี่ห้อและบางรุ่นมียอดจำหน่ายต่อปีต่ำมาก เช่น ไม่ถึงร้อยคันต่อปี ทำให้ต้องผลิตชิ้นส่วนดังกล่าวจำนวนน้อย ถ้าจะให้ต้นทุนต่ำก็ต้องลดคุณภาพลง การสั่งชิ้นส่วนจากต่างประเทศมีต้นทุนสูงกว่าเนื่องจากผลิตด้วยปริมาณมาก แต่เมื่อประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกด้วยทำให้ปริมาณผลิตแต่ละปีมากพอที่จะทำการผลิตชิ้นส่วนให้คุ้มทุน โดยได้ผลผลิตทันทีที่มีต้นทุนต่ำและคุณภาพดี และปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งได้แก่ ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ก่อให้เกิดกำไรหรือขาดทุนแก่บริษัทนำเข้าหรือส่งออกเป็นจำนวนมหาศาลต่อปีปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจการต่าง ๆ ไม่คิดที่จะส่งสินค้าออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้แก่

1. ไม่มีความรู้เรื่องความต้องการของตลาดในต่างประเทศ
2. ไม่เข้าใจในเรื่องของกระบวนการส่งสินค้าออกไปยังปลายทางในต่างประเทศ
3. มีปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการรับชำระหนี้ต่างประเทศ (ชนงกรณ์ คุณทลบุตร, 2554, หน้า 138-140)

การดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออก

วิธีและรูปแบบการเสนอขาย ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นการเสนอราคา (Offering) บริษัทผู้ขายจะทำใบเสนอราคา (Quotation) ควบคู่ไปกับแคตตาล็อก (Catalogue) นำเสนอแก่ผู้ซื้อในต่างประเทศ ผู้ซื้อจะทำการเสนอซื้อ โดยทำใบแจ้งความต้องการขอซื้อ (Order requisition) ให้แก่ผู้ขาย โดยรายละเอียดของใบเสนอราคาประกอบด้วย

- 1.1 รหัสสินค้า (Item no., Article no)
- 1.2 รายการสินค้า (Product description)
- 1.3 ราคาและเงื่อนไขในสินค้า (Quoted price)
- 1.4 ลักษณะการบรรจุหีบห่อ (Packing details)

1.5 ขนาดและปริมาตรของลังบรรจุสินค้า (Carton size, volume of carton) ซึ่งตัวสินค้าจะมีหน่วยปริมาตรเป็นลูกบาศก์เซนติเมตร (cm^3 หรือ Cubic.cm.) หรือลูกบาศก์นิ้ว (Inch^3 หรือ Cubic.inch) แต่ต้องทำการแปลงหน่วยให้เป็นลูกบาศก์เมตร (M^3 หรือ Cubic.M) โดยลูกบาศก์ฟุต (Ft^3 หรือ Cubic.ft) ตามลำดับ เนื่องจากเพื่อความสะดวกและความเหมาะสมในการคำนวณปริมาณจำนวนสินค้าที่ใช้บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ การคิดค่าระหว่างสินค้าต่อหน่วย

1.6 ระยะเวลาการส่งมอบ (Leadtime of production) เป็นเงื่อนไขที่ต้องระบุเพื่อให้ผู้ส่งออกหรือผู้ผลิตสามารถกำหนดระยะเวลาการจัดเตรียมสินค้าได้เหมาะสมในช่วงเวลาต่าง ๆ กันในแต่ละช่วงฤดูกาลผลิต จะทำให้ผู้นำเข้าสามารถกำหนดแผนการสั่งสินค้าและประมาณระยะเวลาการเสนอขายและการขายให้แก่ลูกค้าในประเทศได้อย่างเหมาะสม

1.7 ช่วงเวลาที่เงื่อนไขการเสนอขายมีผลบังคับใช้ (Validity of quotation) หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่เงื่อนไขตามใบเสนอราคามีผลบังคับใช้ได้ อยู่ ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าเนื่องจากถ้าเป็นประเภทสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงของราคาสูง เช่น ราคาทองคำ เพชรพลอย สินค้าเกษตร การกำหนดช่วงเวลาที่เงื่อนไขการเสนอขายมีผลบังคับใช้ (Validity) จะมีระยะเวลาดสั้น

1.8 เงื่อนไขการชำระเงิน (Term of payment) หมายถึง รูปแบบการชำระเงินที่ทางผู้นำเข้าและผู้ส่งออกตกลงกันว่าจะใช้เงื่อนไขแบบใด เช่น T/ T payment แบบ Bill for collection หรือแบบ Documentary credit เนื่องจากมีผลต่อความเสี่ยงและขั้นตอนการรับชำระเงินและสินค้าของทั้ง 2 ฝ่าย

2. ขั้นการต่อรองราคาและเงื่อนไข (Negotiating) ในขั้นตอนนี้บริษัทผู้ซื้อจะทำการพิจารณาสินค้าในแคตตาล็อกควบคู่ไปกับราคาสินค้าและเงื่อนไขต่าง ๆ ถึงอาจมีการขอตัวอย่างสินค้าจากผู้ขายด้วย ซึ่งผู้ซื้ออาจจะมีการต่อรองในเงื่อนไขดังนี้

2.1 การร้องขอให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้า เช่น เปลี่ยนสี เปลี่ยนกลิ่น เปลี่ยนคุณลักษณะของสินค้า หรือปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และหีบห่อบางประการ

2.2 การต่อรองในเรื่องของปริมาณการสั่งซื้อประกอบด้วย

2.2.1 ปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (Minimum order) ต่อประเภทสินค้า เช่น การสั่งซื้อถุงมือยางเบอร์ 3 ต้องมีคำสั่งซื้อขั้นต่ำ 10,000 คู่ เป็นต้น รวมถึงสินค้าสั่งผลิตพิเศษ (Exclusive order) ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในสายการผลิตต้องมีการออกแบบพิเศษไม่ว่าจะเป็น สี รูปแบบ ขนาดพิเศษ หรือแม้แต่การพิมพ์โลโก้สินค้าที่ ต้องมีการกำหนดวิธีการผลิตมากกว่าปกติ ซึ่งโรงงานผู้ผลิตจะกำหนดจำนวนการผลิตขั้นต่ำหรือคำสั่งซื้อขั้นต่ำมาเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนในการผลิตที่เพิ่มขึ้น

2.2.2 ปริมาณการสั่งซื้อโดยรวมขั้นต่ำ คือปริมาณการสั่งซื้อของสินค้าทุกรายการรวมกัน เช่น ปริมาณสั่งซื้อขั้นต่ำที่ระดับหนึ่งตู้คอนเทนเนอร์ 20 ฟุต จะต้องทำการรวบรวมคำสั่งซื้อของสินค้าหลาย ๆ รายการให้มีจำนวนการขนส่งเท่ากับปริมาณของตู้คอนเทนเนอร์ 20 ฟุต เนื่องจากถ้าจำนวนการสั่งซื้อโดยรวมหมายถึงการบรรจุของตู้คอนเทนเนอร์ ส่งออกจะคิดค่าขนส่งเพิ่มขึ้นหรือไปบวกเพิ่มขึ้นในราคาสินค้าจากการเสียของพื้นที่ในการขนส่ง คือถ้าปริมาณการสั่งซื้อโดยรวมน้อยมากจนเกินไปผู้ส่งออกอาจจะยกเลิกการขายไปเลยก็ได้

2.2.3 จำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อช่วงเวลาหนึ่ง เช่น จำนวนครั้งของคำสั่งซื้อต่อหนึ่งปีต้องไม่น้อยกว่า 10 ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 40 ฟุต เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นสินค้าที่มีการสั่งซื้อต่อเนื่องและมีคำสั่งซื้อมูลค่าสูง เช่น สินค้าเกษตรหรือวัตถุดิบในการผลิต เช่น เม็ดพลาสติก

2.3 การต่อรองในเรื่องของการขนส่งและการประกันภัยประกอบด้วย

2.3.1 ระบุประเภทของการขนส่ง เช่น ทางเรือ ทางรถยนต์ รถไฟ ทางเครื่องบิน เนื่องจากการขนส่งแต่ละประเภท ในระยะทางเท่ากัน มีค่าใช้จ่ายแตกต่างกัน เช่น ค่าขนส่งทางเครื่องบินจะสูงที่สุด รองลงมาอาจจะเป็นค่าขนส่งทางรถยนต์ รถไฟ และทางเรือ

2.3.2 การระบุบริษัทขนส่งที่ต้องการ (Nominated shipping or forwarding agents) เนื่องจากผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้าอาจจะมีบริษัทขนส่งที่เป็นเจ้าประจำและได้ค่าขนส่งในราคาที่ต่ำกว่าที่อื่น

2.3.3 การระบุขอบเขตของการขนส่ง (Scope of transportation) เนื่องจากขอบเขตของการขนส่งอาจจะหมายถึงระยะทาง และค่าขนส่งที่อาจจะเพิ่มขึ้นสำหรับผู้ส่งออก ในกรณีที่ผู้ส่งออกเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งทำให้ผู้ส่งออกเสียเปรียบ ขณะเดียวกันก็จะเป็นการเพิ่ม

ความสะดวกให้แก่ผู้นำเข้า แต่ถ้าขอบเขตในการขนส่งอยู่ไกลจากผู้นำเข้า ผู้นำเข้าจะเป็นผู้เสียเปรียบ ในขณะที่เดียวกันก็จะเป็นการลดค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ส่งออก มันต้องมีการพิจารณาและระบุขอบเขตของการขนส่งให้ชัดเจน

2.3.4 การระบุประเภทและความคุ้มครองในการทำประกันภัย เนื่องจากการประกันภัยมีเงื่อนไขที่ให้ความคุ้มครองสูงสุดในแบบ A รองลงมาในแบบ B และน้อยที่สุดในแบบ C ขึ้นอยู่กับ การจ่ายเบี้ยประกัน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการซื้อความคุ้มครองพิเศษในกรณีที่ผู้นำเข้าต้องการ ซึ่งต้องมีการจ่ายเบี้ยประกันเพิ่มขึ้นอีกด้วย

2.4 การต่อรองในเรื่องของราคาสินค้า ซึ่งในการพิจารณาในการต่อรองจากทั้ง 3 ปัจจัยเบื้องต้น จะมีผลถึงการต่อรองในเรื่องของราคาเป็นลำดับสุดท้าย การต่อรองในเรื่องนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ซึ่งการต่อรองราคาเป็นในแง่ของการต่อรองให้ราคาเท่าเดิมแต่มีเงื่อนไขส่วนเพิ่มมากขึ้น หรือเงื่อนไขเดิมแต่มีการปรับลดราคาลง

3. ขั้นตอนตกลงทำสัญญา (Making contract) เมื่อผู้ซื้อและผู้ขายได้พิจารณาและได้ข้อตกลงที่เห็นพ้องต้องกันแล้ว ผู้ขายจะได้มีการทำเอกสารสำคัญคือสัญญาการซื้อขาย (Sale confirmation, sale contract) หรือใบ Proforma invoice ส่งให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจได้ลงลายมือชื่อรับทราบ ซึ่งผู้ซื้อก็จะทำการพิจารณาสัญญาการซื้อขายให้ถูกต้องตามที่ตกลง เพื่อใช้ในการติดต่อขอเปิดธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวกับธนาคารในการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศต่อไป ซึ่งเงื่อนไขเกี่ยวกับข้อตกลงในสัญญาซื้อขายระหว่างประเทศมีอยู่ด้วยกัน 6 ประการ คือ

- 3.1 เงื่อนไขเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า
- 3.2 เงื่อนไขเกี่ยวกับจำนวนสินค้า
- 3.3 เงื่อนไขเกี่ยวกับราคาสินค้า
- 3.4 เงื่อนไขเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ
- 3.5 เงื่อนไขเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้า
- 3.6 เงื่อนไขเกี่ยวกับการชำระเงินค่าสินค้า

การจัดเตรียมเอกสารเพื่อการส่งออกและนำเข้า

เอกสารสำคัญที่ผู้ส่งออกจะต้องใช้ประกอบในการส่งออกและเดินพิธีการศุลกากรเรียกว่า เอกสารประกอบพิธีการทางศุลกากร (Shipping document) บริษัทผู้นำเข้าจะต้องได้รับจากบริษัทผู้ส่งออกหรือธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย

1. ใบต้นฉบับบัญชีราคาสินค้า (Invoice) คือ เอกสารที่ผู้ส่งออกหรือผู้ขาย จัดทำขึ้นเพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย ชื่อผู้ขายพร้อมที่อยู่ชื่อผู้ซื้อ รายการสินค้า ประเภท

สินค้า จำนวนและน้ำหนักรวมของสินค้า ราคาต่อหน่วย เงื่อนไขของราคา เงื่อนไขการชำระเงิน
มูลค่ารวมของสินค้าที่ทำการซื้อขาย

2. ใบรายการบรรจุหีบห่อ (Packing list) คือ เอกสารที่ผู้ส่งออก (Exporter) หรือผู้ขาย (Seller) จัดทำขึ้นเพื่อแสดงรายละเอียดการบรรจุหีบห่อของสินค้าที่ส่งออก รวมถึงน้ำหนักและปริมาตรโดยรวมของสินค้าแต่ละรายการด้วย

3. ใบตราส่งสินค้า (Bill of lading) คือ เอกสารสัญญาที่ตัวแทนเรือ เจ้าของเรือ หรือผู้ที่ทำการรับขนส่งสินค้าออกให้แก่ผู้ส่งออกเพื่อแสดงเป็นหลักฐานว่าได้รับมอบสินค้าไว้เพื่อจะทำการส่งให้ จากเมืองท่าหนึ่งซึ่งเป็นท่าต้นทาง (Port of loading) ไปยังอีกเมืองท่าหนึ่งซึ่งเป็นท่าปลายทาง (Port of discharge) ที่ผู้ส่งออกได้กำหนดไว้ ซึ่งใบตราส่งเป็นเอกสารที่มีความสำคัญมาก และมีหน้าที่สำคัญ 3 ประการคือ

3.1 เป็นเอกสารที่แสดงหลักฐานของสัญญาการขนส่ง (Evidence of contract of carriage)

3.2 เป็นเอกสารแสดงการรับสินค้า ของผู้ขนส่ง (Receipt of goods)

3.3 เป็นเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์ (Documents of titles) ในสินค้าที่ทำการขนส่ง แสดงถึงผู้ทรงใบตราส่ง ซึ่งเป็นเจ้าของสิทธิ์ในสินค้า และสามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ผู้อื่นได้ด้วยการสลักหลังใบตราส่ง มันคือเป็นเอกสารที่โอนเปลี่ยนมือกันได้ (Negotiable document) ยกเว้นใบตราส่งบางประเภทที่ออกให้โดยมีวัตถุประสงค์ไม่ให้มีการโอนเปลี่ยนมือ (Non-negotiable) (สุเมษ เลิศจริยพร, 2551, หน้า 35-47)

กล่าวโดยสรุปการส่งออกเป็นการส่งสินค้าของตนไปจำหน่ายผู้บริโภคนอกราชอาณาจักร ซึ่งมีวิธีการดำเนินกิจกรรมส่งออกผ่านบริษัทตัวแทนการส่งออกหรือขายสินค้าให้กับบริษัทนำเข้า และส่งออก และการดำเนินกิจกรรมส่งสินค้าออกไปตลาดในต่างประเทศด้วยกิจการเอง หากมองในแง่ดี พบว่าการส่งสินค้าออกด้วยกิจการเองนั้น ลูกค้าน่าจะอยู่กับเรา ทำให้เกิดความเข้าใจและความต้องการของลูกค้าได้มาก และยังเกิดความชำนาญในการดำเนินธุรกิจต่างประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ในการส่งออกเรายังต้องคำนึงถึงเรื่องของต้นทุนที่สูงกว่าสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายภายในประเทศ เนื่องจากสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทต่างชาติมีปริมาณมากทำให้ได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนต่อหน่วย หรือสินค้านำเข้าอาจมีราคาสูงกว่าที่ผลิตภายในประเทศก็เป็นได้ และยังคงต้องระวังในเรื่องของผลกระทบที่เกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งสามารถจะก่อให้เกิดกำไรหรือขาดทุนแก่บริษัทนำเข้าและส่งออกเป็นจำนวนมาก สำหรับการดำเนินงานในการส่งออกผู้ประกอบการต้องศึกษาเอกสารที่ใช้ในการส่งออกและนำเข้า วิธีการและกระบวนการที่เกี่ยวข้องทั้งเงื่อนไขและข้อบังคับต่าง ๆ เช่น การเสนอราคา การต่อรองราคาและเงื่อนไขและ

การตกลงทำสัญญาซื้อขาย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการซัพพลายเชน (Supply chain management)

การจัดการโซ่อุปทานเป็นการจัดการเพื่อให้การผลิตและการส่งมอบสินค้าหรือบริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยมีสารสนเทศเข้ามาช่วยให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปได้ด้วยดี ธุรกิจที่อยู่ในโซ่อุปทานจะมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกันเป็นห่วงโซ่ต่อกันไปเรื่อย ๆ โดยเริ่มตั้งแต่ซัพพลายเออร์ลำดับแรกไปจนกระทั่งถึงลูกค้าลำดับสุดท้าย สิ่งที่เป็นในโซ่อุปทานคือ กระบวนการและทรัพยากรในการผลิต ตลอดจนสารสนเทศเพื่อทำให้เกิดอุปทานสินค้า (Supply) ส่งมอบให้แก่ลูกค้าในลำดับต่อไป

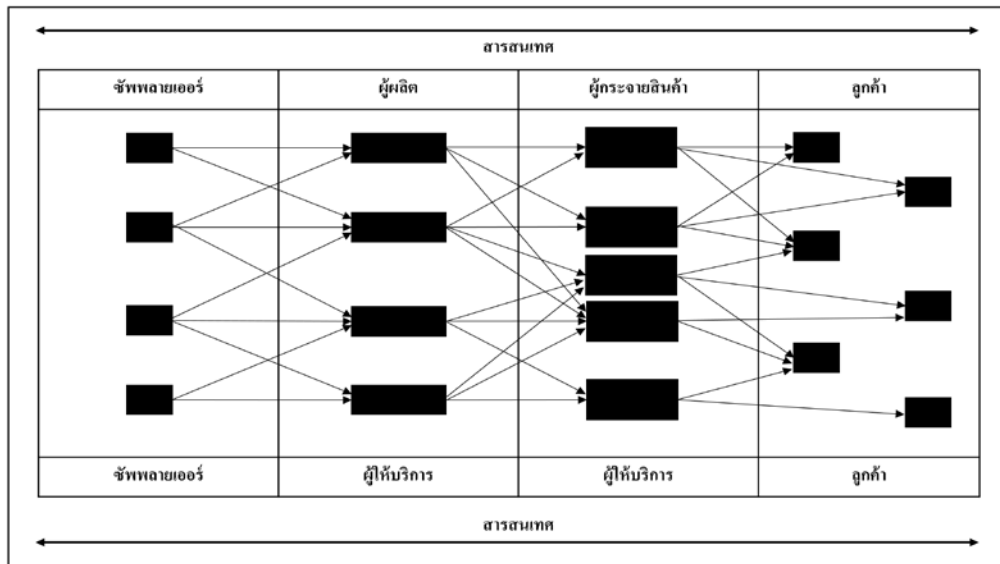
ส่วนประกอบของโซ่อุปทาน

จากภาพที่ 2-2 แสดงถึงผู้ที่อยู่ในโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกันเริ่มตั้งแต่ซัพพลายเออร์ผู้ผลิตสินค้า ผู้ให้บริการ ผู้กระจายสินค้า และสิ้นสุดที่ลูกค้า โดยมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการจัดการและการประสานงานที่ดีระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่อยู่ในโซ่อุปทานคือ สารสนเทศ ซึ่งสารสนเทศจะแสดงด้วยเครื่องหมายลูกศรสองทาง เนื่องจากผู้ที่อยู่ในโซ่อุปทานจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน โซ่อุปทานมีส่วนประกอบที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ในการผลิต ตลอดจนสถานที่ในการผลิตและกระจายสินค้าดังนี้

1. กิจกรรม (Activities) การจัดการโซ่อุปทานประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญต่าง ๆ ในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 1.1 การพยากรณ์ความต้องการสินค้า (Demand forecasting)
- 1.2 การดำเนินคำสั่งซื้อ (Order processing)
- 1.3 การจัดซื้อจัดหา (Procurement)
- 1.4 การวางแผนและการควบคุมการผลิต (Manufacturing planning and control)
- 1.5 การขนส่ง (Transportation)
- 1.6 การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory management)
- 1.7 การกระจายสินค้า (Distribution)
- 1.8 การจัดการคุณภาพ (Management of information technology)
- 1.9 การให้บริการลูกค้า (Customer service)

2. สถานที่ (Facilities) คำว่า สถานที่ ในการจัดการโซ่อุปทานประกอบด้วยสถานที่ในการผลิตสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การกระจายสินค้า เช่น โรงงาน คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์บริการ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ฯลฯ



ภาพที่ 2-2 ผู้ที่อยู่ในโซ่อุปทาน (ศลิษา ภมรสติศย์, 2551, หน้า 180)

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งสินค้าที่ใช้ระหว่างโซ่อุปทานมีทั้งการขนส่งภายในประเทศและการขนส่งระหว่างประเทศ เช่น การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางรถบรรทุก การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ การขนส่งผ่านท่อ ฯลฯ ในปัจจุบันได้มีการเชื่อมโยงหมวดต่าง ๆ ของการขนส่งเป็นการขนส่งต่อเนื่อง (Multimodal transportation) เพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการลูกค้า

กลยุทธ์โซ่อุปทาน

กลยุทธ์โซ่อุปทาน (Supply chain strategy) ควรจะสอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงาน (Operations strategy) เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปในทิศทางเดียวกันและประสบความสำเร็จในการแข่งขันในการกำหนดกลยุทธ์โซ่อุปทานมีประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาดังนี้

1. การออกแบบและการผลิต

การออกแบบและการผลิตของธุรกิจควรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงานที่กำหนดไว้ เช่น ธุรกิจที่เน้นกลยุทธ์ด้านต้นทุนต่ำควรออกแบบสินค้าให้มีคุณสมบัติในการใช้งานมากที่สุด

โดยใช้ต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดและใช้กระบวนการผลิตที่ลดเวลานำ (Lead time) ในการผลิตโดยไม่เพิ่มต้นทุนการผลิตตลอดจนมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการผลิตให้มากที่สุด

ส่วนธุรกิจที่เน้นกลยุทธ์ด้านความรวดเร็วควรออกแบบสินค้าที่ลดเวลาในการปรับตั้งเครื่องจักรและใช้เวลาในการผลิตอย่างรวดเร็วเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่วนธุรกิจที่เน้นกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่นควรจะออกแบบสินค้าเพื่อให้มีความหลากหลายและปรับการผลิตได้ทันกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

2. การใช้เทคโนโลยี

การใช้เทคโนโลยีระหว่างโซ่อุปทานเริ่มตั้งแต่การที่ซัพพลายเออร์ใช้เทคโนโลยีในการผลิตและส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้ผลิต หลังจากนั้นผู้ผลิตจะใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการผลิตเพื่อทำให้เกิดเป็นสินค้าสำเร็จรูปเมื่อผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าเสร็จแล้วจะส่งไปให้ผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจะมีการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าต่อไป

เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการโซ่อุปทานมีทางเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิต เทคโนโลยีที่ใช้ในการให้บริการ และเทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงานที่กำหนดไว้ เช่น ในกรณีที่เน้นกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่นควรเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตซึ่งสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

3. การจัดการสินค้าคงคลัง

ธุรกิจที่อยู่ในโซ่อุปทานควรมีสินค้าคงคลังอยู่จำนวนหนึ่งเพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินงานระหว่างโซ่อุปทานแต่ละห่วงโซ่หยุดชะงักหรือขาดช่วง นอกจากนี้ในแต่ละธุรกิจควรมีการควบคุมสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลยุทธ์การดำเนินงานที่กำหนดไว้ เช่น ในกรณีที่เน้นกลยุทธ์ด้านต้นทุนต่ำไม่ควรจะมีสินค้าคงคลังเก็บไว้เป็นจำนวนมาก ในกรณีที่เน้นกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่นควรมีการพัฒนากระบวนการควบคุมสินค้าคงคลังเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้าและมีสินค้าปลอดภัย (Safety stock) อย่างเพียงพอ นอกจากนี้ควรลดปริมาณสินค้าคงคลังที่ล้าสมัยลงไป

4. การจัดการคุณภาพ

ในการกำหนดกลยุทธ์โซ่อุปทานควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อให้การดำเนินงานระหว่างโซ่อุปทานเป็นไปได้ด้วยดี และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

5. การขยายธุรกิจ

การขยายธุรกิจในโซ่อุปทานส่วนใหญ่จะมีการขยายไปในแนวดิ่ง (Vertical integration) ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

5.1 การขยายธุรกิจแบบย้อนกลับ (Backward integration) ซึ่งเป็นการที่ผู้ผลิตขยายธุรกิจย้อนกลับไปตามเส้นทางต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรในการผลิต เช่น การตั้งโรงงานผลิตวัตถุดิบ การซื้อธุรกิจจากซัพพลายเออร์เพื่อทำการผลิตเอง ฯลฯ

5.2 การขยายธุรกิจแบบไปข้างหน้า (Forward integration) ซึ่งเป็นการที่ผู้ผลิตขยายธุรกิจไปข้างหน้าตามเส้นทางต่าง ๆ ที่มุ่งสู่ตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น เช่น การตั้งธุรกิจขนส่งเพื่อส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเอง การทำบรรจุภัณฑ์เอง การสร้างศูนย์กระจายสินค้า การเป็นผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก ฯลฯ

6. ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์และลูกค้า

ในการกำหนดกลยุทธ์โซ่อุปทานควรมีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในโซ่อุปทาน ได้แก่ ผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ และลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ผลิตทราบถึงความต้องการของลูกค้าและนำมาผลิตเป็นสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ โดยอาศัยความร่วมมือจากซัพพลายเออร์ในการส่งป้อนวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าตามที่กำหนดไว้

ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ควรจะให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ เช่น ธุรกิจซึ่งเน้นกลยุทธ์ด้านต้นทุนต่ำควรพิจารณาเลือกซัพพลายเออร์ที่ทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนของวัตถุดิบ ส่วนธุรกิจซึ่งเน้นกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่นควรเลือกซัพพลายเออร์ที่สามารถส่งมอบวัตถุดิบตามรูปแบบและปริมาณความต้องการสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ผู้ผลิตและซัพพลายเออร์ควรมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าร่วมกันเพื่อคิดค้นนวัตกรรมในการผลิตสินค้า

7. โซ่อุปทานโลก

ในอนาคตเป็นที่คาดหมายกันว่า เรื่องของการจัดการโซ่อุปทานจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการที่แต่ละองค์กรจะนำมาใช้ในการแข่งขันระดับโลก ลักษณะที่สำคัญของผู้ที่อยู่ในโซ่อุปทานโลก (Global supply chain) มีดังต่อไปนี้

7.1 มีความยืดหยุ่นเพียงพอในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์โลกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และช่องทางการกระจายสินค้า ฯลฯ

7.2 มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่เสมอ เพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างเครือข่ายโซ่อุปทาน (Supply chain network) สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี

ปัญหาของการจัดการโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทานให้ประสบความสำเร็จเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรต้องการ อย่างไรก็ตามในบางครั้งการจัดการโซ่อุปทานอาจจะมีปัญหาเกิดขึ้นซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ปัญหาจากการพยากรณ์

การพยากรณ์ความต้องการสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการจัดการ ไซ่อุปทาน ซึ่งการพยากรณ์ที่ผิดพลาดมีส่วนสำคัญที่ทำให้การวางแผนการผลิตผิดพลาด และอาจจะทำให้ผู้ผลิตมีสินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้น

2. ปัญหาในกระบวนการผลิต

ปัญหาที่เกิดจากกระบวนการผลิตอาจจะทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ เช่น เครื่องจักรเสียทำให้ต้องเสียเวลาส่วนหนึ่งในการซ่อมและปรับตั้งเครื่องจักร

3. ปัญหาด้านคุณภาพ

ปัญหาด้านคุณภาพอาจจะส่งผลให้กระบวนการผลิตต้องหยุดชะงัก และทำให้ไม่สามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ระบบการขนส่งที่ไม่มีคุณภาพสามารถส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในไซ่อุปทานได้เช่นกัน

4. ปัญหาในการส่งมอบสินค้า

การส่งมอบที่ล่าช้าเกิดขึ้นได้ตั้งแต่เรื่องของวัตถุดิบ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป เช่น ซัพพลายเออร์ส่งมอบวัตถุดิบล่าช้า ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามตารางการผลิตที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ในระหว่างกระบวนการผลิต การส่งต่องานระหว่างทำที่ล่าช้าจะทำให้การผลิตสินค้าสำเร็จรูปล่าช้าตามไปด้วยในกรณีที่ผู้ผลิตไม่สามารถปรับกำลังการผลิตได้ทัน ยิ่งไปกว่านั้น การส่งมอบสินค้าสำเร็จรูปให้ลูกค้าล่าช้าจะส่งผลกระทบต่อระดับการให้บริการลูกค้าและความสามารถในการแข่งขันของกิจการ

5. ปัญหาด้านสารสนเทศ

สารสนเทศที่ผิดพลาดมีผลกระทบต่อจัดการ ไซ่อุปทาน ซึ่งทำให้การผลิตและการส่งมอบสินค้าผิดไปจากที่กำหนดไว้ ความผิดพลาดในสารสนเทศที่เกิดขึ้นมีหลายประการ เช่น ความผิดพลาดในการสั่งซื้อวัตถุดิบ การกำหนดตารางการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลัง การขนส่ง

6. ปัญหาจากลูกค้า

ปัญหาที่เกิดจากลูกค้าเป็นความไม่แน่นอนอย่างหนึ่งของ ไซ่อุปทาน เช่น ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อ ในบางครั้งผู้ผลิตได้ทำการผลิตสินค้าไปแล้วส่วนหนึ่ง แต่ได้รับการยกเลิกคำสั่งซื้อจากลูกค้าในเวลาต่อมา จึงทำให้เกิดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าคงคลังส่วนนั้นไว้

การจัดซื้อจัดหา

การจัดซื้อจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งในการจัดการ ไซ่อุปทาน เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าจากซัพพลายเออร์ การจัดซื้อจัดหาคือต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการ

ของธุรกิจและช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปได้ด้วยดี การจัดซื้อจัดหาจึงเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของธุรกิจ กระบวนการจัดซื้อจัดหาประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้

1. การระบุความต้องการ

โดยทั่วไปธุรกิจที่ไม่ได้มีการผลิตเอง เช่น ธุรกิจค้าส่งหรือค้าปลีก ในขั้นตอนนี้เป็นการระบุความต้องการในการสั่งซื้อสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว ส่วนในธุรกิจที่ผลิตสินค้าจะต้องมีการตัดสินใจว่าวัสดุหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ต้องการนั้นจะทำการผลิตเองหรือสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์ ถ้าเหตุสำคัญที่ทำให้ธุรกิจตัดสินใจทำการผลิตเองมีดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อลดต้นทุนในการผลิต
- 2) เพื่อควบคุมคุณภาพ
- 3) เพื่อเพิ่มหรือรักษาระดับการผลิตของธุรกิจ
- 4) เพื่อใช้ประโยชน์จากแรงงานและสถานที่ในการผลิต
- 5) ลดการปลดแรงงานที่ไม่จำเป็นออกไป
- 6) เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดในการผลิต
- 7) สามารถควบคุมการออกแบบสินค้าไม่ให้รั่วไหลออกไปภายนอกได้
- 8) ไม่สามารถหาซัพพลายเออร์ที่เหมาะสมได้

ในกรณีที่ธุรกิจทำการผลิตเองจะมีการวางแผนการผลิตเพื่อให้สามารถทำการผลิตและส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าตามเวลาที่กำหนดไว้ ส่วนธุรกิจที่มีการสั่งซื้อเนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

- 1) ต้นทุนในการผลิตเองสูงกว่าการสั่งซื้อ
- 2) เพื่อลดต้นทุนสินค้าคงคลัง
- 3) เพิ่มแหล่งในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ
- 4) ทรัพยากรการผลิตภายในธุรกิจไม่เพียงพอ
- 5) ระบบการผลิตไม่เหมาะสม
- 6) เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์
- 7) วัตถุดิบหรือสินค้าที่ต้องการมีการจลนศาสตร์ไว้

2. การคัดเลือกซัพพลายเออร์

ขั้นตอนนี้เกี่ยวกับการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีความสามารถในการผลิตและส่งมอบสินค้าตามที่ธุรกิจต้องการ ธุรกิจจะสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์รายเดียวหรือหลายรายก็ได้ ส่วนธุรกิจซึ่งมีการทำสัญญาระยะยาวกับซัพพลายเออร์ไว้แล้วไม่จำเป็นต้องทำขั้นตอนนี้ รายละเอียดของการคัดเลือกซัพพลายเออร์จะเสนอในหัวข้อต่อไป

3. การออกคำสั่งซื้อ

กระบวนการออกคำสั่งซื้อจะยุ่งยากหรือใช้เวลานานน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่สั่งซื้อว่ามีมูลค่ามากน้อยเพียงใด และเคยมีการสั่งซื้อเป็นประจำหรือไม่ ในการสั่งซื้อจะมีการจัดทำใบเสนอซื้อซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดของลักษณะสินค้าที่ต้องการ ปริมาณ คุณภาพ และเวลาที่ต้องการ

ในปัจจุบันธุรกิจส่วนใหญ่มีการใช้ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange หรือ EDI) เพื่อให้ซัพพลายเออร์มีข้อมูลความต้องการของผู้สั่งซื้อ ซึ่งทำให้ลดเวลาที่ใช้ในขั้นตอนนี้ลงไป

4. การติดตามคำสั่งซื้อ

ในขั้นตอนนี้ประกอบด้วยการติดตามคำสั่งซื้อ รวมทั้งการคาดการณ์ว่าคำสั่งซื้อได้จะล่าช้าหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การติดตามคำสั่งซื้อเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งเนื่องจากถ้าเกิดความล่าช้าขึ้นมาแล้ว อาจจะทำให้ไม่สามารถผลิตและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่กำหนดไว้

5. การตรวจรับสินค้า

เมื่อสินค้าจากซัพพลายเออร์ส่งมาถึงแล้วควรมีการตรวจรับสินค้าที่ส่งมาทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยมีการจัดทำบันทึกรายงานการตรวจรับสินค้า ถ้าผลการตรวจรับสินค้าไม่เป็นที่น่าพอใจ ควรจะมีการตัดสินใจต่อไปว่าจะส่งคืนหรือไม่ นอกจากนั้นรายงานการตรวจรับสินค้าควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอและควรมีการส่งข้อมูลดังกล่าวต่อไปยังแผนกบัญชีหรือการเงินเพื่อให้การชำระเงินเป็นไปตามที่กำหนดไว้

ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

1. การคัดเลือกซัพพลายเออร์ (Supplier selection)

โดยทั่วไปผู้ผลิตที่มีซัพพลายเออร์หลายรายจะไม่มีการทำสัญญาหรือสร้างความสัมพันธ์ใด ๆ ระหว่างผู้ผลิตและซัพพลายเออร์ในระยะยาว ข้อดีของการมีซัพพลายเออร์หลายรายคือ ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างซัพพลายเออร์ ซึ่งทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรองราคา นอกจากนั้นสภาพการแข่งขันทำให้ซัพพลายเออร์แต่ละรายต้องพยายามรักษาต้นทุน คุณภาพการผลิต และการขนส่งให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีการแข่งขันกันสูงถือเป็นการตัดสินใจที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งการตัดสินใจที่ผิดพลาดจะทำให้เกิดต้นทุนสูง ในการตัดสินใจเลือกซัพพลายเออร์จึงมักจะมีการเจรจาต่อรอง (Negotiation) ระหว่างผู้ผลิตและซัพพลายเออร์เพื่อตกลงราคาร่วมกัน โดยทั่วไปการกำหนดราคาของซัพพลายเออร์ มีดังนี้

1.1 การประมูลราคาแข่งขัน (Competitive bidding) การประมูลราคาแข่งขันของซัพพลายเออร์จะเกิดขึ้นเมื่อมีซัพพลายเออร์หลายราย และซัพพลายเออร์แต่ละรายพยายามเสนอราคาแข่งกัน ข้อเสียเปรียบของวิธีนี้คือ ไม่ค่อยมีการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างซัพพลายเออร์และผู้สั่งซื้อในระยะยาว นอกจากนี้การเปลี่ยนซัพพลายเออร์จะเกิดขึ้นเรื่อยๆซึ่งทำให้ไม่สะดวกเท่ากับการติดต่อกับซัพพลายเออร์ที่มีการสั่งซื้อกันเป็นประจำ

1.2 การกำหนดราคาซึ่งขึ้นอยู่กับตลาด (Market-based price model) วิธีนี้ราคาของสิ่งของที่สั่งซื้อจะอยู่กับราคาตลาดหรือดัชนีราคาสินค้าซึ่งได้มีการประกาศให้สาธารณชนทราบโดยทั่วไป

1.3 การกำหนดราคาซึ่งขึ้นอยู่กับต้นทุน (Cost-based price model) วิธีนี้ราคาของสิ่งของที่สั่งซื้อจะอิงกับต้นทุนการผลิตของซัพพลายเออร์ ซึ่งราคาจะไม่คงที่ขึ้นอยู่กับเวลาที่สั่งซื้อในบางกรณีจะมีการกำหนดราคาคงที่แต่มีเงื่อนไขในการเปลี่ยนแปลงราคาได้ ในกรณีที่มีค่าแรงและวัตถุดิบของซัพพลายเออร์เปลี่ยนแปลงไป

ในปัจจุบันธุรกิจส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเลือกซัพพลายเออร์ให้เหลือเพียงน้อยราย ตารางที่ 2-1 แสดงถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ ซึ่งประกอบด้วยการดำเนินธุรกิจของซัพพลายเออร์ สินค้าของซัพพลายเออร์ และการให้บริการของซัพพลายเออร์

อนึ่ง จากการศึกษาของ Choi and Hartiey (1996) เสนอว่าเกณฑ์ในการพิจารณาซัพพลายเออร์ในอนาคตควรจะประกอบด้วยความแข็งแกร่งของฐานะการเงิน คุณภาพ การจัดการ การวิจัยความสามารถในการผลิตของซัพพลายเออร์ อย่างไรก็ตามผู้ผลิตควรพิจารณาถึงการที่ซัพพลายเออร์แต่ละรายมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้เป็นซัพพลายเออร์ที่ดีในอนาคตได้มากน้อยเพียงใด

2. การตรวจสอบซัพพลายเออร์ (Supplier audit)

การตรวจสอบซัพพลายเออร์มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อพิจารณาความสามารถของซัพพลายเออร์ในการผลิตและส่งมอบสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ เนื่องจากการตรวจสอบซัพพลายเออร์มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ผู้บริหารจึงควรพิจารณาดัชนีที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการตรวจสอบโดยทั่วไป การตรวจสอบซัพพลายเออร์ควรกระทำสำหรับซัพพลายเออร์ที่ส่งวัตถุดิบชนิดสำคัญให้แก่องค์กรหรือซัพพลายเออร์ผู้เสนอการทำสัญญาระยะยาวกับองค์กร โดยเฉพาะการเป็นซัพพลายเออร์ผูกขาดรายเดียว ประโยชน์การตรวจสอบซัพพลายเออร์มีดังต่อไปนี้

- 2.1 ช่วยประเมินความเสี่ยงของซัพพลายเออร์
- 2.2 ช่วยลดของเสียและกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าในการสั่งซื้อ
- 2.3 ช่วยปรับปรุงปัญหาที่เกิดในโซ่อุปทาน
- 2.4 ช่วยพัฒนาความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์

ตารางที่ 2-1 เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ (ศลิษา ภมรสติชัย, 2551, หน้า 187)

เกณฑ์	รายละเอียด
การดำเนินธุรกิจของซัพพลายเออร์	ขนาดของธุรกิจ ระบบการบริหารจัดการ ความแข็งแกร่งด้านการเงิน มาตรฐานการผลิต ความยืดหยุ่นในการผลิต การวิจัยและพัฒนา ความสามารถในการรองรับเทคโนโลยี ระบบควบคุมและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ระบบการรายงานความพึงพอใจของลูกค้า ทำเลที่ตั้งและการวางผัง ความสัมพันธ์กับแรงงาน ความสัมพันธ์กับลูกค้า
สินค้าของซัพพลายเออร์	บรรจุภัณฑ์ มาตรฐานของสินค้า การรับประกันสินค้า
การให้บริการของซัพพลายเออร์	ความสามารถในการขนส่ง ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การปฏิบัติตามคำแนะนำของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือลูกค้า การรักษาความลับของลูกค้า การแจ้งราคาใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง การให้บริการของพนักงานขาย

เมื่อการตรวจสอบซัพพลายเออร์เสร็จสิ้นลงจะมีรายงานผลการตรวจสอบโดยระบุถึง จุดดีที่พบจากการตรวจสอบ จุดที่สมควรแก้ไขและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการนำไปปฏิบัติอย่างไร ก็ตามในทางปฏิบัติมักจะมีปัญหาในการตรวจสอบซัพพลายเออร์ เช่น ทัศนคติของซัพพลายเออร์ในการต่อต้านการตรวจสอบ กระบวนการตรวจสอบเป็นไปอย่างล่าช้า ทีมผู้ตรวจสอบมีความรู้

ความเข้าใจในเรื่องการดำเนินงานของซัพพลายเออร์ไม่เพียงพอ ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์จะช่วยลดปัญหาดังกล่าว

3. การประเมินซัพพลายเออร์ (Supplier rating) การประเมินซัพพลายเออร์มีวัตถุประสงค์ดังนี้

3.1 เพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานของซัพพลายเออร์

3.2 เพื่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารที่ดีกับซัพพลายเออร์ในเรื่องที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน เช่น คุณภาพการให้บริการ การขนส่ง ฯลฯ

3.3 เพื่อให้ซัพพลายเออร์ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและทำการแก้ไข

3.4 เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างซัพพลายเออร์และลูกค้า

โดยทั่วไปเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินซัพพลายเออร์มีหลายประการ เช่น ต้นทุน คุณภาพ การขนส่ง การให้บริการ ฯลฯ ในบางองค์กรมีการพิจารณาประเด็นอื่น ๆ ด้วย เช่น เครื่องมือ เครื่องจักร เทคโนโลยี ฯลฯ เกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้จะนำมาถ่วงน้ำหนักโดยส่วนใหญ่เกณฑ์ด้านคุณภาพจะเป็นเกณฑ์ที่มีน้ำหนักมากที่สุดและในแต่ละเกณฑ์จะมีเกณฑ์ย่อยลงไปอีก ดังตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-2 ตัวอย่างเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินซัพพลายเออร์ (ศลิษา ภมรสถิตย์, 2551, หน้า 189)

เกณฑ์ที่ใช้	น้ำหนัก	รายละเอียด	เกรด	คะแนน
คุณภาพ 60%	40%	คุณภาพสินค้า	A	2.9
	30%	การประกันคุณภาพ	D	
	10%	การควบคุมกระบวนการเชิงสถิติ	B	
	10%	การตรวจสอบสินค้า	A	
	10%	ความสามารถของกระบวนการผลิต	B	
การขนส่ง 20%	50%	ความรวดเร็ว	B	2.5
	25%	การลำเลียงสินค้า	C	
	25%	ความถูกต้องในการขนส่งสินค้า	C	
การบริการ 20%	50%	การปฏิบัติต่อลูกค้า	A	4.0
	25%	การบริการของพนักงานขาย	A	
	25%	การติดต่อสื่อสาร	A	

หมายเหตุ การให้เกรด A = ดีเยี่ยม (4) B = ดี (3) C = พอใช้ (2) D = ไม่ดี (1) F = ไม่ผ่าน (0) เกรดเฉลี่ย = 3.04

จากการประเมินซัพพลายเออร์ เมื่อผู้ผลิตต้องการติดต่อกับซัพพลายเออร์รายใดรายหนึ่งไปเรื่อย ๆ และต้องการที่จะพัฒนาความสามารถของซัพพลายเออร์เพื่อให้รองรับกับกระบวนการผลิตของผู้ผลิตได้นั้น จะทำให้เกิดการพัฒนาซัพพลายเออร์ (Supplier development) ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการให้ซัพพลายเออร์พัฒนาการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงทางด้านวิศวกรรม (Engineering changes) กำหนดการผลิต การขนส่ง ระบบการชำระเงิน การจัดการสินค้าคงคลัง ฯลฯ

4. การรับรองซัพพลายเออร์ (Supplier certification)

เมื่อการสั่งซื้อกับซัพพลายเออร์ได้ดำเนินมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว จะมีการพิจารณารับรองซัพพลายเออร์ กระบวนการนี้ได้รับการกำหนดจากคณะกรรมการปฏิบัติงานด้านลูกค้าหรือซัพพลายเออร์ (Customer/ Supplier technical committee) ของ ASQC (American Society for Quality Control) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ในการรับรองซัพพลายเออร์ไว้ดังนี้

4.1 ลูกค้าซัพพลายเออร์ควรตกลงร่วมกันในลักษณะของสินค้าที่ต้องการอย่างชัดเจนและเหมาะสม

4.2 ความผิดพลาดของซัพพลายเออร์ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสินค้าไม่ควรเกินกว่าเกณฑ์ที่ตกลงไว้กับลูกค้า

4.3 ความผิดพลาดของซัพพลายเออร์ในกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสินค้าไม่ควรเกินกว่าเกณฑ์ที่ตกลงกันไว้กับลูกค้า เช่น การออกใบเสร็จรับเงิน การตรวจนับสินค้า ฯลฯ

4.4 ซัพพลายเออร์ไม่ควรมีเหตุการณ์ใด ๆ ที่สอบถึงความผิดปกติหรือปัญหาในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในระยะเวลาที่กำหนดไว้

4.5 ซัพพลายเออร์ควรมีเอกสารสำหรับระบบคุณภาพอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐาน ISO 9000

4.6 ซัพพลายเออร์ควรผ่านการตรวจประเมินโรงงานจากบุคคลที่ 3 หรือองค์กรที่ให้การรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพ

4.7 ซัพพลายเออร์ควรมีการทดสอบและการตรวจสอบสินค้า เช่น การควบคุมกระบวนการเชิงสถิติ (SPC) การทดสอบในห้องปฏิบัติการ ฯลฯ

4.8 ซัพพลายเออร์จะต้องสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบและการตรวจสอบสินค้าได้ และข้อมูลนี้จะต้องส่งมาพร้อมกับการส่งมอบสินค้า

ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรองซัพพลายเออร์มีหลายประการ เช่น ลดเวลาของลูกค้าในการตรวจรับสินค้าและสามารถนำสินค้าเข้าเก็บในคลังสินค้าได้รวดเร็ว นอกจากนี้ยังทำให้

ความสัมพันธ์ระหว่างซัพพลายเออร์และลูกค้าพัฒนาไปในลักษณะเชิงหุ้นส่วน ซึ่งทำให้แต่ละฝ่ายรับผิดชอบในคุณภาพของสินค้าที่ผลิตร่วมกัน

การจัดการวัสดุ

การจัดการวัสดุ (Materials management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การแปลงสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป และการจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปไปให้ลูกค้า การจัดการวัสดุมักจะทำเป็นวงจรซึ่งเรียกว่า วงจรของการจัดการวัสดุ (Materials management cycle) ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การได้มาซึ่งวัตถุดิบ (Acquisition) ขั้นตอนนี้เป็นการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ
2. การเก็บรักษาวัตถุดิบ (Storage) ขั้นตอนนี้เป็นการเก็บรักษาวัตถุดิบที่รับเข้ามาแล้ว แต่ยังไม่ได้ออกไปใช้ในกระบวนการผลิตจึงถูกนำไปเก็บรักษาไว้เพื่อรอการแปรสภาพต่อไป
3. การแปรสภาพวัตถุดิบ (Conversion) ในขั้นตอนนี้เป็นการนำวัตถุดิบมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป
4. การเก็บรักษาสินค้า (Storage) เมื่อได้สินค้าสำเร็จรูปจากกระบวนการผลิตเรียบร้อยแล้ว ถ้าสินค้านั้นยังไม่ถูกส่งออกไปจำหน่ายทันทีจะมีการจัดเก็บไว้ในคลังสินค้าเพื่อรอการจัดจำหน่ายต่อไป
5. การกระจายสินค้า (Distribution) ขั้นตอนนี้เป็นการขนส่งสินค้าไปยังบุคคลหรือสถานที่ต่าง ๆ เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ลูกค้า ศูนย์กระจายสินค้า ฯลฯ

ขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดการวัสดุที่กล่าวมาข้างต้นจะมีการกระทำซ้ำติดต่อกันไปเรื่อย ๆ จนเกิดเป็นวงจรในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการวัสดุส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจในเชิงปฏิบัติการมากกว่าการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เช่น การตัดสินใจเรื่องสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายสินค้า ฯลฯ อย่างไรก็ตามการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ สามารถส่งผลกระทบต่อองค์กรโดยรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดการวัสดุในโซ่อุปทานด้วยเช่นกัน

การขนส่ง

การขนส่ง (Transportation) เป็นกุญแจสำคัญในการจัดการโซ่อุปทาน ในบางองค์กรมีต้นทุนของค่าขนส่งสูงถึง 20 เปอร์เซ็นต์ ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยทั่วไปค่าใช้จ่ายในการขนส่งขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของธุรกิจว่ามีระยะทางเท่าใดเมื่อเปรียบเทียบกับที่ตั้งของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน เช่น ซัพพลายเออร์ คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ลูกค้า ฯลฯ นอกจากนี้ระดับความต้องการของลูกค้าในเรื่องความเร็วและความถี่ที่ต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดต้นทุนในการขนส่งและประเภทของพาหนะที่ใช้ในการขนส่งได้เช่นกัน

เช่น ลูกค้าที่มีการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in time production) ซัพพลายเออร์ควรเลือกใช้พาหนะที่สามารถขนส่งวัตถุดิบ ไปให้ลูกค้าได้ภายในเวลารวดเร็ว

การขนส่งทางรถบรรทุก (Trucking) ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการขนส่งระหว่างจุดต่าง ๆ ในโซ่อุปทานได้มากกว่าการขนส่งทางรถไฟโดยสามารถขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักและขนาดต่าง ๆ กันให้ไปถึงจุดหมายปลายทางที่ใดก็ได้ อีกประการหนึ่งคือ ขนส่งโดยรถบรรทุกมีความรวดเร็วและเชื่อถือได้โดยมีสัดส่วนของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นน้อยกว่าการขนส่งประเภทอื่น ๆ ในปัจจุบัน ผู้ผลิตนิยมใช้การขนส่งจากแหล่งเดียว (Single sourcing) มากขึ้น เรื่องการขนส่งโดยใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) ของการขนส่ง นอกจากนี้ธุรกิจที่ใช้การจัดการคุณภาพเชิงรวม (TQM) และการผลิตแบบทันเวลาพอดี (JIT) มีส่วนทำให้การขนส่งทางรถบรรทุกมีการพัฒนาการให้บริการมากขึ้นกว่าในอดีต เราคือผู้ให้บริการเหล่านี้จะต้องมารับสินค้าและขนส่งไปยังจุดหมายปลายทางภายในเวลาที่กำหนดไว้ จะต้องเป็นการขนส่งที่มีคุณภาพโดยทำให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

เทคโนโลยีสารสนเทศในโซ่อุปทาน

เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการปรับปรุงส่งอุปทานหลายประการ เช่น

- 1) ทำให้เกิดการประสานงานที่ดีของกิจกรรมต่าง ๆ ในโซ่อุปทาน เช่น การสั่งซื้อ การผลิต การกระจายสินค้า การขนส่ง ฯลฯ
- 2) ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างโซ่อุปทาน
- 3) ทำให้เกิดการเชื่อมโยงช่องทางการกระจายสินค้ากับการขนส่งหมวดต่าง ๆ ทั้งการขนส่งภายในประเทศและการขนส่งระหว่างประเทศ
- 4) สามารถติดตามกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างโซ่อุปทานได้อย่างรวดเร็ว

เทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญในโซ่อุปทานมีดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-business)

ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-business) หรือในบางครั้งเรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการธุรกิจและการดำเนินงานระหว่างธุรกิจกับธุรกิจและระหว่างบุคคลกับธุรกิจ ในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-business) จะมีการทำธุรกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ธุรกิจที่อยู่ในโซ่อุปทานส่วนใหญ่จะมีการดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กับซัพพลายเออร์และลูกค้าประโยชน์ที่ได้รับจากการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีหลายประการ เช่น

- 1) เกิดการประหยัดต้นทุนเนื่องจากการใช้เทคโนโลยีแทนแรงงานคนซึ่งทำให้ราคาของสินค้าหรือบริการลดลง

- 2) ลดการใช้คนกลางในการดำเนินธุรกิจ เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ให้บริการ ฯลฯ
- 3) ลดกิจกรรมที่ไม่จำเป็นระหว่างโซ่อุปทาน
- 4) ทำให้ผู้บริโภครับประโยชน์จากสารสนเทศมากขึ้น
- 5) ช่วยในการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ

2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange หรือ EDI)

ระบบ EDI ทำให้คู่ค้าสามารถทำการค้าระหว่างกันผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสั่งซื้อ การบัญชี การผลิต การกระจายสินค้า ฯลฯ ระบบ EDI ก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ เช่น

- 1) ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ เข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว
- 2) ลดเวลาที่ใช้ในการติดต่อทางธุรกิจ
- 3) ปรับปรุงการให้บริการลูกค้า
- 4) ลดเอกสารที่ใช้ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ
- 5) ลดค่าจ้างพนักงานที่ใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ระบบ EDI ทำให้คู่ค้าในโซ่อุปทานทราบข้อมูลความต้องการของสินค้าของลูกค้าได้ตลอดเวลา ซึ่งทำให้การพยากรณ์ความต้องการสินค้าและการวางแผนการผลิตเป็นไปอย่างเหมาะสมและช่วยลดความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในโซ่อุปทาน

3. การจัดซื้อจัดหาทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-procurement)

การจัดซื้อจัดหาทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-procurement) เป็นการสั่งซื้อโดยตรงกับซัพพลายเออร์ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-marketplace) ฯลฯ การใช้ E-procurement ส่วนใหญ่เป็นการสั่งซื้อระหว่างธุรกิจต่อธุรกิจ (Business to Business หรือ B2B) สินค้าที่สั่งซื้อผ่านทาง E-procurement มีทั้งสินค้าที่จะนำมาใช้ในการผลิตโดยตรง (Direct products) เช่น วัตถุดิบ ชิ้นส่วนต่าง ๆ และสินค้าที่ไม่ได้นำมาใช้ในการผลิต (Indirect products) เช่น วัสดุและอุปกรณ์สำนักงาน ฯลฯ

ประโยชน์ที่สำคัญของการจัดซื้อจัดหาทางอิเล็กทรอนิกส์มีหลายประการ เช่น

- 1) ลดเวลาที่ต้องใช้ในกระบวนการจัดซื้อจัดหา
- 2) ลดเอกสารที่ต้องใช้ในการทำธุรกรรมการจัดซื้อจัดหา
- 3) ราคาของสินค้าและบริการลดลง
- 4) การส่งมอบสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว

4. ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management Systems หรือ WMS)

ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management Systems หรือ WMS) เป็นระบบอัตโนมัติซึ่งช่วยในการดำเนินงานของศูนย์กระจายสินค้า (DC) และการจัดการสินค้าคงคลัง ระบบ WMS ช่วยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของคลังสินค้า เช่น การจัดการขนส่ง การจัดการคำสั่งซื้อ การบริหารภาคขนส่งสินค้า การจัดการพนักงาน การใช้พื้นที่ของคลังสินค้า ฯลฯ

5. การวางแผนทรัพยากรกิจการ (Enterprise Resource Planning หรือ ERP)

ระบบ ERP เป็นระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมโยงองค์ประกอบของธุรกิจโดยการใช้ข้อมูลและสารสนเทศร่วมกัน ระบบ ERP ช่วยในการดำเนินงานของกระบวนการต่าง ๆ ทางธุรกิจรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ในโซ่อุปทาน ระบบ ERP ช่วยแปลงข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ให้เป็นสารสนเทศที่ช่วยในการตัดสินใจขององค์กร เช่น การแปลงข้อมูลการขายเพื่อให้ประโยชน์ในส่วนของการผลิต สินค้าคงคลัง การจัดซื้อจัดหา การบัญชี และการกระจายสินค้า

โปรแกรมสำเร็จรูป (Software) สำหรับระบบ ERP มีหลายโปรแกรม เช่น SAP ซึ่งเป็นที่นิยมของธุรกิจทั่วไปโดยช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าและคู่ค้าในโซ่อุปทานได้ดี เช่น เมื่อลูกค้าส่งคำสั่งซื้อมายังบริษัท โปรแกรมจะทำงานต่อโดยส่งผ่านข้อมูลไปยังฝ่ายต่าง ๆ เช่น การผลิต การบัญชี ฯลฯ ส่วนอีกโปรแกรมหนึ่งคือ Trade matrix ซึ่งช่วยในการจัดการกิจกรรมที่เกี่ยวกับโซ่อุปทาน ได้แก่ การจัดการอุปสงค์ (Demand management) การดำเนินคำสั่งซื้อ การบริการลูกค้า การติดต่อกับซัพพลายเออร์ ฯลฯ

เทคโนโลยีสารสนเทศที่กล่าวมาทั้งนี้ช่วยให้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในโซ่อุปทานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพผลในอนาคตเป็นที่คาดหมายกันว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้จะมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตัวของโซ่อุปทานโลก (ศลิษา ภมรสติธย์, 2551, หน้า 179-196)

กล่าวโดยสรุปการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการจัดให้มีการวางแผน การจัดการ การปฏิบัติ และการควบคุมเกี่ยวกับวัตถุดิบ โดยเริ่มจากวัตถุดิบไปสิ้นสุดที่การกระจายสินค้าและบริการโดยร่วมมือกันของเครือข่ายพันธมิตรในทุก ๆ ระดับของโซ่อุปทาน ซึ่งมีส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ในการผลิต ตลอดจนสถานที่ในการผลิตและการกระจายสินค้า เช่น การพยากรณ์ความต้องการสินค้า, การดำเนินคำสั่งซื้อ, การจัดซื้อจัดหา, การวางแผนและการควบคุมการผลิต, การขนส่ง, การจัดการสินค้าคงคลัง, การกระจายสินค้า, การจัดการคุณภาพและการให้บริการลูกค้า ซึ่งประโยชน์ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นจะสามารถช่วยลดเวลา ลดต้นทุนการผลิต การจัดการสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าทำได้

แม่นยำ มากขึ้น และปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปในทิศทางเดียวกันและประสบความสำเร็จในการแข่งขัน

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์และผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่ 3 (Third party logistics service provider หรือ 3 PL)

3 PL หรือที่เรียกกันว่า Third party logistics (บางครั้งเราเรียก 3 PL ว่า Third party logistics service provider แต่มักจะเรียกกันสั้น ๆ ว่า 3 PL) เป็นหน่วยงานภายนอกที่ให้บริการด้านโลจิสติกส์แก่องค์กรต่าง ๆ

3 PL จะมีรูปแบบและลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป บางหน่วยงานจะมีบริการครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น มีบริการตั้งแต่การจัดสินค้าเป็นชุดหรือเป็นชิ้น ๆ เพื่อใส่ถุงหรือซองหรือกล่องเล็ก ๆ จากนั้นจึงบรรจุสินค้าชิ้นเล็ก ๆ แล้วทำการ Pack ลงในกล่องใหญ่ จัดเก็บไว้ที่ศูนย์จัดส่งและกระจายสินค้าหรือส่งออกไปต่างประเทศ จนกระทั่งสินค้าถึงมือผู้รับในต่างประเทศ

การให้บริการ โลจิสติกส์แบบนี้ เราเรียกกันว่า Door to door service เป็นบริการที่ 3 PL จัดการให้เบ็ดเสร็จในทุกขั้นตอนของการเคลื่อนย้ายสินค้าจากโรงงานในประเทศหนึ่งไปยังโรงงานในอีกประเทศหนึ่ง 3 PL ประเภทนี้ จะเป็นบริษัทใหญ่มีกิจกรรมและเครือข่ายงานหลายอย่างทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น มีบริษัทเรือหรือเอเยนต์ เรือหรือสายการบิน มีบริษัทรถบรรทุกมีคลังสินค้าเพื่อรับจัดเก็บและกระจายสินค้า มีระบบเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนเสริมประสิทธิภาพของการบริหารงาน บริษัทประเภทนี้จะให้บริการแก่บริษัทประเภท Multi National Corporation (MNCs) หรือคือบริษัทใหญ่ที่มีสาขาหรือบริษัทในเครือกระจายอยู่ตามประเทศต่าง ๆ มีสินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

3 PL บางประเภทจะเป็นบริษัทเล็กหรือลงมามีกิจกรรมและการให้บริการเฉพาะอย่าง เช่น อาจจะให้บริการงานด้านการขนส่งระหว่างประเทศและในประเทศ พิธีการศุลกากรนำเข้าและส่งออก บริหารงานคลังสินค้าหรือศูนย์จัดส่งและกระจายสินค้า

ในขณะเดียวกันจะมีธุรกิจประเภทย่อย ๆ เช่น การรับจ้างจัดหาคนงานจัดสินค้าเป็นชุดเพื่อลงกล่องใหญ่ หรือติดฉลากบนกล่องสินค้า หรือขนส่งเคลื่อนย้ายสินค้าจากคลังสินค้าเข้าหรือออกจากตู้คอนเทนเนอร์หรือรถบรรทุก รวมถึงการรับจ้าง Packing สินค้าขนาดใหญ่ เช่น เครื่องจักร อย่างไรก็ตามรูปแบบใหม่ของการให้บริการของ 3 PL ในประเทศไทยจะออกมาในรูปแบบของ Logistics services network หรือ Business chain services โดยบริษัทของคนไทยที่ให้บริการ โลจิสติกส์

แต่ละประเภท จะรวมตัวกันด้วยกันนำจุดเด่นด้านธุรกิจของแต่ละบริษัทมารวมเข้าด้วยกัน (แต่การรวมตัวกันยังน้อยมาก) เช่น บริษัทที่มีความชำนาญงานด้านการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือ Freight forwarder ที่มีเครือข่ายในต่างประเทศ บริษัทที่มีความชำนาญด้านการขนส่งสินค้าในประเทศ บริษัทที่มีความชำนาญด้านการขนย้ายสินค้าในประเทศ บริษัทที่มีความชำนาญด้านการบริหารคลังสินค้า บริษัทที่มีความชำนาญด้าน Software และเทคโนโลยีบริษัทที่มีความชำนาญด้านพิธีการศุลกากรและกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ บริษัทไทยเหล่านี้จะรวมตัวกัน เพื่อนำจุดเด่นของบริษัทของตนมาประสานกัน เพื่อออกแบบการให้บริการแก่บริษัทหรือโรงงานผู้ผลิตสินค้า โดยแต่ละบริษัทจะตกลงกันว่า มีหน่วยงานใดเป็นแกนกลางรับผิดชอบในการติดต่อรับงานกับบริษัทต่าง ๆ เมื่อได้โครงการใด ๆ มาบริษัทที่เป็นแกนกลางจะกระจายงานไปให้บริษัทต่าง ๆ และบริษัทที่เป็นแกนกลางจะเป็น Focal point หรือจุดประสานงาน บริษัทที่ให้บริการ โลจิสติกส์กับโรงงานที่ใช้บริการ

แนวโน้มของการให้บริการในลักษณะ Logistics services network ในประเทศไทยมีมากขึ้นและบาง Logistics service network ได้รวมตัวกันเป็นบริษัท การรวมตัวกันในลักษณะเช่นนี้เป็นเรื่องที่ดี เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับบริษัทยักษ์ใหญ่ข้ามชาติที่จะเข้ามาสู่อุตสาหกรรมค้าบริการประเภทโลจิสติกส์ในประเทศไทย และมีแนวโน้มว่าหากหน่วยงานราชการไทยไม่ให้ความสนใจเรื่องนี้ โดยไม่กำหนดนโยบายหรือแผนงานช่วยผู้ประกอบการโลจิสติกส์ขนาดเล็กให้ชัดเจน และบริษัท 3 PL ขนาดเล็กไม่รวมตัวกันอย่างจริงจัง มีความเป็นไปได้อย่างมากว่าธุรกิจโลจิสติกส์จะถูกผูกขาดโดยชาวต่างชาติที่จดทะเบียนเป็นบริษัทไทยในประเทศไทย

ขณะนี้บริษัทขนาดใหญ่ของจีน สิงคโปร์ เกาหลี อเมริกา ญี่ปุ่น เข้ามาลงทุนทำธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศไทยด้วยการจดทะเบียนเป็นบริษัทไทย พร้อมกับเงินลงทุนมหาศาลจากการประมาณการคาดว่าในอีกไม่เกิน 2 ปี หรือคือในปี พ.ศ. 2551 บริษัทต่างชาติเหล่านี้จะมีสัดส่วนครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดเกินกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้สามารถในเชิงการแข่งขันของบริษัทผู้ส่งออกไทยที่ส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศลดลง บริษัทโลจิสติกส์ไทยจะค่อย ๆ ลดขนาดลงจนกระทั่งเหลือไม่กี่บริษัท

ด้วยเหตุนี้อีกไม่นานราคาค่าบริการด้านโลจิสติกส์จะถูกกำหนดและผูกขาดโดยบริษัทยักษ์ใหญ่ต่างชาติ มีเป็นเรื่องเล็กที่กำลังจะเป็นเรื่องใหญ่ทางการค้าของประเทศไทย และอาจจะจบลงด้วยการที่ผู้ส่งออกไทยจะส่งสินค้าไปต่างประเทศด้วยต้นทุนโลจิสติกส์ที่สูงกว่า ทำให้ราคาสินค้าส่งออกสู้กับประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลกไม่ได้ ก็เหมือนกับการขนส่งสินค้าส่งออกทางเรือในขณะนี้ที่ผู้ส่งออกต้องใช้เรือของบริษัทต่างชาติซึ่งมีสัดส่วนการตลาดเกินกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ และเราทำอะไรไม่ได้เพราะประเทศไทยไม่มีบริษัทเรือขนาดใหญ่ที่เป็นของคนไทย และไม่มีกองเรือไทยที่จะขนส่ง

สินค้าไทยไปต่างประเทศได้ใกล้เคียงหรือเท่ากับบริษัทต่างชาติ ในเมื่อประเทศไทยมีแผนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์ระดับชาติแล้วการส่งเสริม พัฒนา และให้การสนับสนุนธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศไทย เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันกับบริษัทโลจิสติกส์ต่างชาติจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างน้อยก็เป็นทางออกของผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทย และส่งออกไทยทั้งขนาดใหญ่ และขนาด SMEs ได้บ้าง (สายัณห์ จันทร์วิภาสวงศ์, 2549, หน้า 148-151)

กล่าวโดยสรุปผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่ 3 คือการที่บริษัทว่าจ้างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ภายนอกเข้ามาปฏิบัติการโลจิสติกส์โดยทั่วไป เมื่อพูดถึงผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่ 3 มักจะหมายถึงผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีการให้บริการมากกว่าการปฏิบัติการโลจิสติกส์พื้นฐาน ซึ่งหน้าที่หลักของผู้ให้บริการโลจิสติกส์บุคคลที่ 3 คือ การขนส่งระหว่างประเทศในฐานะเป็นผู้ขนส่งเป็นคนกลางระหว่างผู้ส่งสินค้าและผู้ขนส่ง เพื่อให้ดำเนินพิธีการศุลกากร และมีความสามารถการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบเป็นพัฒนาการของการขนส่ง เพื่อช่วยให้การขนส่งได้ดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลาต่อการส่งมอบ เช่น การให้บริการจากประตูผู้ส่งสินค้าถึงประตูผู้รับสินค้า (Door to door service) ซึ่งเป็นการจัดการให้เบ็ดเสร็จในทุกขั้นตอนของการเคลื่อนย้ายสินค้าจากโรงงานในประเทศหนึ่งไปยังโรงงานในอีกประเทศหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักวิจัยเศรษฐกิจเกษตรและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2552) ได้ศึกษาวิจัยระบบ Logistics และ Supply chain กรณีศึกษาการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ไปสาธารณรัฐประชาชนจีนตามเส้นทางสาย R9 และ R12 ในการศึกษาจะทำการประเมินเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมพืชสวนพบว่า ทางเลือกในการขนส่งทางถนนผ่านประเทศลาว และเวียดนามตามเครือข่ายเชื่อมโยง GMS ไปยังท่าหน้าเข้าใหม่ในเขตการปกครองอิสระกวางสีทางตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศจีนเป็นทางเลือกใหม่ที่กำลังพัฒนาไปสู่การค้า จะสามารถลดปัญหาการส่งออกผลไม้ไทยไปจีนทางทะเลในปัจจุบันและวิธีการศึกษาวิจัยได้ใช้แผนภาพ Value chain และการวิเคราะห์เพื่อแสดงประสิทธิผลของต้นทุนในการดำเนินการภายใต้กิจกรรมโลจิสติกส์ สรุปผลการศึกษาได้ว่า การขนส่งเพื่อการส่งออกต้องมีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบทั้งการขนส่งภายในประเทศและต่างประเทศ สัดส่วนของต้นทุนโลจิสติกส์ในการขนส่งทางถนนค่อนข้างสูง นอกจากนี้มีความรวดเร็วจากการย่นระยะเวลาการขนส่งลงทำให้คุณภาพของสินค้าเมื่อถึงปลายทางดีขึ้น การปรับตัวของราคาทันต่อสถานการณ์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างกำไรให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกระดับ

อดุลย์ แก้วหาญ, สุนทรานิ วิเวชกภาพล และจิรวรรณ คงสมสุข (2554) ได้ศึกษาการเพิ่มมูลค่าส่วนมะพร้าวน้ำหอม (สวนเย็นจิตต์) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มราคาให้กับผลผลิต

มะพร้าวพบว่า ไอศกรีมมะพร้าวน้ำหอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตของกิจการได้ ดังนั้นทางคณะผู้ให้คำปรึกษาจึงได้ทำการวิจัยและพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด ไอศกรีมมะพร้าวน้ำหอมและจัดทำคู่มือปฏิบัติการสำหรับการทำตลาด ไอศกรีมมะพร้าวน้ำหอม จากผลการวิจัยตลาดพบว่าตลาดไอศกรีมในเขตคลองรังสิตมีมูลค่าโดยประมาณ 17.8 ล้านบาทต่อปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นพนักงานที่ทำงานในบริษัทเอกชนและข้าราชการ มีการรับประทานไอศกรีมเนื่องจากรสชาติอร่อยและคลายเครียด ดังนั้นทางผู้ให้คำปรึกษาจึงแนะนำให้กิจการมีการลงทุนประมาณ 2.1 ล้านบาท เพื่อนำผลผลิตมะพร้าวน้ำหอมที่ได้หลังการปรับปรุง ส่วนร้อยละ 40 ของผลผลิตมะพร้าวน้ำหอมทั้งหมด มาทำเป็นไอศกรีมออกจำหน่ายภายใต้แบรนด์ Coconut angry! โดยใช้สโลว์แกน อร่อย อารมณ์ดี กับ Coconut angry ซึ่งคณะผู้ให้คำปรึกษาคาดการณ์ว่ากิจการจะมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดร้อยละ 30 คิดเป็นมูลค่า 5.34 ล้านบาทต่อปี ในปีที่ 5 ของการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาทางด้านการเงินพบว่า บริษัทมี Gross profit margin อยู่ในระดับสูง ถึงแม้ Net profit margin จะติดลบในปีแรก แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบผลกำไรขาดทุนจากการประมาณการในระยะยาวแล้ว พบว่ากิจการสามารถเพิ่มผลกำไรให้กับผลผลิตมะพร้าวได้ โดยหากเปรียบเทียบในด้านผลผลิตพบว่าในปีที่ 5 จากการพัฒนาปรับปรุงสวนแล้วกิจการจะมีผลกำไรเฉลี่ยจากผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็นปีละ 203,272 หรือประมาณ 2 เท่าของรายได้จากผลผลิตที่ยังไม่มีการพัฒนาปรับปรุงสวน และกรณีที่มีการทำไอศกรีมร่วมกับการขายผลสดจะทำให้กิจการสามารถเพิ่มผลกำไรเฉลี่ยได้อีกเป็นปีละ 582,542 หรือประมาณ 2.5 เท่าของการขายมะพร้าวผลสดหลังจากที่มีการปรับปรุงสวน

ชุตินเดช วิศาลกิตติ (2555) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าผักปลอดภัย โดยเลือกศึกษาบริษัทส่งออกผักปลอดภัยไปขายยังต่างประเทศในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม พบว่า การดำเนินงานในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัยใช้ระยะเวลาตั้งแต่ขั้นตอนการเก็บเกี่ยวจนถึงส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายเป็นเวลา 60 ชั่วโมง และหลังจากการศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยใช้แบบจำลอง SCOR สามารถปรับปรุงสายสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการใช้เวลาลดเหลือเพียง 50 ชั่วโมง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายในห่วงโซ่อุปทาน 1. ข้อจำกัดของอายุผลิตภัณฑ์ที่สั้น 2. ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ 3. ปัจจัยที่มาจากคน 4. การกีดกันทางการค้า แนวทางในการปรับปรุงสายสัมพันธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ใช้การบริการแบบทั่วทั้งองค์กร การปลูกจิตสำนึกและให้ความรู้กับเกษตรกรให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการผลิต ทั้งนี้จากการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรนั้นทำให้สามารถปรับปรุงสายสัมพันธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยลดระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งจะส่งผลดีกับบริษัทที่เป็นกรณีศึกษา ทำให้สินค้ามีคุณภาพมากขึ้นสามารถขนส่งได้

รวดเร็วยิ่งขึ้นเป็นการลดของเสียทำให้บริษัทมีกำไรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าได้ ช่วยสร้างเครือข่ายเกษตรกรในการผลิตสินค้าเพื่อให้เพียงพอกับความ ต้องการของลูกค้าและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

กวิน ธารกกาญจน์ (2557) ได้ศึกษาศักยภาพการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไป มณฑลยูนนาน ประเทศจีน โดยได้ศึกษาผลไม้มังคุดเป็นตัวอย่าง และใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ ศักยภาพการแข่งขันในโซ่อุปทาน (Supply chain competitiveness analysis framework) พบว่า ปัจจุบันการผลิตมังคุดของประเทศไทยเพื่อการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ สืบเนื่องจากแนวโน้มความต้องการมังคุดของไทยในตลาดต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นกับประเทศจีน มีลักษณะการนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปีเนื่องจากมีความต้องการของผู้บริโภคผลไม้สดจาก ประเทศไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและส่งผลให้เป็นโอกาสที่ดีในการเติบโตด้านการส่งออกผลไม้ไป ยังตลาดจีน ปัจจุบันประชาชนชาวจีนมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นตามขนาดเศรษฐกิจของประเทศจีนที่มี การขยายตัวตลอดมา ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อผักและผลไม้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป สำหรับ ระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกสู่มณฑลยูนนานมีความสะดวกมากขึ้น สามารถขนส่งจากประเทศไทยสู่ มณฑลยูนนานโดยใช้ระยะเวลาภายใน 4 วัน ซึ่งส่งผลดีต่อการส่งออกผลไม้ของประเทศเป็น อย่างมาก และสามารถพัฒนาการกระจายสินค้าไปยังเมืองต่าง ๆ ได้รวดเร็วมากขึ้น เป็นประโยชน์ ต่อการเพิ่มศักยภาพการค้าผลไม้สดของไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

ธนา แสงวงศ์ (2557) ได้ศึกษาระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานการส่งออก มังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้ กรณีศึกษาเส้นทางขนส่งไทย-มณฑลยูนนาน บนเส้นทางขนส่ง R3A พบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกมังคุดทั้งชาวไทย และชาวจีนใช้เส้นทาง R3A ใน การขนส่งมังคุดจากประเทศไทยไปยังประเทศจีนตอนใต้ โดยโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดไปยัง ประเทศจีนตอนใต้เริ่มตั้งแต่เกษตรกรทำการเพาะปลูกมังคุด โดยจะมีผู้ซื้อหรือผู้รวบรวมเข้าไปทำ พันธสัญญาหรือไม่ มีเมื่อมังคุดออกผลผลิตแล้วก็จะทำการรวบรวมเพื่อบรรจุเตรียมส่งออกหรือ รวบรวมโดยได้รับการว่าจ้างจากโรงงานบรรจุ ซึ่งมีทั้งโรงงานของชาวจีน และโรงงานของชาวไทย จากนั้นผู้ประกอบการ หรือตัวแทนส่งออกจะทำการเชิญเจ้าหน้าที่จากกรมวิชาการเกษตรมาตรวจ คุณภาพของมังคุด และแมลง เมื่อผ่านการตรวจเรียบร้อยแล้วทำการบรรจุ ทำการขนส่งโดยรถบรรทุก ใช้ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศบนเส้นทาง R3A มีการตรวจสอบสินค้าที่ด่านศุลกากรเชียงของซึ่งจะ นำมังคุดบางส่วนไปตรวจสอบ และรถบรรทุกทำการวิ่งเข้าสู่ สปป. ลาว ซึ่งใน สปป. ลาว นั้น ต้อง มีการเปลี่ยนรถบรรทุกที่ใช้ขนมังคุด โดยจะมีการเปิดตู้คอนเทนเนอร์เพื่อเปลี่ยนถ่ายมังคุด เนื่องจาก รถบรรทุกของไทยไม่สามารถวิ่งเข้าสู่ประเทศจีนได้โดยตรง หลังจากการเปลี่ยนรถเสร็จจะทำการ

เข้าสู่ประเทศจีน โดยผ่านด่านศุลกากรจีนที่บ่อหาน จากนั้นมังคุดไทยจะถูกขนส่งไปยังตลาดจึงหม่า ที่คุนหมิงในมณฑลยูนนาน ก่อนจะกระจายต่อไปยังตลาดต่าง ๆ

ธัญวรรณ ก.ศรีสุวรรณ, ชำรงค์ เมฆโหรา และสมศักดิ์ ภูหาสุวรรณค์เวช (2557) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยมะพร้าว วัดอุปสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของวัตถุดิบที่นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเส้นใยมะพร้าว โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าว ผู้รวบรวมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมะพร้าว และแยกส่วนเปลือกที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจแปรรูปเส้นใยมะพร้าว เพื่อการส่งออกในปี พ.ศ. 2556 จากผลการศึกษา พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41-55 ปี พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตเฉลี่ย 24.43 ไร่ต่อรายให้ผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 902.41 ผลต่อปี ราคาขายผลละ 17.77 บาท กลุ่มที่สอง ผู้รวบรวมมะพร้าว ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี และมีประสบการณ์เฉลี่ย 10.60 ปี กระบวนการรวบรวมประกอบด้วย การเก็บเกี่ยวมะพร้าวด้วยตัวเองและ/หรือรับซื้อผลที่เก็บเกี่ยวจากสวนอื่น ปริมาณมะพร้าวเฉลี่ยที่รวบรวม 600 ผลต่อครั้ง ราคาขายผลละ 22.17 บาท อายุของผู้ประกอบการธุรกิจแปรรูปเส้นใยมะพร้าวส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 25-40 ปี พื้นที่ใช้งานสำหรับผลิตเส้นใยมะพร้าวเฉลี่ย 13.33 ไร่ เปลือกมะพร้าว 1 ตัน สามารถแปรรูปเป็นเส้นใยมะพร้าว ได้เส้นใยมะพร้าวเฉลี่ย 279.07 กิโลกรัม เสียต้นทุนประกอบด้วย ค่าแรงงาน ค่ามัด ค่าวัตถุดิบ ค่าสาธารณูปโภค และค่าขนส่ง รวม 868.70 บาท จำหน่ายส่งออกได้มูลค่ากิโลกรัมละ 8 บาท หักค่าขนส่งแล้วมูลค่าเพิ่มที่อุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยมะพร้าวจากเปลือกมะพร้าว 1 ตัน เป็นเส้นใยมะพร้าว และขุยมะพร้าวเท่ากับ 1,752.48 บาท

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นกระบวนการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้รู้และเข้าใจกระบวนการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยการศึกษาข้อมูลเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation observation) จากกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและการเลือกกลุ่มเป้าหมาย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและการเลือกกลุ่มเป้าหมาย

การเลือกประชากรและกลุ่มเป้าหมายผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับจุดมุ่งหมายของการศึกษาคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมของประเทศไทยผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอม ผู้รวบรวมมะพร้าวน้ำหอม ผู้ส่งออกมะพร้าวน้ำหอม ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และนักวิชาการศุลกากรด่านศุลกากรเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทั้งหมดจำนวน 17 ท่าน หรือจนกว่าข้อมูลอิ่มตัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบเชิงคุณภาพประกอบไปด้วย การทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา ที่มีแนวคิด ทฤษฎี หรือข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) โดยกำหนดคำถามพื้นฐานที่ต้องการไว้ให้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการศึกษา เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) เปิดกว้างให้กับผู้ให้ข้อมูลสามารถตอบคำถามได้อย่างเสรี สามารถสอบถามและแสดงความคิดเห็นได้

หลากหลาย และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation observation) โดยการสังเกตและจดบันทึกในกิจกรรมที่เกิดขึ้น แต่ไม่ได้เข้าไปร่วมในกิจกรรมของกลุ่มที่ศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรม และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลจากตำราเรียน และขอคำปรึกษาจากผู้มีความรู้ และมีประสบการณ์ตรงในการส่งออก เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมตามขอบเขตการศึกษาของงานวิจัย

2. การสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) เป็นการกำหนดคำถามไว้คร่าว ๆ ไม่มีรูปแบบตายตัว มีลักษณะยืดหยุ่น เปิดกว้างสอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ ซึ่งการดำเนินการและหน้าที่ที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มเป้าหมายจึงออกแบบสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์แต่ละกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน โดยมีโครงสร้างข้อคำถาม ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลประกอบไปด้วย วุฒิการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ประสบการณ์ และที่ตั้งสถานประกอบการ

2.2 แนวคำถามเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอม เพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยแบ่งคำถามออกเป็นกลุ่ม ๆ และมีประเด็นคำถามดังนี้

2.2.1 กลุ่มเกษตรกร แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาของเกษตรกร การเพาะปลูก การจัดจำหน่าย การเก็บรักษา และการส่งมอบ

2.2.2 กลุ่มผู้รวบรวม แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาของผู้รวบรวม กระบวนการดำเนินงาน การจัดจำหน่าย การเก็บรักษา การส่งมอบ และการขนส่ง

2.2.3 กลุ่มผู้ส่งออก แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาของผู้ส่งออก กระบวนการดำเนินงาน และการขนส่ง

2.2.4 กลุ่มผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ กระบวนการขนส่งบนเส้นทาง R3A และพิธีศุลกากร

2.2.5 นักวิชาการ ด้านศุลกากรเชิงของ แนวคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาของหน่วยงาน พิธีศุลกากร และกระบวนการตรวจปล่อย

3. นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินจำนวน 3 ท่าน เพื่อทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความครอบคลุมของเนื้อหา เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือมีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีสูตรการคำนวณดังนี้

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

เมื่อ IOC แทน ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถาม ถ้าค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงตามเนื้อหา และถ้าค่า IOC น้อยกว่า 0.5 หรือค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามข้อนั้นไม่มีความตรง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ความหมายคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ ถ้ามีความสอดคล้องผู้เชี่ยวชาญจะให้ค่าเป็น “1” แต่ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์จะให้ค่าเป็น “-1” และในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ก็จะให้ค่าเป็น “0”

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากการพิจารณาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์, ดร.ธิตต์ ตรีศิริ โขติ และ ดร.กฤษ จรินโท โดยแต่ละข้อคำถามได้ค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามมากกว่า 0.5 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1 แสดงว่าข้อคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายได้

4. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจาก 2 แหล่ง คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ และจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าข้อมูลทางเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมทางหลวง กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ และตำรา เอกสารวิชาการต่าง ๆ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ศึกษา

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation observation) นั้น ผู้วิจัยได้ติดต่อขอสัมภาษณ์ทั้งแบบเป็นทางการ โดยการส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ขอเข้าสัมภาษณ์ไปที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และการขอสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ส่วนบุคคลหรือหน่วยงาน เมื่อได้รับการตอบรับให้เข้าสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะลงพื้นที่

ในสถานที่จริง แนะนำตัวและกล่าวความเป็นมาของการขอเข้าสัมภาษณ์ จากนั้นจึงเริ่มสัมภาษณ์ โดยใช้ชุดคำถามที่เตรียมไว้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของผู้ให้ข้อมูลมี 5 กลุ่ม ในแต่ละกลุ่มจะใช้ชุดคำถามที่แตกต่างกัน ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลอธิบายคำตอบอย่างละเอียด หากผู้สัมภาษณ์มีข้อสงสัยจะสอบถามในทันที และสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ข้อมูลในบางประเด็นที่แตกต่างกันภายในกลุ่มหรือความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในหัวข้อ และในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation observation) ในกิจกรรมที่เกิดขึ้นด้วย เพื่อสามารถทำให้มองภาพรวมของกิจกรรมนั้น ได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะมีการบรรยายจากผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ จดบันทึกสัมภาษณ์ และถ่ายภาพ

3. นำข้อมูลที่ได้มาทำการถอดเทปเพื่อตรวจสอบความถูกต้องความชัดเจนและทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ในคำตอบของผู้ให้ข้อมูล หากมีความคลุมเครือหรือเกิดข้อสงสัยจะสามารถนำกลับไปสอบถามผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ได้มาจาก 4 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน
3. ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ หรือจากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือหรือเป็นที่

ยอมรับอย่างเป็นทางการ

4. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

4.1 ถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงสัมภาษณ์ และจดบันทึกคำตอบที่ผู้ให้ข้อมูลได้ให้สัมภาษณ์ไว้ทั้งหมด

4.2 นำมาจัดกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ โดยรวมข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มเดียวกันไว้ด้วยกัน เขียนแสดงคำตอบของผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่านว่ามีคำตอบหรือความคิดเห็นในคำถามนี้แต่ละท่านเป็นอย่างไรหรือมีข้อเสนอสอดแทรกในด้านใด โดยเขียนเปรียบเทียบข้อมูลกัน ซึ่งเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพเรียกว่า การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร หากพบว่าแหล่งข้อมูลเหมือนกับที่ค้นพบมาแสดงว่าข้อมูลมีความถูกต้อง

4.3 แบ่งแยกคำตอบผู้ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกัน มีความเชื่อมโยงหรือมีความสัมพันธ์กันหรือมีประเด็นอะไรที่แตกต่างกันในคำตอบของผู้ให้มูลแต่ละท่านทั้งภายในกลุ่มและภายในห้องไซ้

4.4 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาเขียนสรุปและอธิบายร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทางเอกสารวิชาการและตำรา ข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์ประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือ

4.5 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาย้อนกลับไปหาผู้ให้ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามที่บรรยายมาหรือไม่ จากนั้นนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูลจนได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อค้นหาสภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีนและเพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญในขั้นตอนและกระบวนการของผู้ผลิตและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการส่งออกมะพร้าวน้ำหอม ได้แก่ เกษตรกร ผู้รวบรวม ผู้ส่งออก ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และด้านศุลกากร เชียงของ ซึ่งผลจากการศึกษาได้จากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแสดงผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีน
2. การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่

สาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้รวบรวม กลุ่มผู้ส่งออก กลุ่มผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ และนักวิชาการศุลกากรประจำด่านเชียงของ ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดรหัสเพื่อใช้แทนตัวบุคคลของผู้ให้ข้อมูลเพื่อความสะดวกในการเขียนงานวิจัย โดยแสดงดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 รหัสผู้ให้สัมภาษณ์

กำหนดรหัส	วุฒิการศึกษา	ตำแหน่ง	สถานที่ตั้ง	ประสบการณ์ (ปี)
เกษตรกร (AG1)	ประถมศึกษา	เจ้าของสวน	สมุทรสาคร	40
เกษตรกร (AG2)	ประถมศึกษา	เจ้าของสวน	สมุทรสาคร	40
เกษตรกร (AG3)	ประถมศึกษา	เจ้าของสวน	สมุทรสาคร	40
ผู้ประกอบการ (OW1)	ประถมศึกษา	เจ้าของกิจการ	ราชบุรี	10
ผู้ประกอบการ (OW2)	มัธยมศึกษา	เจ้าของกิจการ	ราชบุรี	16

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

กำหนดรหัส	วุฒิการศึกษา	ตำแหน่ง	สถานที่ตั้ง	ประสบการณ์ (ปี)
ผู้ประกอบการ (OW3)	ปริญญาตรี	เจ้าของกิจการ	สมุทรสาคร	12
ผู้ประกอบการ (OW4)	ปริญญาตรี	เจ้าของกิจการ	สมุทรสาคร	7
ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ (FF1)	ปริญญาโท	ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป	ชลบุรี	16
ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ (FF2)	ปริญญาตรี	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่าย ปฏิบัติการบริหารจัดการ งาน Operation ทั่วประเทศ	กรุงเทพ ฯ	30
ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ (FF3)	ปริญญาตรี	ฝ่ายขาย	กรุงเทพ ฯ	2
ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ (FF4)	ปริญญาตรี	ผู้ช่วยผู้จัดการ	ชลบุรี	6
ด้านบุคลากร (CU1)	ปริญญาโท	หัวหน้างานฝ่ายบริการ บุคลากรที่ 2	เชียงราย	30

สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถจำแนกประเด็นปัญหาตามกลุ่มสายงาน ได้ดังนี้

การสัมภาษณ์ถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในเกษตรกร

AG1, AG2, AG3 และ OW1 ได้กล่าวเหมือนกันว่าปัญหาการระบาดของศัตรูพืชตอนนี้ ปัญหาโรคที่ระบาดคือ ค้างคาว ค้างไฟ และหนอนหัวดำ ต้นมะพร้าวจะล้มตายหรือไม่เจริญเติบโต บางส่วนที่เขาไม่มีการดูแลอาจจะระบาดมาถึงสวนเราได้ ในการควบคุมจะฉีดพ่นยาเฉพาะช่วงที่หน้าหนอนลงเพราะหนอนจะระบาด 1 ปีจะลงครั้งหนึ่ง สารที่ใช้จะเป็นสารชีวภัณฑ์ ตอนที่ที่บ้านแพ้วมีการระบาดของด้วงเขอะ บางปีมีผลกระทบจากภัยแล้ง ส่งผลให้มะพร้าวน้ำหอมมีผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานเสียรูปทรง เช่น ตูดแหลม ผลเล็ก และให้ผลผลิตน้อย (เกษตรกร AG1, สัมภาษณ์,

7 พฤศจิกายน 2559; เกษตรกร AG2, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2559; เกษตรกร AG3, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2559; ผู้ประกอบการ OW1, สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2559)

AG2 ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ในการตัดมะพร้าวจะมีการส่งคนงานของผู้ซื้อมาตัดที่สวนเอง เพราะคนตัดจะรู้มาตรฐานของมะพร้าวที่ต้องการ เมื่อตัดเสร็จทางเจ้าของสวนจะเป็นผู้นับและตกลงราคาเอง ในกรณีที่ตัดมาในหนึ่งทลายอาจจะมีลูกที่ไม่ได้มาตรฐาน 1-2 ลูกก็จะนับควบไปทางเกษตรกรก็จะขาดทุนเพราะเขาจะนับรวม 2 ลูก รวมราคาเป็น 1 ลูก

OW1 กล่าวสนับสนุน AG2 และเพิ่มเติมว่า ช่วงภาวะวิกฤตโลกร้อนภัยแล้งจะขาดแคลนน้ำ ดังนั้นการผลิตจะมีขนาดเล็กลงด้วยทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด การระบาดของศัตรูพืชพวกด้วง พวกหนอน จะต้องควบคุมไม่ให้ระบาด ที่สวนจะไม่ใช้สารต้องห้าม ใด ๆ จะเน้นในเรื่องออร์แกนิกปลอดภัย เพราะพวกสารเคมีต้องห้ามที่เกษตรกรนำไปใช้ เช่น ยาฆ่าหญ้า หรือยาฆ่าแมลง เมื่อนิดแล้วสามารถดูซึมขึ้นไปสู่ลำต้นและดูซึมเข้าผลผลิตได้ มันจะเป็นปัญหาเวลาส่งออก หากพบว่ามีสารตกค้างในผลผลิตก็จะไม่สามารถส่งออกได้

โดยสรุปมุมมองของเกษตรกรได้อธิบายตรงกันว่าพบปัญหาเกี่ยวกับภาวะภัยแล้งซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงและป้องกันได้ ส่งผลทำให้มะพร้าวน้ำหอมให้ผลผลิตน้อยลง ผลของมะพร้าวน้ำหอมเสียรูปทรง ผลไม่สมบูรณ์ และการโดนเอาเปรียบจากผู้ซื้อในการกำหนดราคา นอกจากนี้เกษตรกรยังประสบปัญหาด้านศัตรูพืชเข้าทำลายรบกวนต้นมะพร้าวน้ำหอมทำให้ต้นมะพร้าวตาย จึงต้องมีการฉีดพ่นยาเพื่อป้องกันการระบาดของศัตรูพืช ซึ่งในการส่งออกผลผลิตทางการเกษตรจะมีข้อจำกัดและข้อบังคับของการใช้สารเคมีเช่นกัน ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องมีการควบคุมการใช้สารเคมีและให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตทางการเกษตรให้ขึ้นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

การสัมภาษณ์ถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในผู้รวบรวม

OW1 กล่าวว่า ผลผลิตไม่ได้มาตรฐาน เพราะนอกจากใช้ผลผลิตจากสวนตนเองแล้วยังรับผลผลิตจากสวนข้างนอกด้วย ดังนั้นผลผลิตที่ได้ก็จะไม่ได้ตามมาตรฐานที่จะใช้ส่งออก บางทีลูกเล็กไป อ่อนไป แ่ไป ก็ส่งออกไม่ได้ ถ้าอ่อนไปจะเป็นปัญหาในตอนขนส่งมะพร้าวจะแตกเพราะกะลาอ่อนเกินไป หากแ่ไปหรือลูกใหญ่เกินไปก็จะต้องเอาไปส่งพวกโรงงานแปรรูปอีกที เวลาที่มาเทหน้าล้างเราจะตีราคาขึ้นอยู่กับขนาดลูกเล็กลูกใหญ่ ถ้าลูกเล็กมากเราก็ตีราคาให้ต่ำหน่อย พ่อค้าบางรายอยากได้ราคาสูงก็แต่งหน้าเอาลูกใหญ่เรียงโชว์ไว้ด้านนอก ข้างในมีแต่ลูกเล็ก ๆ เราจึงตีราคาต่อเมื่อขนลงจากรถก่อนเพื่อเห็นมะพร้าวโดยรวมถึงจะตีราคาให้ พ่อค้าก็มีวิธีเยอะในการจะเอาส่วนต่าง เช่น เวลานั้นหน้าสวนจะไม่นับเป็นที่ลูกจะเหมาะถ้าลูกมาเล็กใหญ่คละกัน

ทำให้เกิดการตีราคาตลาดราคาเกษตรกรได้ แต่เมื่อมาถึงหน้าสิ่งจะมานับลงทีละลูก นับขาดบ้างเกิน บ้างเราต้องหมั่นเช็คถ้ามันขาดมากเราก็ต้องแจ้งเขา

OW2, OW3 และ OW4 กล่าวถึงผลผลิตไม่ได้มาตรฐานเหมือนกับ OW1 และ OW4 ได้ กล่าวเพิ่มเติมว่า เกษตรกรควรตัดมะพร้าวที่อายุครบตัด บางรายแม้มะพร้าวครบตัดแล้วแต่ไม่ยอมตัด เพราะรู้ว่าอาทิตย์หน้าราคามะพร้าวจะขึ้น กว่าจะตัดมาถึงเรานั้นก็ใช้ไม่ได้ หรือบางที่รู้ว่าราคามะพร้าวข้างหน้าจะลงก็จะรีบตัดมะพร้าว พอตัดมาก็ใช้ไม่ได้อีกเพราะมันอ่อนเกินไป ซึ่งมะพร้าวที่ส่งออกจะใช้มะพร้าวระยะที่เรียกว่าเนื้อมะพร้าว 2 ชั้น อ่อนกว่านี้กะลามะพร้าวยังไม่แก่ มะพร้าวจะแตกเสียหายได้ในระหว่างการขนส่ง ดังนั้นจึงต้องมาทำความเข้าใจกับเกษตรกรว่าถ้าเขาขอเวลาให้เหมาะสม ตัดลูกที่เหมาะสมกับคุณภาพส่งออกก็จะดีต่อทุกฝ่าย เพราะหากตัดอ่อนมาเราก็ต้องตีกลับ เพราะไม่สามารถเอามาใช้ได้ (ผู้ประกอบการ OW2, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2559; ผู้ประกอบการ OW3, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2559; ผู้ประกอบการ OW4, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2559)

OW3 กล่าวว่า ในฤดูกาลอย่างหน้าฝนมะพร้าวจะอมน้ำเอาไว้ พอเรานำไปเจียหรือไปปอก มะพร้าวจะเบ่งขยายตัวแล้วก็ระเบิด ถ้าเราเห็นในระหว่างกระบวนการเราก็คัดออกได้ ซึ่งเวลาคัดออกครั้งหนึ่งเยอะมากหลายคันรถปิกอัพ พออากาศร้อนหัวมะพร้าวก็ปริอีก เราก็ต้องคัดออก จึงทำให้เสียผลผลิตไปเป็นจำนวนมาก

โดยสรุปมุมมองของผู้รวบรวมได้อธิบายตรงกันว่าพบปัญหาส่วนใหญ่คือผลผลิตไม่ได้มาตรฐาน เช่น ขนาดหรือน้ำหนักของผลไม่ได้ตามเกณฑ์ และมะพร้าวอ่อนหรือแก่เกินไปเกิดจากการตัดมะพร้าวในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม หากตัดอ่อนเกินไปส่งผลต่อคุณภาพของรสชาติน้ำมะพร้าวจะไม่หอมหวาน และความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในการขนส่ง ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ไม่สามารถส่งออกผลผลิตได้ จึงต้องทำความเข้าใจกับเกษตรกรว่าควรตัดมะพร้าวในช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลผลิตในการส่งออก และในระหว่างกระบวนการตัดแต่งพบว่า มีผลมะพร้าวระเบิดหรือผลปริแตก จะต้องทำการคัดผลผลิตที่เสียหายออกทำให้เสียผลผลิตไปเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะกระทบต่อต้นทุนและยอดการผลิต

การสัมภาษณ์ถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในผู้ส่งออก

OW1 กล่าวว่า ทุกวันนี้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อตลาด ในหนึ่งวันใช้ผลผลิต 20,000 ถึง 30,000 ลูก ช่วงเยอะ ๆ 40,000-50,000 ลูกต่อวัน จากสวนเราเองรวม 800 ไร่ ยังรับมะพร้าวน้ำหอมจากสวนข้างนอกด้วยทั้งหมด 20 สวน และสวนนอกที่ไม่ใช่อร์แกนิกอีก 40-50 สวน เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิต สาเหตุเกิดจากความต้องการสูงจากทั่วโลก เมื่อมะพร้าวน้ำหอมขาดตลาดบางครั้งผู้ส่งออกจำเป็นต้องปรับราคาให้สูงมากขึ้นเพื่อหนีลูกค้า และสวนไว้เพื่อลูกค้าประจำเท่านั้น จากนี้คิดว่าจะมีผู้สนใจหันมาปลูกมะพร้าวน้ำหอมเพิ่มมากขึ้นและอีก 3 ปีข้างหน้ามะพร้าวน้ำหอมจะมี

เพิ่มมากขึ้นเป็น 2 เท่า ซึ่งจะทำให้ราคาของมะพร้าว น้ำหอมลดต่ำลง ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องค้นคว้าพัฒนาและสร้างความแปลกใหม่ให้กับมะพร้าว น้ำหอม อีกทั้งต้องรักษามาตรฐานมะพร้าว น้ำหอม เพื่อที่จะสามารถพุงราคามะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกในอนาคตได้ ปัญหาอีกด้านหนึ่งคือ เราต้องรับผิดชอบต่อสินค้าในกรณีที่สินค้าได้รับความเสียหาย ซึ่งถ้าเป็นลูกค้าเก่าเราจะรับเคลมสินค้า หรือลูกค้าใหม่ที่มีการสั่งต่อก็รับเคลมสินค้าด้วย แต่ลูกค้าใหม่ที่ไม่ได้สั่งต่อจะไม่รับเคลม เช่น มะพร้าวแตกเมื่อไปถึงปลายทาง มะพร้าวแตกเพราะกะลาอ่อนเกินไป และอากาศเปลี่ยน ปัญหาใหญ่ในการทำการค้ากับจีนมักโดน โกง ลูกค้ารายหนึ่งก็ โกงมะพร้าว น้ำหอมไปหนึ่งตู้คอนเทนเนอร์ ตอนแรกเราส่งไปสามตู้ก็ทันวันไหว้พระเจ้าในช่วงเทศกาล ส่วนตู้ที่สี่เข้าไม่ทันช่วงเทศกาลตัวคนจีนเองขายไม่ทันบวกกับจังหวะที่มะพร้าวมันดรอปลงเลยมีปัญหา ปัจจุบันยังไม่จ่ายเงินเราในการขายนั้นต้องใช้ใจกันเชื่อมั่นกันกับลูกค้า สำหรับประเทศจีนนั้นสัญญาไม่ค่อยมีความหมาย

OW2 กล่าวว่า ปัจจุบันมีผลผลิตมาจากสวนที่ปลูกเอง และยังรับผลผลิตจากเกษตรกรในเครือข่ายอีกด้วย โดยในแต่ละวันรับมะพร้าว 80,000-100,000 ลูกต่อวัน ถ้าเป็นมะพร้าวควั่น 30,000-40,000 ลูกต่อวัน นอกจากจะส่งออกมะพร้าวผลสดแล้ว เรามีโรงงานแปรรูปมะพร้าวด้วย เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับมะพร้าว มะพร้าวที่ส่งออกเราต้องควบคุมคุณภาพทั้งภายในและภายนอก รูปปลั๊กซ์ก็เป็นเรื่องที่สำคัญ ขนาดของผลหรือผลชำมีกำหนดเราก็ต้องคัดออก มะพร้าวที่คัดออกก็นำเอาไปแปรรูปต่อไป เราควบคุมคุณภาพตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิต เราจะต้องพูดคุยกับเกษตรกรในเครือข่ายทั้งให้ความรู้ อบรม เพื่อให้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกันตั้งแต่การเพาะปลูก การดูแล บำรุงใส่ปุ๋ย การจัดการสวนมะพร้าว น้ำในสวน การป้องกันกำจัดศัตรูพืชไปจนถึงการเก็บเกี่ยว ส่วนในเรื่องของการเก็บเกี่ยวเราก็มีทีมงานคอยจัดการวางแผนการเก็บเกี่ยว เมื่อถึงช่วงเวลาที่เหมาะสม ทีมงานก็จะออกเก็บเกี่ยวตามคำสั่ง เราก็ตรวจสอบว่าเก็บเกี่ยวตามคำสั่งไหม หรือผลผลิตตรงตามคุณสมบัติหรือลักษณะที่เราต้องการไหม เพราะการซื้อที่สวนเอง ดัดเอง จะสามารถควบคุมคุณภาพได้ดีกว่า การขนส่งก็รับจากสวนเมื่อมาถึงมือแล้วก็ทำให้เร็วที่สุด ดังนั้นคุณภาพจึงมีความแน่นอน แต่มันก็ยังมีโอกาสหลุดรอดไปได้ มะพร้าวไม่เหมือนผลไม้อื่นที่มองด้วยแต่เปล่าแล้วจะเลือกได้ เวลาที่ทำการขนส่งไปให้ลูกค้ามันก็มีมะพร้าวบางลูกแตก น้ำมันก็ไหลไปทั่วทั้งกล่องลามไปกล่องอื่น ๆ มันก็จะขึ้นรา สร้างความเสียหายค่อนข้างมาก เราก็ต้องเคลมสินค้าให้กับลูกค้า

OW3 กล่าวว่า คุณภาพของสินค้ากับมาตรฐานของโรงงานผลิต โรงงานคัดบรรจุ ที่เราต้องพัฒนาให้ได้มาตรฐานที่ทำให้สากลยอมรับ ลูกค้าจะได้มีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าของเรา เนื่องจากสินค้าของเราเป็นสินค้าเป็นผลไม้สด ทำให้การเก็บรักษาต้องมีอายุนานพอที่จะส่งไป และมีเวลาที่ต้องจัดจำหน่าย เพราะฉะนั้นมันต้องใช้การดูแลที่ทำอย่างไรให้อายุของมะพร้าวให้อยู่นานขึ้น

OW4 กล่าวว่า มะพร้าวขาดตลาด เราต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้มะพร้าวสามารถมีเสถียรภาพ และได้วิธีแก้ปัญหา เราจึงได้ทำการติดต่อกับสวนอื่น ๆ รวม 10,000 ไร่ และกระบวนการผลิตมีความเสียหายเยอะแยะมากมาย ในการพัฒนาที่ได้ความร่วมมือจากนักวิชาการการเกษตรและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่เข้ามาช่วย

โดยสรุปมุมมองของผู้ส่งออกได้อธิบายตรงกันและให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพ และมาตรฐานของผลผลิตเป็นอย่างมาก โดยดูแลเอาใจใส่เกษตรกรในเครือข่ายของตนทั้งให้ความรู้อบรม พัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิต เมื่อเกษตรกรเข้าใจไปในแนวทางเดียวกันแล้วก็สามารถลดปัญหาที่จะตามมาได้มาก เช่น การเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงที่เหมาะสม นอกจากน้ำมะพร้าวหวานหอมแล้วจะลาที่มีความแข็งแรง ลดปัญหาการแตกในระหว่างการขนส่งได้ เป็นต้น ในระหว่างการขนส่งก็ยังพบมะพร้าวแตกเสียหายอาจเกิดจากสภาพอากาศหรือมีผลอ่อนหลุดรอดเข้าไป ซึ่งผู้ส่งออกก็รับผิดชอบต่อสินค้าเสียหายที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ผู้ส่งออกบางรายก็ยังโดนพ่อค้าชาวจีนโกงในการซื้อขายด้วย

การสัมภาษณ์ถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในผู้ให้บริการโลจิสติกส์

FF1, FF2, FF3 และ FF4 ได้กล่าวเหมือนกันในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ในด้านการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์นั้น ไม่พบปัญหาด้านใดในการขนส่งมะพร้าวน้ำหอม เพราะผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ต้องสามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นการดำเนินงานจึงมีประสิทธิภาพมาก

2. การเปลี่ยนถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนหัวรถลากที่ด่านบ่อเต็น จะต้องถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนหัวรถลากก่อนวิ่งเข้าสาธารณรัฐประชาชนจีนที่บริเวณจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้าด่านบ่อเต็นของ สปป.ลาว ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มขึ้น และใช้เวลาเพิ่มขึ้น 2-3 ชั่วโมง ทำให้สินค้าทางการเกษตร เช่น ผักและผลไม้สดเกิดความบอบช้ำเสียหายได้ในระหว่างที่มีการถ่ายสินค้า และทำให้การขนส่งเกิดความล่าช้า

3. สภาพถนนช่วงสปป. ลาว มีสภาพชำรุดทรุดโทรมมาก เนื่องจากเปิดใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน จึงทำให้ใช้เวลาในการขนส่งมากขึ้น และเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ (ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ FF1, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2559; ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ FF2, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2559; ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ FF3, สัมภาษณ์, 13 ตุลาคม 2559; ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ FF4, สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2559)

โดยสรุปมุมมองของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์คือ ข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากไทยไปจีนจะต้องเปลี่ยนหัวรถลากหรือขนถ่ายสินค้าที่ด่านบ่อเต็น สปป.ลาว ก่อนการขนส่งเข้าสู่พรมแดนจีน ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นและหากขนย้ายสินค้าอย่างไม่ระมัดระวังจะสร้างความเสียหาย

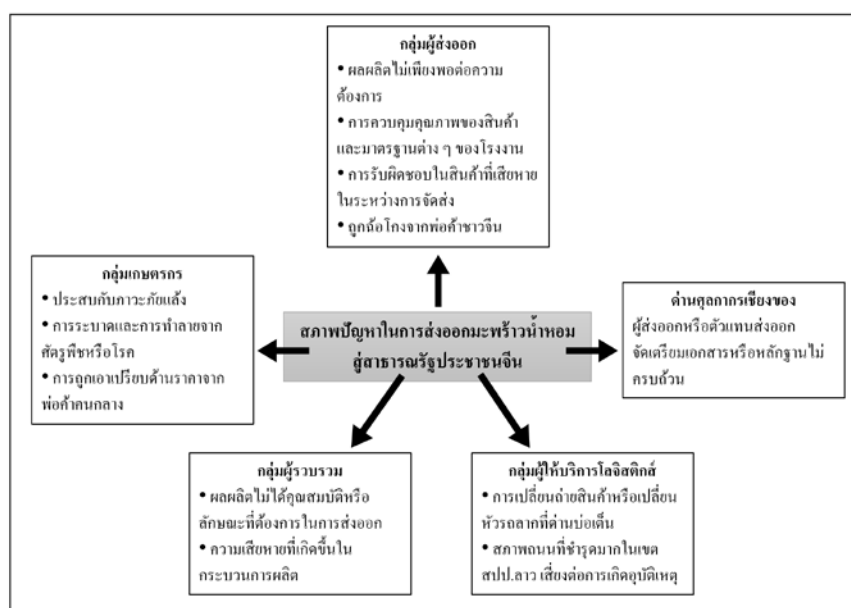
ต่อสินค้าเกษตรได้ และสภาพถนนเส้นทาง R3A ช่วงสบป. ลาว ที่มีความชำรุดทรุดโทรมส่งผลให้เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ และทำให้การคมนาคมช้าลงด้วย

การสัมภาษณ์ถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านศุลกากรเชียงของ

CU1 กล่าวว่า ปัญหาด้านศุลกากรส่วนใหญ่มักพบเพียงปัญหาด้านเอกสาร ผู้ส่งออกหรือตัวแทนส่งออกจัดเตรียมเอกสารหรือหลักฐานไม่ครบถ้วน แต่ก็สามารถแก้ไขและยื่นเอกสารเพิ่มเติมให้ถูกต้องก็สามารถส่งออกสินค้าได้ เพราะด้านศุลกากรเป็นหน่วยงานของภาครัฐที่มีนโยบายสนับสนุนการส่งออก ซึ่งมะพร้าว น้ำหอมเป็นสินค้าเกษตรจะมีการตรวจสอบจากหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องคือกรมวิชาการเกษตร ทางผู้ส่งออกจะต้องมีใบตรวจโรค หรือเรียกว่า Phytosanitary certificate หรือ PC เพื่อมาแสดงให้เจ้าหน้าที่ศุลกากร และในการส่งออกมันจะไม่มีภาษี หากไม่มีการส่งออกสินค้าที่ผิดกฎหมายก็จะไม่ขัดข้องแต่ประการใด (ด้านศุลกากร CU1, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2559)

โดยสรุปมุมมองของเจ้าหน้าที่ด้านศุลกากรเชียงของ เป็นเรื่องของเอกสารหรือการแสดงผลหลักฐานในการส่งออกที่ไม่ครบถ้วนของผู้ส่งออกหรือตัวแทนผู้ส่งออก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายถึงสภาพปัญหาที่พบในการจัดการภายในของแต่ละกลุ่ม โดยสามารถสรุปสภาพปัญหาของการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีนได้ แสดงดังภาพที่ 4-1



ภาพที่ 4-1 สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

สภาพปัญหาที่พบภายในของแต่ละกลุ่มจะเห็นว่า กลุ่มเกษตรกรพบปัญหาภัยแล้งการระบาดของการทำลายจากศัตรูพืชหรือโรคและการถูกเอาเปรียบด้านราคาจากพ่อค้าคนกลางในการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในราคาต่ำ กลุ่มผู้รวบรวมพบปัญหาผลผลิตไม่ได้คุณสมบัติหรือลักษณะที่ต้องการในการส่งออกและความเสียหายที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตมีผลมะพร้าวระเบิดหรือ ผลปริแตก กลุ่มผู้ส่งออกพบปัญหาผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ การรับผิดชอบในสินค้าที่เสียหายในระหว่างการจัดส่ง การควบคุมคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานต่าง ๆ ของโรงงาน และการถูกฉ้อโกงจากพ่อค้าชาวจีน กลุ่มผู้ให้บริการโลจิสติกส์พบปัญหาการเปลี่ยนถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนหัวรถลากที่ด่านบ่อเต็น ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายและใช้เวลาในการขนส่งเพิ่มขึ้น และสภาพถนนที่ชำรุดมากในสปป.ลาว เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ ด้านศุลกากรเชิงของพบปัญหาผู้ส่งออกหรือตัวแทนส่งออกจัดเตรียมเอกสารหรือหลักฐานไม่ครบถ้วน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

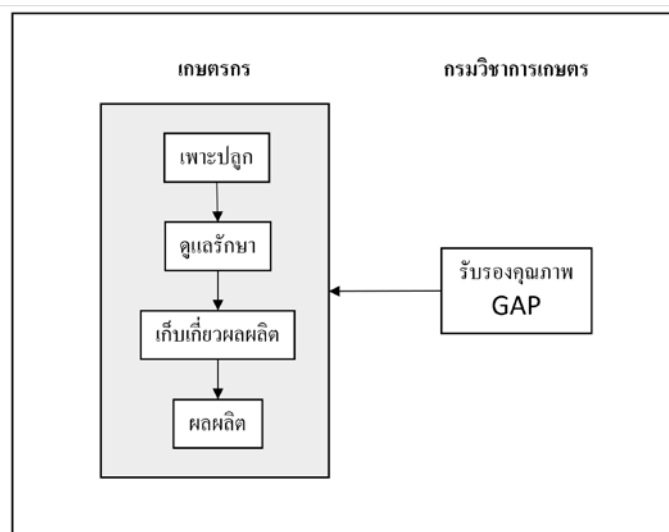
การจัดการห่วงโซ่อุปทานของมะพร้าวน้ำหอม จะแสดงขั้นตอนและกระบวนการในแต่ละห่วงโซ่ว่ามีการจัดการ การร่วมมือ และการประสานงาน โดยเชื่อมโยงซึ่งกันและกันจนเกิดเป็นสินค้าเพื่อส่งต่อสู่ผู้บริโภค สามารถแสดงการจัดการของแต่ละห่วงโซ่ได้ดังนี้

การสัมภาษณ์ถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานของเกษตรกร

AG1, AG2 และ AG3 ได้กล่าวเหมือนกันว่า มะพร้าวเป็นการปลูกระยะยาว เมื่อปลูกมะพร้าวไปต้นสูงอายุประมาณ 15 ปี เราก็จะเริ่มมีการแซมต้นมะพร้าว เมื่อพอ 20 ปี ต้นแซมได้ผลดีเราก็จะเริ่มตัดต้นสูงออก ผลผลิตมีทั้งปีแต่จะออกผลเป็นช่วง ๆ ช่วงมิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม และกันยายน จะออกผลผลิตเยอะและหลังจากนี้ก็ออกผลผลิตลดหลั่นกันไป ถ้าอากาศร้อนเจอแล้งก็จะส่งผลต่อมะพร้าวอาจจะให้ผลผลิตที่ลดน้อยลง พืชประเภทนี้ส่วนใหญ่จะปลูกในลักษณะของการปลูกแซม ใช้เวลา 3 ปี ขึ้นไป เมื่อมะพร้าวอายุ 15 ปี ก็จะเริ่มการปลูกมะพร้าวต้นใหม่แซม ต้องมีการควบคุมโรคตั้งแต่เล็ก ๆ ช่วงที่มะพร้าวอายุ 1-2 ปี ค้างขอบเจาะต้นมะพร้าว และต้องคุมโรคให้ดี ๆ ไม่ให้ระบาดถ้าระบาดไปแล้วต้นมะพร้าวตายหมด การเก็บเกี่ยวในแต่ละรอบจะอยู่ที่ 20-25 วัน ใน 1 ปี สามารถเก็บผลผลิตได้ 18 ครั้ง ในการส่งออกจะต้องเลือกเนื้อ 2 ชั้น ระยะเวลาเก็บเกี่ยว 7 เดือน เพราะมะพร้าวกะลาแข็งแตกยาก และจะเก็บได้นาน คุณภาพน้ำดี รสชาติจะดี น้ำหนักต่อผลประมาณ 1.7-1.8 กิโลกรัม ที่สวนมีใบรับรอง GAP อาหารปลอดภัย กรมวิชาการเกษตรจะลงพื้นที่ตรวจ เช่น สารพิษตกค้าง ใช้สารเคมีอะไรบ้าง และน้ำที่ใช้เป็นอย่างไร ใบรับรองมีอายุ

3 ปี แล้วก็มาตรวจใหม่ เกษตรตำบลจะเป็นผู้ประสานงานให้ และกรมวิชาการเกษตรจะลงพื้นที่ตรวจใหม่อีกครั้ง กรมส่งเสริมจะเป็นผู้พากรมวิชาการเกษตรมาตรวจแปลง ใบรับรองนี้เป็นการกีดกันเบื้องต้นว่าปลอดสารพิษ ที่สวนเราใช้สารพิษบ้างโดยไม่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตไม่มีสารตกค้าง

AG4 กล่าวว่า ที่สวนเป็นออร์แกนิกวิธีการปลูกก็เหมือนมะพร้าวทั่ว ๆ ไป แต่ทุกอย่างทุกกระบวนการจะไม่มีการใช้สารเคมีเลย ต้องเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมอยู่ห่างไกลจากแปลงที่ใช้สารเคมี แต่กรณีที่เลือกไม่ได้ อย่างเช่น เขตดำเนินสะดวก สวนมะพร้าวส่วนใหญ่จะอยู่ติด ๆ กัน วิธีการป้องกันไม่ให้สารเคมีปนเปื้อนหรือปลิวไปตามลมจึงใช้วิธีขุดคันล้อมรอบสวนกันไว้ และทำร่องน้ำใช้หมุนเวียนภายในแปลง การให้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานอินทรีย์ ให้น้ำสัปดาห์ละ 2 ครั้ง หรือขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ จุดเด่นของการปลูกมะพร้าวดำเนินสะดวกคือปลูกแบบร่อง ให้น้ำโดยใช้เรือรดจึงทำให้ต้นมะพร้าวได้รับน้ำสม่ำเสมอและมีความชื้นเพียงพอทำให้การติดผลสม่ำเสมอด้วย เรื่องสำคัญคือการตรวจดูการระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืช หากมีการระบาดใช้น้ำหมักสมุนไพร เช่น เม็ดสะเดา ใบยาสูบ จี๋เลื่อยไม้สัก นำไปหมักในเหล้าขาวหรือแอลกอฮอล์ประมาณ 7 วัน แล้วนำไปพ่นไล่แมลง อัตรา 50-100 ซีซีผสมน้ำ 20 ลิตร พ่นเดือนละครั้งหรือขึ้นอยู่กับการระบาด ดูแลความสะอาดในแปลงโดยกำจัดวัชพืชอยู่เสมอ ปัญหาสำคัญในการปลูกมะพร้าวคือ ดั๋งแรมมะพร้าว ซึ่งมักจะระบาดในแปลงมะพร้าวอายุมากและปล่อยให้รก ใน 1 ปี สามารถเก็บผลผลิตได้ 15-18 ครั้ง อายุ 3 ปีขึ้นไปจะให้ผลผลิตประมาณ 200 ผลต่อปี ช่วงมีนาคมและเมษายน จะเป็นช่วงที่มะพร้าวขาดตลาด ราคาจะแพง ที่สวนได้รับการรับรอง GAP และมี USDA Organic รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสหรัฐอเมริกา มีการตรวจสารตกค้างในดิน น้ำ และผลผลิต และได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของยุโรป EU ด้วย ทำให้สามารถจำหน่ายมะพร้าวน้ำหอมได้ทั่วโลก



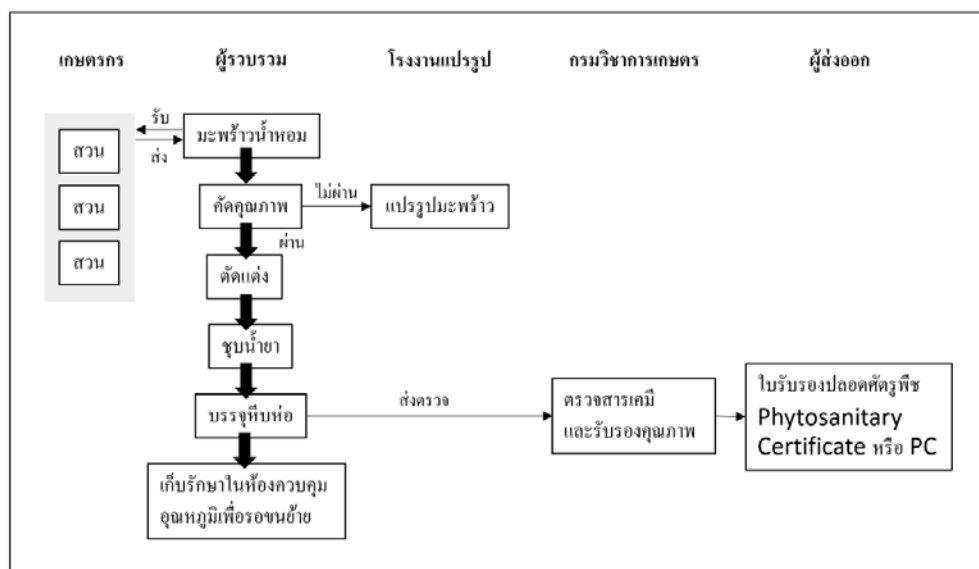
ภาพที่ 4-2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของเกษตรกร

โดยสรุปมุมมองการจัดการห่วงโซ่อุปทานของเกษตรกร เกษตรกรจะเป็นผู้เพาะปลูกมะพร้าวดูแลรักษาและป้องกันโรคและศัตรูพืชที่เข้าทำลายหรือรบกวนมะพร้าวเพื่อให้มะพร้าวให้ผลผลิตที่สมบูรณ์และให้ผลผลิตที่มีคุณภาพ เมื่อมะพร้าวเติบโตจนถึงช่วงระยะเวลาที่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตเกษตรกรก็สามารถตัดมะพร้าวออกจำหน่ายได้ ส่วนมะพร้าวที่ส่งออกผลผลิตนั้นจะต้องมีใบรับรองมาตรฐานที่เรียกว่า Good Agricultural Practices หรือ GAP เพื่อรับรองว่าผลผลิตมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน ซึ่งกรมวิชาการเกษตรจะเป็นผู้ตรวจสอบ และออกใบรับรองแก่เกษตรกร ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องควบคุมและรักษามาตรฐานของผลผลิตอยู่เสมอ แสดงดังภาพที่ 4-2

การสัมภาษณ์ถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้รวบรวม

AE1, AE2, AE3 และ AE4 ได้กล่าวเหมือนกันว่ามะพร้าวจากสวนจะมาส่งที่ล้าง จะทำการคัดเกรดแยกขนาด พนักงานจะเป็นคนคัดขนาด มะพร้าวที่ไม่ได้เกรดตามที่ต้องการส่งออกหรือลูกเล็กจะตัดไปโรงงานแปรรูป ส่วนมะพร้าวที่ได้มาตรฐานจะเข้ากระบวนการเตรียมคือ ปอกเปลือก ทำการตัดแต่ง จากนั้นนำไปชুবน้ำยาประมาณ 3-5 นาที ประโยชน์ของการแช่น้ำยา เพื่อไม่ให้ขึ้นราสดใหม่ ทำให้ผิวขาวไม่ดำ และห่อพลาสติก คัดสติ๊กเกอร์ นำลงกล่อง 1 กล่องจะบรรจุ 9 ลูก แล้วเอาเข้าห้องควบคุมอุณหภูมิ 2 องศาเซลเซียส เพื่อรอขนส่งให้ลูกค้า ในการส่งตรวจเราจะส่งมะพร้าวไปตรวจก่อน เพราะเมื่อขนเข้าสู่คอนเทนเนอร์แล้วจะไม่มีเปิดตู้แล้ว เราจะปิดตู้ที่โรงงานเลย ก่อนเปิดตู้จะมีการถ่ายรูป การชีวบรรจุภัณฑ์ ถ้าจะแกะคือต้องนึกออกเลยจะไม่สามารถแกะออกมาดูได้ เจ้าหน้าที่จะมาเก็บตัวอย่างที่ล้างหรือเราเก็บตัวอย่างส่งให้เจ้าหน้าที่ตรวจ แล้วถึงจะออกใบรับรองให้เรา ถ้าเราเริ่มผลิตเราก็เริ่มเก็บตัวอย่างส่งไปให้เจ้าหน้าที่ได้เลย นอกจากนี้ในกระบวนการเตรียม

มะพร้าวจะเกิดวัสดุเหลือใช้จากมะพร้าวพวกเปลือก กะลา สามารถส่งขายให้กับโรงงานผลิตกระดาษ โลละ 50 บาท หรือเอาไปทำปุ๋ยอินทรีย์บดย่อย (ขุยมะพร้าว) หรือเอาไปทำเตาชีวมวลได้ ซึ่งวัสดุเหลือใช้ก็เอาไปขายเพิ่มรายได้



ภาพที่ 4-3 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้รวบรวม

โดยสรุปมุมมองการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้รวบรวม เมื่อผู้รวบรวมได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ส่งออกจะติดต่อรับซื้อมะพร้าวน้ำหอมจากเกษตรกร โดยรวบรวมมาจากเกษตรกรในเครือข่าย จากนั้นจะนำเข้ากระบวนการเตรียมมะพร้าวก่อนการส่งออก เมื่อมะพร้าวมาถึงจะทำการคัดคุณภาพ ถ้าไม่เป็นไปตามเกณฑ์จะส่งมะพร้าวไปโรงงานแปรรูป ส่วนมะพร้าวที่ผ่านเกณฑ์จะนำมาลอกเปลือก ตัดแต่งผลตามที่ถูกค้าต้องการ จากนั้นจะนำมะพร้าวมาซบน้ำยา ซึ่งช่วยให้ผิวมะพร้าวขาวสะอาด และป้องกันเชื้อรา แล้วทำการห่อฟิล์ม คัดสติ๊กเกอร์ และบรรจุลงกล่องนำไปเก็บในห้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อรอการขนส่งต่อไป ในระหว่างกระบวนการเตรียมมะพร้าว นั้น ผู้รวบรวมจะเก็บตัวอย่างมะพร้าว ส่งให้เจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตรตรวจสอบก่อนส่งออก และหน่วยงานจะออกไปรับรองปลอดศัตรูพืช Phytosanitary Certificate หรือ PC เพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการส่งออก แสดงดังภาพที่ 4-3

การสัมภาษณ์ถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ส่งออก

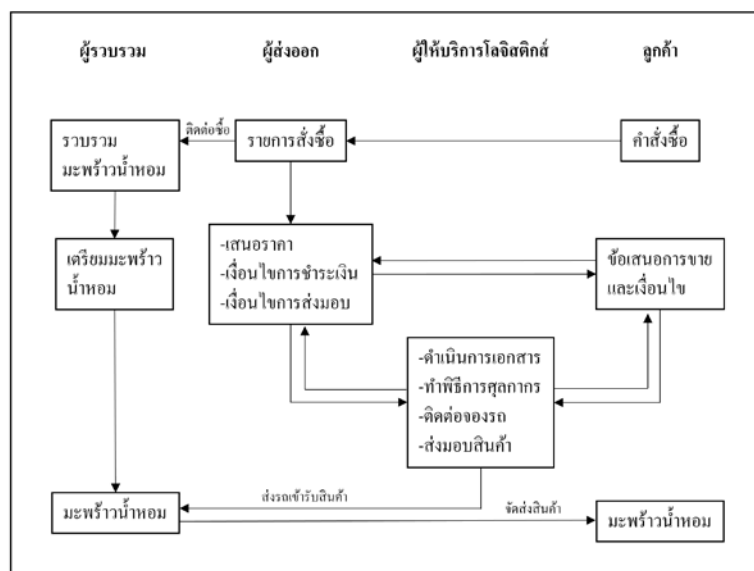
OW1, OW2, OW3 และ OW4 ได้กล่าวเหมือนกันในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ในการดำเนินการ เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้วก็จะตกลงระหว่างผู้ส่งออกกับลูกค้า คำสินค้า คำใช้จ่ายในการขนส่งว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบส่วนไหน และรับผิดชอบสินค้า

อย่างไร กำหนดวันส่งสินค้า เมื่อตกลงกันเรียบร้อยแล้วจะจัดเตรียมมะพร้าว น้ำหอมตามคำสั่งซื้อ จากนั้นติดต่อผู้รวบรวมว่าจะใช้มะพร้าวจำนวนเท่าไร ใช้วันไหน ผู้รวบรวมก็จะเตรียมมะพร้าวให้เรา ติดต่อบริษัทขนส่งว่าเราจะส่งมะพร้าว ก็แจ้งรายละเอียดสินค้าว่าไป น้ำหนัก จำนวน ผู้ขนส่งจะดำเนินการทำเอกสารต่าง ๆ พอเราเตรียมมะพร้าวเสร็จ ผู้ขนส่งเขาก็ส่งรถมารับสินค้าแล้วก็จัดส่งให้ลูกค้าปลายทาง

2. ผู้ส่งออกเป็นผู้รวบรวมเอง มีสวนของตนเอง และมีเกษตรกรในเครือข่ายในการส่งผลผลิตให้

3. ในการสั่งซื้อลูกค้าจะต้องสั่งเต็มตู้ ซึ่งมีขนาดตู้ 20 ฟุต และขนาด 40 ฟุต โดยใช้ตู้รักษาอุณหภูมิและความชื้นอุณหภูมิประมาณ 2 องศาเซลเซียส



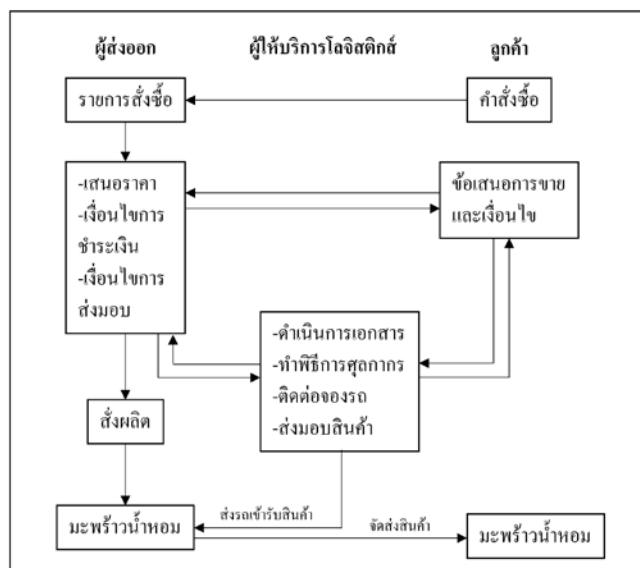
ภาพที่ 4-4 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ส่งออก

โดยสรุปมุมมองการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ส่งออก เมื่อรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศ เมื่อติดต่อเสนอราคาและตกลงเงื่อนไขกับลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะติดต่อซื้อมะพร้าว น้ำหอมจากผู้รวบรวม และกำหนดวันเข้ารับสินค้ากับผู้รวบรวม ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะเป็นผู้ดำเนินการด้านขนส่งสินค้าไปประเทศปลายทาง และเอกสารที่ใช้ในการส่งออก เมื่อถึงกำหนดวันเข้ารับมะพร้าว น้ำหอมผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะส่งรถ ตู้คอนเทนเนอร์มารับมะพร้าว น้ำหอมที่โรงบรรจุ จากนั้นลำเลียงขนย้ายเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์เพื่อจัดส่งให้กับลูกค้าปลายทาง แสดงดังภาพที่ 4-4

การสัมภาษณ์ถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

FF1, FF2, FF3 และ FF4 ได้กล่าวเหมือนกันในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ถ้าผู้ซื้อตกลงซื้อสินค้า ผู้ส่งออกก็เสนอขายเรื่องจำนวน ราคา เงื่อนไข และการส่งมอบว่าจะตกลงซื้อขายในเทอมไหนกับผู้ซื้อ เช่น FOB หรือ CIF เงื่อนไขการชำระเงินต่าง ๆ เมื่อตกลงกันได้ ผู้ส่งออกจะติดต่อผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ จากนั้นก็จะไปดำเนินการเรื่องเอกสารที่จะใช้ผ่านพิธีศุลกากรพวก Invoice, Packing list และใบมอบอำนาจจากลูกค้าว่าให้เราเป็นผู้ขนส่งสินค้า แล้วติดต่อจอร์ด ส่งรถเข้ารับสินค้า จากนั้นเราก็จะประสานงานไปยังชิปปิ้งที่ประจำด้านนั้น ๆ ใช้งานตามตารางเวลา แจกทะเบียนรถ เบอร์ตู้หรือระบุนายละเอียดอื่น ๆ และชิปปิ้งแต่ละด้านจะเป็นผู้เดินเอกสารให้ คนขับก็จะขนส่งสินค้าไปสู่ผู้รับปลายทาง แสดงดังภาพที่ 4-5



ภาพที่ 4-5 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์

2. บริษัทมีสาขาและชิปปิ้งประจำที่ด้าน และทำสัญญาร่วมกับบริษัท โลจิสติกส์อื่นอีกหลายบริษัทเพื่อตอบสนองความพอใจของลูกค้า

3. บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกรณี

FF1 และ FF4 ได้กล่าวเพิ่มเติมในด้านการให้บริการแก่ลูกค้า

FF1 กล่าวว่า ชิปปิ้งส่วนใหญ่จะทำได้หมด แต่ถ้าเป็นชิปปิ้งในพื้นที่เขาอาจจะรับผิดชอบแค่เขาออกอย่างเดียว ลูกค้าจะต้องไปหาว่าจะเอาอย่างไร แต่ถ้าลูกค้าติดต่อกับบริษัทใหญ่ที่มีสาขามากหน่อยก็จะได้ต้นทุนทั้งหมดติดต่อแค่เราคนเดียว เช่น ถ้าเทอม FOB มา เราก็เสนอราคานี้ให้กับ

คนไทยแล้วที่เหลือก็ไปเสนอคนจีนให้ แต่เค้าต้องบอกคนรับผิดชอบหรือซื้อบริษัท เรายังจะติดต่อกับคนที่จีนเพื่อที่จะเสนอราคา แต่ส่วนใหญ่เส้นนี้จะใช้รูปแบบขนส่ง Door to door รถรับสินค้าจากต้นทางและส่งไปถึงผู้รับปลายทางเลย เพราะกลัวปัญหาว่าคนจะไม่มารับของ

FF4 กล่าวว่า งานโลจิสติกส์เป็นงานบริการ เราบริการทุกอย่างตามความต้องการของลูกค้า เช่น งานด้านเอกสารถ้าลูกค้าบอกไม่ต้องทำลูกค้าจะเป็นผู้จัดการเอง ราคาค่าใช้จ่ายส่วนนี้ก็จะหายไป แต่ถ้าบอกว่าให้ทางเราดำเนินการทุกอย่าง เรายังแค่บวกค่าใช้จ่ายเข้าไป ถ้าบอกว่าจะส่งของใช้รถประเภทนี้ถ้าบริษัทเราไม่มี เรายังไปหารรถจากที่อื่นมาให้ ค่าใช้จ่ายก็จะสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ก็อยู่ที่ว่าเราเสนอราคาไปแล้วลูกค้ายอมที่จะจ่ายหรือไม่ มันก็อยู่ที่เรากดดันกันกับทางลูกค้า เราสามารถลด ปรับ เพิ่ม ให้ได้

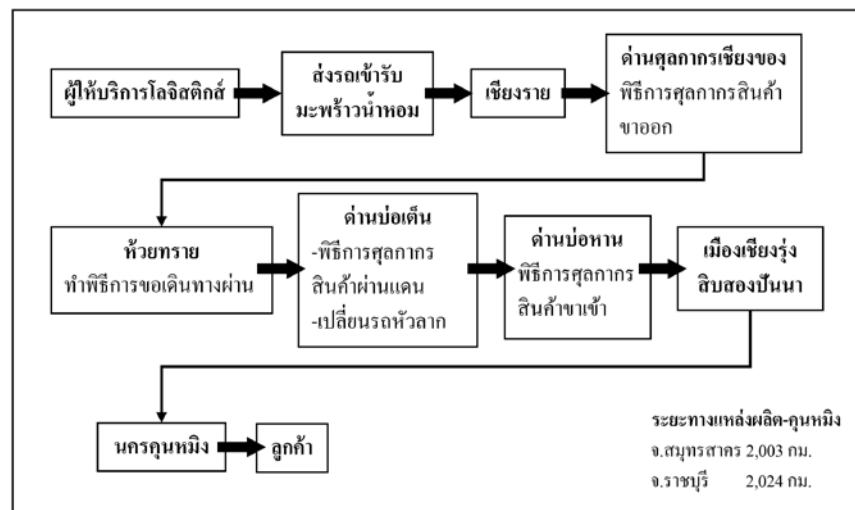
กระบวนการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมบนเส้นทาง R3A ของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ FF1, FF2, FF3 และ FF4 ได้กล่าวเหมือนกันในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สภาพโดยรวมของเส้นทาง R3A ว่าเป็นถนนขนาด 2 ช่องทางจราจร ถนนช่วงแรกก่อนเข้าห้วยทราย สภาพถนนยังไม่ดี มีสภาพชำรุดทรุดโทรมลงมาก เนื่องจากเปิดใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน ตลอดเส้นทางจึงมีถนนบางช่วงที่กำลังอยู่ในระหว่างซ่อมแซม จึงทำให้การคมนาคมช้าลงในบางช่วง ช่วงห้วยทราย-บ่อเต็น ถนนส่วนใหญ่ตัดผ่านตามภูเขาจึงทำให้ถนนคดเคี้ยว เส้นทางลาดชัน แต่เมื่อเข้าสู่บ่อเต็นถนนมีสภาพเส้นทางดีขึ้น ถนนเป็น Highway และสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นหุบเขาจึงจะภูเขาทำเป็นอุโมงค์หลายแห่งเพื่อใช้ในการสัญจร และมีการสร้างสะพานเชื่อมต่อภูเขาเข้าด้วยกัน

2. เมื่อผู้ส่งออกติดต่อเข้าใช้บริการ ทางบริษัทก็จะสอบถามข้อมูลลูกค้า เช่น รายละเอียดสินค้า น้ำหนัก จำนวนสินค้า เป็นต้น จะทำราคาและเสนอการซื้อขายเสนอนั้นจึงเริ่มรับของ สปป.ลาว มีข้อตกลงร่วมกับเพื่อนบ้าน ก็เลยยอมให้ไทยจีนมาเจอกันที่ สปป.ลาว เปลี่ยนผู้ได้ที่ด่านบ่อเต็น ส่วนใหญ่จะยกตู้หรือเปลี่ยนหัวลากรถ คนจีนจะชำนาญการวิ่งบนเขามากกว่าเรา การเปลี่ยนหัวลากโดยให้จีนลากไป มีการติดต่อโดยมีสาขาอยู่ที่จีนและมีสาขาอยู่ที่ สปป.ลาว เพราะฉะนั้นต้องจ้างงานทั้ง สปป.ลาว และจีน ตามตารางว่าของจะถึงบ่อเต็นวันไหน รถจีนเขามารับของเรานี้เขาจะต้องวางแผนว่าจะมาถึงที่นี่พอดีกันตอนไหนก็ต้องกะเวลาขยับขยับที่ สปป.ลาว ก็จะเคลียร์ที่จุดเปลี่ยน ตัวเราจากไทยก็มีของอยู่แล้วก็ไปเปลี่ยนของใส่กันพอดี ระยะเวลาวิ่งได้แค่ตอนกลางวันเท่านั้นกลางคืนไม่ค่อยดีเพราะทางแยกภูเขาเยอะแต่ละจุดก็จะมีช่วงเวลาเพราะฉะนั้นก็จะมีจุดพัก ส่วนใหญ่จะพักที่หลวงน้ำทา แคนสปป.ลาว ก่อนวิ่งเข้าบ่อเต็น ก็จะถึงในตอนเช้าพอดี ประมาณ 5-7 วัน จากต้นทางถึงปลายทาง

ชิปปิ้งจะเอาเอกสารไปเดิน แล้วเอาใบที่ยืนยันผ่านพิธีการจากด่านศุลกากรให้คนขับไป เพื่อที่จะผ่านด่านต้องทำขาออกจากเชียงของไปเข้าห้วยทรายแล้วทำผ่านเฉย ๆ แล้ววิ่งเข้าบ่อเต็น เคลียด่าน 3 จุด คือ เชียงของ บ่อเต็น และบ่อหาน ชิปปิ้งมี 3 ราย ไทย สปป.ลาว และจีน ชิปปิ้งเราจ้างประจำหรือเป็นคนที่เราไว้วางใจที่เราติดต่อให้เขาทำเอกสารให้เรา ต้องสำรวจว่าชิปปิ้งไหนเจรจาต่อรองดี เพื่อที่จะไม่ให้งานเราเสีย โดยดูจากคุณภาพกับต้นทุนเป็นหลัก ชิปปิ้งมีผลต่อการเจรจา ด่านและเคลียด่าน ถ้าเจรจาต่อรองดีก็เคลียได้

3. มีการจ้างชิปปิ้งประจำอยู่ในแต่ละด่านซึ่งเป็นคนในพื้นที่เพื่อเป็นผู้เดินเอกสาร และ ดำเนินพิธีการศุลกากรหรือเคลียด่านในแต่ละด่าน
4. การจัดจ้างบริษัทภายนอกให้ดูแลเรื่องรถขนส่ง ซึ่งจะจัดรถมาขึ้นงานตามที่เราเรียก
5. มีสาขาประจำอยู่ในเขตบ่อเต็น บ่อหาน และขุนหมิง เพื่อไว้กระจายสินค้าให้กับลูกค้า



ภาพที่ 4-6 กระบวนการ โลจิสติกส์การส่งออกมะพร้าว น้ำหอมบนเส้นทาง R3A

โดยสรุปมุมมองการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในการขนส่ง มะพร้าว น้ำหอม แบ่งออกได้ 2 แบบ คือ ขนส่งขาเข้า เป็นการขนส่งผลผลิตจากสวนไปโรงงานผลิต หรือ โรงงานผลิตไปรับผลผลิตที่สวน และขนส่งขาออก เป็นการขนส่งสินค้าจากโรงงานผลิตเพื่อ ส่งมอบแก่ลูกค้าที่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะจัดส่งรถเข้ารับสินค้าที่ โรงงานผลิต และติดต่อประสานงานกับผู้ดูแลรับผิดชอบในงาน เช่น ชิปปิ้งที่ประจำอยู่ที่ด่านทั้ง สปป.ลาว และจีน โดยแจ้งตารางเวลาและแผนการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถเตรียมการต่าง ๆ ให้ ดำเนินการได้อย่างราบรื่น การจัดส่งสินค้าใช้เส้นทาง R3A หรือเส้นทางไทย-ลาว-จีน

จากอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ถึงนครคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน ระยะทางรวม 1,074 กิโลเมตร และผ่านด่านข้ามพรมแดน 3 ด่าน ดังนี้

1. ด่านศุลกากรเชียงของ ตั้งอยู่ที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เมื่อรถตู้คอนเทนเนอร์ถึงด่าน ขิปป์ยื่นเอกสารต่อเจ้าหน้าที่ประจำด่านเพื่อทำพิธีการศุลกากรขาออก เจ้าหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลจากระบบศุลกากรและเอกสารประกอบ และเจ้าหน้าที่จะแจ้งการขนย้ายสินค้าผ่านแดนให้หน่วยงานศุลกากรปลายทางทราบ เพื่อเป็นการควบคุม ติดตามและตรวจสอบสินค้าผ่านแดน หากข้อมูลถูกต้องตามที่สำแดงผู้ขนส่งสามารถนำรถตู้คอนเทนเนอร์มะพร้าว น้ำหอม ข้ามออกนอกราชอาณาจักรได้ โดยข้ามสะพานแม่น้ำโขงแห่งที่ 4 เชียงของ-ห้วยทราย เพื่อเข้าด่านบ่อเต็น

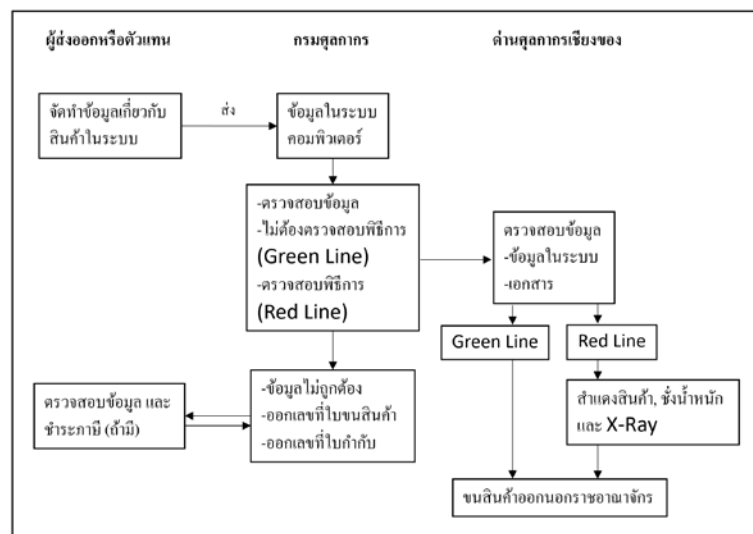
2. ด่านบ่อเต็น ตั้งอยู่ที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมื่อถึงด่านบ่อเต็นขิปป์ยื่นเอกสารต่อเจ้าหน้าที่ประจำด่านเพื่อทำพิธีการศุลกากรสินค้าผ่านแดน เจ้าหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลที่ส่งจากด่านศุลกากรต้นทาง (ด่านศุลกากรเชียงของ) หากตู้คอนเทนเนอร์ขนส่งสินค้าเกษตรและเป็นมะพร้าว น้ำหอมอย่างเดียว ไม่ได้ปะปนกับสินค้าประเภทอื่น ๆ การตรวจสอบจะไม่ยุ่งยาก จากนั้นผู้ขนส่งจะเปลี่ยนรถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์เพื่อเข้าสู่พรมแดนจีน

3. ด่านบ่อหาน ตั้งอยู่ที่มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน มีพรมแดนติดกับบ่อเต็น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมื่อถึงด่านบ่อหาน ขิปป์ยื่นเอกสารเพื่อทำพิธีการศุลกากรขาเข้า จากนั้นจะผ่านเมืองเชียงรุ่ง สิบสองปันนา และมุ่งหน้าเข้าสู่นครคุนหมิง และส่งมะพร้าว น้ำหอม ให้กับลูกค้า ระยะเวลาในการขนส่งจากประเทศไทยถึงนครคุนหมิงใช้เวลาประมาณ 5-7 วัน แสดงดังภาพที่ 4-6

การสัมภาษณ์ถึงการจัดการห่วงโซ่อุปทานของด่านศุลกากรเชียงของ

CUI กล่าวว่า ปัจจุบันได้นำระบบ e-import และ e-export มาใช้ในการผ่านพิธีการศุลกากรนำเข้า-ส่งออก นำระบบบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการตรวจปล่อยสินค้าโดยกำหนดเงื่อนไขในการเปิดตรวจ (Red line) และยกเว้นการตรวจ (Green line) ปัจจุบันการตรวจปล่อยสินค้าส่งออกในระบบ Red line จะอยู่ที่ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ อีก 90 เปอร์เซ็นต์ จะเป็นระบบ Green line แล้วก็นำระบบ X-ray มาช่วยตรวจปล่อยสินค้ากรณีที่ต้องเปิดตรวจทางกายภาพ (Red line) การตรวจปล่อยสินค้า เมื่อรถตู้คอนเทนเนอร์มาถึงด่าน เช่น ตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออก ตรวจสอบราคามูลค่าสินค้าหรือการตรวจสอบใบอนุญาต เป็นต้น นำเอกสารหลักฐานประกอบใบขนสินค้าใบกำกับการขนย้ายสินค้า มายื่นต่อเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน เจ้าหน้าที่จะตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของใบขนสินค้าพร้อมเอกสารประกอบกับระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรเกี่ยวกับชนิดของ ราคา พิกัด และใบอนุญาต หากครบถ้วนถูกต้องจะตรวจสอบเงื่อนไขการสั่งการตรวจในระบบคอมพิวเตอร์ต่อไป กรณีใบขนสินค้าติดเงื่อนไข Red line (เปิดตรวจ) จะ

ให้รถตู้คอนเทนเนอร์ไปคุ้มซึ่งน้ำหนัก และ X-ray หาก X-ray ไม่มีข้อสงสัยเจ้าหน้าที่จะตรวจปล่อยสินค้าและอนุญาตให้นำรถบรรทุกสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักรต่อไป หากพบข้อสงสัยจะนำสินค้ามาเปิดตรวจทางกายภาพโดยละเอียดอีกครั้งหนึ่งกรณีใบขนสินค้าคิดเงื่อนไข Green line (ยกเว้นการตรวจ) เจ้าหน้าที่จะอนุญาตให้นำรถบรรทุกสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักรไทยได้เลย แสดงดังภาพที่ 4-7



ภาพที่ 4-7 การจัดการห่วงโซ่อุปทานของด่านศุลกากรเชียงใหม่

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการทางศุลกากรส่งออก แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำใบขนสินค้า โดยผู้ส่งออกหรือตัวแทนส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จะส่งออก เช่น ชื่อและเลขประจำตัวผู้เสียภาษีของผู้ส่งของออก วันที่ส่งออก ยานพาหนะ ชนิด ปริมาณ น้ำหนัก ราคา ข้อมูลเกี่ยวกับใบอนุญาตส่งออก และระบุสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรที่ได้รับเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร ระบบคอมพิวเตอร์จะทำการตรวจสอบข้อมูลหากครบถ้วนถูกต้องไม่พบข้อผิดพลาดใด ๆ ระบบคอมพิวเตอร์จะออกเลขที่ใบขนสินค้าให้

2. ชำระภาษีอากร และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ผู้ส่งออกหรือตัวแทนจะสามารถชำระค่าภาษีอากรและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ได้ที่กรมศุลกากร หรือด่านศุลกากร หรือธนาคารที่กรมศุลกากรกำหนด

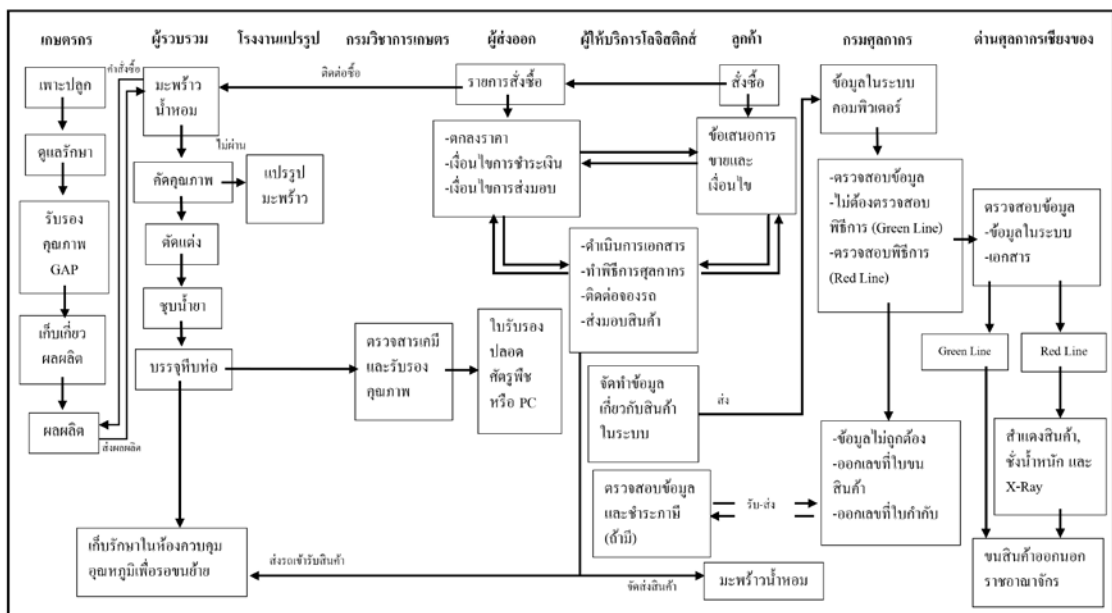
3. จัดทำใบกำกับสินค้า โดยผู้รับบรรจุหรือบรรทุกสินค้าต้องส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งได้บรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์ เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร เมื่อระบบตรวจสอบแล้วพบว่าข้อมูลถูกต้องตรงกับข้อมูลในใบขนสินค้าก็จะออกเลขที่ใบกำกับให้

4. นำสินค้าพร้อมทั้งใบกำกับสินค้ามาพบเจ้าหน้าที่ศุลกากร เพื่อตรวจปล่อยสินค้าก่อนการส่งออก โดยเจ้าหน้าที่จะต้องปฏิบัติตามสั่งการตรวจที่ระบุในระบบคอมพิวเตอร์ ดังนี้

4.1 กรณีที่ระบบคอมพิวเตอร์ระบุให้ยกเว้นการตรวจ (Green line) สามารถนำสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักรได้ทันที

4.2 กรณีที่ระบบคอมพิวเตอร์ระบุให้เปิดตรวจ (Red line) เจ้าหน้าที่ศุลกากรจะตรวจสอบรายละเอียดต่าง ๆ ที่สำคัญในใบขนสินค้า เช่น ชนิด ราคา น้ำหนัก ประเภทพิกัดอัตราศุลกากร และการคำนวณภาษีอากร เมื่อเห็นว่าถูกต้องตรงกับเอกสารประกอบและบัญชี ก็จะทำกร X-ray หรือตรวจสอบสินค้าว่าถูกต้องตรงกับที่สำคัญในใบขนสินค้าขาออกหรือไม่ หากถูกต้องตรงกันก็จะอนุญาตให้ทำการส่งออกได้ ซึ่งการตรวจปล่อยสินค้าทางกายภาพในกรณี (Red line) ใช้เวลาไม่เกิน 30 นาทีต่อใบขนสินค้า

จากการศึกษาการจัดการของแต่ละห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยจึงออกแบบโมเดลสร้างความเชื่อมโยงการจัดการภายในแต่ละห่วงโซ่เป็นภาพรวม แสดงดังภาพที่ 4-8



ภาพที่ 4-8 การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A สู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อค้นหาสภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีนและเพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกบนเส้นทาง R3A คู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งจะมุ่งเน้นในเรื่องขั้นตอนกระบวนการและความเชื่อมโยงในสายการผลิต ด้านโลจิสติกส์ในเรื่องการขนส่ง ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการขนส่งสินค้าไปสู่ประเทศปลายทาง และพิธีการศุลกากรในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอม

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีน 5 กลุ่ม โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจงได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออก ผู้รวบรวมมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออก ผู้ส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่งสินค้าโดยใช้เส้นทาง R3A และนักวิชาการศุลกากร ด้านศุลกากรเชิงของทั้งหมดจำนวน 17 ท่าน หรือจนกว่าข้อมูลอิ่มตัว

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ การทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา ที่มีแนวคิด ทฤษฎี หรือข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย และคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured question) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation observation) ซึ่งคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมาเอง โดยผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยแต่ละข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1 แสดงว่าข้อคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีนถึงสภาพปัญหาที่พบในกระบวนการจัดการของแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถสรุปสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. สภาพปัญหาในกลุ่มเกษตรกร

1.1 ประสบกับภาวะภัยแล้ง ส่งผลกระทบต่อผลของมะพร้าว น้ำหอม ผลเสียรูปทรง ผลไม่สมบูรณ์ ผลผลิตไม่ได้คุณภาพ และมะพร้าว น้ำหอมจะให้ผลผลิตน้อยลง จึงทำให้ช่วงหน้าแล้ง ผลผลิตจะไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

1.2 การระบาดของ การรบกวน และการทำลายจากศัตรูพืชหรือโรค ทำให้ต้นมะพร้าวตาย หรือต้นไม่สมบูรณ์ หากใช้สารเคมีในการควบคุมและป้องกันจะต้องควบคุมการใช้สารเคมีด้วย เพราะอาจส่งผลให้พบสารเคมีตกค้างในผลของมะพร้าว น้ำหอมได้ ซึ่งสวนออร์แกนิกจะใช้สารทดแทนที่ได้จากธรรมชาติ เช่น เม็ดสะเดาบดแช่น้ำหรือจี้เดี่ยวไม้สกัดหมักกับเหล้าขาว นำน้ำที่ได้จากการหมักไปฉีดพ่นเพื่อขับไล่ศัตรูพืช เป็นต้น

1.3 การถูกเอาเปรียบด้านราคาจากพ่อค้าคนกลางในการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร ในราคาต่ำ และนำไปจำหน่ายต่อได้ราคาที่สูงกว่า

2. สภาพปัญหาในกลุ่มผู้รวบรวม

2.1 ผลผลิตไม่ได้คุณสมบัติหรือลักษณะที่ต้องการในการส่งออก เกิดจากสภาพอากาศ การเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม โรคหรือศัตรูพืชต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อรสชาติและคุณภาพของมะพร้าว

2.2 ความเสียหายที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตพบว่า มีผลมะพร้าวระเบิดหรือผลปริแตก จะต้องคัดผลผลิตที่เสียหายออก ทำให้เสียผลผลิตไปเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะกระทบต่อต้นทุนและยอดการผลิต

3. สภาพปัญหาในกลุ่มผู้ส่งออก

3.1 ผลผลิตไม่เพียงพอ สาเหตุเกิดจากตลาดมีความต้องการสูง

3.2 การรับผิดชอบในสินค้าที่เสียหายในระหว่างการจัดส่ง เพราะเวลาที่ทำการขนส่งไปให้ลูกค้าก็มีมะพร้าวบางลูกแตกเสียหาย เกิดเชื้อรา

3.3 คุณภาพของสินค้าและมาตรฐานต่าง ๆ ของโรงงาน ต้องควบคุมรักษาคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ เพราะหากสินค้าได้รับการรับรองจากหน่วยงานในด้านของคุณภาพจะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า และสามารถผลักดันสินค้าสู่ตลาดได้กว้างมากขึ้น

3.4 ถูกฉ้อโกงจากพ่อค้าชาวจีน โดยส่วนใหญ่ผู้ส่งออกจะส่งสินค้าไปขายในจีนผ่านผู้นำเข้าตัวกลางเป็นครั้งคราวหรือเป็นการฝากขาย และรูปแบบของการชำระแบบมัดจำสินค้าไม่ใช่เป็นการชำระเงินตามสัญญาการซื้อขายระหว่างประเทศ ทำให้เกิดการฉ้อโกงทางการค้าได้ง่าย

4. สภาพปัญหาของกลุ่มผู้ให้บริการโลจิสติกส์

4.1 ด้านการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์นั้น ไม่พบปัญหา ด้านใดในการขนส่งมะพร้าว น้ำหอม เพราะผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ต้องสามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นการดำเนินงานจึงมีประสิทธิภาพมาก

4.2 การเปลี่ยนถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนหัวรถลากที่ด่านบ่อเต็นจะต้องถ่ายสินค้าหรือ เปลี่ยนหัวรถลากก่อนวิ่งเข้าสาธารณรัฐประชาชนจีนที่บริเวณจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้าด่านบ่อเต็นของ สปป.ลาว ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มขึ้น และใช้เวลาเพิ่มขึ้น 2-3 ชั่วโมง ทำให้สินค้า ทางการเกษตรผักและผลไม้เกิดความบอบช้ำเสียหายได้ในระหว่างที่มีการถ่ายสินค้า และทำให้ การขนส่งเกิดความล่าช้า

4.3 สภาพถนนช่วง สปป.ลาว มีสภาพชำรุดมาก เนื่องจากเปิดใช้งานมาเป็นระยะ เวลานาน จึงทำให้ใช้เวลาในการขนส่งมากขึ้น และเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ

5. สภาพปัญหาด้านศุลกากรเชิงของ

ปัญหาด้านเอกสารที่ด้านศุลกากร ผู้ส่งออกหรือตัวแทนส่งออกจัดเตรียมเอกสารหรือ หลักฐานไม่ครบถ้วน แต่สามารถแก้ไขและยื่นเอกสารเพิ่มเติมให้ถูกต้องก็สามารถส่งออกสินค้าได้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน จากการสัมภาษณ์กระบวนการดำเนินงานภายในแต่ละห่วงโซ่และความเชื่อมโยงทั้งห่วง โซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอม ตั้งแต่การผลิตไป จนถึงการส่งมะพร้าว น้ำหอมสู่ลูกค้า สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การจัดการภายในห่วงโซ่ของกลุ่มเกษตรกร

พื้นที่ในการเพาะปลูกมะพร้าว น้ำหอมอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี พันธุ์มะพร้าว น้ำหอมคือ พันธุ์ก้นจิบ เพราะเป็นพันธุ์ที่ให้ผลตกและออกผลเร็ว มีรสหวานหอม เนื้ออ่อนนุ่ม และรูปทรงผลสวย เมื่อมะพร้าว น้ำหอมอายุได้ 2-3 ปี จะเริ่มออกจั่น (ช่อดอก) ซึ่งจะ ออกจั่น 15-16 จั่นต่อปี หรือมากกว่านั้น และจะออกสม่ำเสมอตลอดทั้งปี หากต้นมะพร้าว น้ำหอมมี ความสมบูรณ์จั่นจะสามารถตกผลได้มากกว่า 20 ผล มะพร้าว น้ำหอมเป็นพืชที่ต้องใช้ระยะเวลา 2-3 ปี กว่าจะให้ผลผลิต และมีผลผลิตตลอดทั้งปีซึ่งในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายนจะให้ผลผลิต ได้มากที่สุด และสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ทุก ๆ 20-25 วัน และเก็บผลผลิตได้ 18 ครั้งต่อปี การส่งออกเกษตรกรจะเก็บเกี่ยวมะพร้าว น้ำหอมหลังจั่นบาน 200-210 วัน ซึ่งเรียกว่า เนื้อมะพร้าว 2 ชั้น ช่วงนี้ผลมะพร้าว น้ำหอมจะแข็งและแตกยากเก็บรักษาได้นาน คุณภาพน้ำและรสชาติดี

เกษตรกรจะต้องขอใบรับรองมาตรฐานที่เรียกว่า Good Agricultural Practices หรือ GAP เพื่อรับรองว่าผลผลิตมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน ซึ่งกรมวิชาการเกษตรจะเป็นผู้ตรวจสอบ

และออกไปรับรองแก่เกษตรกร โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา 8 ข้อ คือ 1) แหล่งน้ำ 2) พื้นที่ปลูก
3) การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร 4) การเก็บรักษาและการขนย้ายผลผลิตภายในแปลง
5) การบันทึกข้อมูล 6) การผลิตให้ปลอดจากศัตรูพืช 7) การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผล
ผลิตคุณภาพ 8) การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว

2. การจัดการภายในห่วงโซ่ของกลุ่มผู้รวบรวม

ผู้รวบรวมจะรับซื้อและรวบรวมมะพร้าว น้ำหอมจากผู้ปลูกมะพร้าว น้ำหอมหลาย ๆ
แหล่งมาไว้ในที่เดียวกันทั้งจากเกษตรกรในเครือข่ายและไม่ได้อยู่ในเครือข่าย

การคัดเลือกมะพร้าว น้ำหอมจะพิจารณาจากขนาด ผิวของเปลือก รูปทรง ความสมบูรณ์
ของผลมะพร้าว น้ำหอม และระยะเวลาการเก็บเกี่ยวให้ตรงตามเกณฑ์ของการส่งออก น้ำหนักที่
ต้องการเฉลี่ย 1.5-2.2 กิโลกรัมต่อผล หากมะพร้าวไม่ตรงตามเกณฑ์จะแยกออกนำไป แปรรูปต่อไป
มะพร้าวที่ผ่านการคัดคุณภาพจะนำมาเจียหรือควั่น และนำไปแช่สารฟอกขาวหรือสาร โซเดียม-
เมตาไบซัลไฟต์ความเข้มข้น 3 เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้ผิวของมะพร้าว น้ำหอมขาวไม่ดำ สามารถ
ป้องกันโรคเชื้อรา และรักษาความสดของผลมะพร้าว น้ำหอม ระยะเวลาในการแช่ 10 นาที แล้วนำ
มะพร้าว น้ำหอมห่อด้วยพลาสติกแรป (Plastic wrap) และทำการบรรจุหีบห่อลงกล่อง ปิดกล่องแล้ว
เก็บรักษาโดยนำเข้าห้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อเตรียมรอการขนย้ายต่อไป และในกระบวนการเตรียม
มะพร้าว ก่อนการส่งออกนั้น จะเกิดวัสดุเหลือใช้จากมะพร้าวที่สามารถนำไปส่งขายให้กับโรงงาน
อุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่จะนำวัสดุเหลือใช้จากมะพร้าวไปใช้ทำประโยชน์ ทำให้ผู้รวบรวมมีรายได้
จากการขายวัสดุเหลือใช้จากมะพร้าวด้วย

การส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสดไปจีนนั้น จะต้องมีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary
certificate หรือ PC) แสดงเป็นหลักฐานการส่งออก ซึ่งเป็นเงื่อนไขของประเทศคู่ค้าได้กำหนดไว้
กรมส่งเสริมการเกษตรได้ให้บริการแก่ผู้ส่งออกที่ต้องการการรับรองจากหน่วยงานราชการ เพื่อ
รับรองว่ามะพร้าว น้ำหอมที่ส่งออกนั้นปลอดศัตรูพืช โดยเจ้าหน้าที่ตรวจพืชจะสุ่มตรวจมะพร้าว
น้ำหอมที่เตรียมส่งออก และออกไปรับรองปลอดศัตรูพืช เพื่อนำไปใช้ยื่นต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. การจัดการภายในห่วงโซ่ของกลุ่มผู้ส่งออก

เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ติดต่อเสนอราคาและตกลงเงื่อนไขกับลูกค้า เมื่อลูกค้าตกลง
จะติดต่อผู้รวบรวมเพื่อจัดหามะพร้าว น้ำหอม ในขณะเดียวกันจะติดต่อผู้ให้บริการ โลจิสติกส์เพื่อให้
ดำเนินการด้านเอกสารที่ใช้ในการส่งออก เอกสารที่ใช้ผ่านพิธีศุลกากร และการส่งมอบมะพร้าว
น้ำหอมให้ลูกค้าปลายทาง เพราะผู้ส่งออกส่วนใหญ่จะไม่ดำเนินการขนส่งสินค้าด้วยตนเอง แต่จะ

จ้างบริษัทผู้ให้บริการขนส่งโดยเฉพาะ เนื่องจากบริษัทผู้ให้บริการขนส่งมีประสบการณ์ มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ และความเชี่ยวชาญเส้นทางหรือพิธีการมากกว่า ซึ่งจะสามารถช่วยให้ประหยัดการลงทุน และความเสี่ยงในกิจกรรมที่ไม่ชำนาญได้ เมื่อผู้ส่งออกขอมรับการเสนอราคาจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ทางบริษัทโลจิสติกส์จะส่งรถเข้ารับมะพร้าว น้ำหอมที่โรงงานผลิต โดยผู้ส่งออกจะเลือกใช้ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 หรือ 40 ฟุต และเป็นผู้รักษาอุณหภูมิควบคุมอยู่ที่ 2 องศาเซลเซียสในการขนส่งเพื่อรักษาคุณภาพของมะพร้าว น้ำหอม และป้องกันการเน่าเสียของมะพร้าว น้ำหอม

4. การจัดการภายในห่วงโซ่ของกลุ่มผู้ให้บริการ โลจิสติกส์

ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์มีหน้าที่ขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าปลายทาง ดำเนินการเอกสารที่ใช้ในการส่งออก และผ่านพิธีการศุลกากรให้แก่ผู้ส่งออกเสมือนเป็นตัวแทนของผู้ส่งออก เมื่อได้รับการติดต่อจากผู้ส่งออก บริษัทจะสอบถามข้อมูล รายละเอียดสินค้า เงื่อนไขทางการค้า และเงื่อนไขอื่น ๆ จากนั้นบริษัทจะทำการเสนอราคาแก่ผู้ส่งออก เมื่อผู้ส่งออกตกลงบริษัทจะเริ่มดำเนินการยื่นข้อมูลเข้าระบบกรมศุลกากร เพื่อขอเลขที่ใบขนสินค้าและเลขที่ใบกำกับนำไปใช้ผ่านพิธีการศุลกากร และส่งรถตู้คอนเทนเนอร์เข้ารับมะพร้าว น้ำหอมที่โรงผลิตเพื่อขนส่งมะพร้าว น้ำหอมให้ลูกค้าที่ปลายทาง

การขนส่งมะพร้าว น้ำหอมจากโรงงานผลิตส่งมอบแก่ลูกค้าที่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้เส้นทาง R3A หรือเส้นทางไทย-ลาว-จีน จากอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ถึงนครคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน และผ่านพิธีศุลกากร 3 ด้านคือ ด้านเชียงของ (ประเทศไทย) ด้านบ่อเต็น (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) ในด้านนี้ผู้ขนส่งจะต้องเปลี่ยนรถหัวลากตู้คอนเทนเนอร์ก่อนเข้าสู่พรมแดนจีน และด่านบ่อหาน (สาธารณรัฐประชาชนจีน) ระยะทางรวม 1,074 กิโลเมตร และใช้ระยะเวลาในการขนส่งจากประเทศไทยถึงนครคุนหมิงประมาณ 5-7 วัน

สินค้าเกษตรเป็นสินค้าเสียหายได้ง่าย ต้องการความรวดเร็วในการส่งมอบจนถึงผู้รับในเวลาที่กำหนดและทันกับอายุของสินค้าซึ่งมีอายุค่อนข้างจำกัด จึงนิยมใช้รูปแบบการขนส่งจากต้นทางไปจนถึงปลายทาง (Door to door) โดยใช้ผู้ประกอบการเดียว สามารถให้บริการด้านเอกสารพิธีการศุลกากร และส่งมอบแบบเบ็ดเสร็จในที่เดียว ซึ่งผู้ส่งออกจะได้ราคาการขนส่งที่ต่ำและมีความสะดวกมากขึ้น

5. การจัดการภายในห่วงโซ่ของด่านศุลกากรเชียงของ

เจ้าหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบเอกสาร ข้อมูลใบขนสินค้าขาออก ตรวจสอบราคามูลค่าสินค้า หรือการตรวจสอบใบอนุญาต ร่วมกับข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรเกี่ยวกับชนิด

สินค้า ราคา พิกัด และใบอนุญาต และตรวจสอบเงื่อนไขการสั่งตรวจในระบบคอมพิวเตอร์ ถ้าหากเงื่อนไขยกเว้นการตรวจ (Green line) สามารถนำรถบรรทุกสินค้าข้ามพรมแดนได้หรือเงื่อนไขเปิดตรวจ (Red line) จะสุ่มชั่งน้ำหนัก และ X-ray ถ้าไม่พบข้อสงสัย เจ้าหน้าที่จะตรวจปล่อยสินค้าและอนุญาตให้นำรถบรรทุกสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักรได้ แต่หากพบข้อสงสัยจะนำสินค้ามาเปิดตรวจทางกายภาพโดยละเอียดอีกครั้งหนึ่ง

สำหรับมะพร้าวน้ำหอมเป็นสินค้าเกษตรมีการตรวจสอบจากกรมวิชาการเกษตรผู้ส่งออกหรือตัวแทนผู้ส่งออกจะต้องแสดงใบรับรองปลอดศัตรูพืช Phytosanitary certificate หรือ PC แก่เจ้าหน้าที่ศุลกากรเพื่อตรวจปล่อย นอกจากนี้ในการส่งออกสินค้าเกษตรตามข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน สำหรับผักและผลไม้ พิกัดอัตราศุลกากร 07 และ 08 ซึ่งเป็นรายการสินค้าปกติ (Normal track) อัตราภาษีเหลือร้อยละ 0

จากการศึกษากระบวนการดำเนินงานภายในแต่ละห่วงโซ่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอม สามารถสรุปความเชื่อมโยงของแต่ละห่วงโซ่ที่มีความสัมพันธ์ต่อกันจนเกิดเป็นการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเกษตรกรเป็นผู้สร้างมะพร้าวน้ำหอม เมื่อมะพร้าวน้ำหอมให้ผลผลิตจะเก็บเกี่ยวไปขายให้กับผู้รวบรวม และขนส่งมะพร้าวไปที่โรงงานผลิต ผู้รวบรวมคัดคุณภาพมะพร้าวน้ำหอม ถ้าไม่ได้ตามเกณฑ์จะคัดออกไปโรงงานแปรรูป ส่วนมะพร้าวที่คุณภาพตามเกณฑ์จะนำมาปอกเปลือกและตัดแต่งให้เป็นรูปทรงตามที่ลูกค้าต้องการ ชุบน้ำยาเพื่อป้องกันเชื้อรา และทำให้ผิวของมะพร้าวขาวสะอาด ห่อหุ้มฟิล์มที่ผลของมะพร้าวน้ำหอม ดิสติกเกอร์ยี่ห้อ นำไปบรรจุลงกล่อง และนำเข้าห้องควบคุมอุณหภูมิเพื่อรอการขนส่ง ในระหว่างการเตรียมมะพร้าวผู้รวบรวมจะส่งตัวอย่างมะพร้าวที่จะส่งออกให้กับเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตรตรวจสอบสารเคมีหรือเจ้าหน้าที่จะมาตรวจที่โรงงานผลิตและออกใบรับรองปลอดศัตรูพืชเพื่อไปใช้เป็นหลักฐานในการส่งออก

ด้านของผู้ส่งออกเมื่อลูกค้าส่งรายการสั่งซื้อให้แก่ผู้ส่งออก ผู้ส่งออกจะเสนอราคาสินค้า เงื่อนไขการชำระเงิน และเงื่อนไขการส่งมอบให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าตกลงซื้อขายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ส่งออกจะแจ้งยอดการสั่งซื้อแก่ผู้รวบรวมเพื่อให้จัดหาและเตรียมมะพร้าวน้ำหอมให้ จากนั้นจะติดต่อผู้ให้บริการ โลจิสติกส์เพื่อให้ดำเนินการด้านเอกสารที่ใช้ในการส่งออก การดำเนินการผ่านพิธีศุลกากรด้านต่าง ๆ และขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะประสานงานกับลูกค้าในเรื่องของเอกสารการนำเข้าและการจัดส่งให้กับลูกค้า หากมีการยืนยันด้านเอกสารนำเข้าเรียบร้อยแล้ว ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จะจัดรถมารับสินค้าเพื่อดำเนินการจัดส่งให้ลูกค้าที่สาธารณรัฐประชาชนจีน

อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นปัญหาสำคัญในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

กลุ่มเกษตรกรพบปัญหาสำคัญด้านการผลิตที่ประสบภาวะภัยแล้งอย่างหนักเฉียดไม่ถึง และการระบาดของศัตรูของมะพร้าว ทำให้มะพร้าวน้ำหอมให้ผลผลิตน้อยลงจึงไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมทั้งหมดและสร้างความเสียหายทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมากที่มีมูลค่าหลาย 1,000 ล้านบาทต่อปี โดยในการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาของวรภัทร ลักษณ์ินวงศ์ (2558) เรื่อง ศักยภาพการคิดผลเพิ่มของมะพร้าวน้ำหอมรองรับการส่งออก ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในสภาพปัญหาที่พบในกลุ่มเกษตรกร เพื่อใช้แก้ปัญหาการขาดแคลนมะพร้าวในหน้าแล้งให้ติดดอกและออกผลผลิตได้ตลอดทั้งปีและช่วยให้มะพร้าวน้ำหอมมีผลผลิตจำนวนมากขึ้นและผลผลิตได้มาตรฐานสากล โดยเทคโนโลยีการผลิตมะพร้าวน้ำหอมผลดกทั้งปี ซึ่งสามารถรองรับการส่งออกที่มีมูลค่าหลายพันล้านบาทต่อปี อีกทั้งช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนการผลิตและมีรายได้เพิ่มขึ้น (คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558)

กลุ่มผู้ให้บริการโลจิสติกส์พบปัญหาของเส้นทาง R3A ด้านสภาพถนนที่ชำรุดทรุดโทรมมากในช่วงเขต สปป.ลาว จึงเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุและการเปลี่ยนถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนหัวรถลากที่ด่านบ่อเต็นจะต้องถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนหัวรถลากก่อนวิ่งเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนที่บริเวณจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า เพราะรถบรรทุกจากประเทศไทยไม่สามารถวิ่งเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนได้โดยตรง ซึ่งส่งผลกระทบต่อเวลาที่ต้องใช้เวลาในการขนส่งเพิ่มขึ้น 2-3 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่เพิ่มขึ้นและสร้างความเสียหายบอบช้ำต่อผักและผลไม้ในระหว่างที่มีการขนถ่ายสินค้า จากประเด็นดังกล่าวพบว่ามีผลสอดคล้องกับงานวิจัยของกวิณ ธารกกาญจน์ (2557) ได้ศึกษาศักยภาพการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปมณฑลยูนนาน ประเทศจีน ที่ได้อธิบายถึงภาพรวมของเส้นทาง R3A นั้นยังคงติดปัญหาทางด้านข้อกฎหมายเกี่ยวกับการนำรถบรรทุกข้ามไปมาระหว่างชายแดน สปป.ลาว และมณฑลยูนนาน ประเทศจีนตอนใต้อยู่บ้าง เนื่องจากปัจจุบันรถบรรทุกและผู้คอนเทนเนอร์ของไทยไม่สามารถข้ามไปยังมณฑลยูนนานได้ต้องทำการเปลี่ยนทั้งหัวรถบรรทุกและผู้คอนเทนเนอร์ส่งผลให้เกิดความล่าช้าหรือความเสียหายระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเฉพาะผลไม้สดที่ต้องเก็บไว้ในตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศอาจเกิดความเสียหายได้ง่ายและสอดคล้องกับงานวิจัยของธนา แสงวงศ์ (2557) ได้ศึกษาระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้ กรณีศึกษาเส้นทางขนส่งไทย-มณฑลยูนนาน โดยเส้นทางขนส่ง R3A ที่อธิบายถึงปัญหาการเปลี่ยนหัวรถลากที่ สปป.ลาว เป็นการเสียเวลาและทำให้เกิดความล่าช้า

ในการขนส่งนอกจากนี้ยังพบปัญหาของเรือสภาพถนนช่วง สปป.ลาว ที่ชำรุดทรุดโทรมและคดเคี้ยวเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย

กลุ่มผู้ส่งออกปัญหาที่เป็นประเด็นสำคัญคือ การถูกฉ้อโกงจากพ่อค้าชาวจีนเพราะผู้ส่งออกจะส่งสินค้าไปขายในจีนผ่านผู้นำเข้าตัวกลางเป็นครั้งคราวหรือเป็นการฝากขายและรูปแบบของการชำระเงินแบบมัดจำสินค้าไม่ใช่เป็นการชำระเงินตามสัญญาการซื้อขายระหว่างประเทศ ทำให้เกิดการฉ้อโกงทางการค้าได้ง่าย โดยศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีนที่ดำเนินการและอยู่ในความดูแลของหน่วยงานภาครัฐประกอบด้วยสถานเอกอัครราชทูตและสำนักงานไทยด้านเศรษฐกิจในจีนนั้น ได้สัมภาษณ์ คุณประกอบ พรประสิทธิ์กุล ตำแหน่ง Marketing manager บริษัท Zhejiang Yi Tai Foodstuffs Trading จำกัด ซึ่งมีประสบการณ์ทำธุรกิจในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคของเมืองอู๋มณฑลเจ้อเจียง มาเป็นเวลานาน ทำให้ได้รับทราบข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับสถานการณ์และปัญหาการค้าสินค้าเกษตรไทยในจีนอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและนักธุรกิจไทยที่สนใจทำการค้าในจีน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในด้านของสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มผู้ส่งออก ซึ่งคุณประกอบ พรประสิทธิ์กุล เล่าถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นอุปสรรคต่อการค้าขายโดยตรงระหว่างผู้ส่งออกไทยกับพ่อค้าตามเมืองต่าง ๆ ของจีน ในปัจจุบันว่าด้านการชำระเงิน พ่อค้าไทยไม่สามารถปล่อยเงินเชื่อให้กับพ่อค้าจีนในเมืองต่าง ๆ เหมือนที่ผู้ประกอบการจีนตามจุดกระจายสินค้าทำเนื่องจากเป็นช่วงเริ่มแรกของการค้าขาย นอกจากนี้พ่อค้าไทยยังประสบปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือของพ่อค้ารายย่อยของจีนอีกด้วย และด้านการค้าพ่อค้าไทยบางรายต้องพบกับกลยุทธ์การฉ้อโกงจากการค้าโดยตรงกับพ่อค้าตามเมืองต่าง ๆ กล่าวคือพ่อค้าจีนเหล่านี้จะกดราคานำเข้า แต่นำไปขายต่อในราคาที่แพงหรือกดดันให้ผู้ส่งออกและพ่อค้าไทย ต้องขายสินค้าในราคาต่ำ เนื่องจากเป็นสินค้าประเภทที่นำเข้าได้ง่ายหรืออยู่ได้ในระยะเวลาจำกัด โดยเฉพาะผลไม้ ดังนั้นจึงฝากข้อคิดเห็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการว่า การเข้ามาทำการค้าในจีนต้องศึกษาวิถีปฏิบัติที่คนจีนทำอยู่แล้วให้ดีกว่า เพื่อให้สามารถเตรียมกลุ่มทางป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรศึกษานิสัยใจคอ วิถีคิด และวิถีทำงานของคนจีน เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการลูกจ้างจีน (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, ม.ป.ป.)

ประเด็นสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน

ด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสากลของผลผลิตในการส่งออกถือเป็นประเด็นที่สำคัญที่จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมมาตรฐานการผลิตในปริมาณจำกัดของสารเคมีตกค้างหรือมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช. 15-2550) ที่ใช้กับมะพร้าว น้ำหอม ซึ่งพบว่าในกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะปลูกมะพร้าว น้ำหอมเพื่อการส่งออกได้

การรับรองมาตรฐาน GAP จากกรมวิชาการเกษตรเป็นการรับรองการผลิตพืชตามมาตรฐาน กลุ่มเกษตรกรจึงต้องควบคุมดูแลคุณภาพตั้งแต่การเพาะปลูกจนให้ผลผลิตได้ตามมาตรฐานสากล เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศและป้องกันการกีดกันทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุดิเดช วิศาลกิตติ (2555) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้า ผักปลอดภัยในเขต อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ที่ได้สรุปในประเด็นของปัญหาและอุปสรรคว่า มีการกีดกันทางการค้าด้วยข้อจำกัดของคุณภาพหรือมาตรฐานของสินค้า ซึ่งหากประเทศที่นำเข้าสินค้าตรวจพบสารปนเปื้อนหรือสารพิษตกค้างในการผลิต ก็จะทำการปฏิเสธสินค้านั้น ๆ

ด้านกฎเกณฑ์ข้อบังคับในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่จีน ผู้รวบรวมหรือผู้ส่งออก จะต้องสุ่มมะพร้าว น้ำหอมส่งตรวจและต้องผ่านการรับรองการปลอดศัตรูพืชของพืชและผลิตผลพืชก่อนการส่งออก โดยหน่วยงานกรมวิชาการเกษตรจะเป็นผู้ออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary certificate หรือ PC) เพื่อแสดงเป็นหลักฐานการส่งออก และเป็นเงื่อนไขของประเทศคู่ค้าที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2552) โครงการศึกษาวิจัยระบบ Logistics และ Supply chain ผลไม้และผลิตภัณฑ์เพื่อขยายตลาดส่งออกไปประเทศในเอเชีย (กรณีศึกษาเส้นทาง R3A และ R3W) ที่อธิบายว่าเป็นกฎระเบียบการค้าผลไม้ของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ต้องผ่านการตรวจสอบเกี่ยวกับการตกค้างของสารเคมีของผลไม้ที่นำเข้าตามกฎหมายด้านสุขอนามัยการนำเข้าและส่งออก และกฎหมายเกี่ยวกับสินค้าพืชสวนและสินค้าเมืองร้อน เพื่อที่จะนำเข้าผลผลิตการเกษตรสู่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้

ด้านการตลาดในการเพิ่มมูลค่าให้แก่มะพร้าว น้ำหอม มะพร้าวนั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในทุก ๆ ส่วนตั้งแต่ใบ ผล กะลา ลำต้น และราก นอกจากจะนำมะพร้าว น้ำหอมจำหน่ายแบบสดแล้ว ยังสามารถนำไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าได้อีกด้วย ในกลุ่มผู้รวบรวมพบว่า หากมะพร้าว น้ำหอมมีคุณลักษณะไม่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออกจะคัดออกไปจำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูปเพื่อเจาท่าน้ำ หรือผู้ส่งออกบางรายที่มีโรงงานแปรรูปเป็นของตนเองก็จะนำไปแปรรูปได้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายได้แก่ นำไปทำน้ำมะพร้าวบรรจุขวด รุ้นมะพร้าว น้ำหอม ไอศกรีม มะพร้าว น้ำหอม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่มะพร้าว น้ำหอม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอตุลย์ แก้วหาญ และคณะ (2554) ได้ศึกษาการเพิ่มมูลค่าสวนมะพร้าว น้ำหอม (สวนสมจิตต์) พบว่าไอศกรีมมะพร้าว น้ำหอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตของกิจการและสามารถเพิ่มผลกำไรให้กับผลผลิตมะพร้าวได้ โดยการทำไอศกรีมร่วมกับการขายผลสดจะทำให้กิจการสามารถเพิ่มผลกำไรเฉลี่ยได้อีกเป็นปีละ 582,542 หรือประมาณ 2.5 เท่าของการขายมะพร้าวผลสดหลังจากที่มีการปรับปรุงสวน

นอกจากนี้ในกระบวนการเตรียมมะพร้าว น้ำหอมของผู้รวบรวมและผู้ส่งออกบางรายที่เป็นผู้รวบรวมเองพบว่า เกิดวัสดุเหลือใช้จากมะพร้าวในกระบวนการเป็นจำนวนมาก ซึ่งก็มีการจัดจำหน่ายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่นำมาไปแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยเปลือกสามารถนำไปทำกระดาษ เส้นใยมะพร้าวทำของใช้เบ็ดเตล็ด ขุยมะพร้าวใช้เพาะชำทางการเกษตร และพลังงานชีวมวลใช้กบ กะลา และใบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญวรรณ ก.ศรีสุวรรณ และคณะ (2557) ได้ศึกษาวิจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยมะพร้าว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยนำเปลือกของมะพร้าวมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเส้นใยมะพร้าว พบว่าพื้นที่ใช้งานสำหรับผลิตเส้นใยมะพร้าวเฉลี่ย 13.33 ไร่ เปลือกมะพร้าว 1 ตัน สามารถแปรรูปเป็นเส้นใยมะพร้าว ได้เส้นใยมะพร้าวเฉลี่ย 279.07 กิโลกรัม เสียต้นทุนประกอบด้วย ค่าแรงงาน ค่าลดค่าสาธารณูปโภค ค่าวัตถุดิบและค่าขนส่งรวม 868.70 บาท จำหน่ายส่งออกได้มูลค่ากิโลกรัมละ 8 บาท หักค่าขนส่ง และมูลค่าเพิ่มที่อุตสาหกรรมการผลิต เส้นใยมะพร้าวจากเปลือกมะพร้าว 1 ตัน เป็นเส้นใยมะพร้าว น้ำหอมและขุยมะพร้าวเท่ากับ 1,752.48 บาท

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้นำผลงานวิจัยไปใช้

1. เกษตรกรควรพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นเกษตรอินทรีย์มากขึ้น เพราะการรับรองมาตรฐานวิธีปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร (GAP) ของผลไม้ไทยยังไม่อยู่ในข่ายการยอมรับจากภาคเอกชนของต่างประเทศ ซึ่งสารเคมีตกค้างที่มีในผลผลิตการเกษตรของไทยทั้งผักและผลไม้ยังคงมีภาพพจน์ในทางลบสำหรับต่างประเทศอยู่
2. เกษตรกรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรศึกษา ค้นคว้า พัฒนาหรือนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับวงการมะพร้าว น้ำหอม เช่น พัฒนาสายพันธุ์ การแปรรูปหรือสร้างความแปลกใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับมะพร้าว น้ำหอม เป็นต้น
3. การใช้เส้นทาง R3A ในการขนส่งสินค้าไปสาธารณรัฐประชาชนจีนจะต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนรถหัวลากที่ด่านบ่อเต็นตามเงื่อนไขของรัฐบาล สปป. ลาว ดังนั้นกิจกรรมดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในด้านค่าใช้จ่าย ด้านเวลาที่ต้องเสียไปกับการเปลี่ยนถ่ายสินค้า และความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับสินค้าจากการเคลื่อนย้ายได้
4. สภาพเส้นทาง R3A ในเขตสปป.ลาว ที่ชำรุดทรุดโทรมมีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุของผู้ขับขี่ จึงต้องระมัดระวังและชะลอความเร็วลง ทำให้ใช้ระยะเวลาในการขนส่งมากขึ้น ผู้ประกอบการทั้งผู้ส่งออกและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ จึงต้องวางแผนเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่ง

สินค้า เพื่อให้สินค้าไปถึงลูกค้าตรงตามวันที่ตกลงไว้ และควรดูแลตรวจเช็คสภาพรถที่ใช้บรรทุกสินค้าอย่างต่อเนื่องให้อยู่ในสภาพดีและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาห้วงโซ่คุณค่าการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อการพัฒนาคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงสุด ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อลดต้นทุนการผลิตหรือความได้เปรียบด้านการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2. ควรทำการศึกษาศักยภาพการผลิตและการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนหรือตลาดต่างประเทศอื่นทั่วโลก เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายตลาดการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนหรือตลาดต่างประเทศอื่นทั่วโลก เพราะในปัจจุบันความต้องการมะพร้าวน้ำหอมทั้งภายในประเทศและทั่วโลกขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากมะพร้าวน้ำหอม รวมถึงการส่งออกมะพร้าวน้ำหอม ไปขายยังต่างประเทศทั่วโลก แต่การผลิตมะพร้าวน้ำหอมนั้นยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ

บรรณานุกรม

- กวิน ธารกกาญจน์. (2557). *ศักยภาพการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปมณฑลยูนนาน ประเทศจีน*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- เกษตรกร AG1. (2559, 7 พฤศจิกายน). เจ้าของสวน. สัมภาษณ์.
- เกษตรกร AG2. (2559, 7 พฤศจิกายน). เจ้าของสวน. สัมภาษณ์.
- เกษตรกร AG3. (2559, 7 พฤศจิกายน). เจ้าของสวน. สัมภาษณ์.
- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2558). *รศ.วรภัทร ลัคนทินวงศ์ ได้รับทุนวิจัยเพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ จากกองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปี 2555-2556 เรื่อง เครื่องมือและอุปกรณ์ผลิตมะพร้าว น้ำหอมพิเศษที่มีสารให้กลิ่นหอม 2-acetyl-1-pyrroline (2AP)*. เข้าถึงได้จาก http://www.sci.tu.ac.th/announce_16_9_58_sci/
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2554). *หลักการนำเข้าและส่งออก* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชซิ่ง.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2555). *คู่มือแก้ไขปัญหาโลจิสติกส์เพื่อการนำเข้าและส่งออก*. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชซิ่ง.
- ชนงกรณ์ คุณชลบุตร. (2554). *การจัดการระหว่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุตินเดช วิศาลกิตติ. (2555). *การจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าผัก ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ด้านสกุลการ CU1. (2559, 21 พฤศจิกายน). หัวหน้างานฝ่ายบริการลูกค้าครั้งที่ 2 ประจำด้านลูกค้ากรเชียงใหม่. สัมภาษณ์.
- ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2548). *การจัดการโลจิสติกส์*. กรุงเทพฯ: ธรรมมลการพิมพ์.
- ธนา แสงวงศ์. (2557). *ระบบโลจิสติกส์และการเปลี่ยนแปลงโซ่อุปทานการส่งออกมังคุดระหว่างไทย-จีนทางตอนใต้ กรณีศึกษาเส้นทางขนส่งไทย-มณฑลยูนนาน โดยเส้นทาง R3A*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

- ชัยวรรณ ก.ศรีสุวรรณ, ชำรงค์ เมฆโหรา และสมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช. (2557). *การจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยมะพร้าว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและจัดการทรัพยากร, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ผู้ประกอบการ OW1. (2559, 24 พฤศจิกายน). เจ้าของกิจการ. สัมภาษณ์.
- ผู้ประกอบการ OW2. (2559, 14 พฤศจิกายน). เจ้าของกิจการ. สัมภาษณ์.
- ผู้ประกอบการ OW3. (2559, 25 พฤศจิกายน). เจ้าของกิจการ. สัมภาษณ์.
- ผู้ประกอบการ OW4. (2559, 17 พฤศจิกายน). เจ้าของกิจการ. สัมภาษณ์.
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ FF1. (2559, 12 ธันวาคม). ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป. สัมภาษณ์.
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ FF2. (2559, 20 ตุลาคม). ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบริหารจัดการงาน Operation ทั่วประเทศ. สัมภาษณ์.
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ FF3. (2559, 13 ตุลาคม). ฝ่ายขาย. สัมภาษณ์.
- ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ FF4. (2559, 15 ธันวาคม). ผู้ช่วยผู้จัดการ. สัมภาษณ์.
- สถิติการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2558). *ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวประเทศไทยกับจีน*. เข้าถึงได้จาก <http://www2.ops3.moc.go.th/#>
- สายัณห์ จันทร์วิภาสวงศ์. (2549). *กลยุทธ์ Logistics รุก-รับ FTA*. กรุงเทพฯ: ด้านอุตสาหกรรมพิมพ์.
- สุเมษ เลิศจริยพร. (2551). *การเรียนรู้วิธีดำเนินการธุรกิจนำเข้า-ส่งออกควบวงจร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *การส่งออกผลไม้ไทยไปจีน*. เข้าถึงได้จาก http://www.acfs.go.th/read_news.php?id=6906&ntype=09
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (ม.ป.ป.). *ศูนย์ข้อมูลผลไม้*. เข้าถึงได้จาก <http://www.oae.go.th/fruits/index.php/coconut-data>
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2552). *โครงการศึกษาวิจัยระบบ Logistics และ Supply chain กรณีศึกษาการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ไปสาธารณรัฐประชาชนจีนตามเส้นทางสาย R9 และ R12*. เข้าถึงได้จาก http://www.oae.go.th/ewtadmin/ewt/oae_baer/download/article/article_20100819160819.pdf
- ศลิษา ภมรสติชัย. (2551). *การจัดการดำเนินงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2555, 1 กันยายน). *งาน Amazing Thai Fruits 2012*. เข้าถึงได้จาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/business-opportunity/detail.php?SECTION_ID=522&ID=11162

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2556). *ความตกลงด้านการค้า*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/agreement.php>

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). *ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจจีนประจำปี 2559*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/economy.php>

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). *มณฑลยูนนาน*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/country/yunnan/economy.php>

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (ม.ป.ป.). *สินค้าเกษตรไทยในจีนปัญหาและโอกาสอันสดใส*.

เข้าถึงได้จาก [http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/interesting-facts/detail.php?](http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/interesting-facts/detail.php?SECTION_ID=607&ID=1497)

SECTION_ID=607&ID=1497

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตร*

และผลิตภัณฑ์ไปประเทศที่สำคัญ. เข้าถึงได้จาก [http://www.oae.go.th/download/](http://www.oae.go.th/download/journal/2559/thailandtradestat2558.pdf)

[journal/2559/thailandtradestat2558.pdf](http://www.oae.go.th/download/journal/2559/thailandtradestat2558.pdf)

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2558).

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะพร้าวของประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก [http://www.oae.go.th/](http://www.oae.go.th/download/journal/2559/thailandtradestat2558.pdf)

[download/journal/2559/thailandtradestat2558.pdf](http://www.oae.go.th/download/journal/2559/thailandtradestat2558.pdf)

อดุลย์ แก้วหาญ, สุนทรานี วีระเดชกำพล และจิรวรรณ คงสมสุข. (2554). *การเพิ่มมูลค่าส่วนมะพร้าว*

น้ำหอม (สวนเย็นจิตต์). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหาร

การปฏิบัติการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

คำดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามและคำถามสัมภาษณ์

ตารางที่ ก-1 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถาม

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
วุฒิการศึกษา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ตำแหน่งปัจจุบัน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ประสบการณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ที่ตั้งสถานประกอบการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
เกษตรกร						
1. สภาพปัญหาในการเพาะปลูกมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. กระบวนการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจากท่านสู่ลูกค้าอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. พื้นที่ที่ใช้ปลูกมะพร้าวน้ำหอมทั้งหมดเท่าใด	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
4. แหล่งที่มาของต้นกล้ามะพร้าว มาจากไหน หากขยายพันธุ์เองมีขั้นตอนอย่างไร	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
5. มีการวางแผนในการเพาะปลูกมะพร้าว น้ำหอมอย่างไร	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
6. ขั้นตอนการปลูกมะพร้าวน้ำหอมเป็นอย่างไร	1	1	-1	1	0.3	ไม่ได้
7. อายุเก็บเกี่ยวของมะพร้าวน้ำหอมเท่าใด	1	1	-1	1	0.3	ไม่ได้
8. ผลผลิตต่อไร่มีปริมาณเท่าใด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9. น้ำหนักต่อลูกเท่าใด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10. วิธีการเก็บรักษามะพร้าวน้ำหอมหลังจากเก็บเกี่ยวแล้วเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
11. มีวิธีการตรวจสอบคุณภาพมะพร้าวน้ำหอมอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-2 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
12. ใช้ระยะเวลาหลังจากเก็บเกี่ยว เพื่อเตรียมส่งมอบกี่วัน	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
13. ขั้นตอนในการเตรียมมะพร้าว น้ำหอมก่อนการส่งมอบ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
14. ลักษณะการจำหน่ายมะพร้าว น้ำหอมของท่านเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
15. การบริหารจัดการกับมะพร้าว น้ำหอมที่ขายไม่ได้อย่างไร	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
16. การขอใบอนุญาต หรือใบรับรองต่าง ๆ มีขั้นตอนในการขออย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
17. ขั้นตอนเตรียมมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งมอบเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
18. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
ผู้รวบรวม						
1. สภาพปัญหาในการรวบรวมมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. กระบวนการขนส่งจากโกดังมะพร้าว น้ำหอมเพื่อส่งออกเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. ปัจจุบันท่านรับมะพร้าว น้ำหอมจากแหล่งไหนบ้าง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4. ท่านมีวิธีการ หรือข้อตกลง ในการกำหนดราคารับซื้อจากแหล่งที่มาอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-3 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
5. เมื่อรับมะพร้าวมาจากแหล่งที่มาแล้วมี ขั้นตอน กระบวนการในการปฏิบัติอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6. การตรวจสภาพมะพร้าวน้ำหอมมีวิธีการ อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7. มีวิธีการคัดเกรดอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8. วิธีการเก็บรักษามะพร้าวน้ำหอมเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9. มะพร้าวน้ำหอมมีการป้องกันหรือบรรจุก่อน การส่งออกอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10. มีขั้นตอนในการเตรียมมะพร้าวน้ำหอมก่อน การส่งมอบอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
11. ระยะเวลาเก็บรักษามะพร้าวน้ำหอมเมื่อ รับมาจากแหล่งที่มาเป็นระยะเวลาานเท่าใด ก่อนที่จะส่งออก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
12. มีวิธีการกำหนดวันออกของมะพร้าวน้ำหอม อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
13. การขอใบอนุญาต หรือใบรับรองต่าง ๆ มี ขั้นตอนในการขออย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
14. ท่านประสบปัญหาในการดำเนินการขอ เอกสารต่าง ๆ กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ และ ภาคเอกชน เช่น การตรวจโรคศุลกากร เป็นต้น อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
15. ขั้นตอนการลำเลียงมะพร้าวน้ำหอมขึ้นรถ เพื่อส่งมอบ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-4 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
16. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผู้ส่งออก						
1. สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่ สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. ท่านมีวิธีเลือกประเภทการขนส่งในการ ส่งออกมะพร้าวสุจินอย่างไร (บก, น้ำ, อากาศ) โดยพิจารณาจากอะไรบ้าง	1	1	0	2	0.6	ใช้ได้
3. เคยท่านเคยใช้บริการขนส่งประเภทไหน สำหรับการเปลี่ยนสาเหตุของการเปลี่ยนเพราะ อะไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4. ลักษณะทั่วไปของผู้คอนเทนเนอร์ที่ท่าน เลือกใช้ขนส่งมะพร้าวน้ำหอม เพราะอะไรท่าน ถึงเลือกใช้ประเภทนี้ และมีข้อดีข้อเสียอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5. การขอใบอนุญาต หรือ ใบรับรองต่าง ๆ มี ขั้นตอนในการขออย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6. ท่านประสบปัญหาในการดำเนินการขอ เอกสารต่าง ๆ กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชน เช่น การตรวจโรคศุลกากร เป็นต้น อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7. ท่านมีวิธีการ หรือ ข้อตกลง ในการกำหนด ราคารับซื้อจากแหล่งที่มาอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8. ท่านมีวิธีการ หรือ ข้อตกลง ในการกำหนด ราคาขายให้ลูกค้าอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-5 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
9. ท่านได้รับผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงิน อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10. มีวิธีการกำหนดวันออกของมะพร้าวน้ำหอม อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
11. หากพบว่ามะพร้าว น้ำหอมไม่เป็นไปตามข้อตกลงในการสั่งซื้อ เช่น มะพร้าวเน่าเสีย มะพร้าวไม่ได้ขนาดตามที่ต้องการ เป็นต้น จะมีวิธีการรับผิดชอบต่อสินค้าอย่างไร และ รับผิดชอบเรื่องใดบ้าง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
12. ท่านมีวิธีการหาลูกค้าจากจีนได้อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
13. ท่านมีกลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
14. ท่านมีวิธีการหาตลาดในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมหรือไม่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
15. กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และเงื่อนไขในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีหรือไม่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
16. สิทธิพิเศษที่ท่านได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนทั้งในไทย และจีน มีหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
17. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-6 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
ผู้ให้บริการโลจิสติกส์						
1. สภาพปัญหาในการขนส่งมะพร้าวน้ำหอม เพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่าน เป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. กระบวนการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจากท่านสู่ ลูกค้าอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. สภาพทั่วไปที่ใช้ในการขนส่งเส้นทาง R3A เป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4. กระบวนการในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่ สาธารณรัฐประชาชนจีนมีวิธีการอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5. ระยะเวลาในการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจาก โกดังสินค้ำ ถึงปลายทางใช้ระยะเวลาเท่าใด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6. ระหว่างทางขนส่งมะพร้าวน้ำหอมสู่จีนนั้น มี กระบวนการตรวจสินค้าอย่างไร และส่งผลต่อ มะพร้าวน้ำหอมหรือไม่ เพราะเหตุใด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7. เมื่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบโดยการสุ่มตรวจ มะพร้าวน้ำหอมแล้ว กรณีที่ไม่ผ่าน แก้ปัญหา และดำเนินการอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8. ระหว่างการเดินทางขนส่งมะพร้าวน้ำหอมสู่ จีนนั้น มีปัญหาอุปสรรคระหว่างการเดินทาง อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-7 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
9. การตกค้างอยู่ที่ด่านต่าง ๆ เช่น เอกสารที่ใช้ ยื่นไม่ผ่าน หรือการตรวจสอบไม่ผ่านมีวิธี แก้ปัญหาอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10. เมื่อมะพร้าว น้ำหอม ถึงจุดหมายปลายทาง มี กระบวนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
11. กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และเงื่อนไขในการ ส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชน จีนมีหรือไม่ อธิบาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
12. สิทธิพิเศษที่ได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ และ เอกชนทั้งในไทย และจีน มีหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
13. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
นักวิชาการ ด้านศุลกากรเชียงของ						
1. ปัญหาของการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่ สาธารณรัฐประชาชนจีนที่มักพบในหน่วยงาน ของท่านคืออะไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. หน่วยงานของท่านมีบทบาทในการส่งเสริม หรือพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ในการส่งออก อย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. พิธีการศุลกากรการส่งออกมะพร้าว น้ำหอม เป็นอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ ก-8 (ต่อ)

รายการขอความคิดเห็น	คะแนนความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน	IOC	ผล
	1	2	3			
4. ขั้นตอนในการตรวจสอบปล่อยสินค้า เมื่อรถตู้คอนเทนเนอร์มาถึงด่านเป็นอย่างไร มีลำดับวิธีการตรวจสอบอะไรบ้าง เช่น การตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออก ตรวจสอบราคามูลค่าสินค้า หรือการตรวจสอบใบอนุญาต เป็นต้น อธิบาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5. กรณีเปิดตรวจสินค้าพบปัญหา เช่น สำแดงเท็จ ราคาต่ำ พิกัดอัตราศุลกากร มีวิธีการจัดการอย่างไร และต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6. กรณีสินค้าติดเงื่อนไขความเสี่ยง (Red line) และกรณีสินค้าไม่ติดเงื่อนไข (Green line) มีขั้นตอนการตรวจสอบแต่ละเงื่อนไขอย่างไร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7. กรณีที่ตรวจสอบสินค้าไม่ผ่าน มีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร และใช้ระยะเวลาเท่าไรในการปล่อยสินค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8. ในการตรวจสอบต่อหนึ่งใบขนสินค้าใช้ระยะเวลาเท่าใด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	1	1	1	3	1	ใช้ได้

จากการพิจารณาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์, ดร.ธีทัต ตรีศิริ โชติ และ ดร.กฤษ จรินโท โดยแต่ละข้อคำถามได้ค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามมากกว่า 0.5 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-1 แสดงว่าข้อคำถามมีความตรงเชิงเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายได้

แบบสัมภาษณ์งานสารนิพนธ์กลุ่มเกษตรกร
เรื่อง การจัดการห้วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A
ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงตามจุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. วุฒิการศึกษา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน
3. ประสบการณ์
4. ที่ตั้งสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 การจัดการห้วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

1. สภาพปัญหาในการเพาะปลูกมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกผู้สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร (อธิบาย)
2. กระบวนการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจากท่านสู่ลูกค้าอย่างไร
3. พื้นที่ที่ใช้ปลูกมะพร้าวน้ำหอมทั้งหมดเท่าใด
4. แหล่งที่มาของต้นกล้ามะพร้าว มาจากไหน หากขยายพันธุ์เองมีขั้นตอนอย่างไร
5. มีการวางแผนในการเพาะปลูกมะพร้าวน้ำหอมอย่างไร
6. ผลผลิตต่อไร่มีปริมาณเท่าใด
7. น้ำหนักต่อลูกเท่าใด
8. วิธีการเก็บรักษามะพร้าวน้ำหอมหลังจากเก็บเกี่ยวแล้วเป็นอย่างไร
9. มีวิธีการตรวจสอบคุณภาพมะพร้าวน้ำหอมอย่างไร
10. ใช้ระยะเวลาหลังจากเก็บเกี่ยว เพื่อเตรียมส่งมอบกี่วัน
11. ขั้นตอนในการเตรียมมะพร้าวน้ำหอมก่อนการส่งมอบ

12. ลักษณะการจำหน่ายมะพร้าวน้ำหอมของท่านเป็นอย่างไร
13. การบริหารจัดการกับมะพร้าวน้ำหอมที่ขายไม่ได้เป็นอย่างไร
14. การขอใบอนุญาต หรือใบรับรองต่าง ๆ มีขั้นตอนในการขออย่างไร
15. ขั้นตอนเตรียมมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งมอบเป็นอย่างไร
16. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสัมภาษณ์งานสารนิพนธ์กลุ่มผู้รวบรวม
เรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A
ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงตามจุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. วุฒิการศึกษา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน
3. ประสบการณ์
4. ที่ตั้งสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

1. สภาพปัญหาในการรวบรวมมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร (อธิบาย)
2. กระบวนการขนส่งจากโกดังมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกเป็นอย่างไร
3. ปัจจุบันท่านรับมะพร้าวน้ำหอมจากแหล่งไหนบ้าง
4. ท่านมีวิธีการ หรือข้อตกลง ในการกำหนดคราการรับซื้อจากแหล่งที่มาอย่างไร
5. เมื่อรับมะพร้าวมาจากแหล่งที่มาแล้วมีขั้นตอน กระบวนการในการปฏิบัติอย่างไร
6. การตรวจสอบสภาพมะพร้าวน้ำหอมมีวิธีการอย่างไร
7. มีวิธีการคัดเกรดอย่างไร
8. วิธีการเก็บรักษามะพร้าวน้ำหอมเป็นอย่างไร
9. มะพร้าวน้ำหอมมีการป้องกันหรือบรรจุก่อนการส่งออกอย่างไร
10. มีขั้นตอนในการเตรียมมะพร้าวน้ำหอมก่อนการส่งมอบอย่างไร
11. ระยะเวลาการเก็บรักษามะพร้าวน้ำหอมเมื่อรับมาจากแหล่งที่มาเป็นระยะเวลาานเท่าใดก่อนที่จะส่งออก

12. มีวิธีการกำหนดวันออกของมะพร้าว น้ำหอมอย่างไร
13. การขอใบอนุญาต หรือใบรับรองต่าง ๆ มีขั้นตอนในการขออย่างไร
14. ท่านประสบปัญหาในการดำเนินการขอเอกสารต่าง ๆ กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เช่น การตรวจโรคศุลกากร เป็นต้น อย่างไร
15. ขั้นตอนการลำเลียงมะพร้าว น้ำหอมขึ้นรถเพื่อส่งมอบ
16. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสัมภาษณ์งานสารนิพนธ์กลุ่มผู้ส่งออก
เรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A
ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงตามจุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. วุฒิการศึกษา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน
3. ประสบการณ์
4. ที่ตั้งสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

1. สภาพปัญหาในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร (อธิบาย)
2. ท่านมีวิธีเลือกประเภทการขนส่งในการส่งออกมะพร้าวสู่จีนอย่างไร (บก, น้ำ, อากาศ) โดยพิจารณาจากอะไรบ้าง (เปรียบเทียบต้นทุน, ระยะเวลา)
3. เคยท่านเคยใช้บริการขนส่งประเภทไหน สำหรับการเปลี่ยนสาเหตุของการเปลี่ยนเพราะอะไร
4. ลักษณะทั่วไปของผู้คอนเทนเนอร์ที่ท่านเลือกใช้ขนส่งมะพร้าวน้ำหอม เพราะอะไรท่านถึงเลือกใช้ประเภทนี้ และมีข้อดีข้อเสียอย่างไร
5. การขอใบอนุญาต หรือใบรับรองต่าง ๆ มีขั้นตอนในการขออย่างไร
6. ท่านประสบปัญหาในการดำเนินการขอเอกสารต่าง ๆ กับหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เช่น การตรวจโรคศุลกากร เป็นต้น อย่างไร
7. ท่านมีวิธีการ หรือข้อตกลง ในการกำหนดคราคารับซื้อจากแหล่งที่มาอย่างไร
8. ท่านมีวิธีการ หรือข้อตกลง ในการกำหนดคราคาขายให้ลูกค้าอย่างไร
9. ท่านได้รับผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงิน อย่างไร

10. มีวิธีการกำหนดวันออกของมะพร้าว น้ำหอมอย่างไร
11. หากพบว่ามะพร้าว น้ำหอมไม่เป็นไปตามข้อตกลงในการสั่งซื้อ เช่น มะพร้าวเน่าเสีย มะพร้าวไม่ได้ขนาดตามที่ต้องการ เป็นต้น จะมีวิธีการรับผิดชอบต่อสินค้าอย่างไร และรับผิดชอบเรื่องใดบ้าง
12. ท่านมีวิธีการหาลูกค้าจากจีนได้อย่างไร
13. ท่านมีกลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมอย่างไร
14. ท่านมีวิธีการหาตลาดในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมหรือไม่
15. กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และเงื่อนไขในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมคู่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีหรือไม่ อธิบาย
16. สิทธิพิเศษที่ท่านได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนทั้งในไทย และจีน มีหรือไม่ อย่างไร
17. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสัมภาษณ์งานสารนิพนธ์กลุ่มผู้ให้บริการโลจิสติกส์
เรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A
ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงตามจุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. วุฒิการศึกษา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน
3. ประสบการณ์
4. ที่ตั้งสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

1. สภาพปัญหาในการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนของท่านเป็นอย่างไร (อธิบาย)
2. กระบวนการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจากท่านสู่ลูกค้าอย่างไร
3. สภาพทั่วไปที่ใช้ในการขนส่งเส้นทาง R3A เป็นอย่างไร
4. กระบวนการในการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีวิธีการอย่างไร
5. ระยะเวลาในการขนส่งมะพร้าวน้ำหอมจากโกดังสินค้า ถึงปลายทางใช้ระยะเวลาเท่าใด
6. ระหว่างทางขนส่งมะพร้าวน้ำหอมสู่จีนนั้น มีกระบวนการตรวจสอบสินค้าอย่างไร และส่งผลต่อมะพร้าวน้ำหอมหรือไม่ เพราะเหตุใด
7. เมื่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบโดยการสุ่มตรวจมะพร้าวน้ำหอมแล้ว กรณีที่ไม่ผ่าน แก้ปัญหา และดำเนินการอย่างไร
8. ระหว่างการเดินทางขนส่งมะพร้าวน้ำหอมสู่จีนนั้น มีปัญหาอุปสรรคระหว่างการเดินทางอย่างไร
9. การตกค้างอยู่ที่ด่านต่างๆ เช่น เอกสารที่ใช้ยื่นไม่ผ่าน หรือการตรวจสอบไม่ผ่านมีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร

10. เมื่อมะพร้าว น้ำหอม ถึงจุดหมายปลายทาง มีกระบวนการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าอย่างไร
11. กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และเงื่อนไขในการส่งออกมะพร้าว น้ำหอมสู่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีหรือไม่ อธิบาย
12. สิทธิพิเศษที่ได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนทั้งในไทย และจีน มีหรือไม่ อย่างไร
13. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

แบบสัมภาษณ์งานนิพนธ์ด้านศุลกากรเชิงของ
เรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A
ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงตามจุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. วุฒิการศึกษา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน
3. ประสบการณ์
4. ที่ตั้งสถานประกอบการ

ตอนที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอมเพื่อส่งออกบนเส้นทาง R3A ผู้สาธารณรัฐประชาชนจีน

1. ปัญหาของการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมผู้สาธารณรัฐประชาชนจีนที่มักพบในหน่วยงานของท่านคืออะไร
2. หน่วยงานของท่านมีบทบาทในการส่งเสริม หรือพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในการส่งออกอย่างไร
3. พิธีการศุลกากรการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมเป็นอย่างไร
4. ขั้นตอนในการตรวจสอบปล่อยสินค้า เมื่อรถตู้คอนเทนเนอร์มาถึงด่านเป็นอย่างไร มีลำดับวิธีการตรวจสอบอะไรบ้าง เช่น การตรวจสอบข้อมูลใบขนสินค้าขาออก ตรวจสอบราคามูลค่าสินค้า หรือการตรวจสอบใบอนุญาต เป็นต้น อธิบาย
5. กรณีเปิดตรวจสอบสินค้าพบปัญหา เช่น สำแดงเท็จ ราคาค่า พิกัดอัตราศุลกากร มีวิธีการจัดการอย่างไร และต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป
6. กรณีสินค้าติดเงื่อนไขความเสี่ยง (Red line) และกรณีสินค้าไม่ติดเงื่อนไข (Green line) มีขั้นตอนการตรวจสอบแต่ละเงื่อนไขอย่างไร
7. กรณีที่ตรวจสอบสินค้าไม่ผ่าน มีวิธีแก้ปัญหาอย่างไร และใช้ระยะเวลาเท่าไรในการปล่อยสินค้า
8. ในการตรวจสอบต่อหนึ่งใบขนสินค้าใช้ระยะเวลาเท่าใด

ภาคผนวก ข
ภาพถ่ายการลงพื้นที่เก็บข้อมูล



สวนมะพร้าว น้ำหอม



การขยายพันธุ์มะพร้าว น้ำหอม



การปอกเปลือก และควั่นมะพร้าว



การเจียมะพร้าว



การแช่สารฟอกขาว 3-5 นาที หลังการปอกเปลือก



การห่อฟิล์มและติดโลโก้



มะพร้าวที่ไม่ผ่านเกณฑ์จะป้อนเข้าสู่โรงงานแปรรูป



บรรจุมะพร้าวน้ำหอมลงกล่อง กล่องละ 9 ลูก



การลำเลียงมะพร้าวน้ำหอมเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์เพื่อเตรียมส่งมอบลูกค้า



การบันทึกหมายเลขตู้คอนเทนเนอร์



เครื่อง X-Ray ใช้ตรวจสอบในกรณีที่มีเงื่อนไขการเปิดตรวจ (Red line)



การเปิดตรวจจากเจ้าหน้าที่ด่านกักพืชเพื่อรับรองการปลอดศัตรูพืช Phytosanitary certificate

ภาคผนวก ค
ผลตรวจอักษรวิสุทธิ

ผลการตรวจสอบอักขรวิสุทธิ์

Plagiarism Checking Report

Created on May 20, 2017 at 08:43 AM

[Print Report](#)

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
490072	May 20, 2017 at 08:43 AM	57710310@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	sw1.docx	Completed	0.0 %

Match Overview

Show 10 entries Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				
NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX

Showing 0 to 0 of 0 entries First Previous Next Last

Match Details

Plagiarism Checking Report

Created on May 20, 2017 at 09:15 AM

[Print Report](#)

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
480090	May 20, 2017 at 09:15 AM	57710310@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	sw2.docx	Completed	0.0 %

Match Overview

Show 10 entries Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				
NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX

Showing 0 to 0 of 0 entries First Previous Next Last

Match Details

Plagiarism Checking Report

Created on May 20, 2017 at 08:53 AM Print Report

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
490074	May 20, 2017 at 08:53 AM	57710310@go.buu.ac.th	วทศ	วทศ.docx	Completed	0%

Match Overview

Show 10 entries Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				
NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX

Showing 0 to 0 of 0 entries First Previous Next Last

Match Details

Plagiarism Checking Report

Created on May 20, 2017 at 08:58 AM Print Report

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
490080	May 20, 2017 at 08:58 AM	57710310@go.buu.ac.th	วทศ	วทศ.docx	Completed	0%

Match Overview

Show 10 entries Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				
NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX

Showing 0 to 0 of 0 entries First Previous Next Last

Match Details

Plagiarism Checking Report

Created on May 20, 2017 at 08:59 AM

[Print Report](#)

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
490081	May 20, 2017 at 08:59 AM	57710310@go.bzu.ac.th	win7nvn4egm1	svs.docx	Completed	Click

Match Overview

Show entries

Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				
NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX

Showing 0 to 0 of 0 entries

[First](#) [Previous](#) [Next](#) [Last](#)

Match Details