

ความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูป ไปยังตลาดประเทศอินเดียของ SME ไทย

Risk for Exporting Processed Fruit of Thai SME to India Market

ฉัตรฤดี จองสุรีย์ภาส¹ และ ธนพร จนาพิระกนิษฐ²
Chatrudee Jongsureeyapart and Tanaporn Janapiraganit

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทย ไปยังตลาดประเทศอินเดีย ตลอดจนการเสนอแนวทางการเพิ่มโอกาสการส่งออกในบริบทของ PPP (Private Public และ Partnership) โดยงานวิจัยได้เน้นศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ไทย ที่ผลิตลำไยแปรรูป มะขามแปรรูป และมะพร้าวแปรรูป จำนวนทั้งสิ้น 111 ราย จากนั้นใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ Paired Sample T-test เพื่อหาขนาดความสัมพันธ์ของปัจจัยเสี่ยงแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจส่งออก ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยเสี่ยงด้านวัฒนธรรม การบริโภคและความพึงพอใจต่อสินค้าของผู้บริโภคอินเดีย รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายและความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลที่ SME ไทยได้รับ เป็นความเสี่ยงสำคัญในการส่งออกไปยังตลาดอินเดีย

คำสำคัญ: ผลไม้แปรรูป ความเสี่ยงการส่งออก SME

¹อาจารย์ ดร. ประจักษ์สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

Lecturer, School of Management, Mae Fah Luang University, Chaing Rai Province.

²อาจารย์ โปรแกรมวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย

Lecturer, Department of Logistics Management, Faculty of Management Science, Chaing Rai Rajabhat University, Chaing Rai Province.

Corresponding e-mail: tnp.jana@gmail.com

Article history: Received 2 August 2018, Revised 24 May 2019, Accepted 24 June 2019

Abstract

This research aims to study exporting risk toward India market in the perception of Thai small to medium-sized enterprise (SME) manufacturing processed fruit, especially longan, tamarind, and coconut, totally 111 enterprises. Then the suggestion toward risks in a context of PPP (Private, Public, and Partnership) will be reached. The quantitative method is used in this study by adopting Paired Sample T-test method to illustrate correlation outputs of each risk factor. The findings reveal that Indian consumer behavior, anxiety of trade contract, and asymmetry information between Thai SME and Indian importers, or agents, are the significant exporting risks when Thai SME aims to export to India market.

Keywords: *Processed fruit, Exporting risk, SME*

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small to Medium-sized Enterprises: SME) เริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศไทยในช่วง พ.ศ.2540 ภายหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลในขณะนั้นได้มีนโยบายปกป้องและกระตุ้นเศรษฐกิจหลากหลายรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในมาตรการดังกล่าว คือการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของไทย ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ การผลิต การค้า และการบริการ จึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงาน และการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

อุตสาหกรรมการผลิตอาหารแปรรูปของไทยนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงในการส่งออก โดยในปี 2558 ไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารแปรรูป 17,322.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งกว่าร้อยละ 43.2 ของมูลค่าการส่งออกเป็นการส่งออกโดย SME (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559) นอกจากนี้อาหารแปรรูปที่มีความสำคัญในการส่งออกของไทย ยังได้แก่สินค้าแปรรูปจากผลไม้ซึ่งมีการส่งออกทั่วโลก เป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 57 เมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกสินค้าประเภทผลไม้ทั้งหมดของไทย

ในส่วนของประเทศอินเดียซึ่งเป็นประเทศปลายทางการค้าส่งออกที่สนใจศึกษานั้น สินค้าผลไม้แปรรูปกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวอินเดีย จากข้อมูลทางสถิติพบว่า ประเทศอินเดียมีปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้แปรรูปเพิ่มมากขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จาก 22,700 ตัน (หรือคิดเป็น 27.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปี 2549 เพิ่มขึ้นเป็น 50,100 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่า 81.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2559 (Global Trade Atlas. 2017) โดยประเทศที่อินเดียมีการนำเข้าผลไม้แปรรูปมากที่สุด ได้แก่ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และไทย ตามลำดับ จากสถิติการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ Kumar (2011: 1-5) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารแปรรูปของชาวอินเดีย พบว่า ผู้บริโภคชาวอินเดียมีแนวโน้มจับจ่ายซื้อผลไม้แปรรูปมากขึ้นเนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นและการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตให้เป็นแบบสังคมเมืองมากขึ้น จึงมีความต้องการบริโภคอาหารที่สามารถรับประทานได้ทันทีเพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ EXIM Bank Thailand (2555) ยังได้ระบุว่า ผู้บริโภคชนชั้นกลางชาวอินเดียสนใจอาหารรูปแบบใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น อาทิ อาหารและผลไม้แปรรูป รวมถึงอาหารกึ่งสำเร็จรูป

เมื่อมองในมุมมองของสินค้าผลไม้แปรรูปที่อินเดียมีการนำเข้าพบว่าประเทศอินเดียมีการนำเข้าผลไม้แปรรูปจากไทยหลากหลายชนิด แต่กลับมีการนำเข้าลำไยแปรรูป มะขามแปรรูป และมะพร้าวแปรรูปจากไทยในปริมาณไม่มากนัก ในขณะที่ผลไม้แปรรูปทั้งสามชนิดดังกล่าวถือเป็นสินค้าที่ไทยสามารถครองส่วนแบ่งการส่งออกทั่วโลกได้ในอัตราที่สูง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปของผู้ประกอบการ SME ไทยไปยังตลาดประเทศอินเดีย โดยเฉพาะสินค้าลำไยแปรรูป มะขามแปรรูป และมะพร้าวแปรรูป เพื่อทราบถึงความเสี่ยงและข้อจำกัดในมุมมองของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อยกระดับความสามารถในการส่งออกผลไม้แปรรูปไทยไปยังตลาดนำเข้าที่มีศักยภาพต่อไป

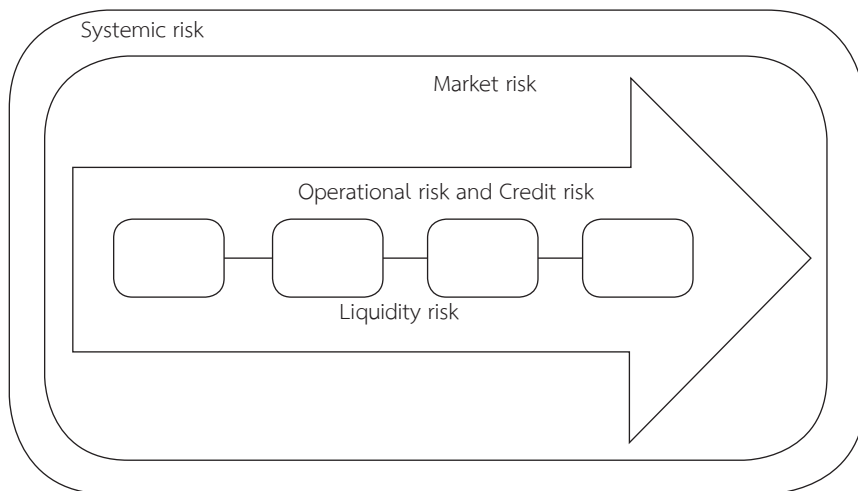
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปของ SME ไทย ไปยังตลาดประเทศอินเดีย
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการเพิ่มโอกาสส่งออกผลไม้แปรรูปไทยไปยังตลาดประเทศอินเดีย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016) เป็นแบบจำลองที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ โดยแบบจำลองดังกล่าวเป็นแบบจำลองที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อศักยภาพของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Performance) ตามบริบทของห่วงโซ่ต่างๆ โดยได้แบ่งกรอบความเสี่ยงออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม (Systemic risk) ความเสี่ยงด้านตลาด (Market risk) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational risk) ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit risk) และ ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity risk) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1: แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016)

ความเสี่ยงในแบบจำลองดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงชั้นนอกสุดซึ่งเป็นความเสี่ยงในมุมมองภาพรวม จากนั้นจึงไล่เรียงกรอบความเสี่ยงในมุมมองที่แคบลงเรื่อยๆ เสมือนเป็นความเสี่ยงจากภายนอกห่วงโซ่คุณค่าจนกระทั่งเป็นความเสี่ยงที่กระทบถึงการดำเนินงานภายในของระบบห่วงโซ่คุณค่า โดยความเสี่ยงต่างๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม (Systemic risk) เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลในระดับมหภาคและไม่สามารถควบคุมได้โดยง่าย อาทิ สถานการณ์การเมือง ความผันผวนของเศรษฐกิจ และภัยพิบัติ เป็นต้น การศึกษาของ Meyer *et al* (2013) ระบุว่าสภาพอากาศที่เลวร้ายส่งผลให้ระบบโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งในประเทศสหรัฐอเมริกาเกิดความเสียหายอย่างมีนัยยะสำคัญ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Oh and Reuveny (2010: 243-254) ที่ได้ระบุว่า หากปัจจัยความเสี่ยงด้านภัยธรรมชาติ สถานการณ์การเมือง และการค้าระหว่างประเทศทั้งในประเทศต้นทางและปลายทางของการส่งออกมีเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อทางลบทำให้มูลค่าและปริมาณการค้าลดลง โดยเฉพาะการค้าสินค้าเครื่องจักรอุตสาหกรรมและสินค้าด้านการเกษตรและอาหาร (Vuorela. 2015)

1.2 ความเสี่ยงด้านตลาด (Market risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในตลาดที่เฉพาะเจาะจง เช่น ตลาดปลายทางของการส่งออก ประกอบไปด้วยความเสี่ยงด้านต่างๆ อาทิ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ณ ประเทศปลายทาง วัฒนธรรมการบริโภค และสินค้าอื่นๆที่สามารถทดแทนกันได้ในตลาดเดียวกัน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป.) มีการระบุว่า รายได้ของประชาชนอินเดียเพิ่มขึ้นและมีเวลาอยู่บ้านลดลง จึงทำให้ชาวอินเดียเริ่มนิยมบริโภคขนมขบเคี้ยวหรืออาหารสำเร็จรูปที่มีหีบห่อขนาดเล็ก รวมไปถึงขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพไขมันต่ำก็เริ่มเป็นที่สนใจในหมู่ผู้บริโภคเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอินเดียของ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ (2557) ที่ระบุว่าผู้บริโภคอินเดียมีรายได้ต่อหัวประชากรในอัตราสูงขึ้น และมีวิถีชีวิตที่มีเวลาพักผ่อนน้อยลง ส่งผลให้ผู้บริโภคในเมืองมักไม่ได้ใช้เวลาซื้อของจ่ายตลาดตามปกติ จึงมีการบริโภคอาหารนอกบ้านและบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากขึ้น อีกทั้งรสชาติอาหารที่ชาวอินเดียชื่นชอบมักมีส่วนประกอบของเครื่องเทศ (Masala) และชื่นชอบความกรุบกรอบของขนม นอกจากนี้ การศึกษายังได้ระบุอีกว่า ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีวางจำหน่ายในประเทศอินเดีย มักมีการปรับเปลี่ยนรสชาติให้เหมาะสมกับรสนิยมของชาวอินเดีย จึงทำให้เกิดความแปลกใหม่ของเมนูอาหาร รวมไปถึงการแข่งขันทางการตลาดของสินค้าในประเภทเดียวกัน

1.3 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรจากการปฏิบัติการและสืบเนื่องไปกระทบถึงการส่งออก จากการศึกษาของ Everett and Watson (1998: 371-390) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดเล็ก (Small-sized business) มีผลมาจากการขาดแรงงานที่มีทักษะเหมาะสมกับงาน ทำให้กระทบถึงการดำเนินงานผลิตสินค้าที่ล่าช้าและอาจเกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้ นอกจากนี้ความเสี่ยงของธุรกิจจากการที่ตกอยู่ในสภาพการบริหารจัดการที่ไม่มีความแน่นอน ยังทำให้การคาดการณ์การผลิตเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ (Miller. 1992: 311-331)

1.4 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการชำระเงิน และความไม่เท่าเทียมกันของการแบ่งปันข้อมูล (Asymmetry Information Sharing) ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและเสถียรภาพขององค์กร โดยงานวิจัยของ Chittithaworn *et al* (2011: 180-190) ระบุว่า ปัจจัยด้านความร่วมมือกันของธุรกิจ และปัจจัยด้านการเงิน เป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ SME ประสบความ

สำเร็จอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งหากปราศจากปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปอย่างราบรื่น นอกจากนี้ เหตุผลประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและระยะเวลาการให้เครดิตทางการค้า (Credit term) ได้แก่ขนาดของกิจการ โดยกิจการขนาดเล็กมีผลต่อเครดิตเทอมและมักไม่มีอำนาจต่อรองกับคู่ค้า ในขณะที่กิจการขนาดใหญ่จะมีความได้เปรียบและมีอำนาจต่อรองกับคู่ค้าที่มากกว่า ในอีกมุมหนึ่งคือการมีกิจการขนาดใหญ่ ทำให้การให้เครดิตทางการค้าเป็นไปง่ายและมีข้อจำกัดน้อย (Wilson and Summers. 2002: 317-351)

1.5 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากปัญหาด้านเครดิต จึงก่อให้เกิดความไม่มีเสถียรภาพด้านการเงินและเสถียรภาพด้านการผลิต อาทิ ความเสี่ยงจากการขึ้น-ลง ของราคาวัตถุดิบในการผลิต โดยงานวิจัยของ Moheb-Alizadeh and Handfield (2018) ได้ศึกษาถึงความผันผวนของราคาวัตถุดิบการผลิตและราคาสินค้า พบว่า ความผันผวนของราคาวัตถุดิบส่งผลโดยตรงให้เกิดความผันผวนของราคาสินค้า ซึ่งผลกระทบของความผันผวนดังกล่าวจะมีมากขึ้นหากสินค้านั้นมีส่วนต้นทุนการผลิตที่มาจากราคาวัตถุดิบในอัตราสูง นอกจากนี้ การศึกษาของ Achzet and Helbig (2013: 435-447) ยังได้ระบุว่า การขาดแคลนวัตถุดิบการผลิต (raw materials) เป็นปัญหาด้านหลักประการที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจที่ส่งผลไปถึงสภาพคล่องในการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ เช่นเดียวกับ Rosenau-Tornow *et al* (2009: 161-175) ที่ได้ศึกษาแบบจำลองการลดความเสี่ยงของการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตในระยะยาว และระบุว่า การขาดแคลนวัตถุดิบเป็นปัญหาที่ไม่สามารถคาดเดาได้ล่วงหน้า จึงทำให้การตัดสินใจผลิตและการเข้าสู่ตลาดเป็นไปด้วยความลำบากยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยด้านความเสี่ยงในการส่งออกของ SME

งานวิจัยของ Breckova (2016: 84-92) ศึกษาความเสี่ยงในการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสาธารณรัฐเช็ก พบว่าโดยทั่วไปแล้ว SME มักจะนิยมส่งออกไปยังประเทศในละแวกใกล้เคียงที่เป็นตลาดหลักในการค้าขาย กรณีนี้คือสหภาพยุโรป โดยวิสาหกิจขนาดกลางมีแนวโน้มการส่งออกไปยังประเทศที่อยู่ไกลจากประเทศของตนมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน วิสาหกิจกลุ่มนี้กลับพบปัญหาระหว่างส่งออกคือการที่คู่ค้าชำระเงินไม่ตรงเวลา ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้เลือกที่จะส่งออกและทำการค้ากับคู่ค้าเดิมๆ ในประเทศละแวกใกล้เคียงที่เคยค้าขายด้วยกันมา

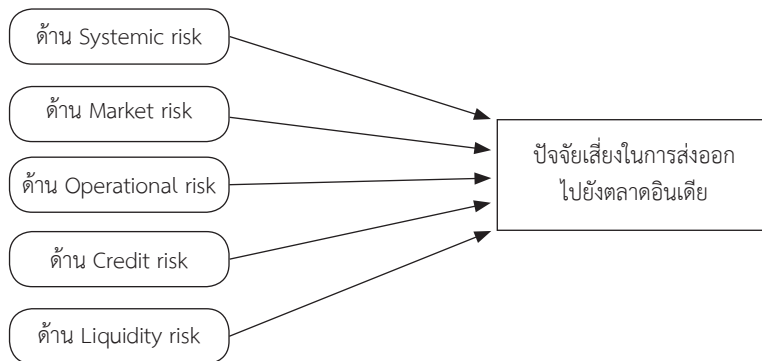
งานวิจัยของ Ključnikov and Popesko (2017: 27-35) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการส่งออกของ SME ในประเทศสโลวาเกีย ระบุว่า วิสาหกิจที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจและยังมีข้อจำกัดในด้านการส่งออก จึงควรเน้นไปที่การขายสินค้าภายในประเทศก่อน ซึ่งจากการศึกษา พบว่า วิสาหกิจกลุ่มนี้ต้องการมุ่งขายสินค้าในตลาดในประเทศและยังไม่มีแนวคิดที่จะส่งออก นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ที่มีมาอย่างยาวนานระหว่าง SME และธนาคาร ยังช่วยลดข้อจำกัดทางการเงินของวิสาหกิจขนาดเล็กลงได้ อาทิ คำแนะนำในการโอนเงินระหว่างประเทศ และการเข้าถึงเครดิตด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้วิสาหกิจขนาดเล็กสามารถขยายการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศได้ (Bartoli *et al.* 2014: 245-264) ในทางตรงกันข้าม งานวิจัยของ Bernard *et al* (2010) ระบุว่า การสนับสนุนด้านเงินทุนของธนาคาร ไม่มีผลต่อการเพิ่มการส่งออกสินค้าของ SME ในภูมิภาคยุโรปและเอเชียกลาง เนื่องจาก SME มักใช้เงินทุนภายในกิจการของตนเป็นตัวขับเคลื่อนการส่งออก และไม่นิยมขอสินเชื่อเงินลงทุนจากธนาคาร เนื่องจากมีเงื่อนไขข้อกำหนดในการขอสินเชื่อที่ไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ทาง

ธุรกิจของวิสาหกิจ แต่หากธนาคารมีการเอื้ออำนวยเงื่อนไขเพื่อสนับสนุนก็จะเป็นสัญญาณทางบวกให้กับการส่งออกสินค้าของ SME ในอนาคต

กรอบความคิดที่ใช้วิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016) มาปรับใช้ โดยได้กำหนดกรอบการดำเนินงานวิจัย ไว้ดังภาพที่ 2

ความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูป



ภาพที่ 2: กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตด้านประชากร คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ที่ผลิตผลไม้แปรรูป 3 ประเภท ได้แก่ ลำไยแปรรูป มะขามแปรรูป และมะพร้าวแปรรูป โดยอ้างอิงประเภทการผลิตสินค้าและจำนวน SME จากฐานข้อมูลของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2560) ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 111 ราย และเนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดเล็กจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลทั้งแบบสอบถามกระดาษและแบบสอบถามออนไลน์ แบบสอบถามได้จำแนกปัจจัยความเสี่ยงออกเป็น 5 ด้านหลัก (Risk Dimensions) ได้แก่ ด้านสถานะแวดล้อม (Systemic risk) ด้านตลาด (Market risk) ด้านเครดิต (Credit risk) ด้านสภาพคล่อง (Liquidity risk) และด้านการบริหารจัดการ (Operational risk) ตามแบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016) ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ปัจจัยเสี่ยงในแต่ละด้านประกอบไปด้วยปัจจัยความเสี่ยงย่อยอีก 3 ปัจจัย (Risk Factors) รวมศึกษาทั้งสิ้น 15 ปัจจัยความเสี่ยง

จากนั้นเก็บข้อมูลระดับความเสี่ยงในการส่งออกตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ โดยใช้ Likert Scale ซึ่งกำหนดระดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยง ตั้งแต่ 1-5 ดังนี้

- 1 หมายถึง มีความเสี่ยงน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีความเสี่ยงน้อย
- 3 หมายถึง มีความเสี่ยงปานกลาง
- 4 หมายถึง มีความเสี่ยงมาก
- 5 หมายถึง มีความเสี่ยงมากที่สุด

ในขณะเดียวกัน แบบสอบถามยังได้ถามถึงระดับความสนใจส่งออกสินค้าไปยังตลาดอินเดียของผู้ประกอบการ โดยการใช้ Likert Scale 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง ผู้ประกอบการสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดียในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ผู้ประกอบการสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดียในระดับน้อย
- 3 หมายถึง ผู้ประกอบการสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดียในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง ผู้ประกอบการสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดียในระดับมาก
- 5 หมายถึง ผู้ประกอบการสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดียในระดับมากที่สุด

จากนั้นทำการวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้วิธี Paired Sample T-test เพื่อหาขนาดความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ของปัจจัยความเสี่ยงแต่ละปัจจัยที่มีต่อระดับความสนใจส่งออกสินค้าไปยังตลาดอินเดีย ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 จากนั้นจะสรุปผลเพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงต่อไป

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างมีการตอบกลับแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 56.6 โดยร้อยละ 12.2 ถูกตีกลับคืนผู้วิจัยเนื่องจากบริษัทปิดกิจการ และไม่ได้รับการตอบรับ คิดเป็นร้อยละ 31.2 โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (Small-sized Enterprise) คิดเป็นร้อยละ 79 และเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium-sized Enterprise) คิดเป็นร้อยละ 21 (จำแนกขนาดของวิสาหกิจโดยใช้เกณฑ์จำนวนพนักงาน อ้างอิงจาก กฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545) โดยวิสาหกิจส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 38) รองลงมาคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 6-10 ปี (ร้อยละ 29) ซึ่งร้อยละ 41 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นการผลิตผลไม้แปรรูปแบบมีแบรนด์เป็นของตัวเอง และ ร้อยละ 35 เป็นการผลิตแบบมีแบรนด์เป็นของตัวเองควบคู่ไปกับการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM)

2. ประสพการณ์การส่งออกผลไม้แปรรูปและความสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดีย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 29 เป็นผู้ประกอบการที่ไม่เคยส่งออกมาก่อน เนื่องจากเหตุผลสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ต้องการเน้นขายในตลาดในประเทศ และ 2) กำลังการผลิตไม่เพียงพอสำหรับการส่งออก ซึ่งผู้ประกอบการที่ไม่เคยส่งออกกลุ่มนี้เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม (Small-sized Enterprise) ทั้งหมด ในขณะที่ ผู้ประกอบการ ร้อยละ 65 มีประสบการณ์ส่งออกตลาดต่างประเทศ

โดยตลาดหลักที่มีส่งออกสินค้า คือตลาดประเทศจีน และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามรายใดเคยส่งออกสินค้าไปยังตลาดประเทศอินเดียมาก่อน

3. ความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดีย

ระดับความสัมพันธ์ของปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความสนใจในการส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดีย ดังตารางที่ 1

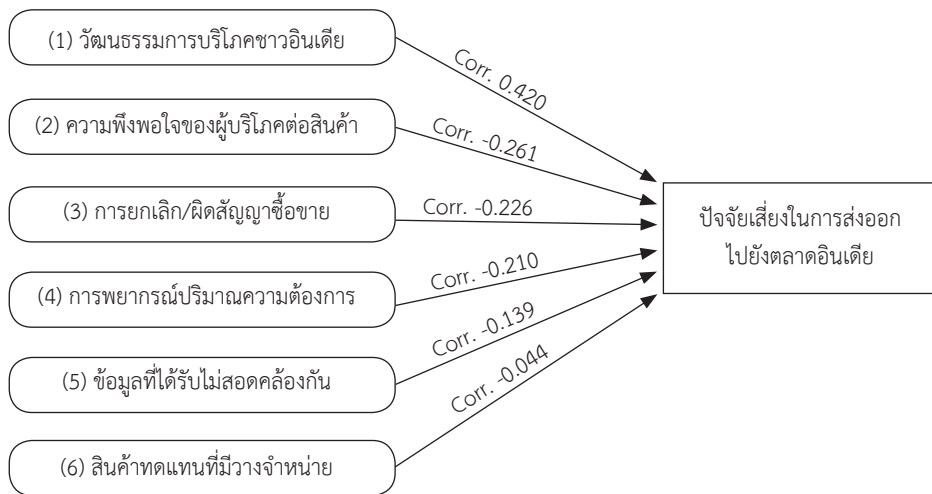
ตารางที่ 1: Correlation Coefficient ของปัจจัยความเสี่ยงในการส่งออก

ปัจจัยความเสี่ยง	Correlation	Sig.
ความเสี่ยงด้านระบบภาพรวม (Systemic risk)		
- การเมืองและเศรษฐกิจ	0.150	0.895
- ภัยธรรมชาติ ที่จะกระทบต่อการผลิต/วัตถุดิบ/การส่งออก	0.022	0.841
- อัตราแลกเปลี่ยนเงิน	0.045	0.685
ความเสี่ยงด้านตลาด (Market risk)		
- ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้า	-0.261	0.016
- วัฒนธรรมการบริโภคของชาวอินเดีย	-0.420	0.061
- สินค้าทดแทน/สินค้าที่คล้ายกัน ในตลาดอินเดีย	-0.044	0.086
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ (Operational risk)		
- กำลังการผลิตสินค้าเพื่อส่งออก	0.009	0.937
- ความผิดพลาด/ความล่าช้า ของกระบวนการผลิตเพื่อส่งออก	0.010	0.926
- ความไม่แม่นยำในการพยากรณ์ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค	-0.210	0.054
ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit risk)		
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SME	0.126	0.252
- เครดิตทางการค้า (Credit term)	0.047	0.670
- ความไม่สอดคล้องกันของข้อมูลที่ได้รับ ของผู้ประกอบการไทย และผู้นำเข้า/ตัวแทนชาวอินเดีย	-0.139	0.065
ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity risk)		
- การขาดแคลนวัตถุดิบ/วัตถุดิบไม่ได้มาตรฐาน สำหรับการส่งออก	-0.118	0.280
- การขึ้น-ลง ของราคาวัตถุดิบในการผลิต เพื่อส่งออก	-0.090	0.413
- การยกเลิก/ผิดสัญญาซื้อขาย ระหว่างผู้ประกอบการไทย และผู้นำเข้า/ตัวแทนชาวอินเดีย	-0.226	0.038

จากตารางที่ 1 พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 เมื่อจำแนกการแปลผลจากทั้ง 15 ปัจจัยความเสี่ยง โดยตัดปัจจัยเสี่ยงข้อที่มีระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ (Significant level) มากกว่า 0.1 ออกไป พบว่า มีปัจจัยเสี่ยง 6 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความสนใจส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดียในมุมมองของ SME ไทย ได้แก่ (1) ปัจจัยเสี่ยงด้านวัฒนธรรมการบริโภคของชาวอินเดีย (Correlation -0.420) (2) ปัจจัยเสี่ยงด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคอินเดียต่อสินค้า (Correlation -0.261) (3)

ปัจจัยเสี่ยงด้านการยกเลิกหรือผิดสัญญาซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้นำเข้า/ตัวแทนชาวอินเดีย (Correlation -0.226) (4) ปัจจัยเสี่ยงด้านความไม่แม่นยำในการพยากรณ์ปริมาณความต้องการของผู้บริโภคอินเดีย (Correlation -0.210) (5) ปัจจัยเสี่ยงด้านความไม่สอดคล้องกันของข้อมูลที่ได้รับระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้นำเข้า/ตัวแทนชาวอินเดีย (Correlation -0.139) และ (6) ปัจจัยเสี่ยงด้านสินค้าทดแทนหรือสินค้าคล้ายกันที่มีวางจำหน่ายในตลาดอินเดีย (Correlation -0.044) ซึ่งขนาดของความสัมพันธ์ที่เป็นลบแสดงให้เห็นถึงความแปรผกผันของความเสี่ยงต่อความสนใจในการส่งออก เช่น หากมีปัจจัยเสี่ยงด้านวัฒนธรรมการบริโภคของชาวอินเดียมักจะส่งผลให้ความสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดียลดลง เป็นต้น

ปัจจัยเสี่ยง 6 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความสนใจส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดีย สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3: ปัจจัยความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความสนใจส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดประเทศอินเดีย

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาค่าความเสี่ยงในการส่งออกผลไม้แปรรูปของ SME ไทยไปยังตลาดประเทศอินเดีย เพื่อนำผลการศึกษามาเสนอเป็นแนวทางการเพิ่มโอกาสการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยได้เลือกศึกษา SME ผู้แปรรูปลำไย มะขาม และมะพร้าว จำนวน 111 ราย และใช้แบบจำลองความเสี่ยงของ Calatayud and Ketterer (2016) เป็นแนวทางในการศึกษา โดยงานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยความเสี่ยงทั้งสิ้น 15 ปัจจัย จากนั้นหาขนาดความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) โดยวิธี Paired Sample T-test

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่เคยส่งออกเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (Small-sized Enterprise) ทั้งหมด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Ključnikov and Popesko (2017: 27-35) ที่พบว่าวิสาหกิจขนาดเล็กที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจมักจะทำให้ความสำคัญกับตลาดในประเทศเป็นหลัก และยังไม่มีความคิดที่จะส่งออก นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์

การส่งออกนิยมส่งผลไม้แปรรูปของตนไปยังตลาดประเทศจีน แต่ไม่มีผู้ประกอบการรายใดเคยส่งออกไปยังประเทศอินเดียซึ่งเป็นตลาดใหม่มาก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Breckova (2016: 84-92) ที่ระบุว่า SME มักส่งออกไปยังประเทศละแวกใกล้เคียงที่เป็นตลาดหลัก

โดยหากจะต้องส่งออกไปยังตลาดประเทศอินเดีย ปัจจัยที่ SME ไทยมีความกังวลมากที่สุด คือ ปัจจัยเสี่ยงด้านตลาด (Market risk) กล่าวคือ วัฒนธรรมการบริโภคของชาวอินเดีย และความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้า เป็นประเด็นความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญที่สุด สอดคล้องกับจำนวนงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคอินเดียสมัยใหม่ที่มีน้อยและค่อนข้างล้าสมัย ทำให้ผู้ประกอบการไม่ทราบข้อมูลวัฒนธรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปในประเด็นต่างๆ อาทิ ชาวอินเดียชอบหรือไม่ชอบผลไม้แปรรูปอะไร ชอบบริโภครสชาติ (Flavour) หรือเนื้อสัมผัส (Texture) แบบใด นิยมซื้อผลไม้แปรรูปเป็นของฝากหรือบริโภคเอง ชาวอินเดียนิยมบริโภคผลไม้แปรรูปในบรรจุภัณฑ์ลักษณะใด นิยมบริโภคปริมาณเท่าใด เป็นต้น เมื่อไม่ทราบข้อมูลด้านวัฒนธรรมการบริโภค ก็จะส่งผลถึงการพยากรณ์ปริมาณความต้องการของผู้บริโภคอินเดีย ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นความเสี่ยงของการส่งออกด้วยเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ ปัจจัยเสี่ยงที่ผู้ประกอบการเกิดความกังวลอีกประการหนึ่ง คือความกังวลในเรื่องของการยกเลิกหรือการผิดสัญญาซื้อขายของผู้นำเข้าหรือตัวแทนนำเข้าสินค้าชาวอินเดีย โดยผู้ประกอบการบางส่วนให้ความเห็นว่าตนยังไม่มีข้อมูลด้านการติดต่อหรือทำธุรกิจค้าขายกับประเทศอินเดียที่เพียงพอ จึงมีความกังวลในเรื่องดังกล่าว สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Breckova (2016: 84-92) ที่ระบุว่า SME มักพบปัญหาคู่ค้าชำระเงินไม่ตรงเวลา ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้เลือกที่จะส่งออกและทำการค้ากับคู่ค้าเดิมๆ ในประเทศละแวกใกล้เคียงที่เคยค้าขายด้วยกันมา นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilson and Summers (2002: 317-351) ที่ระบุว่า ขนาดของกิจการที่เล็กจะมีผลต่อเครดิตเทอม (Credit term) และมักไม่มีอำนาจการต่อรองกับคู่ค้า

ความเสี่ยงของการส่งออกที่พบเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องเร่งสร้างความเข้าใจและให้ข้อมูลกับ SME ผู้ผลิตผลไม้แปรรูปของไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางในการเพิ่มโอกาสของการส่งออกผลไม้แปรรูปไทยไปยังตลาดอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในการนำเข้า โดยนำเสนอแนวทางในบริบทของ Private, Public and Partnership (PPP) ดังนี้

1. Private หรือในที่นี้หมายถึงผู้ประกอบการ SME ควรมีการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานทั้งในประเทศและปฏิบัติตามมาตรฐานของประเทศที่จะทำการส่งออก และมีความยืดหยุ่นในการผลิตซึ่งจะสามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคในตลาดแต่ละระดับในประเทศอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังควรพัฒนานวัตกรรมต่างๆ อาทิเช่น นวัตกรรมการผลิต การผนวกผลไม้แปรรูปเข้ากับรสชาติพื้นถิ่น (เช่น อาจทำผลไม้แปรรูปรสเครื่องเทศ มาขาล่าซึ่งเป็นที่นิยมของชาวอินเดีย) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดในกลุ่มผู้บริโภคอินเดียรุ่นใหม่ซึ่งมีกำลังซื้อสูง (ไซติกา ชุ่มมี. 2561) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

2. Public หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุน SME มากขึ้น อาทิ การจัดตั้งศูนย์รวมข้อมูลหรือเว็บไซต์ที่อำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก เอกสารและภาษีสำหรับการส่งออก-นำเข้า การเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับ SME การให้ความรู้ในด้านสัญญาการซื้อขาย หรือรวบรวมข้อมูลด้านพฤติกรรมและวัฒนธรรมการบริโภคของผู้บริโภคในตลาด

ต่างประเทศ ซึ่งไม่เพียงแต่จะสามารถช่วยส่งเสริมการส่งออกผลไม้แปรรูปไปยังตลาดอินเดียเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการช่วยส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์อื่นๆ และตลาดการส่งออกอื่นๆ อีกด้วย

3. Partnership คือความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ SME ด้วยกันเอง และ ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยในกรณีความร่วมมือกันของ SME ควรมีการสร้างเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าผลไม้แปรรูป ซึ่งจะทำให้สามารถสร้างอำนาจการต่อรองในการส่งออกได้ นอกจากนี้ ในกรณีของความร่วมมือระหว่าง SME และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องนั้น การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ยังถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ เนื่องจากการมีรัฐเป็นตัวกลางในการประสานกับตัวแทนผู้ค้าอินเดียจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ SME ในการเปิดตลาดใหม่

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ผู้ผลิตลำไยแปรรูปมะพร้าวแปรรูป และมะขามแปรรูป ทำให้ผลการศึกษาเฉพาะเจาะจงแค่ SME เพียง 3 ประเภทนี้เท่านั้น ทำให้สัดส่วนของการตอบกลับแบบสอบถามและจำนวนแบบสอบถามที่ใช้คำนวณได้มีไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปจึงควรเพิ่มขนาดประชากร อาทิ การเพิ่มขอบเขตการศึกษาให้ขยายครอบคลุมถึง SME ผู้ผลิตผลไม้แปรรูปทุกชนิด ดังเช่นงานวิจัยของ Hu, Chang and Hsu (2017: 473-483) ซึ่งศึกษาประสิทธิภาพของบริษัทที่ค้าขายกับต่างประเทศ ไม่เพียงเฉพาะ SME เท่านั้น โดยมีกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) มากถึง 500 ราย

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัญหาที่ SME เผชิญ ในแง่ความเสี่ยงของการส่งออกเท่านั้น การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษามุมมองความเสี่ยงหรือปัญหาในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศที่หลากหลาย หรือศึกษาอุปสรรคความเสี่ยงในแง่มุมต่างๆ ของ SME ผลไม้แปรรูปของไทย ดังตัวอย่างงานวิจัยของ Irjayanti and Azis (2012: 3-12) ที่ศึกษาอุปสรรคปัญหาด้านต่างๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซียที่ต้องประสบพบเจอระหว่างการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการศึกษาในมุมมองที่กว้างมากยิ่งขึ้น ไม่เพียงเฉพาะปัญหาด้านการส่งออกเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- Achzet, B. and Helbig, C. (2013). How to Evaluate Raw Material Supply Risks - an Overview. *Resources Policy*. 38(4): 435-447.
- Bartoli, F., Ferri, G., Murro, P. and Rotondi, Z. (2014). Bank Support and Export: Evidence from Small Italian Firms. *Small Business Economics*. 42: 245-264.
- Bernard, A., Stabilito, A. and Donghoon Yoo, J. (2010). *Access to Finance and Exporting Behavior in Transition Countries (No. 456)*. Kiel advanced studies working papers.
- Breckova, P. (2016). SMEs Export Activities in the Czech Republic and Export Risk Insuring. *European Research Studies*, 19(1): 84-92.

- Calatayud, A., and Ketterer, J. A. (2016). **Integrated Value Chain Risk Management**. Retrieved on 1 July 2018, from <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7384/Integrated-Value-Chain-Risk-Management.pdf>
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T. and Yusuf, D. H. M. (2011). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SME) in Thailand. **Asian Social Science**. 7(5): 180-190.
- EXIM Bank Thailand. (2555). **เก็บตกจากต่างแดน พหุติกรรมผู้บริโภคในอินเดีย**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2561, จาก <http://thaifranchisedownload.com/dl/group12120120629153136.pdf>
- Global Trade Atlas. (2017). **India Import Statistics; Commodity 20, Preparations of Vegetables, Fruit, Nuts, or Other Parts of Plants**. Retrieved on 1 July 2018, from http://gtis.com/gta/secure/htscty_wta.cfm
- Hu, Y. P., Chang, I. C. and Hsu, W. Y. (2017). Mediating Effects of Business Process for International Trade Industry on the Relationship between Information Capital and Company Performance. **International Journal of Information Management**. 37(5): 473-483.
- Irjayanti, M. and Azis, A. M. (2012). Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. **Procedia Economics and Finance**. 4: 3-12.
- Ključníkov, A. and Popesko, B. (2017). Export and its Financing in the SME Segment: Case Study from Slovakia. **Journal of Competitiveness**. 8(1): 27-35.
- Kumar, M. (2011). The Impact of Brand Equity Determinants on Consumers' Purchase Decisions: A Case Study of the Processed Food Sector in the National Capital Region of India. **Journal of Business and Retail Management research**. 6(1): 1-5.
- Meyer, M. D., Rowan, E., Snow, C., and Choate, A. (2013). **Impacts of Extreme Weather on Transportation: National Symposium Summary**. Washington DC.: American Association of State Highway and Transportation Officials.
- Miller, K. D. (1992). A Framework for Integrated Risk Management in International Business. **Journal of International Business Studies**. 23(2): 311-331.
- Moheb-Alizadeh, H. and Handfield, R. (2018). The Impact of Raw Materials Price Volatility on Cost of Goods Sold (COGS) for Product Manufacturing. **IEEE Transactions on Engineering Management**. PP(99): 1-14.
- Oh, C. H. and Reuveny, R. (2010). Climatic Natural Disasters, Political Risk, and International Trade. **Global Environmental Change**. 2(20): 243-254.
- Rosa Caiazza and Tiziana Volpe. (2013). How Campanian Small and Medium Enterprises (SMEs) Can Compete in the Global Agro-Food Industry, **Journal of Food Products Marketing**. 19(5): 406-412.

- Rosenau-Tornow, D., Buchholz, P., Riemann, A., and Wagner, M. (2009). Assessing the long-term supply risks for mineral raw materials - a combined evaluation of past and future trends. *Resources Policy*. 34(4): 161-175.
- Vuorela, P. (2015). **The impacts of Russia's instability on Finnish exports to Russia**. Retrieved on 1 July 2018, from <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/100869/Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wilson, N. and Summers, B. (2002). Trade credit terms offered by small firms: survey evidence and empirical analysis. *Journal of Business Finance & Accounting*. 29(3-4): 317-351.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). **Business Data Warehouse**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2561, จาก <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/search/search1.html>
- โชติกา ชุ่มมี. (2561). **ส่งออกธุรกิจอาหารในอินเดีย Blue Ocean-ชุมทรัพย์ไม่สุดขอบฟ้า**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2561, จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-250379>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). **ส่งออกอาหารแปรรูปไทย สร้างรายได้ติดอันดับโลก**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2561, จาก https://uat.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/export_processed-food.aspx
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). **ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศอินเดีย**. สืบค้นจาก <http://www.ecberkku.com/consumer/consumer1/ll2.html>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมুমไบ. (2557). **พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยในประเทศไทยอินเดีย**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2561, จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/89900/89900.pdf