

ปัจจัยความสำเร็จในการส่งสินค้าไทยไปต่างประเทศ

กรณีศึกษา ประเทศเยอรมัน (การส่งออกอาหารสำเร็จรูป)

Success Factor in Exporting Thai Products to Foreign Countries

A Case Study Germany (Export of the Packed Food)

อุทัย ฉันทวิทย์

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไทยไปเยอรมัน มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ (1) ศึกษาสถานการณ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน (2) เสนอแนะกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน การศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทฤษฎี การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ส่งออก และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน งานศึกษาชิ้นนี้อาศัยแบบจำลอง Diamond Model ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน

ผลการวิจัย (1) ปัจจัยด้านอุปสงค์ พิจารณาจากกำลังซื้อของผู้บริโภคเยอรมัน พบว่าเศรษฐกิจเยอรมันเริ่มฟื้นตัวส่งผลดีต่อการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปเยอรมัน (2) ปัจจัยการผลิต พิจารณาจากปัจจัยทางด้านวัตถุดิบ แรงงาน แหล่งเงินทุน เทคโนโลยีการผลิต พบว่าประเทศไทยมีการเตรียมพร้อมบุคลากรให้มีความรู้สูงขึ้น โดยมีเมืองนวัตกรรมอาหารเป็นหน่วยขับเคลื่อนแต่ยังคงต้องพึ่งพิงวัตถุดิบสำหรับการเพิ่มอายุอาหารจากต่างประเทศ และต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในส่วนของแหล่งเงินทุน พบว่า การสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันทางการเงินยังมีอยู่อย่างจำกัด (3) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุนพิจารณาจาก อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมสนับสนุนยังมีค่อนข้างจำกัด เช่น ศูนย์ทดสอบและตรวจสอบอาหารสำเร็จรูปยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการ ขาดอุตสาหกรรม

สนับสนุนที่เป็นการเฉพาะ เช่น ด้านโลจิสติกส์ ด้านการประกันภัย (4) ปัจจัยกลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้าง และการแข่งขัน พบว่า คู่แข่งขันของไทย คือ จีนและเวียดนาม ซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนแรงงานต่ำและเทคโนโลยีการผลิต ผู้ประกอบการไทยต้องใช้กลยุทธ์การปรับปรุงตนเองด้วยการนำเข้าเครื่องจักรเพื่อเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานการผลิต และการขยายตลาด รวมถึงการลงทุนจ้างผลิตในประเทศที่มีศักยภาพในยุโรป เพื่อหนีข้อจำกัดทางการค้า (5) ปัจจัยจากภาครัฐและโอกาส พิจารณาจากมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศ นโยบายและมาตรการของภาครัฐ พบว่า โอกาสเกิดจากรัฐบาลไทยมีการยกเว้นภาษีการนำเข้าวัตถุดิบจำเป็นสำหรับการยัดอายุอาหาร และรัฐควรผลักดันให้ได้สิทธิ GSP ของสหภาพยุโรปเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าอาหารสำเร็จรูปของไทย

สำคัญ : อาหารสำเร็จรูป, การส่งออกของไทยไปเยอรมัน, Diamond Model, ความสำเร็จ

ABSTRACT

The research purpose are to study to (1) describe situation and explain factors affecting Thai packaged food export to the Germany (2) propose strategies to promote Thai packaged food export to the Germany. This study employs both primary data (from questionnaire answered by the exporters and in depth interview with exporters and relevant government officers) and secondary data for the analysis. Based on Porter's Diamond model, It analyze factors affecting Thai packaged food export to the Germany.

Results show that (1) Demand Conditions; considering purchasing power of consumers in the Germany, the gradual recovery of the economic situation in the Germany could stimulate Thai packaged food export to the Germany (2) Factor Conditions (labor, raw material, technology, financial resource); Although endows with skilled high label labor, Thailand has to import raw material from abroad. Production technology also needs to be improved to enhance production efficiency and quality of products. Financial support from financial institution is inadequate (3) Related and Supporting Industries (Food Machine, tourism industries); in general enterprises in supporting industries are quite limited. For example packaged food testing center is not adequate to meet demand for the service; lack of relevant specific supporting industries such as logistic and insurance. they still lack of high performance machine for production and quality control; (4) Firm Strategy, Structure and Rivalry; The main competitors of Thai packaged food export to the Germany are

Chinese and Vietnam which have competitive advantages in terms of low labor cost and production technology. This study proposes that firm in the industry should import machine to upgrade production standard and focuses on market expansion strategy, Including investment in outsourcing production in countries with potential in Europe to escape trade restrictions. (5) Government and chance; considering international trade measures and government policy and measures, Thai government has exempted import duty on raw materials needed to extend the shelf life of food. And the state should push for the EU's GSP rights to allow entrepreneurs to be exempt from import tax on Thai packaged food.

Keywords : Thai packaged food, Thai Export to Germany, Diamond Model

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ตั้งอยู่ในภูมิภาคของโลกที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ จึงมีจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรอาหารจากเกษตรกรรม อย่างไรก็ตามแม้ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้าทางการเกษตรเป็นอันดับต้นๆของโลก เช่น ข้าวสาร เป็นต้น แต่มูลค่าการส่งออกสินค้าทางการเกษตรกลับมีมูลค่าต่ำ ในขณะที่คู่แข่งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน อย่างเวียดนามกลับมีการเติบโตในการส่งออกสินค้าทางการเกษตรและอาหารอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลไทยจึงมีนโยบายครัวโลก โดยการส่งเสริมให้เกิดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น จากการนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นสินค้าอาหารสำเร็จรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก นับเป็นกลยุทธ์สำคัญของประเทศที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกเพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารไทยนั้น ถือเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของไทย ในการเป็นศูนย์กลางการค้าในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารที่สำคัญของโลก อุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน อาทิเช่น อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมประกันภัย อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ ซึ่งล้วนแล้วแต่ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมนั้นๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาด อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน และมาตรการทางการค้า(हेतुसुदविस्य) การสนับสนุนจากรัฐบาลมีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารแปรรูปไปต่างประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลและปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน โดยในด้านเนื้อหาได้จากการสืบค้นข้อมูลจากหน่วยงานรัฐและหน่วยงานเอกชน การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ในด้านประชากรมุ่งเน้นใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฝึกทักษะกับทางสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) ที่เข้าร่วมสัมมนาออนไลน์ จำนวน 25 ราย ในช่วงมิถุนายน – ตุลาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

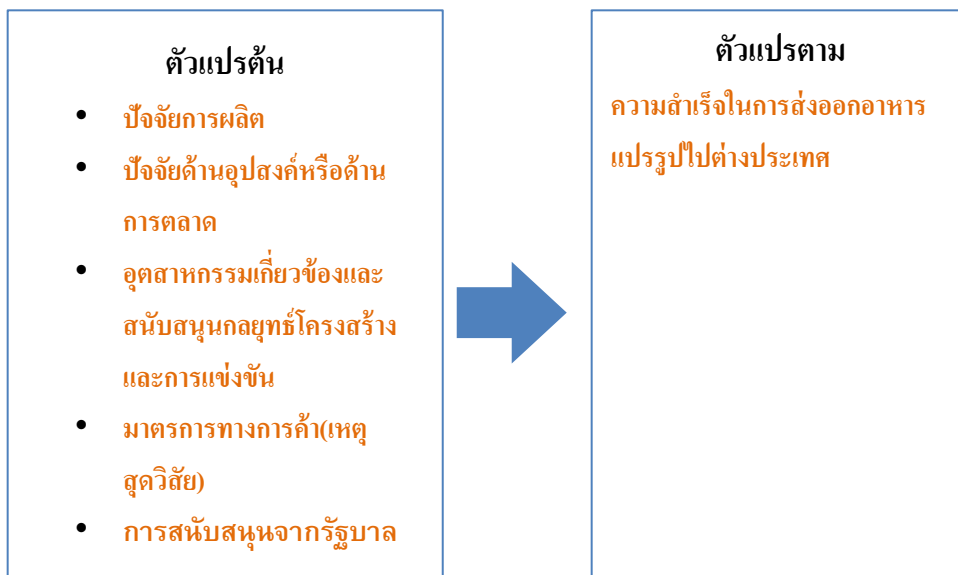
ทฤษฎีได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ เป็นทฤษฎีของ Machael E. Porter (สุขเกษม ศรีธเนศ สฤล, 2554 หน้า 15) มีค้นพบว่า กลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ มีทั้งหมด 4 กลุ่ม คือ ปัจจัยพื้นฐานของประเทศ (Factor Endowments) ความต้องการสินค้าชนิดดังกล่าวของประเทศนั้น ๆ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and Supporting Industries) กลยุทธ์ทางธุรกิจ โครงสร้างทางการบริหารและคู่แข่งขององค์กรธุรกิจ (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่พยายามอธิบายความอยู่รอดของธุรกิจระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่ทฤษฎีในเรื่องของการส่งออกจะ

เป็นทฤษฎีของ Prof. Michael E. Porter ที่ประยุกต์จนเกิดเป็นเป็นแนวคิดทฤษฎีที่เรียกว่า Diamond Model เพื่อให้ผู้ส่งออกได้ประโยชน์จากการรู้จักความสามารถของตัวเองและสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้มีความอยู่รอด สามารถใช้เป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกนี้ทราบ และร่วมหาทางป้องกันและแก้ไข ช่วยเหลืออุตสาหกรรมให้มีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นอย่างยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ทฤษฎี Diamond Model เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารสำเร็จรูปไทยไปเยอรมัน ดังแสดงในภาพ



- ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ในที่นี้พิจารณาด้านเทคโนโลยีการผลิต วัตถุดิบ คุณภาพของสินค้า และแรงงานของประเทศไทย
- ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาด (Demand Conditions) ในที่นี้พิจารณาด้าน กำลังซื้อ ความต้องการของผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินยูโร
- อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) สำหรับในงานศึกษานี้ หมายถึงอุตสาหกรรมที่สนับสนุนการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับอาหารสำเร็จรูป เช่น อุตสาหกรรม

เกษตรที่สนับสนุนด้านวัตถุดิบในการทำอาหารสำเร็จรูป อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และอุตสาหกรรม ประกันภัย

- **กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)** หมายถึงเป็นแผนหรือ นโยบายของผู้ประกอบการ เป็นสิ่งที่เกิดจากการวิเคราะห์สถานการณ์ที่ผ่านมา คู่แข่ง ปัจจัยทางการ ผลิต ปัจจัยทางการตลาด และมาตรการทางการค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของผู้ประกอบการ นำไปสู่กลยุทธ์ในการสร้างกำไรและเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทยไปยัง เยอรมัน ตรงตามวิสัยทัศน์เพื่อให้ประเทศไทยเป็นครัวโลก ผลิตอาหารสำเร็จรูปส่งออกไปยังเยอรมัน เป็นอันดับหนึ่ง
- **รัฐบาล (Government)** ในที่นี้จะพิจารณาด้าน กฎหมาย กฎระเบียบภายในประเทศบทบาทของรัฐบาล ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบและความเสียเปรียบในการแข่งขันเหตุผลวิสัย/โอกาส (Chance) หมายถึง ปัจจัยโอกาส และความผิดพลาดอันเกิดจากความไม่แน่นอน เช่น ปัจจัยทางการเมืองระหว่างประเทศ ปัจจัยเศรษฐกิจโลก รวมถึง สิทธิทางภาษี เช่น GSP

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการดังนี้

- 1) การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) เพื่อศึกษาข้อมูลการส่งออกอาหารแปรรูปไทยไป เยอรมัน ประกอบไปด้วยทฤษฎีและแนวคิดในเรื่อง ปัจจัยภายนอกประเทศในเรื่อง เขตการค้าเสรี ปัจจัยทางด้านเสรีการค้า (FTA) ปัจจัยทางด้านสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) และ แรงงานและทรัพยากรภายในประเทศ นำมาให้นิยามเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์แนวโน้ม รวมทั้ง กำหนดตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ นำตัวแปรที่ได้มาเขียนแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
- 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสอบถามเชิงลึกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารสำเร็จรูปไทยไป ยังเยอรมันด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการส่งออกนำเข้าอาหาร ไทยในเยอรมัน 3 ราย
- 3) การวิจัยเชิงปริมาณ การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารสำเร็จรูปไทยไปยังเยอรมัน ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความตรงของข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติต่างๆ ซึ่งรวมถึงข้อมูลสถิติพื้นฐาน และการทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว โดยมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาที่ผู้ประกอบการมีการส่งออก สินค้าอาหารสำเร็จรูปไทยไปยังเยอรมันและแบ่งตามความพอใจในการส่งออกของผู้ประกอบการ

- 4) วิเคราะห์กลยุทธ์การส่งออกอาหารสำเร็จรูปไปยังเยอรมันจากข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารของไทยไปยังเยอรมันที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และการสำรวจเชิง ปริมาณด้วยแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

งานศึกษาชิ้นนี้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไปยังเยอรมัน และ นำเสนอกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไปยังเยอรมัน โดยการศึกษาชิ้นนี้ศึกษาทั้งจากข้อมูล ทฤษฎีจากแหล่งต่างๆ รวมถึงข้อมูลปฐมภูมิทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องและการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการที่มีการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไปต่างประเทศ สำหรับ การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้จะมีโครงสร้าง ดังนี้

สถานการณ์การส่งออกสินค้าอาหารสำเร็จรูปของไทยไปเยอรมัน

จากการคาดการณ์ว่าในปี 2565 เยอรมันยังมีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากเยอรมันมีอัตราการเกิด ของประชากรค่อนข้างต่ำ และประชากร 1 ใน 5 เป็นประชากรที่อายุมากกว่า 65 ปี และกลุ่มยูโรโซนมีปัญหาการว่างงานจำนวนมาก ปัญหาการขาดแคลนแรงงานดังกล่าวทำให้เกิดการเคลื่อนตัวของผู้ใช้แรงงานจากประเทศ ต่างๆเข้ามาในเยอรมันและประเทศอื่นๆในยุโรป ส่งผลให้เกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่ หลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงกลุ่มชาวมุสลิม โดยเฉพาะผู้อพยพ เช่น ชาวซีเรีย อัฟกานิสถาน ที่หนีสงครามมาอยู่ ในเยอรมนี ดังนั้น จึงเป็น โอกาสของผู้ประกอบการอาหารแปรรูปไทยในการส่งออกอาหารฮาลาล ทั้งนี้รวมถึง อาหารสุขภาพที่สามารถเจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักษา สุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่ม สถาบัน (Horeca) กลุ่มรักสัตว์ กลุ่มรักษ์ สิ่งแวดล้อม และกลุ่ม Hipster โดยส่งเสริม Product/ Service Champion ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าว ออร์แกนิกส์ อาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าบริการ (ร้านอาหารไทย และสปา)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไปเยอรมัน ตามแบบจำลอง Porter's Diamond

ผลจากการศึกษา ปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยัง ต่างประเทศ (ด้านเงินทุนและการแข่งขัน) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการผลิตอยู่ในระดับปาน

กลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 ความได้เปรียบด้านปัจจัยทุนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 แสดงว่าผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในความได้เปรียบในด้านปัจจัยทุนและการแข่งขันในระดับปานกลาง ในขณะที่ในเรื่องของเงินลงทุน

ความคิดเห็นที่มีต่อมาตรการทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมันพบว่า ความคิดเห็นในมาตรการทางการค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 โดยเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า คำถามในเรื่องมาตรการทางการค้าช่วยเปิดโอกาสทางธุรกิจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.1 รองลงมาคือสร้างความยั่งยืนในธุรกิจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.9 เกิดการแข่งขันของตลาดแรงงานฝีมือและมีความเข้มข้นมากขึ้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.6 ประเทศไทยได้ประโยชน์จากมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.3 ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.2 และก่อให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.5

ปัจจัยภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกอาหารแปรรูปไทยไปยังเยอรมัน (กลยุทธ์ด้านการตลาด) พบว่า ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.59 โดยเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า คำถามในเรื่องปรับกลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 รองลงมาคือการรองรับต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 การคิดค้นและออกแบบพัฒนาสินค้าใหม่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ความสามารถในการประเมินการตลาดของเยอรมันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 การสร้างความได้เปรียบด้านการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 การจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ปรับกลยุทธ์ด้านราคาเมื่อเทียบกับตลาดในประเทศอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.44 ความหลากหลายของสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.11 และจัดระบบการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.11

อภิปรายผล

ในการศึกษานี้ต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปยังเยอรมัน โดยใช้ทฤษฎี Diamond Model เป็นทฤษฎีหลัก โดยพิจารณาจากข้อมูลทฤษฎีจากการเก็บข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ในเรื่องของปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยการผลิตอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน รัฐบาล และโอกาส ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาได้มาจากการสำรวจเอกสาร จากหนังสือ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยต่างๆ บทความ วารสาร ข้อมูลจากหน่วยงานราชการและเอกชน จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยไปเยอรมัน ประกอบด้วย

(1) ปัจจัยการผลิต

จุดแข็งด้านปัจจัยการผลิตของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยคือ การปรับตัวของผู้ประกอบการที่เริ่มมีการร่วมลงทุน ด้านทักษะความรู้โดยเข้าร่วม โครงการ PADTHAI ของเมืองนวัตกรรมอาหาร และการพัฒนาด้านคุณภาพให้มีระบบสากล ปัจจัยด้านการสนับสนุนในเรื่องของเงินทุน ในการผลิตจากรัฐบาล เพื่อเสริมสภาพคล่องเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการระยะสั้น

จุดอ่อนด้านปัจจัยการผลิตของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทย คือ ในด้านของจำนวนแรงงานที่มีทักษะเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านอาหาร โดยเฉพาะทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบ ด้านเทคโนโลยี มีเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ทันสมัย ขาดแคลนเครื่องมือและอุปกรณ์ในกระบวนการผลิตและการทดสอบที่มีประสิทธิภาพ ด้านวัตถุดิบและเครื่องจักร ที่มีต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องจักรของไทยที่สั่งซื้อจากต่างประเทศค่อนข้างสูง ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการให้สูงขึ้นได้

(2) ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาด กำลังซื้อ ความต้องการของผู้บริโภค

จุดแข็งด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาดของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยคือ ปริมาณการนำเข้าของเยอรมัน ในการสั่งอาหารสำเร็จรูปของไทยยังมีโอกาสเติบโตค่อนข้างสูง และปัจจัยด้านกำลังซื้อมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ปัจจัยความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องรสนิยมในการรับประทานอาหารไทยของผู้บริโภคชาวเยอรมันมีความต้องการในระดับสูง ปัจจัยด้านราคาสินค้าและอัตราแลกเปลี่ยนนั้น ค่าเงินบาทต่อค่าเงินยูโรแนวโน้มอ่อนค่า ส่งผลให้ราคาของอาหารสำเร็จรูปมีราคาที่ถูกลง เป็นการกระตุ้นยอดขายและเพิ่มกำลังซื้อแก่ลูกค้าชาวเยอรมัน

จุดอ่อนด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาดของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยคือความต้องการของผู้บริโภคเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในส่วนของบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ยังต้องพัฒนาให้มีมากขึ้นให้ตรงตามความต้องการของตลาดเยอรมันที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

(3) อุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุน

จุดแข็งด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุนของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยคือ ด้านการสนับสนุนจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและกระทรวงอุตสาหกรรมที่เห็นถึงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านนวัตกรรมอาหาร โดยมีบริการแบบ One Stop Service เป็นเมืองนวัตกรรมอาหาร ความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป โดยเฉพาะในเรื่องของการออกแบบ การผลิต การตลาด การพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ

จุดอ่อนด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องและสนับสนุนของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทย คือ ด้านของอุตสาหกรรมสนับสนุนในเรื่องของศูนย์ตรวจสอบคุณภาพอาหารสำเร็จรูปเพื่อการส่งออกยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการ ขาดอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เป็นการเฉพาะ เช่น โลจิสติกส์ และการประกันภัย ในเรื่อง

(4) กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน

จุดแข็งด้านกลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขันของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถทราบข้อมูล และกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ โดยเฉพาะในเรื่องของการผลิตเพื่อรองรับต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ในด้านราคาที่มีราคาที่ถูกกว่ารายอื่นเนื่องจากค่าเงินที่อ่อนตัว การปรับกลยุทธ์ในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีการเพิ่มช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งการจัดการส่งเสริมการขายโดยการสนับสนุนจากรัฐบาลเพื่อประชาสัมพันธ์ในผู้ประกอบการและลูกค้า ได้มาพบปะกันมากขึ้น

จุดอ่อนด้านกลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขันของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยคือ ในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดแผนในการพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง ยังขาดการจัดการในเรื่องของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งแผนที่ยังไม่ถูกนำมาปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมทำให้ยังไม่สามารถเพิ่มศักยภาพการส่งออกยังเยอรมันและประเทศอื่นในสหภาพยุโรป ได้เพิ่มมากขึ้น การทำวิจัยเกี่ยวกับตลาดควรมีการดำเนินการวิจัยอย่างต่อเนื่อง ชัดเจนและน่าเชื่อถือเพื่อให้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการ

(5) รัฐบาล (Government) กฎหมาย กฎระเบียบภายในประเทศ บทบาทของรัฐบาล ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบและความเสียเปรียบในการแข่งขัน

จุดแข็งด้านรัฐบาลของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทยคือ ด้านของกฎระเบียบภายในประเทศที่รัฐบาลโดยกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

จุดอ่อนด้านรัฐบาลของธุรกิจการอาหารสำเร็จรูปของไทยคือ การที่รัฐบาลในปัจจุบันให้ความสนใจในเรื่องของภาคธุรกิจน้อยลงกว่าในเรื่องของการเมืองและความมั่นคงอาจทำให้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไม่เพียงพอ หรือไม่ทันเวลา และการที่ประเทศไทยถูกตัดสิทธิ์ GSP หรือสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ในการลดภาษีสินค้านำเข้าให้ เพื่อให้สินค้าจากประเทศไทยขายในเยอรมันและประเทศอื่นๆในสหภาพยุโรปมีราคาที่ถูกลงเพื่อแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอื่นๆ

(6) เหตุสุดวิสัย/โอกาส (Chance)

หมายถึง ปัจจัยโอกาส และความผิดพลาดอันเกิดจากความไม่แน่นอน เช่น ปัจจัยทางการเมืองระหว่างประเทศ ปัจจัยเศรษฐกิจโลก

จุดแข็งด้านเหตุสุดวิสัย/โอกาส ของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทย คือ เศรษฐกิจของโลกที่กำลังฟื้นตัว โอกาสในการเจรจาในด้านการค้าที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งตลาดเกิดใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เยอรมันไม่เพียงแต่นำเข้าเพื่อขายในประเทศ แต่เป็นการนำเข้าเพื่อประทับตราสินค้าและส่งไปขายต่อประเทศอื่น ๆ ด้วย

จุดอ่อนด้านเหตุสุดวิสัย/โอกาส ของธุรกิจการส่งออกอาหารสำเร็จรูปของไทย คือ สถานะภาพของรัฐบาลในบทบาททางการเมืองที่มีภาพลักษณ์ไม่เป็นไปในทางบวกต่อการเจรจาเพื่อสร้างโอกาส ข้อตกลง และมาตรการทางการค้าระหว่างไทยกับสหภาพยุโรปที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อาจเกิดเหตุสุดวิสัย หรืออุปสรรคในการก่อให้เกิดความร่วมมือที่เพิ่มขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไทย

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเพิ่มเทคนิคนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อเพิ่มอายุผลิตภัณฑ์แต่ยังคงคุณค่าทางอาหารและรสชาติไว้ใกล้เคียงกับอาหารสดใหม่ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนั้น ควรพิจารณาถึงการใช้แหล่งผลิตต้นทุนต่ำในประเทศที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป เพื่อลดข้อจำกัดทางการค้าของสหภาพยุโรปที่มีต่อประเทศไทย และลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้า ซึ่งจะทำได้ในสหภาพยุโรปและประเทศอื่นๆ ในยุโรป ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปไทยควรใช้โอกาสจากการผสมผสานการรับประทานอาหารที่เกิจากการแลกเปลี่ยนแลกเปลี่ยนแรงงานในเยอรมันโดยการส่งออกอาหารฮาลาล รวมถึงอาหารสุขภาพที่สามารถเจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักษา สุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสถาบัน (Horeca) กลุ่มรักสัตว์ กลุ่มรักษ์ สิ่งแวดล้อม และกลุ่ม Hipster โดยส่งเสริม Product/ Service Champion ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าว ออร์แกนิกส์ อาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าบริการ (ร้านอาหารไทย และสปา)

ข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาลในการส่งเสริมการส่งออกอาหารสำเร็จรูปไทย

รัฐบาลไทยควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีการผลิตต่างๆ เครื่องจักรควรมีความทันสมัยเพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เทียบเท่ากับคู่แข่งในตลาดและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ส่งผลให้ผลผลิตมี

มาตรฐานมากยิ่งขึ้น รัฐบาลไทยควรส่งเสริมให้ศูนย์กลางข้อมูลต้นทุน โลจิสติกส์เพื่อการส่งออกที่ครอบคลุมทุกประเทศทั่วโลก เพื่อให้ผู้ประกอบการส่งสินค้าไปขายได้ง่ายขึ้นในราคาแข่งขันส่งที่เหมาะสม และไม่เกิดความผิดพลาดในขั้นตอนศุลกากรการพัฒนาการส่งออกจำเป็นต้องพัฒนาไปควบคู่กับอุตสาหกรรมการขนส่ง โลจิสติกส์และอุตสาหกรรมประกันความเสียหายของสินค้า หากข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลการให้บริการ โลจิสติกส์และการขนส่ง และข้อมูลการประกันความเสียหายของสินค้านำมาให้เลือกผู้ให้บริการได้อย่างหลากหลายและครบจบในแอฟริเคชั่นเดียว ก็จะช่วยให้การค้าขายระหว่างประเทศทำได้สะดวกขึ้น และรัฐบาลควรมีการเจรจาทางการค้าแบบทวิภาคีกับประเทศเยอรมันเพื่อเพิ่มโอกาสในการลดหย่อนภาษีในการนำเข้าสินค้าอาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เพื่อชดเชยจากการที่ประเทศไทยถูกตัดสิทธิ GSP จากสหภาพยุโรป เพื่อให้สินค้าไทยแข่งขันกับประเทศอื่นๆที่ได้สิทธิ GSP จากสหภาพยุโรป

เอกสารอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 9).

กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร

จำกัด.

โครงการสารานุกรมสำหรับเยาวชน. (2553). *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์*

ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โครงการสารานุกรมสำหรับเยาวชน.

นิตยาพร เสมอใจ. (2551). (ฐิตินันท์ วารวินิช, ผู้แต่งร่วม), *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ด

ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

วัชรภรณ์ สุริยาภิญโญ. (2556). *วิจัยธุรกิจยุคใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: บริษัท วิ.พรินท์

(1991) จำกัด.

ภราดร ปริดาศักดิ์. (2547). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เขวเรศ ทับพันธุ์. (2557). *เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ : ทฤษฎีและนโยบาย*

(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), คณะอนุกรรมการ
พัฒนาอัญมณีและ เครื่องประดับ. (2551). *แผนการพัฒนารัฐกิจอัญมณีและเครื่องประดับ*.
กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

วิทยานิพนธ์

พลนัท พรพภักตร์ภัก(2556).การพัฒนาการส่งออกสินค้าทางอากาศประเภทผักผลไม้จากประเทศ
ไทยไปสู่สหภาพยุโรป(สาขาวิชาการจัดการการบิน วิทยาลัยการบินนานาชาติ มหาวิทยาลัยนครพนม),
วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม ; ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 : กันยายน - ธันวาคม 2556

วิมลพิภา เกตุเทียน(2556).คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนิน
ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,
คณะบริหารธุรกิจ,บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

ปรัชญา เห็นสว่าง, ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา.มหาวิทยาลัยรังสิต, วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา,
สาขาวิชาผู้นำทางสังคม ธุรกิจและการเมือง, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หนึ่งฤทัย เทียนกระจ่าง(2558). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกเครื่องประดับแท้ของไทย
ไปยังสหรัฐอเมริกา. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

สมยศ ตีรณวัฒน์นันท์. รูปแบบกลยุทธ์การส่งออกผลิตภัณฑ์ของเด็กเล่นของผู้ส่งออกไทยที่ประสบ
ความสำเร็จ. ว. เกษตรศาสตร์ (สังคม) ปีที่ 35 : 299 - 311 (2557)

ศิริวรรณ แจ่มพลาย, ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยไปประเทศ
สหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น.มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, บัณฑิตวิทยาลัย, คณะบริหารธุรกิจ,
สาขาวิชาการเงิน

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

MREPORT (2564). ส่งออกอาหาร 2563. <https://www.mreport.co.th/news/statistic-and-ranking/341-Thai-food-industry-overview-2020>. วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2564

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2564). Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน กรกฎาคม 2564
[https://ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?](https://ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/751331/751331.pdf&title=751331&cate=746&d=0)

filename=contents_attach/751331/751331.pdf&title=751331&cate=746&d=0

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(2561), กรณีศึกษา ส่งออกอาหารไทย สร้าง

เศรษฐกิจประเทศไทยที่ยั่งยืน , https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20181005063426.pdf

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2555) , ความต้องการสินค้าอาหารในตลาดเยอรมนี,

https://ditp.go.th/contents_attach/67615/55001472.pdfกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2556) , สรุปภาวะตลาดสินค้าอาหารไทยในเยอรมนี เดือน

กุมภาพันธ์ 2556, https://www.ditp.go.th/contents_attach/75103/75103.pdf

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (มิถุนายน 2559) ส่งออกอาหารแปรรูปไทยสร้างรายได้ติดอันดับโลก

สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ และ ธนพล ก่อฐานะ(2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล.วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม2562

ณัฐ อมรภิญโญ (2557). รูปแบบการประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการรายย่อย

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย, วารสารวิชาการศรีประทุม ชลบุรี

อัทธ์ พิศาลวานิช (2555). ทฤษฎีและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ. เอกสารประกอบการสอนวิชา

ทฤษฎีและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2559, จาก

<http://elearning2.utcc.ac.th/officialtcu/econtent/EC341/lesson5.pdf>

Dulleck, Uwe; Kerschbamer, Rudolf; Sutter, Matthias (2011) . The Economics of

Goods: An Experiment on the Role of Liability (Vol 101). The American Economic Review.

Li Ling-ye, Gabriel O Ogunmokun. (2001). The influence of interfirm relational

capabilities on export advantage and performance: an empirical analysis.

International Business Review 10, no. 4: 399-420.

Porter, M. E. (1996). "What Is Strategy?" Harvard Business Review 74, no. 6 (November -

December 1996): 61–78.

Ricardo, David. (1817). On the Principles of Political Economy and Taxation (1 ed.),

London: John Murray, retrieved 2012-12-07 via Google Books.

Smith, Adam. (1776). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations.

In The Glasgow edition of the works and correspondence of Adam Smith, Vol.

2, eds. R. H. Campbell, and A. S. Skinner. Oxford: Oxford University Press__