

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาศักยภาพการส่งออกของโรงสีข้าวหอมมะลิในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้แต่ง	ฉัฐธิดา นิลใส
ที่มา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 311 หน้า. 2550.
คำสำคัญ	โรงสีข้าว; การส่งออก

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการส่งออกของโรงสีข้าวหอมมะลิในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านการส่งออก โดยกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือ โรงสีข้าวหอมมะลิในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งส่งออกและยังไม่ได้ส่งออก ใช้แบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ทางไปรษณีย์ (Mail Interview) โดยส่งแบบสอบถามจำนวน 429 ตัวอย่าง และได้รับแบบสอบถามตอบกลับจำนวน 102 ชุด คิดเป็นร้อยละ 23.8 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ การหาค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ t-test และ F-test การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุประมาณ 31–40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพเป็นเจ้าของกิจการ/บุคคลในครอบครัว มีปัญหา ด้านการตลาด และ ด้านการเข้าถึงบริการของรัฐนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านการผลิตและเทคโนโลยี ด้านการเงิน/บัญชี ด้านการจัดการ/บริหารบุคคล ด้านประเทศคู่ค้าและด้านประเทศคู่แข่ง อยู่ในระดับปานกลาง มีความต้องการความช่วยเหลือด้านการเตรียมความพร้อมในการส่งออก การผลิตและเทคโนโลยี การตลาด การเงิน/บัญชี การจัดการ/บริหารบุคคล และการเข้าถึงบริการของรัฐ อยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการศึกษานั้นพบว่าโรงสีผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิในภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการแก้ปัญหาและพัฒนาศักยภาพดังนี้

โรงสีขนาดกลางและขนาดใหญ่มีปัญหาในระดับมาก เช่นอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน ภาครัฐเข้าแทรกแซงด้านราคาข้าวเปลือกทำให้ต้นทุนสูง เป็นต้น ส่วนในระดับปานกลาง เช่น ต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนวัตถุดิบ/ผลผลิตไม่แน่นอน เป็นต้น และต้องมีการพัฒนาศักยภาพในระดับมาก เช่น มาตรฐานในการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ การตลาดต่างประเทศ เป็นต้น ส่วนในระดับปานกลาง เช่น ความรู้ในการบริหารงานบุคคลในองค์กร การสนับสนุนด้านบุคลากร เป็นต้น

โรงสีที่มีระยะเวลาดำเนินการของกิจการต่ำกว่า 5 ปี 5-10ปี 11-15 ปี และ มากกว่า 15 ปี มีปัญหาในระดับมาก เช่น ขาดการสนับสนุนด้านการตลาดจากทางภาครัฐ ขาดความรู้ในการทำตลาดในต่างประเทศ เป็นต้น ส่วนในระดับปานกลาง เช่น ขาดการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน กระบวนการผลิตยังไม่เป็นมาตรฐานสากล เป็นต้น และต้องมีการพัฒนาศักยภาพในระดับมาก เช่น การสร้างความน่าเชื่อถือและการรู้จักกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับระเบียบ/วิธีในการส่งออก เป็นต้น ส่วนในระดับปานกลางเช่น การสนับสนุนด้านการผลิต ความรู้ในการบริหารงานบุคคลในองค์กร เป็นต้น

โรงสีรูปแบบเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และสหกรณ์ มีปัญหาในระดับมาก เช่น ภาครัฐเข้าแทรกแซงด้านราคาข้าวเปลือกทำให้ต้นทุนสูง ส่วนระดับปานกลาง เช่น ขาดแคลนวัตถุดิบ/ผลผลิตไม่แน่นอน

ระบบบัญชี/การเงินยังไม่เป็นมาตรฐาน เป็นต้น โรงสีที่เคยส่งออก ไม่เคยส่งออกแต่มีแผนจะส่งออกใน 3 ปีข้างหน้า และ ไม่เคยส่งออกและไม่มีแผนจะส่งออกใน 3 ปีข้างหน้ามีปัญหาในระดับมาก เช่น ภาครัฐเข้าแทรกแซงด้านราคาข้าวเปลือกทำให้ต้นทุนสูง ขาดการสนับสนุนด้านการตลาดจากทางภาครัฐ เป็นต้น ส่วนในระดับปานกลาง เช่น ต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนวัตถุดิบ/ผลผลิตไม่แน่นอน เป็นต้น และต้องมีการพัฒนาศักยภาพในระดับมาก เช่น การสร้างความน่าเชื่อถือและการรู้จักกับลูกค้า ความรู้ด้านพิธีการและเอกสารในการส่งออก เป็นต้น

โรงสีที่มีภูมิภาคของประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่อยู่ในเอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกามีปัญหาในระดับมาก เช่น ขาดความรู้ในการทำตลาดในต่างประเทศ ขาดความรู้ในเรื่องเงื่อนไขสัญญาการซื้อขายกับต่างประเทศที่ชัดเจน เป็นต้น และต้องมีการพัฒนาศักยภาพในระดับมาก เช่น ความรู้เกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการนำเข้าสินค้าของแต่ละประเทศ เป็นต้น ส่วนระดับปานกลาง เช่น ความรู้ด้านการบริหารการเงิน และความรู้ในการบริหารงานบุคคลในองค์กร เป็นต้น

ผู้ส่งออก มีปัญหาสำคัญในการส่งออก เรื่อง ขาดแคลนวัตถุดิบ ภาครัฐเข้าแทรกแซงด้านราคาข้าวเปลือกทำให้ต้นทุนสูง ค่าเงินบาทแข็งขึ้น ขาดพนักงานที่มีทักษะด้านการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศขาดแคลนแรงงาน ภาครัฐให้ความช่วยเหลือยังไม่ต่อเนื่องและต้องการความช่วยเหลือเรื่อง การสร้างความน่าเชื่อถือและการรู้จักกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการนำเข้าสินค้าของแต่ละประเทศ ความรู้ด้านวิธีการหาตลาด การสนับสนุนจากสถาบันการเงิน การพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้สามารถติดต่อซื้อขายกับต่างชาติได้และแหล่งข้อมูลในการส่งเสริมการส่งออก

ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพการส่งออกของโรงสีข้าวหอมมะลิ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีการพัฒนา ศักยภาพด้านการตลาด ความรู้ในการทำตลาดในต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับระเบียบ/วิธีในการส่งออก ความรู้ด้านพิธีการและเอกสารในการส่งออก ความรู้ในเรื่องเงื่อนไขสัญญาการซื้อขายกับต่างประเทศที่ชัดเจน และความรู้เกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการนำเข้าสินค้าของแต่ละประเทศ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาการสร้าง ความน่าเชื่อถือและการรู้จักกับลูกค้า และหากภาครัฐจะเข้าแทรกแซงด้านราคาข้าวเปลือกควรพิจารณาที่จะทำให้ต้นทุนสูง