

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจมันเส้นจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อการส่งออกไปยัง
สาธารณรัฐประชาชนจีน

**Demand and operation of tapioca business in Kamphaeng Phet Province for export to the
People's Republic of China**

นมัทรียา บุญมี

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจมันเส้นจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ จำนวน 10 ชุด และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการมันเส้นเพื่อการส่งออกไปสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอัตราการเติบโตของมันสำปะหลังมีปริมาณมากขึ้น ซึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้นั้นคือสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจาก ประเทศไทยส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้สาเหตุที่สาธารณรัฐประชาชนจีนนำเข้ามันเส้นเป็นจำนวนมากเนื่องจาก มีความต้องการในการผลิตเอทานอล และ อาหารสัตว์ เป็นจำนวนมาก และมันเส้นยังสามารถเป็นสินค้าทดแทนได้หากพืชการเกษตรบางกลุ่มขาดแคลนหรือมีปัญหา, 2) ยอดขายในการดำเนินการธุรกิจนี้ได้มีการคาดการณ์ยอดขายระยะเวลา 5 ปี โดยในปีที่ 1 มียอดขาย 247,500,000 บาท ปีที่ 2 มียอดขาย 266,500,000 บาท ปีที่ 3 มียอดขาย 247,500,000 ปีที่ 4 มียอดขาย 260,000,000 บาท และปีที่ 5 ยอดขาย 234,500,000 บาท, 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ได้แก่ กิจการจำเป็นต้องจ้างพนักงาน 7 คนเพื่อดำเนินงาน และ ต้องมีการเทรนงานเพื่อพัฒนาศักยภาพและขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตขึ้น ส่วนด้านการเงินธุรกิจได้กำหนดเงินลงทุนที่ 120,000,000 บาท งบประมาณดำเนินงาน โดยจะแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน 1) การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ 2) อุปกรณ์และเครื่องจักรการผลิต ซึ่งมีมูลค่าลงทุนทั้งสิ้น 85,225,000 บาท จุดคุ้มทุนในการดำเนินกิจการนี้จุดคุ้มทุนจะอยู่ที่ปีที่ 2 หรือ 2 ปี 4 เดือน และต้นทุนของเงินทุน หรือ WACC มีค่า 2.90% ซึ่งค่า NPV ตลอดอายุโครงการ 5 ปี มีมูลค่าเท่ากับ 127,354,722.24 บาท ด้านการปฏิบัติการ ได้แก่ ได้นำ SWOT และ Targeting เข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อกำหนดทิศทางในส่วนของการตลาดและ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานในการเพิ่มศักยภาพ

บุคลากร ทั้งนี้ควรมีการรวบรวมกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันหรือข้ามอุตสาหกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย และควรควบคุมราคาสินค้าเพื่อเหนือราคาสินค้าทดแทน ซึ่งการสร้างโลโก้ยังเป็นอีกส่วนหนึ่งในการชนะคู่แข่งได้อีก

คำสำคัญ: ความต้องการ การดำเนินงาน มั่นเส้น การส่งออก สาธารณรัฐประชาชนจีน

ABSTRACT

Study subject Demand and operation of tapioca business in Kamphaeng Phet Province for export to the People's Republic of China in this research, the researcher studied 1) demand of the market 2) sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from 10 target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

Research Results 1) The market has a large demand for cassava for export to the People's Republic of China due to the higher growth rate of cassava. The target group that has been set is the People's Republic of China because 99 percent of the cassava chip Thailand exports to the People's Republic of China a lot. There is the number 1 customer of the market in Thailand. The reason why the People's Republic of China imports a lot of tapioca chips because There is a large demand for ethanol and animal feed production and cassava chips can also be a substitute product if some groups of agricultural crops are in short supply or have problems, 2) sales in running the cassava chip business for exporting. The People's Republic of China has a sales forecast for a period of 5 years, in the first year, sales of 247,500,000 baht, the 2nd year, sales of 266,500,000 baht, the 3rd year, sales of 247,500,000, the fourth year, sales of 260,000,000 baht and the 5th year, sales of 234,500,000 baht, 3) business operations in terms of organizational behavior, i.e., the business needs to employ 7 employees to operate and must have the training to develop the potential to meet the needs of the business to drive the organization to grow. As for business finance, it includes investments. In this operation, the investment was set at 120,000,000 baht, the operating budget. The operation will be divided into 2 parts 1) Investment in real estate 2) Equipment and production machinery Which has a total investment value of 85,225,000 baht, the break-even point in this business is at year 2 or 2 years and 4 months, and the cost of capital or WACC is 2.90%, which is the NPV value over the life of the project 5 years will be 127,354,722.24 baht.

Operations include SWOT and Targeting have been used in operations to determine the direction of marketing and 4) Strategic management, including improving operational processes to increase personnel potential. They should be mergers of businesses of the same type or across industries to promote sales. Moreover, they should control the price of the product to be lower than the price of the replacement product. At last, creating a logo is also another part of winning competitors.

Key word: Demand, operations, tapioca, exports, People's Republic of China

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มันสำปะหลังเป็นพืชทางการเกษตรอันดับที่ 3 ที่คนไทยนิยมปลูกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมันสำปะหลังนั้นสามารถนำไปแปรรูปเป็นสินค้าได้หลายชนิด เช่น อาหารสัตว์ น้ำมันเอทานอล สารให้ความหวาน และอื่น ๆ อีกมากมาย ก่อนที่จะแปรรูปเป็นสินค้าเหล่านี้ มันสำปะหลังจะถูกแปรรูปออกมาเป็นมันเส้น ก่อนที่จะนำไปแปรรูปเป็นสินค้าอื่น ซึ่งในกระบวนการผลิตมันเส้นนั้นจะเป็นหน้าที่ของลานมัน หรือ โรงงานโม่ ดังนั้นจากข้อความข้างต้นมันเส้นจึงเป็นสินค้าที่สำคัญมากในอุตสาหกรรมเหล่านี้ เพราะจะย่อระยะเวลาและขบวนการผลิตของโรงงานให้กระชับขึ้นเพื่อสนองความต้องการของตลาด

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง(หลัก) เป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภท 1) มันเส้น 2) แป้งมันสำปะหลัง ซึ่งมันเส้นจะเป็นสินค้าหลักในการส่งออก เนื่องจากว่า มันเส้นเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการผลิตแอลกอฮอล์ และเอทานอล ดังนั้นในแต่ละปีประเทศไทย จะทำการส่งออกไปต่างประเทศเป็นจำนวนไม่น้อย เนื่องจากความต้องการในตลาดนั้นสูง ซึ่งประเทศไทยมีลูกค้าหลัก คือสาธารณรัฐประชาชนจีน (สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2564)

ภาวะการส่งออกแยกตามรายการสินค้า					
สินค้า	มูลค่าล้านบาท		อัตรายายตัวร้อยละ		สัดส่วน
	2563	2564	2563	2564	2564
	ม.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-พ.ค.	ม.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-พ.ค.	ม.ค.-พ.ค.
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	83,128.90	51,345.46	2.66	36.46	100.00
1. มันเส้น	21,426.64	18,393.61	31.60	71.47	35.82
- จีน	21,408.49	18,387.82	32.00	71.53	99.97
- เนเธอร์แลนด์	-	3.76	-	100.00	0.02
2. มันอัดเม็ด	110.09	61.66	10.21	-7.89	0.12
3. แป้งมันสำปะหลัง	36,118.01	21,306.02	-6.30	-37.41	-41.50
- จีน	22,224.26	15,200.77	10.38	69.37	71.34
- ใต้หวัน	3,016.52	1,651.72	-14.22	31.30	7.75
- ญี่ปุ่น	1,556.74	762.36	-16.03	8.27	3.58
- มาเลเซีย	1,481.99	762.18	-22.87	38.64	3.58
4. เด็กตรินและโมติไฟด์ สตาร์ชอื่นๆ	23,490.29	10,478.13	-1.65	1.53	20.41
5. ผลิตภัณฑ์มัน สำปะหลังอื่น ๆ	1,983.87	1,106.05	-8.11	9.62	2.15

ภาพที่ 1 ภาวะการส่งออกแยกตามรายการสินค้า

เนื่องจากในแต่ละปีผลิตสาธรรฐประชาชนจีนมีการสั่งซื้อแอลกอฮอล์เอทานอล และ อาหารสัตว์ เป็นจำนวนมากจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นจึงทำให้ประเทศจีนมีปริมาณความต้องการสูงมาก แต่สินค้าภายในประเทศไม่เพียงพอต่อการผลิต จึงทำให้สาธรรฐประชาชนจีนจึงมองหาประเทศเพื่อนบ้านอย่าง ไทย ลาว เวียดนาม กัมพูชา เพื่อหาวัตถุดิบในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการ เมื่อความต้องการมีสูงแต่สินค้ามีอย่างจำกัดจึงทำให้ราคาสูงขึ้น

ในช่วงตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา การจัดสรรวัตถุดิบของประเทศไทยนั้น ไม่เพียงพอเลยทำให้ก่อเกิดอุปสรรคในการค้า เนื่องจากว่า 1) ประเทศไทยเกิดปัญหาภัยแล้ง หรือ ฝนทิ้งช่วงทำให้ผลผลิตไม่สมบูรณ์ 2) เกษตรกรขาดสภาพคล่องทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตที่ยังไม่ครบอายุ จึงทำให้เชื้อแป้งต่ำ 3) เกษตรกรที่ประสบปัญหาโรคใบด่างมันสำปะหลังไม่ยอมแก้ไขปัญหานั้นจึงทำให้จำนวนมันเส้นที่ประเทศไทยส่งออกนั้น มีจำนวนลดลง ทั้งที่ความต้องการในตลาดมีค่อนข้างสูง (สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2564) ในขบวนการผลิตมันเส้นนั้น มีเพื่อไม่กี่ขั้นตอน แต่สิ่งที่สำคัญในการผลิตนั้นคือการลงทุนเนื่องจากว่าผู้ประกอบการต้องมีเงินทุนจำนวนมากในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะต้องมีเงินทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบ และมีเงินสำรอง ในการสร้างโครงสร้างอาคารเช่น ออฟฟิศ โกดัง เทลลานปูน และ ซื้อเครื่องจักรในการผลิต เช่น รถตัด ตูม่ รถไถ และ มีรถขนส่งมันเส้น คือ รถพ่วง ดังนั้นการเงินจึงเป็นส่วนที่สำคัญมากในการดำเนินธุรกิจ เพราะหากเราไม่มีเงินทุนหลัก และเงินทุนสำรองในการหมุนเวียนอาจจะทำให้เรานั้นถึงจุดอันตรายในการทำธุรกิจนั้นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมเราจึงต้องศึกษาในเรื่องของการดำเนินการหรือการลงทุน

ทั้งนี้ ตลาดมันเส้นยังคงมีความต้องการสูงในตลาดของสาธารณรัฐประชาชนจีน และยังคงมีความต้องการสูงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปริมาณการบริโภคทั้งภายในและภายนอกสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นสูง เพราะสินค้าหลังจากการแปรรูปนั้นเป็นสินค้าที่เป็นปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของคนทั่วโลก ผู้วิจัยจึงได้มองเห็นถึงความสำคัญของความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจมันเส้นจังหวัดกำแพงเพชรเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งนี้งานค้นคว้าอิสระชิ้นนี้สามารถนำไปต่อสำหรับคนที่สนใจในธุรกิจมันเส้น หรือ สนใจเริ่มต้นดำเนินงานในธุรกิจนี้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทั้งหมด 2 ส่วน คือ ด้านของผู้บริโภค และ ด้านของลักษณะธุรกิจและผู้ประกอบการ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผู้บริโภค

- (1) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ส่งออกที่มีต่อมันเส้นเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน
- (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการของผู้ส่งออกมันเส้นที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

กัน

ด้านลักษณะธุรกิจและผู้ประกอบการ

- (1) เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจมันเส้นเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มียอดขาย 5 ปี
- (2) เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการกลยุทธ์ของผู้ประกอบการของธุรกิจเป็นระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตในการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ส่งออกมันเส้น ในจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวน 19 บริษัท (สมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย, 2564) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ส่งออกมันเส้น ในจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวน 10 บริษัท โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขอบเขตด้านช่วงเวลา

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน เมษายน-มิถุนายน 2565

การทบทวนวรรณกรรม

1) การจัดการองค์การ การบริหาร จะใช้ในการบริหารระดับสูงโดยไปเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญ และการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการหรืออำนาจการ และการควบคุม ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิด ประสิทธิภาพครบถ้วน ประกอบด้วย 1. การวางแผนกำลังคน 2. การดึงทรัพยากรบุคคลเข้ามาในองค์กร 3. การ พัฒนาทรัพยากรบุคคล 4. การรักษาทรัพยากรบุคคล

2) การจัดการการเงิน การดำเนินงานของบริษัท โรงสีสวัสดิ์ไพบูลย์ จำกัด การบริหารการเงินให้ เพียงพอต่อการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จไม่ได้เพียงแต่การจัดหาเงินให้เพียงพอต่อ การลงทุนและการใช้จ่ายของธุรกิจเท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายทำให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดกับธุรกิจ ซึ่งองค์การ ธุรกิจต้องการใช้เงินทุนในหลายเหตุผล ไม่ว่าจะเป็นเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจในแต่ละวัน การจ่ายผลตอบแทน ค่า วัตถุประสงค์ อันส่งผลถึงการกำหนดความต้องการในการใช้เงินทุน

3) การจัดการการตลาด แนวความคิดทางการตลาด คือ การที่องค์การใช้ความพยายามทั้งสิ้น เพื่อสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดยอดขายและกำไรในที่สุด โดยบริษัท โรงสีสวัสดิ์ไพบูลย์ จำกัด มีการนำเครื่องจักรเข้ามาใช้ในการผลิต ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการผลิตและ กระบวนการผลิต โดยพยายามคิดค้นวิธีการผลิตใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลผลิตในปริมาณมากภายใต้ ต้นทุนการผลิตที่ต่ำที่สุด สินค้าที่ผลิตออกมาสามารถขายได้เกือบทั้งหมด เนื่องจากอุปสงค์ หรือปริมาณความ ต้องการในสินค้าที่จะใช้บริโภคมีมากกว่าอุปทาน

4) การจัดการการดำเนินงาน บริษัท โรงสีสวัสดิ์ไพบูลย์ จำกัด เป็นบริษัทประกอบธุรกิจผลิตและ ส่งออกข้าวไทยและมันสำปะหลังสู่ตลาดโลกเริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2530 ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของบริษัทจึงมี การเติบโตอย่างต่อเนื่อง เริ่มก่อตั้งโรงงานผลิตมันเส้น ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ โดย ใช้ระบบสายพานลำเลียงและเครื่องผ่านระบบไฟฟ้าในกระบวนการแปรรูปมันสำปะหลังก่อนนำออกมาตาก แห้ง เพื่อให้ได้เส้นที่สะอาด คุณภาพดี มีขนาดชั้นมันที่สม่ำเสมอ ด้วยมาตรฐาน โรงงานอันเป็นที่ยอมรับใน ระดับสากล และทำเลที่ตั้งของโรงงานที่อุดมไปด้วยแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทำให้บริษัทของเราสามารถผลิต และจัดจำหน่ายสินค้าที่ดีมีคุณภาพได้ตลอดทั้งปีโดยมีการจัดการการดำเนินงานตามขั้นตอน ได้แก่ 1) กระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบ 2) กระบวนการผ่านมันสำปะหลังและการตากแห้ง 3) กระบวนการจัดส่งสินค้า

การจัดการเชิงกลยุทธ์

บริษัท โรงสีสัตว์เคี้ยวเอื้อง จำกัด มีการวางแผนและศึกษาถึงสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร รวมทั้งการตัดสินใจเกี่ยวกับทิศทาง การดำเนินงานขององค์กรที่มีทรัพยากรอย่างจำกัด เพื่อให้ดำเนินการไปยัง จุดมุ่งหมายภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป้าหมายในระยะยาวที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์ มีการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงบริบทขององค์กรและสภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้ได้แผนงานในการปฏิบัติงานที่เหมาะสมก่อนที่จะนำแผนงานลงสู่การปฏิบัติ โดยมุ่งหวัง เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมุ่งเน้นไปที่ด้านกระบวนการตั้งแต่ การกำหนดกลยุทธ์การนำเอากลยุทธ์ไปปฏิบัติและการควบคุมหรือประเมินผลกลยุทธ์นั่นเอง อย่างไรก็ตามการ ที่ผู้บริหารจะคิดเชิงกลยุทธ์ได้จะต้องรู้ปัญหา ฐานะของปัญหาอย่างดีมาก่อน ต้องมีข้อมูลอย่างรอบด้าน ทั้ง ข้อมูลที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ตลอดจนผลกระทบจากปัญหานั้น กระบวนการจัดการเชิงกล ยุทธ์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1. การวางแผนกลยุทธ์ 2. การนำแผนกลยุทธ์ไปใช้ 3. การติดตาม และประเมินผล

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจมันเส้นจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในการทำวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ ส่งออกมันเส้น ในจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวน 19บริษัท (สมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย, 2564) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ส่งออกมันเส้น ในจังหวัดกำแพงเพชร มีจำนวน 10บริษัท โดยใช้การสุ่ม แบบเจาะจง โดยเลือกจากผู้ส่งออกที่มีการดำเนินกิจกรรมอยู่ในปัจจุบันการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย คอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การศึกษาด้านผู้บริโภค

1.1 ความต้องการของผู้ส่งออกที่มีต่อมันเส้นเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

ความต้องการของผู้ส่งออกที่มีต่อมันเส้นเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้ประกอบการมีช่วงเวลาในการส่งออกสินค้า ในช่วงมกราคม-มีนาคม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.70) รองลงมาในช่วง ตุลาคม-ธันวาคม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.10) ช่วงเมษายน-มิถุนายน ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย = 2.10) และกรกฎาคม-กันยายน ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 1.10) ตามลำดับ

ผู้ประกอบการต้องการซื้อมันเส้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งออก จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.00 และใช้เพื่อผลิตสินค้า จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 โดยหากมีการส่งออกส่วนใหญ่จะส่งไปในอุตสาหกรรมแอลกอฮอล์จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 และในกลุ่มอุตสาหกรรมปศุสัตว์ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 โดยส่วนใหญ่ต้องการชำระค่าสินค้าผ่านการโอนจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 90.00 และเงินสดจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84) เมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.05) รองลงมาได้แก่ การส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.76) และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ สามารถพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.55) เมื่อพิจารณารายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ความเข้มข้นของสินค้า ความชื้น 16 ทราย 4 (ค่าเฉลี่ย = 4.80) รองลงมาได้แก่ รูปลักษณะของสินค้า กลาง (ขนาดประมาณ 0.51-4.00 ซม) (ค่าเฉลี่ย = 4.30) ความเข้มข้นของสินค้า ความชื้น 14 ทราย 7 (ค่าเฉลี่ย 3.30) ความเข้มข้นของสินค้า ความชื้น 17 ทราย 0 (ค่าเฉลี่ย 3.10) รูปลักษณะของสินค้า หนา (ขนาดประมาณ 4.01-ขึ้นไป) (ค่าเฉลี่ย = 3.00) และรูปลักษณะของสินค้า บาง (ขนาดประมาณ 0.5 ซม) (ค่าเฉลี่ย = 2.80) ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76) เมื่อพิจารณารายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ราคาช่วงฤดูกาล [ราคาขีดหยุนตลอดกาล] (ค่าเฉลี่ย = 5.00) รองลงมาได้แก่ ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ [ราคาสูง คุณภาพสูง] (ค่าเฉลี่ย = 4.70) ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ [ราคาสูง คุณภาพตามมาตรฐาน] (ค่าเฉลี่ย 3.40) ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ [ราคาสูง ในฤดูกาลที่ขาดแคลน] (ค่าเฉลี่ย = 3.40) และราคาช่วงฤดูกาล [ราคาเดียวตลอดฤดูกาล] (ค่าเฉลี่ย = 2.30) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) เมื่อพิจารณารายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ตักที่โกดังลานมัน (ค่าเฉลี่ย = 4.10) รองลงมาได้แก่ ส่งถึงคลัง/ท่านเรือ (ค่าเฉลี่ย = 4.00)

ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย พบว่าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.0) เมื่อพิจารณารายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ปิคบี๊วะตามคิลไว (ค่าเฉลี่ย = 4.20) รองลงมาได้แก่ ขนส่งสินค้าถึงคลังเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 3.80)

การเปรียบเทียบระดับความต้องการของผู้ส่งออกมันเส้นที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

กลุ่มผู้ส่งออกมันเส้นที่มีทุนจดทะเบียนที่ต่างกันมีความต้องการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มผู้ส่งออกมันเส้นที่มีปริมาณการส่งออกที่ต่างกันมีความต้องการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มผู้ส่งออกมันเส้นที่มีปริมาณการส่งออกที่ต่างกันมีความต้องการ ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 2 การศึกษาด้านลักษณะธุรกิจและผู้ประกอบการ

2.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจมันเส้นเพื่อการส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มียอดขาย 5 ปี

การจัดการองค์การ

การจัดแผนผังธุรกิจควรประกอบด้วย 1) ผู้จัดการ 2) ฝ่ายการตลาด 3) ฝ่ายการเงินและการบัญชี 4) ฝ่ายผลิต 5) ฝ่ายให้ความรู้และประสานงานชุมชน

การจัดการการเงิน

ปัญหาและอุปสรรคของการผู้ประกอบการในการส่งออก ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ เงินทุนหมุนเวียน บุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการส่งออก ความยุ่งยากเอกสารและขั้นตอนการส่งออก ด้านการขาดความรู้เกี่ยวกับตลาดเพื่อการส่งออก การกีดกันทางการค้าและความแตกต่างด้านภาษาและวัฒนธรรม โดยปัญหาเรื่องของเงินทุนหมุนเวียนและบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการส่งออก เป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองในการดำเนินธุรกิจซึ่งทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการขาดสภาพคล่องหรือเงินทุนหมุนเวียน และธุรกิจมีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านการส่งออกจำนวนน้อย ดังนั้น การหาแหล่งเงินทุนอื่นๆ นอกจากการพึ่งพาเงินลงทุนของตนเองนั้นเองเป็นอีกทางเลือกที่ช่วยทำให้ธุรกิจมีเงินทุนในการดำเนินกิจการ และสภาพคล่องมากยิ่งขึ้น การขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ที่มีนโยบายสนับสนุนธุรกิจจะทำให้ธุรกิจสามารถมีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินธุรกิจในส่วนต่างๆ ได้มากขึ้น

การจัดการการตลาด

1) SWOT Analysis

1.1 สภาพแวดล้อมจุดแข็งภายใน

- เป็นเจ้าใหญ่ผลิตมันเส้นในจังหวัดกำแพงเพชร
- เป็นผู้กำหนดราคาวัตถุดิบหลัก

1.2 สภาพแวดล้อมจุดอ่อนภายใน

- ไม่มีเครื่องจักรเก็บมันเส้นระยะยาว
- บุคลากรไม่เพียงพอ
- มีอัตราการหมุนเวียนของพนักงานต่ำ

1.3 สภาพแวดล้อมโอกาสภายนอก

- จีนมีโอกาสนำเข้ามันสำปะหลังเส้นมากขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมต่อเนื่องของจีนที่ใช้มันสำปะหลังเส้นเป็นวัตถุดิบมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี

- นอกจากนี้ อุตสาหกรรมมันสำปะหลังในปี 2563-2565 มีแนวโน้มเติบโตได้อย่างจำกัด แม้ความต้องการใช้ในประเทศจะขยายตัวดี

- อุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังคัดแปรรูปซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมีโอกาสเติบโตดีตามความต้องการของตลาดโลกในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องสำอาง และยา

1.4 สภาพแวดล้อมอุปสรรคภายนอกที่

- มีคู่แข่งรับซื้อวัตถุดิบในตลาดค่อนข้างมาก
- ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบได้

2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากแหล่งที่ปลูกมันสำปะหลังอยู่ที่ มณฑลกว่างตุง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง มณฑลไหหลำ และมณฑลยูนนาน ดังนั้น แหล่งที่ผลิตแป้งมันสำปะหลังจะอยู่ที่พื้นที่ดังกล่าว โดยเขตกว่างซีฯ เป็นแหล่งที่ผลิตแป้งมันสำปะหลังที่สำคัญของจีน ปี 2563 โรงงานผู้ผลิตรวมของจีนรวมทั้งหมดเป็น 35 ราย โดยเขตกว่างซีฯ มี 21 ราย ปริมาณผลิตเป็น 204,600 ตัน คิดเป็นร้อยละ 79 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของจีน ส่วนโรงงานที่ใช้มันสำปะหลังผลิตแอลกอฮอล์ในจีน ส่วนใหญ่จะอยู่ทางภาคเหนือของมณฑล เจียงซู ส่วนภาคใต้ของจีนมีโรงงานที่ใช้มันสำปะหลังมาผลิตแอลกอฮอล์จำนวนน้อย การนำเข้าจากท่าเรือที่เจียงซูสะดวกกว่า เนื่องจากใกล้โรงงานที่ต้องการสินค้าดังกล่าว เพื่อความสะดวกและลดต้นทุนในการขนส่ง จึงไม่นำเข้าผ่านท่าเรือในมณฑลฝูเจี้ยน คู่แข่งการส่งออกมันเส้นมาประเทศจีน รายสำคัญเป็นประเทศเวียดนาม

3) ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับความเข้มข้นของสินค้า ความชื้น 16 ทราย 4 รูปลักษณะของสินค้า กลาง (ขนาดประมาณ 0.51-4.00 ซม) ความเข้มข้นของสินค้า ความชื้น 14 ทราย 7 ความเข้มข้นของสินค้า ความชื้น 17 ทราย รูปลักษณะของสินค้า หนา (ขนาดประมาณ 4.01-ขึ้นไป) และรูปลักษณะของสินค้า บาง (ขนาดประมาณ 0.5 ซม) ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้ซื้อจีนหลายรายยังมีความเชื่อมั่นว่ามันสำปะหลังเส้นหรือมันสำปะหลังมือของประเทศเวียดนามและกัมพูชา เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีขนาดใหญ่ จึงนิยมเลือกซื้อสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ก่อน นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์ของมันสำปะหลังในอาหารสัตว์ยังไม่แพร่หลายนักในตลาดจีน จึงเห็นควรเร่งประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทย รวมถึงข้อดีของการใช้มันสำปะหลังเส้นเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ในตลาดจีนเป็นประจำ จะมีส่วนผลักดันยอดขายของผู้ประกอบการไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัสวดี จักรไชย (2548 : 80-82) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของไทย และให้ความเห็นว่าควรให้ความสำคัญกับราคาส่งออกและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งควรส่งเสริมการผลิตมันเส้นสะอาดเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่ม

ด้านราคา ควรเป็นลักษณะของราคาช่วงฤดูกาล [ราคายืดหยุ่นตลอดกาล] ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ [ราคาสูง คุณภาพสูง] ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ [ราคาสูง คุณภาพตามมาตรฐาน] ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ [ราคาสูง ในฤดูกาลที่ขาดแคลน] และราคาช่วงฤดูกาล [ราคาเดียวตลอดฤดูกาล] ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ราคาขายมีผลต่อยอดขายมันสำปะหลังเส้นไทยอย่างเห็นได้ชัด ภาครัฐต้องเข้ามาสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันด้านราคากับสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้านได้ และไม่กระทบต่อราคามันสำปะหลังที่เกษตรกรขายได้สอดคล้องกับงานวิจัยของสรายุทธ หนูโยม (2554: 118-119) ที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ามันเส้นของประเทศจีนจากตลาดโลก พบว่าราคานำเข้ามันเส้นมีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์นำเข้ามันเส้นของประเทศจีน หากมีการบริหารจัดการต้นทุนให้ถูกกว่าประเทศคู่แข่งและมีคุณภาพตามที่ผู้ซื้อต้องการ ก็จะทำได้สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดที่ครองอยู่เดิมและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจากประเทศคู่แข่งได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรตั้งโกดังลานมัน และส่งถึงคลัง/ท่าเรือ ตามลำดับ นอกจากนี้ จีนนำเข้ามันสำปะหลังเส้น เพื่อผลิตเป็นแอลกอฮอล์เชื้อเพลิงในอุตสาหกรรม กวางซีมีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานชีวภาพโดยใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในภูมิภาครอบอ่าวเป่ย์ปู้ นำโดยบริษัท COFCO (กวางซี) จึงมีการส่งเสริมการเพาะปลูกมันสำปะหลังในบริเวณเมืองเป่ย์ไห่ ชินโจว และฝางเฉิงก่าง เพื่อรองรับอุตสาหกรรมดังกล่าว เนื่องจาก 3 เมืองที่กล่าวข้างต้นเป็นท่าเรือน้ำลึกของกวางซี ซึ่งสามารถขนถ่ายสินค้าทั้งในและนอกประเทศได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน การปลูกมันสำปะหลังในกวางซีไม่ได้เปรียบในราคาต้นทุนเนื่องจากค่าแรงสูงกว่าประเทศนำเข้า โรงงานผลิตแอลกอฮอล์ที่ใช้มันเส้น ตั้งแต่เกิดโรคระบาดโควิด-19 ปิดเป็นจำนวนมาก

หลังจากที่ควบคุมโควิด-19 ได้แล้ว โรงงานดังกล่าวได้ฟื้นตัวอย่างรวดเร็วและกลับมาเปิดทำงานอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปัจจุบัน พื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลังของจีนประมาณ 8 ล้านหมู่ หรือเท่ากับ 3.3 ล้านไร่ (1 ไร่เท่ากับ 2.4 หมู่) ปริมาณการผลิตไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดจีนได้ยังคงต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 ส่งผลให้จีนต้องการมันเส้นมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ควรปิดบังตามคิดไว้ และขนส่งสินค้าถึงคลังเร็ว ตามลำดับ นอกจากนี้ ควรมีการเลือกตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนและมีการส่งเสริมให้มีการส่งออกอย่างจริงจังในตลาดเหล่านั้น เพราะการส่งเสริมการส่งออกแบบมุ่งเน้นเป็นรายตลาด เช่น มุ่งเน้นไปที่ตลาดหรือประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ประเทศที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว หรือประเทศที่สินค้าและบริการไทยมีศักยภาพที่จะเข้าไปขาย โดยภาครัฐ ต้องมีการพบปะและสร้างสัมพันธภาพอย่างใกล้ชิด เพราะจะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจอย่างจริงจังในการร่วมมือกันทางการค้าและส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าระหว่างกัน

การวางแผนการจัดการกลยุทธ์ของผู้ประกอบการของธุรกิจเป็นระยะเวลา 5 ปี

1. ควรปรับปรุงให้มีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดอบรมให้กับผู้ประกอบการ ให้ความรู้เฉพาะด้านเพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ

2. ควรมีการรวมกลุ่มกับธุรกิจประเภทเดียวกัน ในพื้นที่เดียวกันและการรวมกลุ่มธุรกิจแบบข้าม อุตสาหกรรม และต้องมีการสนับสนุนและส่งเสริมกันอย่างแท้จริงควรจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมถึงมอง ผู้ประกอบการรายอื่นๆว่าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจมากกว่าเป็นคู่แข่งกัน ซึ่งการรวมตัวกันทางธุรกิจนั้นอาจจะ ต้องใช้เวลาในการปรับตัวในการทำงานร่วมกัน

3. ปัจจัยด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกมันสำปะหลัง เส้นของไทย ซึ่งปัจจุบันสินค้าที่ใช้ทดแทนมันสำปะหลังเส้นไทย ได้แก่ มันสับมือหรือมันสำปะหลังเส้นของประเทศเพื่อนบ้านและข้าวโพดของจีน จากการศึกษาพบว่า อุปสรรคที่สำคัญที่สุดของมันสำปะหลังเส้นไทยคือ ประเทศไทยมีตลาดมันสำปะหลังเส้นเพียงแค่ประเทศจีนอย่างเดียว วิธีที่จะทำให้มันสำปะหลังเส้นไทยสามารถ แข่งขันด้านราคากับสินค้าทดแทนได้ คือ การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งระบบโดยภาครัฐจะต้อง เข้าไปสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรชาติ นิธิเชียว (2552: 79) ศึกษาการส่งออก มันเส้นของไทยไปประเทศจีน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกมันเส้นของไทยไปประเทศจีน ประกอบด้วยราคาข้าวโพด ซึ่งเป็นสินค้าทดแทนกันกับมันเส้นในการผลิตสุรา เอทานอลและอาหารสัตว์

4. กลยุทธ์การสร้างตราสินค้ารวมถึงการมีตราสินค้า เครื่องหมายตราสินค้า เครื่องหมายการค้าลิขสิทธิ์ และโลโก้เป็นของตนเอง รวมทั้งการมีกิจกรรมส่งเสริมให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักและมีการกำหนดแผนงานชัดเจน ในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำสินค้าและบริการได้ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พร้อมทั้งพัฒนากิจกรรมการตลาดที่เน้นการพัฒนาให้ตลาดต่างประเทศยอมรับตราสินค้าของตนเอง

5. การสร้างความต้องการในตลาดและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการมากที่สุด ซึ่งการใช้กลยุทธ์นี้จะช่วยให้มีการเพิ่มอุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายมันสำปะหลังเส้น คือ ด้านราคาขาย ด้านความนิยมในตัวสินค้า ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้าด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า และด้านยราคาราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน ดังนั้นจึงเห็นควรกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัยดังกล่าวต่อไป

2. ควรเร่งประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทย รวมถึงข้อดีของการใช้มันสำปะหลังเส้นเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ในตลาดจีนเป็นประจำ จะมีส่วนผลักดันยอดขายของผู้ประกอบการไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัสวีย์ จักรไชย (2548 : 80-82) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของไทย และให้ความเห็นว่าควรให้ความสำคัญกับราคาส่งออกและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ซึ่งควรส่งเสริมการผลิตมันเส้นสะอาดเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่ม

3. ภาครัฐต้องเข้ามาสนับสนุนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันด้านราคากับสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้านได้ และไม่กระทบต่อราคามันสำปะหลังที่เกษตรกรขายได้ หากมีการบริหารจัดการต้นทุนให้ถูกกว่าประเทศคู่แข่งและมีคุณภาพตามที่ผู้ซื้อต้องการ ก็จะทำให้สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดที่ครองอยู่เดิมและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจากประเทศคู่แข่งได้

4. ควรมีการเลือกตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนและมีการส่งเสริมให้มีการส่งออกอย่างจริงจังในตลาดเหล่านั้น เพราะการส่งเสริมการส่งออกแบบมุ่งเน้นเป็นรายตลาด เช่น มุ่งเน้นไปที่ตลาดหรือประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ประเทศที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว หรือประเทศที่สินค้าและบริการไทยมีศักยภาพที่จะเข้าไปขาย โดยภาครัฐต้องมีการพบปะและสร้างสัมพันธ์ภาพอย่างใกล้ชิด เพราะจะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจอย่างจริงจังในการร่วมมือกันทางการค้าและส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้านี้ระหว่างกัน

เอกสารอ้างอิง

ภัสวีย์ จักรไชย. (2548). การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย. วิทยานิพนธ์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศรายุทธ หนูโยม. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผล ต่อการนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม.(2564). *สินค้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มัน*

สำปะหลัง. สามารถเข้าถึงได้ที่ <https://api.dtn.go.th/files/v3/5e871694ef4140f16b21b86a/download>
สมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย.(2564). *ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง*. สามารถเข้าถึงได้ที่
<http://thaitapioca.org/category/article/>

สุชาติณี เจียงขวา. (2552). *การส่งออกมันเส้นของไทยไปประเทศจีน : ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออก และการปรับตัวของเกษตรกร ผู้ปลูกมันสำปะหลัง*. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.