

การรับรู้ถึงประโยชน์ และความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน

Perceived Advantage and Readiness of Auto Parts Exporters toward ASEAN-Self Certification

สุนทรี ธีระสุข¹ และ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาม²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ และความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน พร้อมทั้งแบ่งกลุ่ม และจำแนกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ดำเนินการวิจัยเดือนกรกฎาคม 2555 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2556 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยจำนวน 245บริษัท ใช้แบบสอบถาม likert scale เป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เทคนิคการแบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis) เพื่อแบ่งกลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ตามระดับความพร้อม และวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) เพื่อจำแนกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์

ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์รับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในระดับมากถึง 5 ด้านและมีความพร้อมของปัจจัยในการจัดการในระดับมาก 5 ด้าน และปานกลาง 1 ด้าน สามารถแบ่งผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ตามระดับความพร้อมเป็น 2 กลุ่มผลการจำแนกตัวแปร พบว่า ตัวแปรด้านความพร้อม 6 ตัวแปรมีความสำคัญต่อการจำแนกความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม เรียงตามลำดับ คือ ด้านการจัดการ ด้านเครื่องจักร ด้านบุคลากร ด้านขวัญกำลังใจ ด้านเงิน และด้านวัสดุอุปกรณ์ ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยเพื่อให้ผู้ส่งออกมีความพร้อมต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ควรมีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง การจัดทำคู่มือเผยแพร่ระเบียบปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ส่งออกขณะเดียวกันผู้บริหารภาคเอกชนควรเตรียมความพร้อมของปัจจัยในการจัดการให้ความสำคัญกับการติดตามการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้า การกำหนดแนวทางที่ชัดเจนและให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่

คำสำคัญ: การรับรู้ถึงประโยชน์ ความพร้อม การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน

Abstract

The purpose of survey research is to study the perceived advantage and readiness of Auto parts exporters toward ASEAN-Self-Certification. The Auto parts exporters are clustered and factors influencing readiness level are identified. The research process has been started from July 2012 to February 2013. The samples consisted of 245 Auto parts exporters in Thailand. The instrument used was the Likert-scale-based questionnaire. The data were analyzed to find the frequencies, percentage, mean and standard deviation. The multivariate statistical technique of cluster analysis was used to divide exporters based on their readiness and the technique of discriminant analysis was used to determine

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

the factors influencing to exporter's readiness.

The results indicated that the exporters have perception at high level on all five advantages of Self-Certificate. Regarding the fundamental management factors, the exporters have high level of readiness whereas only one factor has moderate level of readiness. Consequently, the exporters are clustered into two groups based on their readiness. The findings reveal that six readiness factors have different influencing power. The factors are descended as Management, Machine, Man, Morale, Money and Material respectively. The results can be inferred that, government agencies should actively promote Self-Certificate, do more public relation and educate exporters in order to increase their readiness. It is recommended that formal manual should be published and widely circulated to exporters. Meanwhile, the executives of the private sector should prepare the fundamental management factors. In particular, the executives must follow changes in trade policy, determine precise business plan and giving full support.

Keyword: Perceived Advantage, Readiness, ASEAN Self-Certification

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การส่งออกเป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย การส่งออกของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการส่งออกไปยังกลุ่มอาเซียนเห็นได้จากสถิติการส่งออกในปี 2553 มีการส่งออกไปอาเซียนร้อยละ 22.7 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2535 มีการส่งออกไปอาเซียนเพียงร้อยละ 13.8 (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554) การขยายตัวด้านการส่งออกเป็นผลมาจากความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ที่ประเทศไทยทำข้อตกลงตั้งแต่ปี 2535 ตามข้อตกลงได้กำหนดให้มีการลดอุปสรรคทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับภาษี และไม่ใช้ภาษีระหว่างประเทศสมาชิก เพื่อให้การค้า การลงทุนในอาเซียนมีการขยายตัว สร้างสถานะทางการแข่งขันภายในอาเซียน และเวทีการค้าระหว่างประเทศ (กรมการค้าต่างประเทศ, 2553)

การเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในอย่างสมบูรณ์ปี 2558 ย่อมนำมาซึ่งโอกาสและความท้าทายของผู้ส่งออกของไทยในอุตสาหกรรมต่างๆ จากการศึกษาในอุตสาหกรรมยางพาราของไทย พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการองค์กร และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดจะเป็นส่วนสำคัญต่อการส่งออกในอาเซียน (นวพร สังวร และ สุดาพร สาวม่วง, 2557) นอกจากนี้ การเป็นประชาคมอาเซียนยัง

เปิดโอกาสให้กับธุรกิจของไทยสามารถเข้าไปเปิดสาขาในต่างประเทศได้ (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2554) ซึ่งส่งผลให้การส่งออกของไทยสามารถเพิ่มปริมาณเพิ่มขึ้นได้จากการเปิดเสรีการค้าและการลงทุนในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

อย่างไรก็ตาม สมาชิกอาเซียนสามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเกี่ยวกับการลดภาษีศุลกากรผ่านกลไกการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า โดยผู้ส่งออกต้องขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ออกให้นำไปแสดงต่อศุลกากรของประเทศอาเซียนผู้นำเข้าเพื่อการใช้สิทธิลดหย่อน หรือยกเว้นภาษีศุลกากรนำเข้า ทั้งนี้การดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า ขั้นตอนการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าของประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนมีความแตกต่างกันทั้งด้านค่าใช้จ่าย ระยะเวลา และความต้องการเอกสารประกอบของภาครัฐ หน่วยงานอาเซียนได้พิจารณาการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าในรูปแบบที่เรียบง่ายโดยใช้เอกสารประกอบให้น้อยที่สุดเพื่อลดค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย, 2553: 11-12) จากงานวิจัยในประเทศไทย พบว่าขั้นตอนการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรียังมีความยุ่งยากเจ้าหน้าที่มีดุลยพินิจในการตรวจสอบเอกสารที่แตกต่างกัน

ทำให้บางครั้งไม่สามารถออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าได้ (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2554: 6) ด้วยเหตุนี้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน (ASEAN Self-Certification) จึงเกิดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านกระบวนการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า และรองรับการขยายตัวทางการค้าของอาเซียน

อาเซียนจะมีแผนการนำใช้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองอย่างสมบูรณ์ในปี 2558 หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยได้ประกาศหลักเกณฑ์การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ซึ่งจะมีผลต่อกระบวนการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าในอนาคตอันใกล้คือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในวงกว้างเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการส่งออก และใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีเป็นลำดับต้น ๆ จากการพัฒนาเอกสารยังไม่พบบางงานวิจัยที่กล่าวถึงการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองอย่างเฉพาะเจาะจง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ และความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์
2. เพื่อศึกษาความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง
3. เพื่อแบ่งกลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ตามระดับความพร้อมต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองจากความพร้อมของปัจจัยในการจัดการ
4. เพื่อจำแนกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับความพร้อมของกลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านระยะเวลา ด้านศักยภาพการแข่งขัน ด้านกระบวนการ และด้านความโปร่งใสศึกษาความพร้อมของผู้ส่งออกในการจัดการ 6 ด้าน (6M's) ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านเครื่องจักร ด้านการจัดการ และด้านขวัญกำลังใจ

สมมติฐานการวิจัย

H1 การรับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองที่แตกต่างกัน

H2 ความพร้อมของปัจจัยในการจัดการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองที่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

แนวคิดด้านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

Diffusion of Innovation : DOI เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาการเผยแพร่ นวัตกรรม การยอมรับ นวัตกรรม ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ บุคคลระบบสังคม ระบบการสื่อสาร นวัตกรรม และระยะเวลา ตัวนวัตกรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จะทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายควรมีลักษณะดังนี้ ได้ประโยชน์มากกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม (Relative Advantage) มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมในสังคมและเป็นที่ยอมรับ (Compatibility) ไม่สลับซับซ้อน (Complexity) สามารถแบ่งทดลองครั้งละน้อย ๆ ได้ (Triability) สามารถเห็นผลและเข้าใจได้ง่าย (Observability) หากนวัตกรรมใดมีลักษณะดังที่กล่าวนี้จะทำให้เกิดการยอมรับได้ง่าย (Rogers, 1995: 15-16)

สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้อธิบายทฤษฎีด้านการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ เช่น แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology Acceptance Model : TAM) ตามแบบจำลอง TAM การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) จะส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากระบบสารสนเทศ (Perceived of Usefulness) ซึ่งมีผลต่อทัศนคติในการใช้งาน และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้งาน จริงในที่สุดแบบจำลอง TAM ได้รับการพัฒนาเพื่อใช้พยากรณ์พฤติกรรมการใช้ระบบสารสนเทศให้ชัดเจนยิ่งขึ้น แบบจำลองที่ถูกพัฒนาแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ ที่ได้รับจากระบบสารสนเทศจะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และความตั้งใจในการใช้งานที่จะส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้จริงมากที่สุด (Sophonthummapharn

2008: 44, 2009: 383) มีการผสมผสานทฤษฎี TAM ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ทฤษฎี DOI ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) และทฤษฎี SCT (Social Cognitive Theory) ด้านผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน (Outcome Expectation) ในการกำหนดตัวแปรการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Advantage) ซึ่งเป็นระดับการรับรู้ของบุคคล หรือองค์กรเกี่ยวกับประโยชน์ของนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยี ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำตัวแปรนี้มาใช้ในการศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง

แนวคิดปัจจัยในการจัดการ

ปัจจัยในการจัดการได้แก่ คน (Man) เครื่องจักร (Machine) เงินทุน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญเพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร และยังมีปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานนอกเหนือจาก 4M's ได้แก่ ตลาด (Market) วิธีการปฏิบัติงาน (Method) การจูงใจผู้ปฏิบัติงาน (Motivation) และวิธีการจัดการ (Management) (ธงชัย สันติวงษ์ 2549: 13-18) การเติบโตของอุตสาหกรรมทำให้ทรัพยากร 4 ประการ ไม่เพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมาย จึงมีการเพิ่มทรัพยากรทางการบริหาร เช่น เครื่องจักร (Machine) การตลาด (Market) เข้าไปเป็น 6M's การเพิ่มขวัญกำลังใจ (Morale) เข้าไปเป็น 7M's และการเพิ่มข้อมูลข่าวสาร (Message) เข้าไปเป็น 8M's (ตุลา มหภาพสุรานนท์ 2547: 41) จากการศึกษาแนวคิดปัจจัยในการจัดการ ผู้วิจัยเลือกปัจจัยในการจัดการ 6 ด้าน (6M's) ได้แก่ ด้านบุคลากร (Man) ด้านเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material) ด้านเครื่องจักร (Machine) ด้านการจัดการ (Management) และด้านขวัญกำลังใจพนักงาน (Morale) มาใช้กับงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาว่าผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีความพร้อมในแต่ละด้านเป็นอย่างไร

การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง

กลไกหนึ่งที่ทำให้ผู้ผลิตในประเทศสมาชิกกลุ่มอาเซียนสามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีด้านสิทธิพิเศษทางการค้าคือการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า สินค้าที่ได้รับการรับรองว่ามีถิ่นกำเนิดในประเทศสมาชิก

จะได้รับการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีนำเข้าทำให้ผู้นำเข้าสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงที่ผ่านมาแต่ละประเทศ มีมาตรฐานการดำเนินงานการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่แตกต่างกันดังนั้นหน่วยงานในอาเซียนจึงได้นำระบบการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้ามีหลักการพื้นฐาน 5 ประการ (สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย, 2553: 11-12)

1. เป็นรูปแบบที่ง่าย ใช้เอกสารและข้อมูลให้น้อยที่สุดเพื่อลดระยะเวลา และค่าใช้จ่าย
2. เอกสารและข้อมูลที่ใช้ในการรับรองต้องเชื่อถือได้
3. ประเด็นสำคัญที่ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และหน่วยงานภาครัฐต้องคำนึงถึงคือ ความสมดุลระหว่างความสะดวกง่าย และความเชื่อถือได้
4. ก่อนการนำเข้า และส่งออก ผู้นำเข้า และผู้ส่งออกควรรู้ถิ่นกำเนิดสินค้าที่ชัดเจน
5. เป็นกระบวนการที่มีความชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้

จากพื้นฐานดังกล่าวจะทำให้การดำเนินงานการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองสามารถช่วยให้ประเทศสมาชิกกลุ่มอาเซียนทั้งภาครัฐ และเอกชนลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการส่งออก

อาเซียนได้เริ่มโครงการนำร่องการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองเมื่อปี 2553 โดยมี 3 ประเทศที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่บรูไนมาเลเซียและสิงคโปร์สำหรับประเทศไทยได้เข้าร่วมโครงการนำร่องในเดือนตุลาคม 2554 อาเซียนได้กำหนดแผนการนำใช้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองอย่างสมบูรณ์ในปี 2558 (กรมการค้าต่างประเทศ, 2554: 4-5) การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองเป็นการให้สิทธิพิเศษโดยไม่ต้องใช้เอกสารการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่ออกโดยภาครัฐ ผู้ส่งออกสามารถรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในใบกำกับสินค้า หรือเอกสารทางการค้าอื่นที่กำหนดโดยไม่ต้องผ่านการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง (Certified Exporter) กับหน่วยงานที่มีอำนาจของแต่ละประเทศสมาชิก เมื่อขึ้นทะเบียนแล้วสามารถรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองได้ในเอกสารที่กำหนด ภายหลังจากส่งออกผู้ส่งออกมีหน้าที่รายงานข้อมูลการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าประจำวันให้ภาครัฐรับทราบ และต้องเก็บเอกสารหลัก

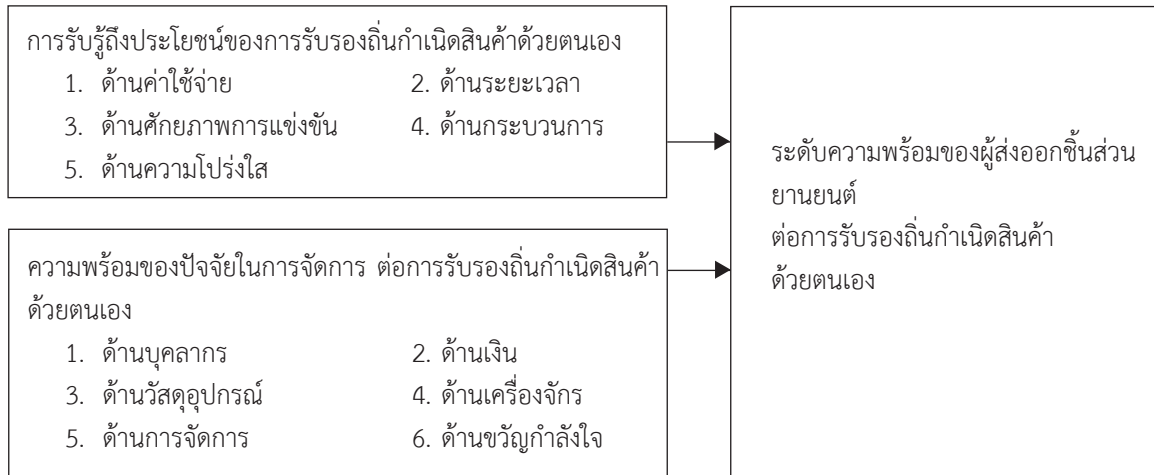
ฐานการผลิตและส่งออกไว้เพื่อการตรวจสอบอย่างน้อย 3 ปี ข้อดีของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองประหยัดเวลาเนื่องจากผู้ส่งออกสามารถทำการรับรองได้ในเอกสารของตนเองได้ทันทีประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง ค่าซื้อแบบฟอร์มและการรักษาความลับเรื่องต้นทุนสินค้า (Bangkok Shipowners and Agents Association, 2012: 3-6)

ถึงแม้ว่าระบบการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ส่งออกในการลดความยุ่งยากของขั้นตอนการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า มีผลทำให้กระบวนการส่งออกมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น และลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ส่งออก อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกต้องมีความรู้เรื่องกฎเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้า และระเบียบปฏิบัติในการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าเป็นอย่างดี เพื่อให้การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรเป็นไปอย่างถูกต้องโปร่งใส

จากการทบทวนงานวิจัย ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าอย่างเฉพาะเจาะจง มีงานวิจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางการค้าที่กล่าวถึงการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าเพียงบางส่วน เช่น การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองได้รับการยอมรับเป็นอันดับสอง รองจากการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าโดยภาครัฐ (Tanaka 2011: 3-4) จากงานวิจัยในประเทศไทยพบว่าผู้ส่งออกยังใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีในระดับปานกลางเนื่องจากมีประเด็นปัญหาในการดำเนินการเช่น กระบวนการขอใช้สิทธิประโยชน์ยุ่งยากซับซ้อน การพิจารณาออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าใช้เวลานาน ผู้ส่งออกให้ความเห็นว่าระบบที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ส่งออกมากที่สุดคือการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองได้ทุกรายรองลงมาคือการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองเฉพาะผู้ส่งออกที่ได้รับอนุญาตหากนาระบบเหล่านี้มาใช้จะช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2554: 66, 68) กระบวนการเกี่ยวกับการได้

รับหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าของอาเซียนควรมีการปรับปรุง เพื่อลดค่าใช้จ่ายและความซับซ้อน ซึ่งการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองที่ริเริ่มเมื่อเร็ว ๆ นี้โดยสมาชิกอาเซียนจะทำให้กระบวนการส่งออกมีความรวดเร็วขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ส่งออกของประเทศไทย และยังช่วยเพิ่มอัตราการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากร (Leelawath, Sakhornrad, & Pisitsupakul 2012: 12) จากงานวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 50 มีความต้องการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง เนื่องจากหน่วยงานที่มีอำนาจในการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้ายังคงต้องการเอกสารประกอบจากผู้ส่งออกซึ่งไม่เหมาะสมกับสภาพทางการค้าในปัจจุบัน (Zhang 2010: 23) สำหรับการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ผู้ส่งออกรับผิดชอบจัดเตรียมเอกสารของตนเองจะช่วยให้กระบวนการรับรองมีความง่ายขึ้น และทำให้บริษัทสามารถประหยัดเวลา และเงิน

นอกจากการลดค่าใช้จ่ายในการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าจากภาครัฐ การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองยังสามารถลดความเสี่ยงของการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับได้ (Wignaraja, Lazaro, & DeGuzman, 2010: 23) จากบทความเกี่ยวกับการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ได้กล่าวถึงข้อดีด้านการลดเวลาในการเตรียมเอกสารเพื่อยื่นภาครัฐ ขณะเดียวกันสามารถลดงานของภาครัฐ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ในประเทศผู้นำเข้าไม่จำเป็นต้องใช้เวลาตรวจสอบลายชื่อของผู้มีอำนาจลงนามที่ได้รับจากประเทศต้นทางเปรียบเทียบกับหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Ministry of International Trade and Industrial Malaysia, 2010: 233-234) จากข้อดีของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าในภาพรวม ผู้วิจัยต้องการศึกษาเป็นรายด้าน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านระยะเวลา ด้านศักยภาพการแข่งขัน ด้านกระบวนการ และด้านความโปร่งใสจากการทบทวนวรรณกรรม และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย 628 บริษัท(กรมส่งเสริมการส่งออก, 2554) ใช้สูตรของ Taro Yamane (บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร, 2553: 207) ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 คำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 245 บริษัท แบ่งสัดส่วนตามภาคและสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายด้วยการจับสลากในภาคที่มีกลุ่มตัวอย่างไม่เกิน 10 บริษัท ใช้โปรแกรม Microsoft excel สุ่มกลุ่มตัวอย่างในภาคที่มีมากกว่า 10 บริษัท

วิธีการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย และนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาข้อคำถามและสำนวนภาษาให้มีความถูกต้องเพื่อให้ได้ข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านและวิเคราะห์ความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัก ซึ่งคำนวณได้ค่าระหว่าง 0.737 - 0.938 แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลบริษัทด้วยคำถามแบบปลายปิด มีคำตอบแบบหลายตัวเลือก

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามการรับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง 5 ด้าน 19 ข้อ ด้วยแบบประเมินค่าของ Likert 5 ระดับ โดย 1 รับรู้ถึงประโยชน์น้อยที่สุด และ 5 รับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามความพร้อมของปัจจัยในการจัดการ 6 ด้าน รวม 18 ข้อ ด้วยการให้คะแนนแบบประเมินค่าของ Likert 5 ระดับ โดย 1 พร้อมน้อยที่สุด และ 5 พร้อมมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ 245 บริษัท ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายการตอบกลับประมาณร้อยละ 50 จึงเพิ่มจำนวนการส่งแบบสอบถามอีกหนึ่งเท่าตัว โดยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์พร้อมแนบซองเปล่าติดแสตมป์สำหรับการตอบกลับ มีผู้ตอบกลับแบบสอบถามเพียง 75 ชุดผู้วิจัยจึงส่งจดหมายติดตามทางไปรษณีย์อีกครั้ง ได้รับการตอบกลับเพิ่ม 51 ชุดรวมแบบสอบถามที่ได้รับเท่ากับ 126 ชุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 จากกลุ่มตัวอย่างมีแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลไม่สมบูรณ์ 4 ชุด ดังนั้นแบบสอบถามที่นำไปประมวลผลเท่ากับ 122 ชุดผู้วิจัยมีการทดสอบ Non

response bias เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ตอบกลับครั้งแรก และกลุ่มที่ตอบกลับหลังจากการติดตามด้วยสถิติ Pearson Chi-square พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในด้าน ตำแหน่งงาน ($X^2 = 2.695$, $p = 0.073$) ระยะเวลาประกอบกิจการ ($X^2 = 1.480$, $p = 0.830$) ประสบการณ์การใช้สิทธิภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรี ($X^2 = 1.274$, $p = 0.259$) ซึ่งเป็นประเด็นหลักของงานวิจัย จึงสรุปว่าไม่พบปัญหา Non response bias การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลช่วงเดือนธันวาคม 2555 ถึงวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2556

ร้อยละ 97.5 มีประสบการณ์การใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรี ร้อยละ 98.4 มีประสบการณ์มากกว่า 12 ปี มากที่สุด ร้อยละ 26.7 ยื่นขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้บริษัทตัวแทน ร้อยละ 50.8 และยื่นด้วยตนเอง ร้อยละ 49.2 ทั้งนี้มีบริษัทที่ยังไม่ได้รับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองร้อยละ 54.9

ผลการศึกษาระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองทั้ง 5 ด้าน สามารถสรุปได้ตามตาราง 1

ตาราง 1 ระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง

การรับรู้ถึงประโยชน์	Mean	SD	ความหมาย
ด้านค่าใช้จ่าย	4.13	0.827	รับรู้ประโยชน์มาก
ด้านระยะเวลา	4.12	0.863	รับรู้ประโยชน์มาก
ด้านศักยภาพการแข่งขัน	3.78	0.768	รับรู้ประโยชน์มาก
ด้านกระบวนการ	3.77	0.823	รับรู้ประโยชน์มาก
ด้านความโปร่งใส	3.89	0.882	รับรู้ประโยชน์มาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานใช้ Cluster Analysis เพื่อแบ่งกลุ่มผู้ส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ โดยใช้เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis ด้วยวิธี Ward's method ใช้ Discriminant Analysis เพื่อจำแนกตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหัวหน้างาน ร้อยละ 58.2 ปฏิบัติงานในฝ่ายส่งออก ร้อยละ 68.8 บริษัทมีระยะเวลาประกอบกิจการมากกว่า 12 ปีเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 71.3 มีพนักงานมากกว่า 200 คน ร้อยละ 63.1 มีการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน

จากตาราง 1 แสดงว่า ผู้ส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์รับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน พิจารณาจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ ด้านค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ด้านระยะเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.77

ผลการศึกษาระดับความพร้อมที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองทั้ง 6 ด้าน สามารถสรุปได้ตามตาราง 2

ตาราง 2 ระดับความพร้อมที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง

ความพร้อมรายด้าน	Mean	SD	ความหมาย
ด้านบุคลากร	3.43	0.885	พร้อมมาก
ด้านเงิน	3.39	0.817	ปานกลาง
ด้านวัสดุอุปกรณ์	3.92	0.702	พร้อมมาก
ด้านเครื่องจักร	3.83	0.794	พร้อมมาก
ด้านการจัดการ	3.46	0.851	พร้อมมาก
ด้านขวัญและกำลังใจ	3.46	0.743	พร้อมมาก

จากตาราง 2 แสดงว่า ผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ มีความพร้อมของปัจจัยในการจัดการในระดับมาก 5 ด้าน พิจารณาจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ ด้านวัสดุอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ ด้านเครื่องจักร มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีเพียงด้านเงินที่บริษัทมีความพร้อมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39

ผลการศึกษาความพร้อมของปัจจัยในการจัดการ แยกตามระดับความพร้อมของกลุ่ม สามารถสรุปค่าเฉลี่ยรายด้าน ได้ตามตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยรายด้าน แยกตามระดับความพร้อมของกลุ่ม

ความพร้อมของปัจจัยในการจัดการ	กลุ่มที่ 1 (n = 66)	กลุ่มที่ 2 (n = 56)	รวม (n = 122)
	Mean	Mean	Mean
ด้านบุคลากร	3.90	2.89	3.43
ด้านเงิน	3.82	2.89	3.39
ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.22	3.57	3.92
ด้านเครื่องจักร	4.29	3.27	3.83
ด้านการจัดการ	4.05	2.77	3.46
ด้านขวัญและกำลังใจ	3.87	2.98	3.46
รวม	4.02	3.06	3.58

การแบ่งกลุ่มด้วยเทคนิค Hierarchical Cluster Analysis วิธี Ward's method พบว่า การเปลี่ยนแปลงระยะห่างของ coefficient เปลี่ยนแปลงอย่างมากเมื่อแบ่งเป็น 2 กลุ่ม (Error Coefficients กลุ่มที่ 1 = 465.766, กลุ่มที่ 2 = 291.438 , กลุ่มที่ 3 = 257.593) ทำให้ Error Reduction จากกลุ่ม 1-2 มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 177.328 จากการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงระยะห่างของ coefficient สามารถแบ่งกลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ได้ 2 กลุ่ม

จากตาราง 3 แสดงว่า กลุ่มที่ 1 มีค่าเฉลี่ยความพร้อมรายด้านมากกว่ากลุ่มที่ 2 ทุกด้าน โดยกลุ่มที่ 1 มีความพร้อมด้านเครื่องจักรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.29 มีความพร้อมน้อยที่สุดด้านเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.82 กลุ่มที่ 2 มีความพร้อมด้านวัสดุอุปกรณ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.57 และมีความพร้อมน้อยที่สุดด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ย 2.77 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมเปรียบเทียบเกณฑ์ที่กำหนด สามารถกำหนดชื่อกลุ่มได้ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ให้ชื่อว่า 'กลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีระดับความพร้อมมาก' และ

กลุ่มที่ 2 ให้ชื่อว่า ‘กลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีระดับความพร้อมปานกลาง’

ผลการทดสอบประสิทธิภาพของการจำแนกด้วย Discriminant analysis สามารถสรุปได้ตามตาราง 4

จำแนกกลุ่มสามารถจำแนกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($0.000 < 0.05$) แสดงว่าการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม 2 กลุ่ม มีความแตกต่างกันและการจำแนกกลุ่มสามารถจำแนกได้ถูกต้องร้อยละ 96.7 มีความน่าเชื่อถือกว่าการจำแนกโดยไม่ใช้สมการ

ตาราง 4 ประสิทธิภาพของการจำแนกด้วย Discriminant Analysis

Original group	กลุ่ม	พร้อมมาก	พร้อมปานกลาง	รวม
Count	พร้อมมาก	64	2	66
	พร้อมปานกลาง	2	54	56
Percentage	พร้อมมาก	97.0	3.0	100
	พร้อมปานกลาง	3.6	96.4	100
Wilks' Lambda				
Test of function(s)	Wilks' Lambda	Sig.		
1	0.306	0.000		

หมายเหตุ: 96.7 percent of original grouped cases correctly classified.

มีการทดสอบการจำแนกกลุ่มด้วย Discriminant analysis โดยใช้ตัวแปรการรับรู้ถึงประโยชน์ และความพร้อมของปัจจัยในการจัดการ จากตาราง 4 พบว่า สมการ

ผลการทดสอบระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรจำแนกสามารถสรุปได้ตามตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแบ่งตามกลุ่มความพร้อม

ตัวแปรจำแนก	กลุ่มพร้อมมาก (n=66)		กลุ่มพร้อมปานกลาง (n=56)		Test of equality of group means		Sig.
	Mean	SD	Mean	SD	Wilks' Lambda	F value	
ด้านค่าใช้จ่าย	4.29	0.791	3.93	0.835	0.954	5.749	0.018*
ด้านระยะเวลา	4.34	0.683	3.86	0.980	0.922	10.121	0.002*
ด้านศักยภาพการแข่งขัน	4.01	0.674	3.52	0.792	0.899	13.526	0.000*
ด้านกระบวนการ	3.99	0.772	3.51	0.812	0.915	11.160	0.001*
ด้านความโปร่งใส	3.96	0.862	3.80	0.905	0.992	1.011	0.317
ด้านบุคลากร	3.90	0.643	2.89	0.820	0.673	58.337	0.000*
ด้านเงิน	3.82	0.677	2.89	0.673	0.678	56.873	0.000*
ด้านวัสดุอุปกรณ์	4.22	0.511	3.57	0.738	0.788	32.298	0.000*
ด้านเครื่องจักร	4.29	0.534	3.27	0.691	0.587	84.271	0.000*
ด้านการจัดการ	4.05	0.536	2.77	0.596	0.436	155.423	0.000*
ด้านขวัญและกำลังใจ	3.87	0.604	2.98	0.591	0.643	66.518	0.000*

จากตาราง 5 แสดงค่านัยสำคัญ พบว่าค่าเฉลี่ยทั้ง 10 ตัวแปร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านระยะเวลา ด้านศักยภาพการแข่งขัน ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านเครื่องจักร ด้านการจัดการ และด้านขวัญกำลังใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นตัวแปรด้านความโปร่งใสที่มีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรสามารถสรุปได้ตามตาราง 6

ตาราง 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปร	ผลการทดสอบ
H1 การรับรู้ถึงประโยชน์		
H1a	ด้านค่าใช้จ่าย	ยอมรับสมมติฐาน
H1b	ด้านระยะเวลา	ยอมรับสมมติฐาน
H1c	ด้านศักยภาพการแข่งขัน	ยอมรับสมมติฐาน
H1d	ด้านกระบวนการ	ยอมรับสมมติฐาน
H1e	ด้านความโปร่งใส	ปฏิเสธสมมติฐาน
<i>H2 ความพร้อม</i>		
H2a	ด้านบุคลากร	ยอมรับสมมติฐาน
H2b	ด้านเงิน	ยอมรับสมมติฐาน
H2c	ด้านวัสดุอุปกรณ์	ยอมรับสมมติฐาน
H2d	ด้านเครื่องจักร	ยอมรับสมมติฐาน
H2e	ด้านการจัดการ	ยอมรับสมมติฐาน
H2f	ด้านขวัญกำลังใจ	ยอมรับสมมติฐาน

จากตาราง 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ทุกตัวแปรยอมรับสมมติฐาน ยกเว้นตัวแปร H1e ที่ปฏิเสธสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านระยะเวลา ด้านศักยภาพการแข่งขัน และด้านกระบวนการที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่แตกต่างกันยกเว้นการรับรู้ถึงประโยชน์ด้านความโปร่งใส ทั้ง 2 กลุ่มมีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่แตกต่างกัน ตัวแปรความพร้อมของปัจจัยในการจัดการทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านเครื่องจักร ด้านการจัดการ และด้านขวัญกำลังใจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วน

ยานยนต์ที่มีต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยมีการทดสอบตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับความพร้อมของกลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ โดยกำหนดเกณฑ์ไว้ที่ 0.3 (Hair, Babin, Money & Samouel 2003 : 386) ทุกตัวแปรที่มีค่าต่ำกว่า 0.3 จะถูกพิจารณาว่าเป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการจำแนกค่า ในตาราง 7 แสดงค่าอำนาจการจำแนกของทุกตัวแปรจำแนกพบว่า 5 ตัวแปรจำแนกที่มีอำนาจในการจำแนกค่า ได้แก่ ด้านศักยภาพ

การแข่งขัน ด้านระยะเวลา ด้านกระบวนการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านความโปร่งใส ส่วน 6 ตัวแปรด้านความพร้อมของปัจจัยในการจัดการมีค่าสูงกว่าจุดตัดที่กำหนด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านเครื่องจักร ด้านบุคลากร ด้านขวัญกำลังใจ ด้านเงิน และด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการจำแนกความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีระดับความพร้อมมาก และกลุ่มพร้อมปานกลาง

ผลการทดสอบค่าอำนาจการจำแนกของตัวแปรจำแนกสามารถสรุปได้ตามตาราง 7

ตาราง 7 ค่าอำนาจการจำแนก

ตัวแปรจำแนก	ค่าสัมประสิทธิ์
ด้านการจัดการ	0.755
ด้านเครื่องจักร	0.556
ด้านบุคลากร	0.494
ด้านขวัญกำลังใจ	0.463
ด้านเงิน	0.457
ด้านวัสดุอุปกรณ์	0.344
ด้านศักยภาพการแข่งขัน	0.223
ด้านระยะเวลา	0.202
ด้านกระบวนการ	0.193
ด้านค่าใช้จ่าย	0.145
ด้านความโปร่งใส	0.061

มีผู้ตอบข้อเสนอแนะในแบบสอบถามส่วนที่ 4 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.47 ผู้ส่งออกให้ความเห็นว่าการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้ามีประโยชน์ช่วยลดค่าใช้จ่าย และทำให้กระบวนการส่งออกมีความรวดเร็วขึ้น ผู้ส่งออกบางส่วนให้ความเห็นว่าระเบียบปฏิบัติในการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองยังไม่ชัดเจนบางขั้นตอนยังมีความไม่คล่องตัว และใช้ข้อมูลประกอบมาก เช่น การรายงานข้อมูลการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ผู้ส่งออกบางส่วนยังไม่เข้าใจรายละเอียดการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง และมีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้กับผู้ส่งออก รวมถึงต้องการให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐตอบคำถามด้วยมาตรฐานเดียวกัน

อภิปรายผล

ผู้ส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์รับรู้อถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในระดับมากทั้ง 5 ด้าน อาจเนื่องจากผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีจึงสามารถประเมินการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในแนวทางเดียวกันโดยเฉพาะด้านค่าใช้จ่าย และระยะเวลาที่มีความชัดเจนมากกว่าด้านอื่น เนื่องจากผู้ส่งออกสามารถรับรองในเอกสารการส่งออกของตนเองได้ทันที ไม่ต้องยื่นเอกสารให้ภาครัฐพิจารณา มีผลทำให้ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาลดลงอย่างเห็นได้ชัดเป็น

ไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยหลาย ๆ ฉบับ (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2554: 66 ; Ministry of International Trade and Industrial Malaysia, 2010: 233-234 ; Wignaraja, Lazaro, & DeGuzman, 2010: 23 ; Zhang, 2010: 23 ; Leelawath, Sakhornrad, & Pisitsupakul, 2012: 10) ผู้วิจัยมีความเห็นเช่นเดียวกับงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวว่าการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองสามารถลดค่าใช้จ่าย และระยะเวลา นอกจากนั้นผู้วิจัยยังสนับสนุนประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าในหัวข้อการลดความเสี่ยงในการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ (Wignaraja, Lazaro, & DeGuzman, 2010: 23) เนื่องจากการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องยื่นตรวจสอบโครงสร้างต้นทุนสินค้าก่อนการส่งออก ทำให้ไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลโครงสร้างต้นทุนที่เป็นความลับในด้านกระบวนการที่ผู้ส่งออกรับรู้ประโยชน์น้อยกว่าด้านอื่น อาจเนื่องจากผู้ส่งออกมองว่าเป็นภาระในการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อแสดงต่อภาครัฐทั้งก่อน และหลังการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง เช่น การขอเพิ่มรายการสินค้าที่ได้รับสิทธิ การรายงานข้อมูลการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า ผู้วิจัยเห็นด้วยกับการกำหนดกระบวนการของภาครัฐ เช่น ผู้ส่งออกต้องรายงานข้อมูลการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าต่อหน่วยงานภาครัฐทุกเดือน ผู้วิจัยมีความเชื่อว่าการทำให้ระบบการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากกระบวนการ

หรือระเบียบปฏิบัติที่ภาครัฐกำหนดขึ้นมาเป็นไปตามหลักการพื้นฐานของระบบการรับรองสินค้า เพื่อให้มีความสมดุลระหว่างความสะดวกง่าย แต่เชื่อถือได้ ภายใต้ความโปร่งใส และตรวจสอบได้

ด้านความพร้อมของปัจจัยในการจัดการ ผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีความพร้อมเกือบทุกด้าน อาจเนื่องจากผู้ส่งออกส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้สิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีจึงมีบุคลากรที่มีความเข้าใจกฎเกณฑ์ถิ่นกำเนิดสินค้า สามารถผลักดันให้สินค้าของบริษัทมีความสอดคล้องกับกฎเกณฑ์การได้ถิ่นกำเนิดมากที่สุด แต่ในด้านเงินที่มีความพร้อมปานกลางอาจเนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนา หรือเพิ่มประสิทธิภาพของระบบในการทำงานมากกว่างบประมาณการจ้างบุคลากรที่ค่าแรงปรับตัวสูงขึ้น เห็นได้จากผลการวิจัยผู้ส่งออกมีความพร้อมมากด้านงบประมาณเพื่อจัดสรรระบบที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน

ผู้ส่งออกทั้ง 2 กลุ่มมีการรับรู้ถึงประโยชน์ด้านความโปร่งใสที่ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากผู้ส่งออกที่ยังไม่ใช้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองยังต้องยื่นเอกสาร และมีการพิจารณาอนุมัติโดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ขณะที่ผู้ส่งออกที่ใช้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองบางส่วนยังมีการดำเนินการแบบคู่ขนานทั้งการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง และการยื่นขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐ ผู้ส่งออกอาจมองว่าเป็นเรื่องที่ควบคุมได้ยากเพราะยังมีดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่มาเกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงรับรู้ประโยชน์ด้านความโปร่งใสที่ไม่แตกต่างกัน

สามารถกล่าวได้ว่าปัจจัยพื้นฐานในการจัดการมีความสำคัญต่อการจำแนกระดับความพร้อมของผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ ดังนั้นองค์กรต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวโดยเฉพาะด้านการจัดการ และปัจจัยพื้นฐานด้านอื่น เช่น เครื่องจักร บุคลากร ขวัญกำลังใจ เงิน และวัสดุอุปกรณ์ อย่างสอดคล้องสมดุล

สรุป

ผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์รับรู้ถึงประโยชน์ของการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในระดับมากทุกด้าน และมีความพร้อมของปัจจัยในการจัดการในระดับมากเกือบทุกด้านเช่นเดียวกันหากพิจารณาจากการแบ่งกลุ่มยังคงพบว่าผู้ส่งออกมากกว่าร้อยละ 40 ยังมีความพร้อมใน

ระดับปานกลาง ผู้ส่งออกดังกล่าวควรได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง พร้อมกับการเตรียมความพร้อมด้านปัจจัยในการจัดการของหน่วยงานตนเอง เพื่อให้มีความพร้อมต่อการนำใช้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองในกลุ่มอาเซียนในปี 2558

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานภาครัฐควรกำหนดมาตรการเชิงรุกที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ส่งออก และมีการติดตามผลเป็นระยะ เพื่อส่งเสริมให้มีความพร้อมต่อการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ด้านผู้บริหารภาคเอกชนต้องติดตามความเคลื่อนไหวด้านการค้าระหว่างประเทศ สำรวจศักยภาพ ปรับตัวให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับปฏิบัติ

หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมการค้าต่างประเทศควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างเข้าถึงกลุ่มผู้ส่งออก การชี้แจงประโยชน์ หลักเกณฑ์การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง ผ่านการสัมมนาแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรม และเป็นสื่อกลางในการจัดเวทีแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งออกที่มีการใช้ และยังไม่ใช้การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเอง เพื่อรับทราบปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกทั้ง 2 กลุ่ม และกำหนดแผนปฏิบัติการนอกจากนั้นควรจัดทำคู่มือเผยแพร่ระเบียบปฏิบัติในการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าพร้อมตัวอย่างประกอบอย่างละเอียด เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และให้การอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของกรมการค้าต่างประเทศให้มีความเข้าใจระเบียบปฏิบัติในแนวทางเดียวกันเพื่อตอบคำถามกับผู้ส่งออกด้วยมาตรฐานเดียวกัน

ผู้บริหารขององค์กรต้องให้ความสำคัญกับการติดตามการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าจากภาครัฐ กำหนดแนวทางที่มีความชัดเจนให้การสนับสนุนในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ โดยมีการพิจารณางบประมาณเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานควบคู่กับการพัฒนาระบบงานการพิจารณาจัดสรรหน้าที่ให้สอดคล้องกับงานที่มีการเปลี่ยนแปลง การให้ความสำคัญในการสร้างขวัญและกำลังใจพนักงาน เพื่อช่วยยกระดับการมีส่วนร่วมของพนักงาน

ในการผลักดันงานต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งจัดหาเครื่องมือ และระบบที่มีประสิทธิภาพ เช่น ระบบบริหารการจัดเก็บเอกสารเพื่อรองรับการตรวจสอบย้อนหลังจากภาครัฐ และการให้ความสำคัญกับการจัดหาแหล่งวัตถุดิบทดแทนเพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างต่อเนื่องสามารถใช้สิทธิประโยชน์ได้ตามเงื่อนไข

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งออกที่ดำเนินการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองด้วยการสัมภาษณ์ในเชิงลึก

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ. (2553). *เขตการค้าเสรีอาเซียน AFTA*. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2556, จาก <http://www.aseanfta.com/index.php/about-aseanfta>
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2554). การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองของอาเซียน. *วารสารการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า*, 2(1), 4-5, 31.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2554). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. ค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2556, จาก http://www.thaifta.com/trade/public/doc15jun54_june.pdf
- กรมส่งเสริมการส่งออก. (2554). *Thailand's Exporter Directory (Automotive / Auto parts and Accessories)*. ค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2555, จาก http://www.application.ditp.go.th/Center_Public/list_exporter.html?ตุลา มหาวิทยาลัยสุโขทัย. (2547). *หลักการจัดการ-หลักการบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พ.ศ. พัฒนา.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2549). *หลักการจัดการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพพร สัจวร และ สุดาพร สวม่วง. (2557). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกบางพาราไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 19(1): 111-122.
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไออินเตอร์มีเดีย.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2554). *โครงการเพิ่มขีดความสามารถภาคอุตสาหกรรมภายใต้ต้นนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศของไทยระยะที่ 2 (รายงานฉบับสมบูรณ์)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2554). กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจขายตรงในประเทศเวียดนาม. *อาเซียน. วารสารสมาคมนักวิจัย*, 16(3): 118-128..
- สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย. (2553). *การรับรองถิ่นกำเนิดด้วยตนเองของอาเซียน (Self Certification)*. *จดหมายข่าวสมาคมอาเซียน-ประเทศไทย*, 2(3), 11-12.
- สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2556, จาก http://journal.it.kmitl.ac.th/read.php?article_id=4fc7969f1698b87278000000Bangkok Shipowners and Agents Association. (2012). การรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองของอาเซียน. *BSSA NEWS*, 5(19), 3-6.
- Hair, Joseph F., Babin, Barry., Money, Arthur H., & Samouel, Phillip. (2003). *Essentials of Business Research Methods*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2003.
- Leelawath, W., Sakhornrad, P., & Pisitsupakul, K. (2012). *Utilization of tariff preferential under AFTA: A case of Thailand*. Retrieved January 8, 2013, from <http://www.itd.or.th/articles?start=20>

- Ministry of International Trade and Industry Malaysia. (2010). *APEC Self-Certification of origin pathfinder Initiative*. Retrieve August 7, 2012, from http://www.miti.gov.my/cms/storage/documents/cea/Com.tms.cms.document.Document_599a9ac8-c0a81573-272f272f-895c0ad0/1/annual%20report%20miti%202009_edit.pdf.
- Rogers, Everett M. (1995). *Diffusion of Innovations.4th edition*. New York: Free Press.
- Sophonthummapharn, K. (2008). *A comprehensive framework for the adoption of techno-relationship innovations empirical evidence from eCRM in manufacturing SMEs*. Unpublished doctoral dissertation, Umeå University, Sweden.
- Sophonthummapharn, K. (2009). *The adoption of techno-relationship innovations a framework for electronic customer relationship management. Marketing Intelligence & Planning*, 3(27), 380-412.
- Tanaka, A. (2011). *World trends in preferential origin certification and verification (WCO Research Paper No. 20)*. Brussels: World Customs Organization.
- Wignaraja, Ganeshan D., Lazaro, Dorothea.,&DeGuzman, Genevieve. (2010). *FTAs and Philippine Business: Evidence from Transport, Food, and Electronics Firms (ADB Working Paper No. 185)*. Tokyo : Asian Development Bank Institute.
- Zhang, Y. (2010). *The impact of Free Trade Agreements on business activity: A survey of firms in the People's Republic of China (ADB Working Paper 251)*. Tokyo: Asian Development Bank Institute.