

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การส่งออกเป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจของทุกประเทศ เพราะเป็นการนำเงินตราเข้าประเทศเพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน จะเห็นได้จากประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีบทบาททางเศรษฐกิจ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน ฮองกง สิงคโปร์ ใต้หวัน ล้วนแล้วแต่มีศักยภาพในด้านการส่งออก และการส่งออกถือเป็นดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคการค้าเสรีที่หลาย ๆ ประเทศจากทุกภูมิภาคทั่วโลกถึงความสำคัญของความร่วมมือกันทางการค้า ความตกลงเรื่องเขตการค้าเสรี(FTA) จึงได้มีการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านส่งออก เช่น เรื่องคุณภาพสินค้า การปฏิบัติตามธรรมเนียมข้อตกลงทางการค้าสากล ระเบียบพิธีการทางศุลกากร และข้อมูลข่าวสารสำหรับผู้ประกอบการส่งออก เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย การส่งออก ถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่สร้างงาน สร้างโอกาส สร้างรายได้ และส่งเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ การผลิตนั้น ช่วยส่งผลทางตรง ให้ผลผลิตรวมภายในประเทศ (Gross Domestic products หรือ GDP) เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การส่งออกและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ยังก่อให้เกิดการพัฒนาทางอ้อมอีกหลายด้าน ๆ เช่น

1. เป็นการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ในการพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหลักของประเทศไทย เช่น ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นภาคการส่งออกที่สำคัญยิ่งมาโดยตลอด ก่อให้เกิดการถ่ายทอดและรับเอาเทคโนโลยีใหม่ทางการผลิต การขนส่ง และระบบการจัดการข้อมูลข่าวสาร
2. การแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ เป็นการส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน หรือข้อกำหนดทางสากลที่เป็นยอมรับในตลาดการค้าระหว่างประเทศ

3. การส่งออกสินค้าไทยหลาย ๆ ชนิด เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมและวิถีประเพณี เช่น การส่งออกเครื่องปั้นดินเผา ขนุนไทย อาหารไทย สมุนไพร นอกจากนี้สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชาติแล้ว ยังช่วยสร้างชื่อเสียงและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้เป็นที่ประจักษ์

หน่วยงานของภาครัฐที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลด้านการส่งออกโดยตรง มีอยู่ด้วยกันหลายหน่วยงาน ซึ่งหน่วยงานที่สำคัญที่สุดหน่วยงานหนึ่ง คือ กรมส่งเสริมการส่งออก สังกัดกระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่ช่วยเหลือและส่งเสริมกิจกรรมด้านการส่งออกโดยตรง อาทิ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการส่งออก การช่วยเหลือด้านการเปิดตลาดสินค้าระหว่างประเทศ การเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการส่งออก

สินค้าเกษตร เป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศไทยที่มีพื้นฐานมาจากการเป็นประเทศเกษตรกรรม ศักยภาพการสร้างผลผลิตสินค้าเกษตรของประเทศไทยมีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับในเวทีการค้าโลก ผลผลิตทางเกษตรที่ไทยส่งออกสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้อย่างมาก ทั้งช่วยสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ รวมถึง คุณภาพชีวิตของเกษตรกรได้ รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงศักยภาพในการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นอย่างดี ปัจจุบัน จึงได้มีการวางนโยบายเพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและเติบโตในทิศทางที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมทั้งผู้ผลิตที่เป็นผู้ส่งออกโดยตรง และผู้ประกอบการส่งออกที่เป็นตัวแทนทางการค้า หรือ เรียกว่า intertrader

ปัจจัยสำคัญในวิถีแห่งการพัฒนาการส่งเสริมการส่งออกของกรมส่งเสริมการส่งออก คือ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการส่งออก ซึ่งจะสะท้อนถึงคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน ในฐานะหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทในด้านการส่งเสริมการค้าของประเทศ ไปสู่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกในฐานะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารที่จะได้ทราบข่าว และขยายฐานข้อมูลความรู้จากข้อมูลข่าวสารที่ตนได้รับจนเกิดเป็นการใช้สื่อและความพึงพอใจในฐานะผู้รับสาร ส่วนในทางผู้วางนโยบายและผู้ปฏิบัติงานด้านข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก ได้กำหนด บทบาท ขอบเขต ช่องทางของข่าวสาร และกลยุทธ์อย่างไร เพื่อให้การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรได้รับประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุด

กรมส่งเสริมการส่งออกได้ให้วิสัยทัศน์ในการดำเนินงานไว้ดังนี้

### วิสัยทัศน์ของกรมส่งเสริมการส่งออก

เป็นผู้นำในการสร้างรายได้จากการส่งออก เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโต โดยมีอัตราการส่งออกขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20 และสัดส่วนตลาดใหม่ต่อตลาดเดิม (39:61)

### ความสำคัญของสินค้าเกษตรในฐานะสินค้าส่งออกหลักของประเทศไทย

ในด้านนโยบายภาพกว้างของกระทรวงพาณิชย์ที่กำหนดให้กับกรมส่งเสริมการส่งออก ก็ได้ระบุถึงศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของสินค้าเกษตร เช่น ข้าว มันสำปะหลัง สับปะรด ผัก และผลไม้ว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น แต่ประเทศไทยไม่ได้รับผลตอบแทนเท่าที่ควร เนื่องจากมีบริษัทจากต่างชาติเข้ามาดำเนินการด้านส่งออก ประกอบกับในขณะนี้กระทรวงพาณิชย์ได้เร่งรัดเปิดตลาดการค้าของไทย โดยการจัดทำเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศในกลุ่มอาเซียน จีน และบราซิล และกำลังจะจัดทำเขตการค้าเสรีกับอีกหลายประเทศ เช่น อินเดีย ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ในส่วนนี้ก็ได้มีความพยายามที่จะรักษาการเติบโตด้านการส่งออกสินค้าเกษตรที่เป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศไทย และเพื่อไม่ให้เกษตรกรไทยและผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร ได้รับผลกระทบที่ไม่เป็นธรรมในทางการค้าระหว่างประเทศ ทางกรมส่งเสริมการส่งออก ที่เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการส่งออกโดยตรง ได้มีการผลักดันสินค้าเกษตรของไทย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น การพัฒนาสินค้าเกษตร ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตร เช่น สินค้าผลไม้ไทยทั้งสดและอบแห้ง การปรับตัวเชิงกลยุทธ์การทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ การสร้างกลไกด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพ การสนับสนุนและสร้างโอกาสให้กับสินค้าเกษตร รวมไปถึงจนถึงการสนับสนุนการจัดหาเครดิตการเงิน และเงินทุนหมุนเวียนให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตร การหาผู้ร่วมลงทุนทำการค้าในต่างประเทศ และการจัดตั้งสถานที่กระจายสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศอีกด้วย

กรมส่งเสริมการส่งออก จึงต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพแก่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุเป้าประสงค์ดังที่ กรมส่งเสริมการส่งออกได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งออกเพื่อการพัฒนาการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไว้อย่างมีแบบแผน ปัจจัยทางการสื่อสารดังที่ได้กล่าวมาจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการดำเนินการด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกแก่ ผู้ประกอบการส่งออก สินค้า เกษตร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตร จากการได้รับ ข้อมูล ข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก

### ปัญหานำการวิจัย

1. กรมส่งเสริมการส่งออกมีวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการส่งออกอย่างไร
2. ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตร มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากกรมส่งเสริมการส่งออกหรือไม่ อย่างไร

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะ การให้ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออกแก่ ผู้ประกอบการส่งออก สินค้า ประเภท เกษตร และศึกษาเฉพาะช่วงเวลาเดือนมิถุนายน ปี 2548 จนถึง เดือนมิถุนายน ปี 2549

### ข้อจำกัดของการวิจัย

การสนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกสินค้าประเภท เกษตร มีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน อาทิ กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กองเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้น บทบาทของกรมส่งเสริมการส่งออก สังกัดกระทรวงพาณิชย์ จึงอยู่ในฐานะของการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ

## นิยามศัพท์ในการวิจัย

ข้อมูลข่าวสาร	หมายถึง ข้อความที่สื่อความหมายให้รู้เรื่องราว และข้อเท็จจริงใด ๆ ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการพ.ศ.2540ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมส่งเสริมการส่งออก
สินค้าเกษตร	หมายถึง สินค้าที่ได้มาจากผลผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพด ยางพารา และ สัตว์ประรด และสินค้าเกษตรแปรรูป
ผู้ส่งออก	หมายถึง ผู้ที่ประกอบธุรกิจการส่งออกอยู่แล้ว หรือผู้ประกอบการรายใหม่ที่ส่งออกสินค้า ประเภท เกษตร
การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อไปสู่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
กลยุทธ์การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ผสมผสานขึ้นมาเพื่อใช้ในการนำเสนอการให้ข้อมูลข่าวสาร
ช่องทางของข่าวสาร	หมายถึง สื่อต่างๆที่ผู้ส่งสารได้กำหนดวิธีการเกี่ยวกับการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยกำหนดการเลือกช่องทางของข้อมูลข่าวสารที่จะเกิดประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลข่าวสาร
การรับรู้ข่าวสาร	หมายถึง การรับทราบและตระหนักรู้ในเนื้อหาของสาระของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งออกสินค้าเกษตรและช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการส่งออก
2. เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ และเป็นแนวทางปรับเปลี่ยนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้สอดคล้องกับการรับรู้ของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตร