

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันลำปะหลังเส้นของไทย ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อสารความหมาย ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

|                |         |  |
|----------------|---------|--|
| N              | หมายถึง | จำนวนประชากร   |
| $\bar{X}$      | หมายถึง | ค่าเฉลี่ย (Mean)   |
| S.D.           | หมายถึง | ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)                                     |
| r              | หมายถึง | สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) |
| B              | หมายถึง | สัมประสิทธิ์การถดถอยปกติ   |
| Beta           | หมายถึง | สัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน  |
| S.E.           | หมายถึง | ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)                                       |
| R              | หมายถึง | สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Coefficient of Regression)                              |
| R <sup>2</sup> | หมายถึง | ประสิทธิภาพในการพยากรณ์หรืออธิบายการผันแปร                                       |
| df             | หมายถึง | ค่าของขั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)                                  |
| sig (2-tailed) | หมายถึง | ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)   |
| X <sub>1</sub> | หมายถึง | ปัจจัยด้านราคาขาย  |
| X <sub>2</sub> | หมายถึง | ปัจจัยด้านความนิยมในตัวสินค้า  |
| X <sub>3</sub> | หมายถึง | ปัจจัยด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท   |
| X <sub>4</sub> | หมายถึง | ปัจจัยด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า                                     |

|       |         |                                       |
|-------|---------|---------------------------------------|
| $X_5$ | หมายถึง | ปัจจัยด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า |
| $X_6$ | หมายถึง | ปัจจัยด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน    |
| $X_7$ | หมายถึง | ปัจจัยด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน   |
| $X_8$ | หมายถึง | ปัจจัยด้านเทศกาล                      |
| $Y$   | หมายถึง | ปริมาณยอดขายของบริษัท                 |

### ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

**ระยะที่ 1** การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกของมันสำปะหลังเส้นของไทย ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณส่งออก ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวม และรายด้าน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

**ระยะที่ 2** การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

**ระยะที่ 3** การประเมินความเป็นไปได้และยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

**ระยะที่ 1** การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกของมันสำปะหลังเส้นของไทย ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณส่งออกมันสำปะหลังเส้นของไทย ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย

## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## ตารางที่ 9 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม   | จำนวน<br>(N = 184) | ร้อยละ |
|--|--------------------|--------|
| <b>เพศ</b>   |                    |        |
| 1. ชาย   | 90                 | 48.91  |
| 2. หญิง  | 94                 | 51.09  |
| รวม  | 184                | 100.00 |
| <b>ตำแหน่ง</b>   |                    |        |
| 1. ระดับผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ   | 92                 | 50.00  |
| 2. ระดับผู้จัดการหรือเจ้าหน้าที่   | 92                 | 50.00  |
| รวม  | 184                | 100.00 |
| <b>ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าปะหลัง<br/>และผลิตภัณฑ์ฯ</b> |                    |        |
| 1. 0 - 5 ปี  | 45                 | 24.46  |
| 2. 6 - 10 ปี   | 66                 | 35.87  |
| 3. 11 - 15 ปี  | 14                 | 7.61   |
| 4. 16 - 20 ปี  | 16                 | 8.69   |
| 5. 20 ปี ขึ้นไป  | 43                 | 23.37  |
| รวม  | 184                | 100.00 |
| <b>ระยะเวลาการประกอบธุรกิจของบริษัท</b>                                    |                    |        |
| 1. 0 - 5 ปี  | 64                 | 34.78  |
| 2. 6 - 10 ปี   | 59                 | 32.07  |
| 3. 11 - 15 ปี  | 17                 | 9.24   |
| 4. 16 - 20 ปี  | 12                 | 6.52   |
| 5. 20 ปี ขึ้นไป  | 32                 | 17.39  |
| รวม  | 184                | 100.00 |

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม                    | จำนวน<br>( N = 184 ) | ร้อยละ |
|---|----------------------|--------|
| รูปแบบการบริหารงาน                                |                      |        |
| 1. เจ้าของกิจการบริหารงานเอง                      | 168                  | 91.30  |
| 2. จ้างพนักงานเป็นผู้บริหารสูงสุด                 | 8                    | 4.35   |
| 3. เป็นกิจการในเครือของบริษัทแม่หรือบริษัทโฮลดิ้ง | 8                    | 4.35   |
| 4. อื่นๆ  | -                    | -      |
| รวม   | 184                  | 100.00 |
| ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ                       |                      |        |
| 1. เพื่อขายในประเทศ                               | 16                   | 8.70   |
| 2. เพื่อส่งออกต่างประเทศ                          | 86                   | 46.74  |
| 3. เพื่อขายในประเทศหรือส่งออกต่างประเทศ           | 82                   | 44.56  |
| 4. อื่นๆ  | -                    | -      |
| รวม   | 184                  | 100.00 |

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 51.09 เป็นชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 48.91 มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลัง และผลิตภัณฑ์ ระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.87 รองลงมา มีประสบการณ์ทำงาน ระหว่าง 0 – 5 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 24.46 และมีประสบการณ์ทำงาน 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 23.37 มีระยะเวลาการประกอบธุรกิจของบริษัท 0 – 5 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมา มีระยะเวลา 6 – 10 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 32.07 และมีระยะเวลา 20 ปีขึ้นไป 32 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 รูปแบบการบริหารงาน โดยเจ้าของกิจการบริหารงานกิจการเอง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 91.30 ที่เหลือ เป็นการบริหารงานโดยจ้างพนักงานเป็นผู้บริหารสูงสุด และเป็นกิจการในเครือของบริษัทแม่หรือบริษัทโฮลดิ้ง จำนวนเท่ากัน คืออย่างละ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 มีลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อส่งออกต่างประเทศ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 46.74 เพื่อขายในประเทศหรือส่งออกต่างประเทศ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 44.56 และเพื่อขายในประเทศ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและรายด้าน

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัทเป็นรายด้าน

| ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท |  | $\bar{X}$ | S.D.   |
|---|--|-----------|--------|
| 1.  | ด้านราคาขาย                            | 7,400.24  | 271.02 |
| 2.  | ด้านความนิยมในตัวสินค้า                | 3.47      | 0.61   |
| 3.  | ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท               | 4.74      | 2.59   |
| 4.  | ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า | 3.33      | 0.49   |
| 5.  | ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า        | 3.79      | 0.39   |
| 6.  | ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน           | 3.37      | 0.71   |
| 7.  | ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน          | 3.63      | 0.81   |
| 8.  | ด้านเทศกาล                             | 3.50      | 0.76   |

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ด้านราคาขายซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7,400.24 ด้านความนิยมในตัวสินค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัทซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกันซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกันซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และด้านเทศกาลสำคัญ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายข้อ ด้านราคาขาย

| ด้านราคาขาย |   | $\bar{X}$ | S.D.   |
|-------------|---|-----------|--------|
| 1.          | ราคาขายมันสำปะหลังเส้นส่งออก F.O.B.<br>โดยเฉลี่ยของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา | 7,400.24  | 271.02 |
| โดยรวม      |   | 7,400.24  | 271.02 |

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ด้านราคาขายโดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7,400.24 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 271.02

**ตารางที่ 12** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านความนิยมในตัวสินค้า

| ด้านความนิยมในตัวสินค้า |   | $\bar{X}$ | S.D. |
|-------------------------|---|-----------|------|
| 1.                      | สีมันสำปะหลังเส้นของบริษัทท่านดีกว่ามันสำปะหลังเส้นของบริษัทอื่น                      | 3.21      | 0.72 |
| 2.                      | ขนาดชิ้นมันสำปะหลังเส้นของบริษัทท่านดีกว่ามันสำปะหลังเส้นของบริษัทอื่น                | 3.53      | 0.56 |
| 3.                      | มันสำปะหลังเส้นของบริษัทท่านมีเปอร์เซ็นต์แป้งมากกว่ามันสำปะหลังเส้นของบริษัทอื่น      | 3.60      | 0.61 |
| 4.                      | มันสำปะหลังเส้นของบริษัทท่าน มีทรายหรือสิ่งเจือปนน้อยกว่ามันสำปะหลังเส้นของบริษัทอื่น | 3.32      | 0.57 |
| 5.                      | ชื่อเสียงและการยอมรับของบริษัทท่าน ดีกว่าบริษัทอื่น                                   | 3.80      | 0.63 |
| 6.                      | บริษัทท่าน ส่งสินค้าตรงเวลาและตรงตามคำสั่งซื้อดีกว่าบริษัทอื่น                        | 3.35      | 0.54 |
| โดยรวม                  |   | 3.47      | 0.61 |

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ด้านความนิยมในตัวสินค้าโดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ชื่อเสียงและการยอมรับของบริษัทท่าน ดีกว่าบริษัทอื่น ( $\bar{X} = 3.80$ ) มันสำปะหลังเส้นของบริษัทท่านมีเปอร์เซ็นต์แป้งมากกว่ามันสำปะหลังเส้นของบริษัทอื่น ( $\bar{X} = 3.60$ ) และขนาดชิ้นมันสำปะหลังเส้นของบริษัทท่าน ดีกว่ามันสำปะหลังเส้นของบริษัทอื่น ( $\bar{X} = 3.53$ )

**ตารางที่ 13** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท

| ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท |                                      | $\bar{X}$ | S.D. |
|--------------------------|--------------------------------------|-----------|------|
| 1.                       | จำนวนลูกค้าของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา | 4.74      | 2.59 |
| โดยรวม                   |                                      | 4.74      | 2.59 |

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.59

**ตารางที่ 14** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า

| ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า |   | $\bar{X}$ | S.D. |
|--|---|-----------|------|
| 1.                                     | จำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าประเภทน้ำมันสำหรับรถจักรยานยนต์จากลูกค้าในรอบปีที่ผ่านมา | 3.33      | 0.49 |
| โดยรวม                                 |   | 3.33      | 0.49 |

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าประเภทน้ำมันสำหรับรถจักรยานยนต์จากลูกค้าในรอบปีที่ผ่านมา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

**ตารางที่ 15** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้าของบริษัท

| ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้าของบริษัท |  | $\bar{X}$ | S.D. |
|--|--|-----------|------|
| 1.                                       | การเติบโตของกิจการของลูกค้าของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา | 3.79      | 0.39 |
| โดยรวม                                   |  | 3.79      | 0.39 |

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้าของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมาโดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.39

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน

| ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน |   | $\bar{X}$ | S.D. |
|------------------------------|---|-----------|------|
| 1.                           | ราคาข้าวโพดของจีนในรอบปีที่ผ่านมา   | 3.46      | 0.58 |
| 2.                           | ราคาอ้อยของไทยในรอบปีที่ผ่านมา  | 2.77      | 0.68 |
| 3.                           | ราคากากน้ำตาลของไทยในรอบปีที่ผ่านมา   | 3.26      | 0.82 |
| 4.                           | ราคามันสำปะหลังเส้นของประเทศคู่แข่ง (กัมพูชา เวียดนามและลาว) ในรอบปีที่ผ่านมา | 3.99      | 0.76 |
| โดยรวม                       |   | 3.37      | 0.71 |

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน โดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ราคามันสำปะหลังเส้นของประเทศคู่แข่ง (กัมพูชา เวียดนามและลาว) ในรอบปีที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 3.99$ ) ราคาข้าวโพดของจีนในรอบปีที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 3.46$ ) และราคากากน้ำตาลของไทยในรอบปีที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 3.26$ )

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน

| ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน |   | $\bar{X}$ | S.D. |
|-------------------------------|---|-----------|------|
| 1.                            | ราคาแอลกอฮอล์ของไทยในรอบปีที่ผ่านมา     | 3.51      | 0.73 |
| 2.                            | ราคาน้ำมันเบนซินของไทยในรอบปีที่ผ่านมา  | 3.68      | 0.89 |
| 3.                            | ราคากากถั่วเหลืองของไทยในรอบปีที่ผ่านมา | 3.71      | 0.83 |
| 4.                            | ราคาปลาป่นของไทยในรอบปีที่ผ่านมา        | 3.60      | 0.81 |
| โดยรวม                        |   | 3.63      | 0.81 |

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัทด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน โดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก



ดังนั้น ราคาากถั่วเหลืองของไทยในรอบปีที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 3.71$ ) ราคาน้ำมันเบนซินของไทยในรอบปีที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 3.68$ ) และราคาปลาป่นของไทยในรอบปีที่ผ่านมา ( $\bar{X} = 3.60$ )

**ตารางที่ 18** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวมและเป็นรายข้อ ด้านเทศกาล

| ด้านเทศกาล |  | $\bar{X}$ | S.D. |
|------------|--|-----------|------|
| 1.         | ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันปีใหม่ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ   | 3.86      | 0.75 |
| 2.         | ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันตรุษจีน เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ  | 3.40      | 0.77 |
| 3.         | ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันแรงงานจีนเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ | 3.28      | 0.83 |
| 4.         | ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันชาติจีนเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ   | 3.45      | 0.70 |
| โดยรวม     |  | 3.50      | 0.76 |

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัทด้านเทศกาลสำคัญโดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันปีใหม่ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ( $\bar{X} = 3.86$ ) ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันชาติจีนเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ( $\bar{X} = 3.45$ ) และ ปริมาณยอดขายของบริษัทในช่วงเทศกาลวันตรุษจีนเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ ( $\bar{X} = 3.40$ )

**ตารางที่ 19** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณยอดขายของบริษัท

| ปริมาณยอดขาย |  | $\bar{X}$ | S.D.       |
|--------------|--|-----------|------------|
| 1.           | ปริมาณยอดขายมันสำปะหลังเส้นของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา | 82,235.73 | 151,622.65 |
| โดยรวม       |  | 82,235.73 | 151,622.65 |

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปริมาณยอดขายของบริษัทโดยรวม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 82,235.73 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 151,622.65

### ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท

การศึกษาแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท จำนวน 8 ปัจจัย และนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่ออธิบาย และสร้างสมการทำนายพยากรณ์ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ ยอดขายของบริษัท

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างยอดขายของบริษัทรอบปีที่ผ่านมาและปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

- $X_1$  ด้านราคาขาย
- $X_2$  ด้านความนิยมในตัวสินค้า
- $X_3$  ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท
- $X_4$  ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า
- $X_5$  ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า
- $X_6$  ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน
- $X_7$  ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน
- $X_8$  ด้านเทศกาล
- $Y$  ปริมาณยอดขายของบริษัท

2. ผลการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การทดสอบสมมติฐานในการตรวจสอบตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis)

ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) คือ ลักษณะของข้อมูลต้องกระจายแบบโค้งปกติ ทุกตัวแปรจะต้องได้ทั้ง 2 ค่า คือค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน  $\pm 1.000$  ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลตรวจสอบค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ดังแสดงในตารางที่ 20 และ 21

ตารางที่ 20 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรอิสระ

| ตัวแปรอิสระ                            | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ค่าสถิติความเบ้ (Skewness) | ค่าความโด่ง (Kurtosis) |
|--|-----------|----------------------|----------------------------|------------------------|
| ด้านราคาขาย                            | 7,400.24  | 271.02               | 0.183                      | 0.820                  |
| ด้านความนิยมในตัวสินค้า                | 3.47      | 0.61                 | 0.542                      | 0.994                  |
| ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท               | 4.74      | 2.59                 | 0.780                      | 0.926                  |
| ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า | 3.33      | 0.49                 | 0.340                      | 0.217                  |
| ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า        | 3.79      | 0.39                 | -0.831                     | 0.618                  |
| ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน           | 3.37      | 0.71                 | -0.460                     | 0.973                  |
| ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน          | 3.63      | 0.81                 | 0.666                      | 0.952                  |
| ด้านเทศกาล                             | 3.50      | 0.76                 | 0.853                      | 0.955                  |

จากตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการตรวจสอบคุณลักษณะข้อมูลเพื่อให้ทราบมีการกระจายเป็นโค้งปกติหรือไม่ (Normal Curve) ด้วยการทดสอบค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และทดสอบค่าสถิติความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรทั้ง 8 ตัว พบว่า มีค่าไม่เกิน  $\pm 1.000$  ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดมีการกระจายของข้อมูลเป็นโค้งปกติ ซึ่งมีค่าสถิติความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.831 ถึง 0.853 และมีค่าสถิติความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง 0.217 ถึง 0.994 สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้

ตารางที่ 21 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรตาม

| ตัวแปรตาม             | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ค่าสถิติความเบ้ (Skewness) | ค่าความโด่ง (Kurtosis) |
|-----------------------|-----------|----------------------|----------------------------|------------------------|
| ปริมาณยอดขายของบริษัท | 82,235.73 | 151,622.65           | 0.988                      | -0.226                 |

จากตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการตรวจสอบคุณลักษณะข้อมูลเพื่อให้ทราบมีการกระจายเป็นโค้งปกติหรือไม่ (Normal Curve) ด้วยการทดสอบค่าสถิติความเบ้ (Skew Ness) และทดสอบค่าสถิติความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปร

พบว่าค่าไม่เกิน  $\pm 1.000$  ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดมีการกระจายของข้อมูลเป็นโค้งปกติ ซึ่งมีค่าสถิติความเบ้ (Skewness) เท่ากับ 0.988 และมีค่าสถิติความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -0.226 สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้

3. ผลการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำไปสู่การทดสอบสมมติฐานในการตรวจสอบตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์พหุคูณถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis)

ในการตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบใน 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรกทำเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) และขั้นตอนที่ 2 จะหาค่าความทนทาน (Tolerance) และหาค่า Variance Inflation Factor (VIF) ดังนี้

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระ ด้วยวิธี Pearson's Product Moment Correlation (r) ในการหาระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นค่าตัวเลขที่มีเครื่องหมายประกอบ ตัวเลขจะบอกขนาดความสัมพันธ์ ส่วนเครื่องหมายจะบอกทิศทางของความสัมพันธ์ ตัวเลขแสดงขนาดความสัมพันธ์เป็นจุดทศนิยม ค่าสูงสุดคือ 1 หมายถึงมีความสัมพันธ์อย่างสมบูรณ์ ค่าต่ำสุดคือ 0 หมายถึงไม่มีความสัมพันธ์ เครื่องหมายจะแสดงทิศทางความสัมพันธ์ในทางบวกหรือลบ เครื่องหมายบวก (+) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองผันแปรไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือเมื่อค่าของ X สูงขึ้น ค่าของ Y สูงขึ้นด้วย ถ้าเครื่องหมายลบ (-) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองผันแปรในทิศทางตรงกันข้ามกัน กล่าวคือ เมื่อค่าของ X สูงขึ้น ค่าของ Y ลดลงหรือในทางกลับกัน เมื่อค่าของ X ลดลง ค่าของ Y กลับสูงขึ้น (ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุลและสุภาพ นัศราภรณ์. 2555:103) การแปรผลระดับของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากค่า Correlation Coefficient (r) มีเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ (Hinkle D.E.. 1998 : 118)

ตารางที่ 22 ค่าระดับของความสัมพันธ์

| ค่า r       | ระดับของความสัมพันธ์            |
|-------------|---------------------------------|
| 0.90 - 1.00 | มีความสัมพันธ์กันสูงมาก         |
| 0.70 - 0.90 | มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง     |
| 0.50 - 0.70 | มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง |
| 0.30 - 0.50 | มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ     |
| 0.00 - 0.30 | มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก  |

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันควรมีค่าสูงสุดไม่เกิน 0.80 เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการเกิด Multicollinearity คือ ถ้าตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่เป็นอิสระต่อกันแล้วจะทำให้แยกอิทธิพลของตัวแปรหนึ่งออกจากอีกตัวแปรหนึ่งไม่ได้ และถ้าเกิดปัญหาเหล่านี้จะต้องแก้ไขด้วยการตัดตัวแปรอิสระตัวใดตัวหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กันสูงออกไปจากการวิเคราะห์ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540 : 224-227) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) จำนวน 8 ตัว กับตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัวแปร ดังแสดงในตารางที่ 23



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้

| ตัวแปร         | X <sub>1</sub> | X <sub>2</sub> | X <sub>3</sub> | X <sub>4</sub> | X <sub>5</sub> | X <sub>6</sub> | X <sub>7</sub> | X <sub>8</sub> | Y       |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------|
| X <sub>1</sub> | 1.000          | -0.019         | 0.016          | 0.090          | 0.221*         | 0.064          | -0.062         | 0.149*         | -0.451* |
| X <sub>2</sub> |                | 1.000          | 0.096          | -0.006         | 0.017          | 0.042          | 0.050          | 0.018          | 0.325*  |
| X <sub>3</sub> |                |                | 1.000          | -0.008         | 0.074          | 0.016          | 0.011          | 0.045          | 0.127   |
| X <sub>4</sub> |                |                |                | 1.000          | 0.081          | 0.006          | -0.234*        | 0.033          | 0.347*  |
| X <sub>5</sub> |                |                |                |                | 1.000          | -0.088         | 0.103          | 0.031          | 0.241*  |
| X <sub>6</sub> |                |                |                |                |                | 1.000          | -0.081         | -0.034         | 0.185*  |
| X <sub>7</sub> |                |                |                |                |                |                | 1.000          | -0.054         | 0.043   |
| X <sub>8</sub> |                |                |                |                |                |                |                | 1.000          | -0.015  |
| Y              |                |                |                |                |                |                |                |                | 1.000   |

หมายเหตุ \* p < 0.05 \*\* p < 0.01

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 23 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 8 ด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์น้อยกว่า 0.80 ( $r < 0.80$ ) และเพื่อให้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 2 โดยจะพิจารณา ค่า Tolerance และค่า VIF ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้แสดงตามตารางที่ 24

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีค่าสหสัมพันธ์กับด้านยอดขายของบริษัท พบว่า ด้านราคาขาย ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า และด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน มีความสัมพันธ์กับด้านยอดขายของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 ค่า Tolerance และค่า VIF

| ตัวแปรอิสระ | Collinearity Statistics |       |
|-------------|-------------------------|-------|
|             | Tolerance               | VIF   |
| X1          | 0.915                   | 1.093 |
| X2          | 0.985                   | 1.015 |
| X3          | 0.983                   | 1.017 |
| X4          | 0.931                   | 1.074 |
| X5          | 0.916                   | 1.092 |
| X6          | 0.975                   | 1.025 |
| X7          | 0.917                   | 1.090 |
| X8          | 0.971                   | 1.030 |

จากตารางที่ 24 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวแปร มีค่า Tolerance ระหว่าง 0.915 - 0.985 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ต้องมากกว่า 0.1 ส่วน VIF มีค่าระหว่าง 1.015 - 1.093 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าทุกตัวแปรอิสระไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585) จึงเป็นการยืนยันผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนแรกจากการทำเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน และมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3. ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรอิสระ (X) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Y)

**ตารางที่ 25** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างตัวแปรที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่สมการถดถอย และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ ( $R^2$ ) และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ที่ปรับแก้ (Adjusted  $R^2$ )

| ตัวแปรพยากรณ์         | R     | $R^2$ | $R^2_{adj}$ | $SE_{est}$ | F      | p-value |
|-----------------------|-------|-------|-------------|------------|--------|---------|
| $X_1$                 | 0.451 | 0.203 | 0.199       | 0.895      | 46.423 | 0.000*  |
| $X_1 X_4$             | 0.595 | 0.355 | 0.347       | 0.808      | 42.429 | 0.000*  |
| $X_1 X_4 X_5$         | 0.679 | 0.460 | 0.452       | 0.741      | 35.354 | 0.000*  |
| $X_1 X_4 X_5 X_2$     | 0.747 | 0.557 | 0.547       | 0.673      | 39.142 | 0.000*  |
| $X_1 X_4 X_5 X_2 X_6$ | 0.783 | 0.613 | 0.602       | 0.631      | 25.558 | 0.000*  |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรอิสระ (X) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Y) สามารถอธิบายได้ดังนี้

**ขั้นที่ 1** เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) แล้วนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตาม (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.203 ( $R^2 = 0.203, p < 0.05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระด้านราคาขาย ( $X_1$ ) สามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) ได้ร้อยละ 20.30

**ขั้นที่ 2** เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) และด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) แล้วนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตาม (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.355 ( $R^2 = 0.355, p < 0.05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) และด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) สามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) ได้ร้อยละ 35.50

**ขั้นที่ 3** เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) และด้านการเติบโต



ของกิจการของลูกค้า ( $X_3$ ) แล้วนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตาม (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.460 ( $R^2 = 0.460$ ,  $p < 0.05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) และด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า ( $X_3$ ) สามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) ได้ร้อยละ 46.00

**ขั้นที่ 4** เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า ( $X_3$ ) และด้านความนิยมในตัวสินค้า ( $X_2$ ) แล้วนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตาม (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.557 ( $R^2 = 0.557$ ,  $p < 0.05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า ( $X_3$ ) และด้านความนิยมในตัวสินค้า ( $X_2$ ) สามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) ได้ร้อยละ 55.70

**ขั้นที่ 5** เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Y) มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า ( $X_3$ ) ด้านความนิยมในตัวสินค้า ( $X_2$ ) และด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน ( $X_0$ ) แล้วนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตาม (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.613 ( $R^2 = 0.613$ ,  $p < 0.05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า ( $X_3$ ) ด้านความนิยมในตัวสินค้า ( $X_2$ ) และด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน ( $X_0$ ) สามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตาม (Y) ได้ร้อยละ 61.30

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อด้านยอดขายของบริษัท

| ตัวแปรพยากรณ์ | b      | $\beta$ | t       | p-value |
|---------------|--------|---------|---------|---------|
| $X_1$         | -0.463 | -0.572  | -11.874 | 0.000*  |
| $X_4$         | 0.431  | 0.370   | 7.887   | 0.000*  |
| $X_5$         | 0.327  | 0.353   | 7.330   | 0.000*  |
| $X_2$         | 0.194  | 0.300   | 6.431   | 0.000*  |
| $X_6$         | 0.171  | 0.238   | 5.055   | 0.000*  |

$$a = 0.200 \quad R = 0.783 \quad R^2 = 0.613$$

$$SE_{est} = 0.631$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์แบบการเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรอิสระ (X) ที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านราคาขาย ( $X_1$ ) ด้านความนิยมในตัวสินค้า ( $X_2$ ) ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ( $X_4$ ) ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้า ( $X_5$ ) และด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน ( $X_6$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ -0.463, 0.194, 0.431, 0.327, และ 0.171 ตามลำดับ ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ -0.572, 0.300, 0.370, 0.353, และ 0.238 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.783 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.613 และมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 61.30 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ( $SE_{est}$ ) เท่ากับ 0.631 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.200

การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ จากตารางที่ 25 พบว่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบ (b) หรือสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) ส่งผลกระทบต่อตัวแปรเกณฑ์ในทางบวกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $p < 0.05$ ) จึงสามารถสร้างสมการปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม ในรูปคะแนนดิบ และในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.200 - 0.463X_1 + 0.194X_2 + 0.431X_4 + 0.327X_5 + 0.171X_6$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = -0.572Z_1 + 0.300Z_2 + 0.370Z_4 + 0.353Z_5 + 0.238Z_6$$

#### ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์คำถามปลายเปิด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 184 ฉบับ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อปริมาณยอดขายของบริษัท สามารถสรุปได้ ดังนี้

#### ตารางที่ 27 ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อยอดขายของบริษัท

| ข้อที่ | รายการ                          | ความถี่ |
|--------|---------------------------------|---------|
| 1.     | ปริมาณผลผลิตในประเทศ            | 39      |
| 2.     | ปริมาณผลผลิตของประเทศเพื่อนบ้าน | 15      |
| 3.     | อัตราแลกเปลี่ยน                 | 15      |
| 4.     | สภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ     | 17      |
| 5.     | ราคาน้ำมันดิบ                   | 5       |
| 6.     | นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ        | 24      |
| 7.     | สภาพเศรษฐกิจโลก                 | 8       |
| 8.     | ต้นทุนด้านโลจิสติกส์            | 14      |

จากตารางที่ 27 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทสูงสุด ได้แก่ปริมาณผลผลิตในประเทศ รองลงมาคือ นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ รองลงมาคือสภาพภูมิอากาศและภัยธรรมชาติ และอื่น ๆ ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์คำถามปลายเปิด ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 184 ฉบับ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย สามารถสรุปได้ ดังนี้

##### 1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Analysis) ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน พบประเด็นที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อน สรุปได้ ดังนี้

##### 1.1 จุดแข็ง (Strengths) ปรากฏผลดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของมันสำปะหลังเส้นไทย

| ข้อที่ | จุดแข็ง  | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|--|---------|----------|
|        | ด้านการจัดหาวัตถุดิบ   |         |          |
| 1.     | ประเทศไทยมีผลผลิตมาก ทำให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง  | 69      | 1        |
| 2.     | มันสำปะหลังไทยเป็นพืชที่ไม่ได้ตัดแปลงพันธุกรรม(NON GMOs) ด้านการผลิตและแปรรูป  | 22      | 6        |
| 3.     | มีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ และมีสถานที่จัดเก็บสินค้าอย่างเพียงพอ ด้านการจัดส่งสินค้า  | 41      | 4        |
| 4.     | มีการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ที่ดีและมีระบบคมนาคมขนส่งครอบคลุมหลายพื้นที่ ทำให้สามารถส่งสินค้าปริมาณมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ | 45      | 3        |
|        | ด้านการตลาดและการขาย   |         |          |
| 5.     | มีการกำหนดคุณภาพสินค้าในการซื้อขาย เป็นที่ยอมรับในระดับสากล  | 51      | 2        |
| 6.     | มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทยในตลาดต่างประเทศเป็นประจำ   | 12      | 7        |
|        | ด้านการบริการ  |         |          |
| 7.     | มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และมีการนำความเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงอย่างรวดเร็ว                               | 4       | 9        |
|        | ด้านการจัดซื้อ   |         |          |
| 8.     | การจัดซื้อไม่ขึ้นกับผู้ขายวัตถุดิบเพียงรายเดียว ทำให้สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ตามเวลาที่กำหนด                                     | 7       | 8        |
| 9.     | มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายวัตถุดิบที่ไว้ใจได้ระยะยาว   | 2       | 12       |
|        | ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี  |         |          |
| 10.    | มีการพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลังที่มีคุณภาพ อยู่เป็นระยะ  | 4       | 10       |
|        | ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์  |         |          |
| 11.    | บุคลากรที่เกี่ยวข้อง มีทักษะและความสามารถด้านการบริหาร การตลาดและด้านภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับดีมาก                            | 1       | 13       |

| ข้อที่ | จุดแข็ง  | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|--|---------|----------|
| 12.    | ด้านโครงสร้างพื้นฐาน<br>มีระบบโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ดี | 25      | 5        |
| 13.    | เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย   | 3       | 11       |

จากตารางที่ 28 พิจารณาผลการวิเคราะห์จุดแข็ง พบว่า จุดแข็งของมันสำปะหลังเส้นไทยที่สำคัญที่สุดตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 อันดับแรก คือ ประเทศไทยมีผลผลิตมาก ซึ่งทำให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รองลงมาคือ มีการกำหนดคุณภาพในการซื้อขาย จึงทำให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล รองลงมาคือ มีการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ที่ดีและมีระบบคมนาคมขนส่งครอบคลุมหลายพื้นที่ ทำให้สามารถส่งสินค้าในปริมาณมาก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และทันเวลา รองลงมาคือ ผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังเส้น มีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ และมีสถานที่จัดเก็บสินค้าอย่างเพียงพอ ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมาก เป็นไปตามมาตรฐานและตรงตามเวลาที่กำหนด และสุดท้ายคือ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ดี

## 1.2 จุดอ่อน (Weaknesses) ปรากฏผลดังตารางที่ 29

### ตารางที่ 29 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของมันสำปะหลังเส้นไทย

| ข้อที่ | จุดอ่อน   | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|---|---------|----------|
|        | ด้านการจัดหาวัตถุดิบ  |         |          |
| 1.     | ผลผลิตมักกระจุกตัว โดยมีก้อออกสู่ตลาดช่วงต้นปี ทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอทั้งปี               | 29      | 5        |
|        | ด้านการผลิตและแปรรูป  |         |          |
| 2.     | ต้นทุนการแปรรูปจากหัวมันสดเป็นมันสำปะหลังเส้นสูง ทำให้ราคาขายสูงขึ้นตามไปด้วย                         | 6       | 11       |
| 3.     | คุณภาพสินค้าในภาพรวมค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับของประเทศเพื่อนบ้าน                                      | 68      | 1        |
| 4.     | การผลิตมันสับมือหรือมันเส้นสะอาดคุณภาพดี ยังมีไม่มาก ทำให้การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้ายังไม่มากนัก | 4       | 12       |
|        | ด้านการจัดส่งสินค้า   |         |          |
| 5.     | มีปัญหาการขนส่งในช่วงฤดูฝน  | 8       | 8        |

| ข้อที่ | จุดอ่อน  | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|--|---------|----------|
| 6.     | ด้านการตลาดและการขาย<br>การแข่งขันของผู้ประกอบการค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการบางราย<br>ปรับลดราคาขาย เพื่อแย่งลูกค้า                     | 52      | 2        |
| 7.     | มีการปลอมปนสินค้า<br>ด้านการบริการ   | 49      | 3        |
| 8.     | พึ่งพาดูแลเงินอย่างเดียว ไม่ได้มีการแสวงหาตลาดใหม่หรือพัฒนา<br>ผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่   | 14      | 7        |
| 9.     | ด้านการจัดซื้อ<br>ราคาผลผลิตผันผวน ทำให้ยากต่อการวางแผนการค้าล่วงหน้า<br>ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี                                       | 16      | 6        |
| 10.    | เอกชนลงทุนในงานวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลัง<br>ไม่มากนัก   | 3       | 14       |
| 11.    | มีงานวิจัยมาก แต่ขาดการนำไปบูรณาการร่วมกันกับผู้วิจัยรายอื่น<br>และไม่มีการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์มากนัก<br>ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ | 4       | 13       |
| 12.    | บุคลากรที่มีศักยภาพและความสามารถในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ<br>มันสำปะหลังมักกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่                                   | 1       | 16       |
| 13.    | ค่าจ้างแรงงานสูง   | 7       | 9        |
| 14.    | มีองค์กรหรือหน่วยงานมาก แต่ขาดการบูรณาการร่วมกัน<br>ด้านโครงสร้างพื้นฐาน   | 2       | 15       |
| 15.    | ต้นทุนด้าน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องค่อนข้างสูง  | 36      | 4        |
| 16.    | ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนลำบาก  | 7       | 10       |

จากตารางที่ 29 พิจารณาผลการวิเคราะห์จุดอ่อน พบว่า จุดอ่อนของมันสำปะหลังเส้นไทยที่สำคัญที่สุดตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 อันดับแรก คือ คุณภาพสินค้าในภาพรวมค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับของประเทศเพื่อนบ้าน รองลงมาคือ การแข่งขันของผู้ประกอบการค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการบางรายปรับลดราคาขาย เพื่อแย่งลูกค้า รองลงมาคือ มีการปลอมปนสินค้า รองลงมาคือ ต้นทุนด้าน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องค่อนข้างสูง และสุดท้ายคือ ผลผลิตมักกระจุกตัว โดยมักออกสู่ตลาดช่วงต้นปี ทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอทั้งปี

## 2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์วิเคราะห์ PESTLE Analysis ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก พบประเด็นที่เป็นโอกาส และอุปสรรค ดังนี้

### 2.1 โอกาส (Opportunities) ปรากฏผลดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสของมันสำปะหลังเส้นไทย

| ข้อที่ | โอกาส   | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|---|---------|----------|
| 1.     | ด้านการเมือง<br>ภาครัฐให้ความสำคัญและมีงบประมาณในการสนับสนุน<br>ด้านเศรษฐกิจ  | 9       | 8        |
| 2.     | การเปิด AEC จะทำให้ประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการค้า<br>มันสำปะหลังได้   | 47      | 3        |
| 3.     | จีนมีโอกาสนำเข้ามันสำปะหลังเส้นมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง  | 59      | 1        |
| 4.     | การแปรรูปมันสำปะหลังเส้นเป็นสินค้าขึ้นปลาย เช่น เอทานอล<br>แทนการส่งออกในรูปวัตถุดิบ จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าได้                         | 15      | 6        |
| 5.     | จีนลดการนำเข้ามันสำปะจากเวียดนามเนื่องจากมีปัญหาด้านคุณภาพ<br>มาก   | 29      | 5        |
| 6.     | ราคาน้ำมันในตลาดโลกลดลง ทำให้ต้นทุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องลดลง<br>ด้านสังคม   | 6       | 9        |
| 7.     | มีองค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลังมาก มีองค์ความรู้<br>และการทำงานที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลังครอบคลุมทุกด้าน              | 4       | 10       |
| 8.     | เกษตรกรลดการปลูกอ้อย ยางและข้าวโพด และเปลี่ยนมาปลูกมัน<br>สำปะหลังแทน ทำให้มีปริมาณผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการใช้<br>ภายในและต่างประเทศ | 39      | 4        |
| 9.     | ด้านเทคโนโลยี<br>มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่าง<br>เหมาะสม   | 2       | 11       |

| ข้อที่ | โอกาส  | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|--|---------|----------|
| 10.    | ด้านกฎหมาย<br>มีการกำหนดคุณภาพสินค้าส่งออกซึ่งแตกต่างจากประเทศคู่แข่งที่<br>ไม่ได้มีการกำหนดคุณภาพสินค้าสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับ<br>ผู้ซื้อต่างประเทศ<br>ด้านสิ่งแวดล้อม | 53      | 2        |
| 11.    | ประชาชนและหน่วยงานราชการมีความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม<br>มีการรณรงค์ผ่านสื่อ ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพิ่มความระมัดระวังในการ<br>ผลิตและการขนส่งผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมากขึ้น   | 1       | 12       |
| 12.    | ปัญหาภัยแล้ง ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตของประเทศคู่แข่ง   | 11      | 7        |

จากตารางที่ 30 พิจารณาผลการวิเคราะห์โอกาส พบว่า โอกาสของมันสำปะหลังเส้น  
ไทยที่สำคัญที่สุดตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 อันดับแรก คือ จีนมีโอกาสนำเข้ามัน  
สำปะหลังเส้นมากขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็น  
วัตถุดิบของจีนมีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ มีการกำหนดคุณภาพสินค้า  
ส่งออก ซึ่งแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง ที่ไม่ได้มีการกำหนดคุณภาพสินค้า สามารถสร้างความ  
เชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อต่างประเทศ รองลงมาคือ การเปิด AEC จะทำให้ประเทศไทยสามารถเป็น  
ศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังได้ รองลงมาคือ เกษตรกรลดการปลูกอ้อย ยางและข้าวโพด และ  
เปลี่ยนมาปลูกมันสำปะหลังแทน ทำให้มีปริมาณผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการใช้ภายใน  
และต่างประเทศ และสุดท้ายคือจีนลดการนำเข้ามันสำปะจากเวียดนามเนื่องจากมีปัญหาด้าน  
คุณภาพมาก

## 2.2 อุปสรรค (Threats) ปราบกฏผลดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคของมันสำปะหลังเส้นไทย

| ข้อที่ | อุปสรรค   | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|---|---------|----------|
| 1.     | ด้านการเมือง<br>นโยบายภาครัฐที่ผ่านมา เน้นประชานิยม ทำให้เกษตรกรไม่สนใจ<br>พัฒนาตนเองมากนัก                               | 52      | 4        |
| 2.     | การดำเนินงานหรือการปรับปรุงแผนงานของภาครัฐมีความล่าช้า<br>และไม่สอดคล้องกับข้อมูลการปฏิบัติงานที่ได้มาหรือที่เป็นปัจจุบัน | 15      | 8        |



| ข้อที่ | อุปสรรค   | ความถี่ | ลำดับที่ |
|--------|---|---------|----------|
|        | ด้านเศรษฐกิจ  |         |          |
| 3.     | ตลาดหลักมีแค่อินเดียอย่างเดียว ทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดอำนาจต่อรองและมีโอกาสที่จีนจะมาเปิดจตุรรับซื้อเอง   | 80      | 1        |
| 4.     | หากอนุญาตให้นำเข้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์จากประเทศเพื่อนบ้านได้โดยไม่มีการควบคุมที่เข้มงวด จะทำให้สินค้าทะลักเข้าไทยเป็นจำนวนมาก และจะส่งผลกระทบต่อราคามันสำปะหลังภายในประเทศ | 62      | 2        |
| 5.     | เศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในภาวะตกต่ำ  | 22      | 7        |
|        | ด้านสังคม   |         |          |
| 6.     | พฤติกรรมกรเพาะปลูกของเกษตรกร ที่ไม่ใส่ใจในขั้นตอนการดูแลรักษานัก ทำให้คุณภาพของผลผลิตยังไม่ดีเท่าที่ควร   | 4       | 12       |
| 7.     | แรงงานภาคเกษตรขาดแคลนและมีราคาสูง   | 2       | 13       |
|        | ด้านเทคโนโลยี   |         |          |
| 8.     | ประเทศคู่แข่งอย่างเวียดนามและกัมพูชา ส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังและพัฒนาเทคโนโลยีมากขึ้น   | 38      | 5        |
|        | ด้านกฎหมาย  |         |          |
| 9.     | กฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้องมีความซ้ำซ้อน สร้างความสับสนให้กับผู้ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย   | 9       | 10       |
| 10.    | การบังคับใช้กฎหมายไม่มีความชัดเจน และผู้รักษากฎหมายหรือข้าราชการที่เกี่ยวข้องไม่เข้มงวดเท่าที่ควร   | 60      | 3        |
| 11.    | กฎหมายไม่ได้คุ้มครองกิจการของผู้ประกอบการภายในประเทศ ทำให้มีโอกาสที่จะถูกคุกคามจากกลุ่มทุนต่างประเทศ  | 30      | 6        |
|        | ด้านสิ่งแวดล้อม   |         |          |
| 12.    | ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ทำให้ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้งและอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตภายในประเทศ   | 10      | 9        |
| 13.    | การส่งออกมันสำปะหลังเส้นของไทย ต้องไปทำการขนถ่ายสินค้ากลางทะเล ส่งผลต่อต้นทุนผู้ประกอบการ   | 7       | 11       |

จากตารางที่ 31 พิจารณาผลการวิเคราะห์อุปสรรค พบว่า อุปสรรคของน้ำมันสำปะหลังเส้นไทยที่สำคัญที่สุดตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 อันดับแรก คือ ตลาดหลักมีแค่จีนอย่างเดียว ทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดอำนาจต่อรอง รองลงมาคือหากอนุญาตให้นำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านได้โดยไม่มีการควบคุมที่เข้มงวด จะทำให้สินค้าทะลักเข้าไทย และจะส่งผลกระทบต่อราคามันสำปะหลังภายในประเทศ รองลงมาคือ การบังคับใช้กฎหมายไม่มีความชัดเจน และผู้รักษากฎหมายหรือข้าราชการที่เกี่ยวข้องไม่เข้มงวดเท่าที่ควร รองลงมาคือ นโยบายภาครัฐที่ผ่านมาเน้นประชานิยม ทำให้เกษตรกรไม่สนใจพัฒนาตนเองมากนัก และสุดท้ายคือ ประเทศคู่แข่งอย่างเวียดนามและกัมพูชา ส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังและพัฒนาเทคโนโลยีมากขึ้น ซึ่งมีโอกาสจะแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากไทย

### 3. การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้หลักการวิเคราะห์ปัจจัยทางการแข่งขัน 5 ประการ (Five Forces Model) ในการวิเคราะห์สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย ซึ่งพบว่าสถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทยในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

#### ตารางที่ 32 สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทย

| ข้อที่ | รายการ  | ความถี่ |
|--------|---|---------|
| 1.     | ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่จะเกิดขึ้น : คู่แข่งรายใหม่มีโอกาสเพิ่มขึ้น (โดยเฉพาะผู้ประกอบการจีน)                      | 58      |
| 2.     | อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ : ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูง   | 42      |
| 3.     | อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ : ผู้ขายวัตถุดิบ (เกษตรกรหรือเจ้าของลานมัน) มีอำนาจการต่อรอง แต่ไม่มากนัก               | 4       |
| 4.     | ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน : มันสำปะหลังเส้นหรือมันสับมือจากประเทศเพื่อน และข้าวโพดจีน สามารถทดแทนมันสำปะหลังเส้นของไทยได้ | 32      |
| 5.     | ด้านความเข้มข้นทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม : การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายเดิมภายในประเทศค่อนข้างสูง                | 48      |

จากตารางที่ 32 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ภาวะคุกคามที่ส่งผลกระทบต่อการค้าของบริษัทที่สุด ได้แก่ ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่จะเกิดขึ้น รองลงมาคือ ความเข้มข้นทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอื่นๆ ตามลำดับ

#### 4. ลักษณะของแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันลำปะหลังเส้นไทย

ผู้วิจัย ได้วิเคราะห์ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในประเด็นเรื่องลักษณะของแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันลำปะหลังเส้นของไทย ผลเป็นดังนี้

#### ตารางที่ 33 ลักษณะของแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันลำปะหลังเส้นของไทย

| ข้อที่ | รายการ   | ความถี่ |
|--------|--|---------|
| 1.     | มุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร เช่น ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การวิจัยดินเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของพื้นที่เพาะปลูกและการพัฒนาเครื่องจักรในการเพาะปลูกและการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร | 8       |
| 2.     | ส่งเสริมการผลิตสินค้าคุณภาพดี เช่น การผลิตมันเส้นสะอาดหรือมันสับมือ รวมถึงการพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมันลำปะหลังเส้น  | 18      |
| 3.     | เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มันลำปะหลังไทยในตลาดต่างประเทศเป็นประจำ รวมถึงการแสวงหาตลาดใหม่  | 3       |
| 4.     | ควบคุมการนำเข้ามันลำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างเคร่งครัด รวมถึงเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพมันลำปะหลังเส้นก่อนการส่งออกจากประเทศไทย ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด                    | 37      |
| 5.     | ปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการค้ำประกันลำปะหลัง รวมถึงพัฒนาศักยภาพสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการไทย  | 16      |
| 6.     | กำหนดเกณฑ์ราคาขั้นต่ำในการซื้อขายมันลำปะหลังและผลิตภัณฑ์   | 3       |
| 7.     | พัฒนาการแปรรูปมันลำปะหลังเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มแทนการแปรรูปเป็นมันลำปะหลังเส้น  | 7       |

จากตารางที่ 33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ลักษณะของแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันลำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ ควบคุมการนำเข้ามันลำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างเคร่งครัด รวมถึงเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบคุณภาพมันลำปะหลังเส้นก่อนการส่งออกจากประเทศไทย ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด รองลงมาคือ ส่งเสริมการผลิตสินค้าคุณภาพดี เช่น การผลิตมันเส้นสะอาดหรือมันสับมือ รวมถึงการพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมันลำปะหลังเส้น และอื่น ๆ ตามลำดับ

## การวางแผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันสำปะหลังเส้นไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

### 1. การนำผลวิจัยมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis

ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยระยะที่ 1 มาวิเคราะห์เนื้อหาแต่ละประเด็น และนำมาเป็นฐานคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์ค้ำประกันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นการนำผลการวิจัยระยะที่ 1 ทั้งหมด มาสังเคราะห์ เข้ากับหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ตารางที่ 34) โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 34 สรุปแนวทางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของค้ำประกันสำปะหลังเส้นไทยในภาพรวมแต่ละด้าน

|   |  |
|---|--|
| <p>จุดแข็ง (Strengths - S) ได้จาก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ปัจจัยที่ส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาพแวดล้อม ภายใน ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาวะการแข่งขัน ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นอื่นๆ ที่ได้จากการวิจัย ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> </ol>   | <p>จุดอ่อน (Weaknesses - W) ได้จาก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ปัจจัยที่ส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาวะการแข่งขันซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นอื่นๆ ที่ได้จากการวิจัย ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> </ol> |
| <p>โอกาส (Opportunities - O) ได้จาก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ปัจจัยที่ส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาวะการแข่งขัน ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นอื่นๆ ที่ได้จากการวิจัย ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> </ol> | <p>อุปสรรค (Threats - T) ได้จาก</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ปัจจัยที่ส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นหลักที่พบจากการศึกษาสภาวะการแข่งขัน ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> <li>ประเด็นอื่นๆ ที่ได้จากการวิจัย ซึ่งบ่งบอกว่าส่งผลต่อประเด็นที่ศึกษา</li> </ol>  |

## 1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1.1.1 ประเทศไทยมีผลผลิตมากเพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ อีกทั้งมันสำปะหลังเป็นพืชที่ปลูกง่าย เกษตรกรจึงนิยมปลูกในพื้นที่ของตนเอง ทำให้ผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังเส้น สามารถหาซื้อวัตถุดิบได้ง่าย ในบริเวณพื้นที่ของตน อีกทั้งการจัดซื้อไม่ขึ้นกับผู้ขายวัตถุดิบเพียงรายเดียว มีโอกาสต่อรองกับผู้ขายหลายรายในเวลาเดียวกัน ทำให้สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ตามเวลาที่กำหนด

1.1.2 การซื้อขายมันสำปะหลังเส้นของไทยมีการกำหนดคุณภาพสินค้า และในการส่งออกสินค้าแต่ละครั้ง จะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานจากบริษัทตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า

1.1.3 ประเทศไทย มีการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ที่ดีและมีระบบคมนาคมขนส่งครอบคลุมหลายพื้นที่ ทำให้สามารถส่งสินค้าในปริมาณมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และทันเวลา รวมถึงมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดี มีท่าเรือที่รองรับปริมาณการส่งออกได้มาก มีเครื่องจักรที่ทันสมัยในการขนถ่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีระบบข้อมูลสารสนเทศ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ตที่ติดต่อได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ

1.1.4 ผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังเส้น มีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ และมีโกดังจัดเก็บสินค้าเพียงพอ ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมาก เป็นไปตามมาตรฐานและจัดส่งได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

## 1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1.2.1 ภาพรวมของมันสำปะหลังเส้นที่ผลิตในไทยดีกว่าของกลุ่มต่างประเทศ กล่าวคือคุณภาพสินค้าไม่คงที่และสม่ำเสมอ มีขนาดเล็กและแตกเป็นชิ้น และมีฝุ่นหรือทรายเยอะ ในขณะที่สินค้าของประเทศเพื่อนบ้าน มีขนาดใหญ่ และมีราคาถูกกว่ามาก

1.2.2 การแข่งขันภายในระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศค่อนข้างสูง ผู้ขายบางรายปรับลดราคาขายเพื่อแย่งลูกค้า หรือเพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคากับมันสำปะหลังเส้นที่ผู้ขายรายอื่นนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านได้

1.2.3 มีการปลอมปนสินค้า เช่น ทราย หรือ กากมันเพื่อลดต้นทุน

1.2.4 ต้นทุนด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงด้านโครงสร้างพื้นฐานค่อนข้างสูงส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการไทย

1.2.5 ผลผลิตมักกระจุกตัวออกสู่ตลาดช่วงต้นปี และในช่วงปลายฤดูกาลผลิต วัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทำให้ไม่มีวัตถุดิบสม่ำเสมอตลอดทั้งปีและราคา

ผันผวนไม่แน่นอน นอกจากนี้ในช่วงฤดูฝน อาจไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ตามเวลา หรือได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีไปกว่าช่วงเวลาปกติ

### 1.3 โอกาส (Opportunities)

1.3.1 จีนมีโอกาสนำเข้ามันสำปะหลังเส้นมากขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมต่อเนื่องของจีนที่ต้องใช้มันสำปะหลังเส้นเป็นวัตถุดิบ เช่น แอลกอฮอล์ เอทานอล และอาหารสัตว์ มีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี

1.3.2 ประเทศคู่แข่ง เช่น เวียดนามและกัมพูชา ไม่ได้มีการกำหนดมาตรฐานส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ซึ่งต่างจากประเทศไทยที่มีการกำหนดมาตรฐานส่งออกที่สินค้าจะต้องมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานส่งออกที่ภาครัฐกำหนดเท่านั้น จึงถือเป็นโอกาสของประเทศไทย ที่จะเป็นทางเลือกหนึ่งของลูกค้าที่ต้องการสินค้าคุณภาพดีและมีการกำหนดคุณภาพสินค้าเป็นมาตรฐานในการซื้อขาย

1.3.3 การเปิด AEC (Asean Economic Community) จะทำให้การนำเข้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์จากประเทศเพื่อนบ้านสะดวกเร็วขึ้น หากประเทศไทยสามารถนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านมาบริหารจัดการได้อย่างสมบูรณ์และครบวงจร จะทำให้ประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังของอาเซียนได้ เนื่องจากตั้งอยู่ระหว่างประเทศผู้ผลิต (ไทย ลาว และกัมพูชา) และประเทศผู้ใช้ (จีน) รวมถึงประเทศไทยมีระบบคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่ดี

1.3.4 เนื่องจากมันสำปะหลังเป็นพืชปลูกง่าย ต้นทุนการเพาะปลูกไม่สูงเมื่อเทียบกับสินค้าเกษตรอื่นๆ และระยะเวลาตั้งแต่เพาะปลูกจนถึงเก็บเกี่ยวไม่นาน รวมถึงมันสำปะหลังยังเป็นที่ต้องการของตลาดมาก ทำให้เกษตรกรหันมาปลูกมันสำปะหลังแทนการปลูกอ้อย ยางและข้าวโพด ซึ่งจะทำให้ในอนาคตมันสำปะหลังของไทยจะมีปริมาณผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ

1.3.5 ปัจจุบันจีนลดการนำเข้ามันสำปะหลังเส้นและมันสับมือจากเวียดนาม เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่มีความชื้นสูง ทำให้เกิดการขึ้นรา และเกิดการระอุทำให้เกิดไฟไหม้สินค้าระหว่างขนส่งบนเรือ จนเกิดปัญหาข้อพิพาทในประเด็นสินค้าบ่อยครั้ง

### 1.4 อุปสรรค (Threats)

1.4.1 ตลาดของมันสำปะหลังเส้นไทยมีแค่อินเดียเดียว โดยที่จีนมีการนำเข้ามันสำปะหลังเส้นในปริมาณที่มากกว่ายอดขายรวมทั้งหมดของไทย รวมถึงผู้ซื้อจีนรู้ข้อมูลของไทยเป็นอย่างดี ทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดอำนาจต่อรอง และมีโอกาสที่ผู้นำเข้าจีนจะมาเปิด

จูดรับซื้อและส่งออกแทนผู้ประกอบการไทย และในอนาคตหากจีนมีนโยบายส่งเสริมการใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมภายในประเทศ จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทยอย่างมาก

1.4.2 การอนุญาตให้นำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านได้โดยไม่กำหนดปริมาณนำเข้าหรือการควบคุมคุณภาพอย่างเคร่งครัด จะทำให้เกิดปัญหาสินค้าทะลักเข้าไทยโดยเฉพาะในช่วงต้นปี และจะส่งผลกระทบต่อราคามันสำปะหลังภายในประเทศ เนื่องจากผู้ซื้อจีนมักจะเลือกซื้อสินค้าจากเวียดนาม ลาวหรือกัมพูชา ก่อน เพราะมีลักษณะทางกายภาพในภาพรวมดีกว่าและมีราคาถูกกว่าของไทย จนทำให้ผู้ประกอบการไทยบางรายปรับลดราคาขายลงเพื่อให้สามารถสู้กับราคาสินค้าของประเทศเพื่อนบ้านได้

1.4.3 การบังคับใช้กฎหมายไม่มีความชัดเจนและกฎหมายหลายฉบับยังมีความซ้ำซ้อน รวมถึงผู้รักษากฎหมายหรือข้าราชการที่เกี่ยวข้อง ไม่เข้มงวดเท่าที่ควร

1.4.4 นโยบายภาครัฐที่ผ่านมาไม่ได้สนใจแก้ปัญหาอย่างแท้จริง เน้นประชานิยมทำให้เกษตรกรหวังพึ่งรัฐเป็นหลัก โดยไม่สนใจพัฒนาศักยภาพตนเองมากนัก อีกทั้งการดำเนินการแก้ไขปัญหของภาครัฐที่ผ่านมา มีความล่าช้าและแก้ไขไม่ตรงกับประเด็นปัญหาที่แท้จริง

1.4.5 ประเทศคู่แข่งอย่างเวียดนามและกัมพูชา ส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังและพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองและมีโอกาสจะแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดจากไทยในอนาคต

## 2. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยได้นำสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่สังเคราะห์ได้จากกรวิชัยระยะที่ 1 มาจัดทำตาราง SWOT Matrix เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ตามลักษณะ 4 รูปแบบ คือ จุดแข็ง-โอกาส (SO) จุดแข็ง-อุปสรรค (ST) จุดอ่อน-โอกาส (WO) และจุดอ่อน-อุปสรรค (WT) ดังตารางที่ 34 ทำให้ได้แผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 35 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐ  
ประชาชนจีนด้วย SWOT Matrix

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>จุดแข็ง – จุดอ่อน</p> <p>โอกาส – อุปสรรค</p>  | <p>S1 ไทยมีผลผลิตมากเพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในและการส่งออก</p> <p>S2 มีการกำหนดคุณภาพมาตรฐานสินค้า</p> <p>S3 มีการบริหารจัดการโลจิสติกส์ คมนาคมขนส่ง และระบบโครงสร้างพื้นฐานดี</p> <p>S4 สามารถแปรรูปผลผลิตได้อย่างรวดเร็ว และตรงตามเวลา</p> | <p>W1 คุณภาพในภาพรวมด้อยกว่าสินค้าของประเทศคู่แข่ง</p> <p>W2 มีการตัดราคาขายสินค้าระหว่างผู้ประกอบการ</p> <p>W3 มีการปลอมปนสินค้า</p> <p>W4 ต้นทุนด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสูง</p> <p>W5 ผลผลิตกระจุกตัว</p> |
| <p>O1 จีนมีโอกาสนำเข้ามากขึ้น</p> <p>O2 ประเทศคู่แข่งไม่ได้มีการกำหนดคุณภาพมาตรฐานสินค้าส่งออก</p> <p>O3 การเปิด AEC จะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังของอาเซียนได้</p> <p>O4 เกษตรกรหันมาปลูกมันสำปะหลังเพิ่มขึ้น</p> <p>O5 จีนลดการนำเข้ามันสำปะหลังเส้นและมันสับมือจากเวียดนาม</p>                             | <p>กลยุทธ์ SO</p> <p>จัดทำกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งขององค์กร เพื่อฉกฉวยประโยชน์จากโอกาสภายนอก</p>  | <p>กลยุทธ์ WO</p> <p>จัดทำกลยุทธ์โดยเอาชนะหรือปรับปรุงจุดอ่อนขององค์กรเพื่อฉกฉวยประโยชน์จากโอกาสภายนอก</p>   |
| <p>T1 ตลาดของมันสำปะหลังเส้นไทยมีแค่อินเดีย</p> <p>T2 การปล่อยให้นำเข้าโดยไม่มีการควบคุม อาจกระทบต่อราคาภายในประเทศ</p> <p>T3 การบังคับใช้กฎหมายไม่ชัดเจนและไม่เข้มงวดเท่าที่ควร</p> <p>T4 นโยบายภาครัฐที่ผ่านมาไม่แก้ปัญหาอย่างจริงจังและดำเนินการล่าช้า</p> <p>T5 ประเทศคู่แข่งพัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อแข่งขันกับไทย</p> | <p>กลยุทธ์ ST</p> <p>จัดทำกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งขององค์กร เพื่อหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอก</p>  | <p>กลยุทธ์ WT</p> <p>จัดทำกลยุทธ์เพื่อลดจุดอ่อนภายในและหลีกเลี่ยงอุปสรรคภายนอก</p>   |



1. ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง SO

1.1 ปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคด้านการค้า การนำเข้าและการส่งออกมันสำปะหลังเส้น ให้สอดคล้องกับการเปิด AEC เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการบริหารจัดการ

1.2 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์คุณสมบัติของมันสำปะหลังเส้นไทย ในตลาดต่างประเทศ

1.3 วิจัยและพัฒนากระบวนการขนส่งของไทยให้ทันสมัยอยู่เสมอ

2. ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง ST

2.1 สร้างความชัดเจนด้านกฎระเบียบ และวิธีปฏิบัติ ในการควบคุมการนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้าน

2.2 เข้มงวดกับการตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นก่อนการส่งออกจากประเทศไทย

3. ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WO

3.1 ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร รวมถึงเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายเกษตรกร ลานมันสำปะหลังเส้นและผู้ส่งออก เพื่อให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ

3.2 พัฒนาเครื่องจักรในการผลิตมันสำปะหลังเส้นคุณภาพดี

3.3 พัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทุกขั้นตอนเพื่อลดต้นทุนด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 ตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นส่งออกทั้งหมดอย่างเข้มงวด และเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิด

4. ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WT

4.1 พัฒนาการผลิตสินค้าปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่มแทนการส่งออกในรูปแบบมันสำปะหลังเส้นและขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่

4.2 ส่งเสริมการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ภายในประเทศให้มากขึ้น

โดยที่ผู้วิจัยจะนำร่างแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนพร้อมข้อมูลที่ไ้จากการวิจัยระยะที่ 1 แล้ว ส่งให้กับกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการประชุมระดมสมอง (Brain Storming) อ่านล่วงหน้าก่อนประชุม 1 - 2 สัปดาห์

## ระยะที่ 2 การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณส่งออกมันสำปะหลังเส้นของไทยและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเส้นไทยที่ได้จากการศึกษาระยะที่ 1 มาทำ SWOT Analysis และ SWOT Matrix รวมถึงจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สร้างขึ้น มาดำเนินการประชุมระดมสมอง (Brain Storming) ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีปฏิสัมพันธ์กับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 18 คน เพื่อให้ความเห็น คำแนะนำ และร่วมกันวิพากษ์ผลที่ผู้วิจัยได้นำเสนอขึ้น ดังนี้

1. กลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมระดมสมอง (Brain Storming) จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้
  - 1.1 กลุ่มผู้ปลูกมันสำปะหลังและแปรรูปมันสำปะหลังเส้น จำนวน 6 คน ได้แก่
    - 1.1.1 นายธีระ เอื้ออภิธร เลขาธิการสมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
    - 1.1.2 นายชัยวัฒน์ โชคถาวร ผู้จัดการทั่วไป บจก. สงวนวงษ์อุตสาหกรรมและหัวหน้าคณะส่งเสริมการใช้ปัจจัยการผลิต กลุ่มคัสเตอร์มัน โคราช (KOTAC)
    - 1.1.3 นายธีระชาติ เสยกระโทก เลขาธิการสมาพันธ์ชาวไร่มันสำปะหลังแห่งประเทศไทย
    - 1.1.4 นายรัตติเทพ ลิงห์แก้ว ผู้แทนสภาเกษตรกร จังหวัดนครราชสีมา
    - 1.1.5 นายประพันธ์ เขียนนอก ผู้จัดการสมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
    - 1.1.6 นายสำเภา ขุนทอง ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการเกษตร สหกรณ์การเกษตรจักราช จำกัด
  - 1.2 กลุ่มผู้ทำการค้าและส่งออกมันสำปะหลังเส้นไทย จำนวน 6 คน ได้แก่
    - 1.2.1 นายบุญชัย ศรีชัยงพานิช ประธานคณะสำรวจภาวะการผลิตและการค้ามันสำปะหลัง และอดีตนายกสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย

- 1.2.2 นายสมชาย ศรีตระกูล ที่ปรึกษาสมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอดีตนายกสมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 1.2.3 นายสมเกียรติ พันธุ์จิตวุฒิชัย ผู้จัดการ บริษัท ซีพีอินเตอร์เทรด จำกัด และอุปนายกสมาคมพ่อค้าข้าวโพดและพันธุ์พืชไทย
- 1.2.4 นายธีระ ตันติพาณิชย์กุล ผู้แทนบริษัทส่งออกและอดีตผู้จัดการสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย
- 1.2.5 นายปัญญา บุญบันดาลฤทธิ ผู้แทนบริษัทส่งออกและกรรมการสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย
- 1.2.6 นายชุมพร สุพัฒน์ผลาผล ผู้แทนบริษัทส่งออกและกรรมการสมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย
- 1.3 กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นไทย จำนวน 6 คน ได้แก่
- 1.3.1 นายประสาน พูลเวช รองผู้อำนวยการฝ่ายกิจการนโยบายรัฐมนตรีว่าการเพื่อการค้าและสหกรณ์การเกษตร
- 1.3.2 นางสาวศิริรัตน์ ศาตะนิมิ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักส่งเสริมการค้าข้าวและพืชไร่ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
- 1.3.3 นายเดชธร เรืองไกรกลกิจ นักวิทยาศาสตร์ชำนาญการ กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน
- 1.3.4 นางสาวมณฑิรา พรหมพิทยาอุทธร เศรษฐกรชำนาญการ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 1.3.5 นายวิโรจน์ วิชัยโกศล นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กองมาตรฐานสินค้านำเข้าส่งออก กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

- (6) นายอาทิตย์ ศรีวรรณวิทย์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

2. ผู้วิจัยได้จัดให้มีการประชุมระดมสมองทั้งหมด 3 ครั้ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการประชุมไปกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ ซึ่งผู้เข้าร่วมวิพากษ์ทั้ง 3 กลุ่ม รวมทั้งหมด 18 คน ได้มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในที่ประชุม และได้ลงความเห็นเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน สรุปผลได้ดังนี้

2.1 ครั้งที่ 1 การประชุมระดมสมอง (Brain Storming) กลุ่มผู้ปลูกมันสำปะหลังและแปรรูปมันสำปะหลังเส้น เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2558 เวลา 13.00 น. ณ ห้องประชุมสมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ ดังนี้

2.1.1 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง SO

- 1) ปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคด้านการค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยที่เกี่ยวข้อง
- 2) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทย และผลักดันให้มีการใช้มันสำปะหลังในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของต่างประเทศ

2.1.2 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง ST

- 1) ออกมาตรการชะลอการนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตในประเทศออกสู่ท้องตลาดมาก
- 2) เข้มงวดกับการตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศอย่างเคร่งครัด
- 3) ออกมาตรการ เพื่อป้องกันการเป็นนอมินีของต่างชาติ
- 4) สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ต้องคัดกรองสมาชิก โดยเฉพาะสมาชิกที่เป็นชาวต่างชาติ

2.1.3 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WO

1) ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร เพื่อให้ไม่ให้เกิดผลผลิตกระจุกตัวและสามารถทยอยออกสู่ท้องตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ

2) ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ ในการรวบรวมผลผลิตและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังด้วยตนเอง

3) ส่งเสริมและพัฒนาเครื่องจักรในกระบวนการผลิต เพื่อยกระดับคุณภาพมันสำปะหลังเส้นไทย

4) เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ จะต้องรักษากฎระเบียบในการส่งออกอย่างเคร่งครัดและเข้มงวดกว่าเดิม

5) ออกมาตรการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทย เพื่อให้สามารถรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรหรือมันสำปะหลังเส้นจากลานมันได้อย่างคล่องตัวกว่าเดิม

2.1.4 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WT แสวงหาตลาดใหม่ โดยส่งเสริมการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ภายในประเทศมากขึ้น และส่งเสริมให้น้ำมันสำปะหลังไปผลิตแป้งมันสำปะหลังให้มากขึ้น

#### 2.1.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้ามันสำปะหลังเส้นที่สำคัญที่สุด คือ ราคาและคุณภาพของสินค้า ซึ่งทั้งสองปัจจัยดังกล่าว เกี่ยวข้องกับเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยโดยตรง การกำหนดนโยบายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องจึงควรเน้นไปที่งานที่เกี่ยวข้องกับสองปัจจัยนี้เป็นหลัก ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น ราคาสินค้าทดแทน การกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องอาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก และไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ประกอบการมันสำปะหลังไทย

2) ผลการศึกษาสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน กล่าวคือ มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการจีน ซึ่งหากตลาดมันสำปะหลังภายในประเทศ ถูกกำหนดราคาซื้อขายโดยผู้ประกอบการต่างชาติ อาจเกิดผลกระทบต่อเกษตรกรไทยได้ เหมือนกรณีสินค้าเกษตรลำไย เป็นต้น ดังนั้น ภาครัฐควรกำหนดมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยหรือผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการค้า และให้สามารถแข่งขันกับกลุ่มทุนจากต่างประเทศได้

2.2 ครั้งที่ 2 การประชุมระดมสมอง (Brain Stroming) กลุ่มผู้ทำการค้าและส่งออกมันสำปะหลังเส้นไทย เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558 เวลา 13.00 น. ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี สรุปผลได้ ดังนี้

2.2.1 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง SO

- 1) ปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของไทย เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการบริหารจัดการการนำเข้าและส่งออกมันสำปะหลังเส้น
- 2) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าต่างประเทศและเป็นการรักษาฐานการตลาดเดิมไว้

2.2.2 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง ST

- 1) ตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นที่นำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างเคร่งครัด
- 2) เข้มงวดกับการตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นที่ส่งออกจากประเทศไทย ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อรักษาชื่อเสียงของประเทศไทย
- 3) พิจารณาทบทวนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าผ่านแดน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังไทยในภาพรวม

2.2.3 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WO

- 1) เชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายเกษตรกร ลานมัน และผู้ส่งออกในการวางแผนการเพาะปลูกและการส่งมอบ เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตและการค้าล่วงหน้าได้
- 2) พัฒนาเครื่องจักรเพื่อยกระดับคุณภาพการผลิตและแปรรูปมันสำปะหลังเส้นไทย
- 3) จัดประชุมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร และร่วมกันแก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์
- 4) ควบคุมกระบวนการส่งออกทุกขั้นตอนให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่กำหนดอย่างเคร่งครัด และเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้กระทำผิดที่ไม่ปฏิบัติตามขั้นตอน
- 5) เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการค้าให้แก่ผู้ส่งออกไทย เช่น เพิ่มวงเงินกู้ให้แก่ผู้ประกอบการไทย หรือลดดอกเบี้ยเงินกู้ เพื่อใช้เสริมสภาพคล่องทางการค้า

#### 2.2.4 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WT

1) พัฒนาการแปรรูปมันสำปะหลังเป็นสินค้าระดับปลายน้ำที่มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่ม แทนการส่งออกในรูปแบบมันสำปะหลังเส้น เช่น การผลิตเอทานอลจากมันสำปะหลัง

2) ส่งเสริมการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่นๆ ภายในประเทศ เช่น แป้งมันสำปะหลัง และอาหารสัตว์ ให้มากขึ้น

#### 2.2.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือคุณภาพของสินค้า ซึ่งมันสำปะหลังเส้นไทยมีชื่อเสียงด้านคุณภาพและเป็นที่ยอมรับเชื่อถือของลูกค้าตลาดต่างประเทศมานาน ดังนั้น การควบคุมคุณภาพสินค้าส่งออกให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างเข้มงวด จะเป็นการรักษาชื่อเสียงของประเทศไทยและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าต่างประเทศต่อไป

2) ควรให้ความสำคัญในการชะลอการนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะในช่วงต้นฤดูกาลผลิต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคามันสำปะหลังภายในประเทศ โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรควบคุมการนำเข้าอย่างเคร่งครัด รวมถึงควรกำหนดด่านนำเข้าที่มีจุดตรวจซั่งน้ำหนัก และมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐปฏิบัติงานประจำอยู่ อีกทั้งควรกำหนดมาตรการป้องกันการลักลอบนำเข้าอย่างเคร่งครัด

3) ภาครัฐควรสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนให้แก่ผู้ประกอบการ ไทยรายย่อย เพื่อให้มีทุนเพียงพอในการประกอบกิจการได้

2.3 ครั้งที่ 3 การประชุมระดมสมอง (Brain Stroming) กลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นไทย เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2558 เวลา 14.00 น. ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี สรุปผลได้ ดังนี้

#### 2.3.1 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง SO

1) ปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับการเปิด AEC

2) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทยให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ

3) พัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยอยู่เสมอ

2.3.2 ยุทธศาสตร์การค้าน้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง ST

1) สร้างความชัดเจนด้านกฎระเบียบ และวิธีปฏิบัติในการควบคุมการนำเข้าน้ำมันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้าน และตรวจสอบการนำเข้าน้ำมันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างเคร่งครัด

2) เข้มงวดกับการตรวจสอบคุณภาพน้ำมันสำปะหลังเส้นที่ส่งออกจากประเทศไทย ให้เป็นไปตามขั้นตอนของกฎหมายอย่างเคร่งครัด

3) ทบทวนนโยบายแทรกแซงตลาด โดยไม่นำน้ำมันสำปะหลังเป็นสินค้าประชานิยมเหมือนในอดีต ควรนำงบประมาณที่ใช้ไปส่งเสริมกิจกรรมอย่างอื่นที่เกษตรกรได้รับผลประโยชน์โดยตรงแทน

4) ให้สมาคมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันสำปะหลังรับรองพฤติกรรมของสมาชิก และจะต้องรับผิดชอบ หากสมาชิกประพฤติตัวให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงของประเทศไทย

2.3.3 ยุทธศาสตร์การค้าน้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WO

1) ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร  
2) ส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์ ผลิตน้ำมันสำปะหลังเส้นคุณภาพดี

3) พัฒนาเครื่องจักรเพื่อยกระดับคุณภาพการผลิตและแปรรูปน้ำมันสำปะหลังเส้นไทย

4) ลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรและเพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกร เพื่อให้ต้นทุนการผลิตในภาพรวมลดลง

5) เพิ่มบทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิดปลอมปนสินค้า

6) ส่งเสริมศักยภาพผู้ส่งออกไทย โดยเพิ่มวงเงินกู้ให้แก่ผู้ประกอบการไทย ในการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรไทยหรือน้ำมันสำปะหลังเส้นจากลานมันไทย ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ท้องตลาดมาก

2.3.4 ยุทธศาสตร์การค้าน้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่อง WT



1) พัฒนาการแปรรูปมันสำปะหลังเป็นสินค้าปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่มแทนการส่งออกในรูปแบบมันสำปะหลังเส้นและขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่

2) ส่งเสริมการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ภายในประเทศ เช่น แป้งมันสำปะหลัง และอาหารสัตว์ ให้มากขึ้น

### 2.3.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรบูรณาการทำงานร่วมกัน และควรร่วมกันปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน และไม่เป็นที่ขัดขวางเดียวกัน และเห็นควรเพิ่มจำนวนบุคลากร เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการตรวจสอบและควบคุมการนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

3. การกำหนดยุทธศาสตร์จากการสังเคราะห์ผลการประชุมระดม (Brain Storming) ทั้ง 3 ครั้ง คือ การประชุมระดมสมองกลุ่มผู้ปลูกมันสำปะหลังและแปรรูปมันสำปะหลังเส้น กลุ่มผู้ทำการค้าและส่งออกมันสำปะหลังเส้นไทย และกลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นไทย มาประมวลสรุปใหม่ มีรายละเอียดและผลการกำหนดยุทธศาสตร์จากการสังเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน จากการเชื่อมโยงประเด็นจุดแข็งและ โอกาสในช่อง SO

ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมคือ ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังเส้นของอาเซียน โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้า การนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านและการส่งออกมันสำปะหลังเส้นไปยังต่างประเทศ เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการบริหารจัดการของภาครัฐ (S1-3 O1,3,4)

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง เช่น พรบ. สุราสามทับ หรือ มาตรการขนย้ายมันสำปะหลังภายในประเทศ เป็นต้น
2. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องครอบคลุมทุกด้าน
3. ออกระเบียบและวิธีการปฏิบัติในการนำเข้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างสมบูรณ์และครบวงจร

4. ภาครัฐต้องผลักดันและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นแหล่งแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญของโลก โดยมีฐานการผลิตจากวัตถุดิบทั้งภายในและประเทศเพื่อนบ้านในระยะยาว และต้องมีงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง

มาตรการที่ 2 พัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยอยู่เสมอ (S3 O3)

#### แนวดำเนินการ

1. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อการขนส่งปัจจัยการผลิตและผลผลิต และพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งเพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

2. ผลักดันการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้ามันสำปะหลังทั้งหมดผ่านระบบ National Single Window (NSW) เพื่อลดต้นทุนและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ

3. พัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลังที่มีคุณภาพอยู่เป็นระยะ

4. เชื่อมโยงระบบข้อมูล โดยพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงการผลิต โดยจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ ผู้ผลิตกลางน้ำและผู้ค้า พร้อมวิเคราะห์ประเมินศักยภาพและการเชื่อมโยงการผลิตทั้งระบบ

5. พัฒนาระบบการเงินและการธนาคาร เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น

มาตรการที่ 3 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทยในตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและเป็นการรักษาฐานการตลาดเดิมไว้ (S1,3,4 O1,2,5)

#### แนวดำเนินการ

1. รักษาจุดเด่นของมันสำปะหลังไทย ซึ่งไม่ได้เป็นพืชที่ดัดแปลงพันธุกรรม (NON GMOs)

2. จัดทำสื่อที่ทันสมัยเพื่อเผยแพร่คุณประโยชน์ของมันสำปะหลังไทย และโฆษณาประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังไทยในตลาดต่างประเทศเป็นประจำ เช่น เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในจีน หรือจัดประชุมหารือกับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานภาครัฐของจีน

3. จัดทำสื่อที่ทันสมัยเพื่อเผยแพร่คุณประโยชน์ของมันสำปะหลังไทย และโฆษณาประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังไทยในงานนานาชาติที่จัดในประเทศ เช่น งานมันสำปะหลังนานาชาติ (World Tapioca Conference) หรืองานแสดงสินค้าสำคัญอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. จัดประชุมสัมมนานานาชาติในประเทศไทยเป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชิญลูกค้าต่างประเทศที่มีศักยภาพมาดูงาน แลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อนำความเห็นของลูกค้ามาปรับปรุง รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อต่างประเทศในระยะยาว

มาตรการที่ 4 พัฒนামันสำปะหลังเส้นคุณภาพดี และส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของจีน (S1,2,4 O1,2,4,5)

#### แนวดำเนินการ

1. พัฒนาคุณภาพมันสำปะหลังเส้น รวมถึงวิจัยและพัฒนาการแปรรูปสินค้าอื่นๆ ที่มีคุณภาพดีกว่ามันสำปะหลังเส้น
2. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาดมันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตอาหารสัตว์ในต่างประเทศ
3. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือ เครื่องจักรกลเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
4. โฆษณาประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ของมันสำปะหลังในอาหารสัตว์ของจีนเป็นประจำ

3.2 ยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน จากการเชื่อมโยงประเด็นจุดแข็งและอุปสรรคในช่อง ST

ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมคือ ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ทบทวนนโยบายแทรกแซงตลาด โดยไม่นำมันสำปะหลังเป็นสินค้าประชานิยมเหมือนในอดีต ควรนำงบประมาณที่ใช้ไปส่งเสริมกิจกรรมอย่างอื่นที่เกษตรกรได้รับผลประโยชน์โดยตรงแทน (S1-4 T4-5)

#### แนวดำเนินการ

1. จัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกร และเชื่อมโยงกับตลาด มีการวางแผนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ปริมาณและผลิตสอดคล้องกับความต้องการ
2. พิจารณานโยบายที่ผลประโยชน์ส่งตรงสู่เกษตรกรโดยตรง รวมถึงต้องปรับปรุงพฤติกรรมกรรมการเพาะปลูกของเกษตรกรไม่ให้พึ่งพาภาครัฐอย่างเดียว
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้เป็นการร่วมกันทำงาน และทำงานในทิศทางเดียวกัน

4. ปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินการและการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานภาครัฐให้รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินการชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มาตรการที่ 2 สร้างความชัดเจนด้านกฎระเบียบ และวิธีปฏิบัติในการควบคุมการนำเข้ามันเส้นจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเด็นคุณภาพสินค้าและการลักลอบนำเข้าสินค้าจากชายแดน ทั้งนี้ อาจพิจารณากำหนดด่านนำเข้า เพื่อให้ง่ายต่อการควบคุมของหน่วยงานภาครัฐ (S1-2 T2-3)

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้ามันสำปะหลังภายในประเทศ

2. กำหนดแนวทางในการควบคุมการนำเข้า เช่น การกำหนดปริมาณนำเข้า ช่วงเวลาที่นำเข้า หรือสถานที่ในการนำเข้า ซึ่งควรเป็นด่านถาวรและมีจุดตรวจซึ่งนำหนัก

3. ร่วมมือกับหน่วยงานของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อร่วมกันพัฒนาระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและการออกเอกสารสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องและเป็นทิศทางเดียวกันกับการดำเนินการของหน่วยงานประเทศไทย

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินการชัดเจนและไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มาตรการที่ 3 เพิ่มความเข้มงวดการตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นก่อนการส่งออกจากประเทศไทย ให้เป็นไปตามกฎระเบียบและขั้นตอนอย่างเคร่งครัด และเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิด (S2 T1,3)

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปยังต่างประเทศ โดยลดขั้นตอน และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในประเทศให้มากขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้บังคับใช้กฎหมาย ต้องเข้มงวดกว่าเดิม

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินการชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มาตรการที่ 4 ยกเลิกกฎระเบียบหรือมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อและเป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการไทย เช่น มาตรการขนย้ายข้ามเขต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนผู้ประกอบการ โดยอาจพิจารณาปรับเปลี่ยนให้เป็นการควบคุมเฉพาะมันสำปะหลังเส้นที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน หรือกฎระเบียบผ่านแดน/ถ่ายลำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคามันสำปะหลังภายในประเทศได้ (S1-3 T1,3)

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการภายในประเทศ เช่น มาตรการขนย้ายข้ามเขต เป็นต้น
2. พิจารณากฎระเบียบการขนย้ายสินค้าผ่านแดน โดยพิจารณาเพิ่มกฎระเบียบหรือความเข้มงวดในขั้นตอนการปฏิบัติ เนื่องจากอาจเกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศได้
3. ในระยะยาว ควรพิจารณาออกกฎหมายที่คุ้มครองกิจการของผู้ประกอบการภายในประเทศ เพื่อลดโอกาสที่จะถูกคุกคามจากกลุ่มทุนต่างประเทศ

มาตรการที่ 5 จัดประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นเป็นประจำ รวมถึงลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์เป็นระยะ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและทำให้สามารถกำหนดหรือปรับปรุงแผนการดำเนินการได้อย่างเหมาะสม โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด (S1-2 T2-5)

#### แนวดำเนินการ

1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็นรูปธรรมและบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด
2. ส่งเสริมการให้ข้อมูลสถิติ การคาดการณ์ทางการค้า เพื่อให้สามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนแผนการตลาดให้ทันกับเหตุการณ์
3. จัดประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นเป็นประจำ รวมถึงลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์เป็นระยะ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร และทำให้สามารถกำหนดหรือปรับปรุงแผนการดำเนินการได้อย่างเหมาะสม

มาตรการที่ 6 ขอความร่วมมือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย ในการคัดกรองหรือเพิ่มเงื่อนไขในการรับสมัครใหม่ รวมถึงการต่ออายุสมาชิก เพื่อให้สามารถควบคุมสมาชิกที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมได้ (S1-2 T1,3)

### แนวดำเนินการ

1. สมาคมที่เกี่ยวข้องควรคัดกรอง และเพิ่มเงื่อนไขในการรับสมาชิกใหม่ หรือการต่ออายุสมาชิก รวมถึงการต่ออายุสมาชิก เพื่อให้สามารถควบคุมสมาชิกที่มีพฤติกรรม ไม่เหมาะสมได้

2. กรณีสมาชิกสมาคมมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและกระทำการก่อให้เกิด ความเสียหาย สมาคมฯ ต้องร่วมดำเนินการแก้ไขและร่วมรับผิดชอบกับพฤติกรรมของสมาชิก นั้น ๆ

3.3 ยุทธศาสตร์การค้ำประกันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน จากการเชื่อมโยงประเด็นจุดอ่อนและ โอกาสในช่อง WO

ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมคือ สร้างเสถียรภาพและเพิ่มความได้เปรียบของมัน สำปะหลังเส้นไทย โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร รวมถึงลด ต้นทุนของเกษตรกร โดยเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายเกษตรกร กับลานมันสำปะหลังเส้นและผู้ ส่งออก ในการวางแผนการเพาะปลูกและการแปรรูป เพื่อให้มีผลผลิตและสินค้าที่มีคุณภาพ ออกสู่ท้องตลาดอย่างสม่ำเสมอ (W1,2,5 O1-5)

### แนวดำเนินการ

1. จัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกร และเชื่อมโยงกับตลาด มีการวางแผนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ปริมาณและผลิต สอดคล้องกับความต้องการ

2. ส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก เช่น การเพิ่มผลผลิตโดย ระบบน้ำหยด เป็นต้น

3. ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร โดยการให้วงเงิน ชดเชยดอกเบี้ยหรือสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการชะลอชุดให้เกษตรกรรายย่อย รวมถึงการ ประชาสัมพันธ์โครงการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่

4. พัฒนาและขยายเครือข่ายการผลิตและการตลาด โดยใช้ต้นแบบ Korat Tapioca Model ซึ่งเป็นการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

5. กำหนดพื้นที่เพาะปลูก ในพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) สำหรับพื้นที่ที่ไม่ เหมาะสม ควรปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่น หรือยกเลิกไปทำอาชีพอื่น เพื่อไม่ให้ต้นทุนใน ภาพรวมสูงเกินไป และการเกิดภาวะสินค้าล้นตลาด

6. พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

มาตรการที่ 2 ส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ แปรรูปมันสำปะหลังเส้น คุณภาพดี หรือผลิตมันสำปะหลังด้วยตนเอง แทนการส่งหัวมันสดให้ลานมัน (W1,3,5 O2,4)

แนวดำเนินการ

1. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยง ตลาดมันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตเอทานอลหรืออาหารสัตว์ทั้งภายในและต่างประเทศ
2. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็น รูปธรรม เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานร่วมกันมากขึ้น และทำงานไม่ซ้ำซ้อนกัน
3. ส่งเสริมการให้ข้อมูลสถิติ พยากรณ์อากาศที่แม่นยำและรวดเร็วกับ เกษตรกรในแต่ละพื้นที่ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน
4. ให้ความรู้เทคโนโลยีการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว คัดเลือกพันธุ์ที่เหมาะสม กับสภาพพื้นที่ และส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้น
6. จัดทำมาตรฐานแปรรูปมันสำปะหลังเส้นที่มีคุณภาพดีกว่ามาตรฐาน ส่งออกทั่วไป
7. สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่สหกรณ์ เพื่อรวบรวมและแปรรูปและเก็บ สต็อกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง รวมถึงรัฐบาลสนับสนุนการสร้างโกดังเก็บสินค้าให้กับ เกษตรกร
8. สนับสนุนสินเชื่อให้กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์เพื่อแปรรูปมัน สำปะหลังเส้นคุณภาพ
9. ปรับปรุงการดำเนินกิจการของสหกรณ์ ควรมีการกำหนดการวัดความ สำเร็จของงาน ที่มีการเพิ่มมูลค่ากิจกรรมที่ทำหรือการมีกิจกรรมที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม แทนการ ประกอบกิจด้านสินเชื่อ หรือด้านการค้าขายปัจจัยการผลิต ซึ่งเป็นการวัดผลด้วยกำไรจากการ ประกอบการ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐต้องสนับสนุนในการให้คำปรึกษาและงบประมาณอย่าง ต่อเนื่อง

มาตรการที่ 3 พัฒนาเครื่องจักรเพื่อยกระดับคุณภาพการผลิตและแปรรูปมัน สำปะหลังเส้นไทย (W1,3 O2-3)

แนวดำเนินการ

1. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือ เครื่องจักรกลเพื่อลดต้นทุนการผลิต และการแปรรูป
2. ส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิต

3. ส่งเสริมการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตเพื่อทดแทนแรงงาน
  4. ผลักดันให้เอกชนลงทุนในการวิจัยและพัฒนามากขึ้น รวมถึงบูรณาการร่วมกันกับผู้วิจัยรายอื่น เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเหมาะสม
- มาตรการที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทุกขั้นตอนเพื่อลดต้นทุนด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (W4 O1,4,5)

#### แนวดำเนินการ

1. พัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทุกขั้นตอน
  2. จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน
  3. จัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรและเชื่อมโยงกับตลาด มีการวางแผนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ปริมาณและผลิตสอดคล้องกับความต้องการ
  4. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อการขนส่งปัจจัยการผลิตและผลผลิต รวมถึงพัฒนาระบบการเงินการธนาคารเพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น
  5. พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ รองรับการค้าปลีกของกิจการการค้าได้
- มาตรการที่ 5 ออกมาตรการช่วยเหลือและจูงใจผู้ประกอบการไทย เพื่อให้สามารถรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรไทยหรือมันสำปะหลังเส้นจากลานมัน โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เช่น การเพิ่มวงเงินกู้ โดยการลดหย่อนหลักเกณฑ์หรือลดหย่อนหลักประกันของผู้ประกอบการ หรือการชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับซื้อหัวมันสดจากเกษตรกรหรือได้ส่งออกมันสำปะหลังเส้นไทยไปแล้ว (W4-5 O1,3,5)

#### แนวดำเนินการ

1. ชดเชยดอกเบี้ยเพื่อให้สามารถรับซื้อสินค้าได้มากขึ้น
2. เพิ่มสภาพคล่องทางการค้า ให้วงเงินชดเชย
3. สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่สหกรณ์ เพื่อรวบรวมและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร
4. การเพิ่มวงเงินกู้ โดยลดหย่อนหลักเกณฑ์หรือลดหย่อนหลักประกันของผู้ประกอบการ หรือการชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับซื้อหัวมันสดจากเกษตรกรหรือได้ส่งออกมันสำปะหลังเส้นไทยไปแล้ว

3.4 ยุทธศาสตร์การค้ำประกันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนจากการเชื่อมโยงประเด็นจุดอ่อนและอุปสรรคในช่อง WT



ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมคือ ลดการพึ่งพาจีน โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ส่งเสริมการใช้มันสำปะหลังและกากมันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ภายในประเทศให้มากขึ้น (W1-3 T1-3)

#### แนวดำเนินการ

1. รักษาฐานตลาดเดิม ไม่ให้กลุ่มลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากประเทศคู่แข่ง รวมถึงประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ของมันสำปะหลังในอาหารสัตว์ในประเทศเป็นประจำ
2. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาดมันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตอาหารสัตว์ภายในประเทศ
3. ส่งเสริมการใช้กากมันในอาหารสัตว์เพื่อลดการนำไปผสมกับมันสำปะหลังเส้นเพื่อการส่งออก

มาตรการที่ 2 ผลักดันให้มีการนำมันสำปะหลังแปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลังหรือสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ (W2-5 T1,4,5)

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม และขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น อินเดีย เป็นต้น
2. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาดมันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตเอทานอลหรืออาหารสัตว์ทั้งภายในและต่างประเทศ
3. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือ เครื่องจักรกลเพื่อลดต้นทุนการผลิตและการแปรรูป และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า
4. ส่งเสริมการขายในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (AFET) อย่างเป็นทางการ
5. พัฒนาและผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายของสินค้ามูลค่าเพิ่มไปสู่เชิงพาณิชย์ รวมถึงพัฒนาต่อยอดงานวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
6. สร้างความชัดเจนในนโยบายและกฎหมายในการใช้เอทานอลในอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน รวมถึงแก้ไขข้อกฎหมายให้โรงงานเอทานอลสามารถผลิตเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่พลังงานได้

### ระยะที่ 3 การประเมินความเป็นไปได้และยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลัง เส้นไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำแผนยุทธศาสตร์ที่สังเคราะห์ขึ้นจากการประชุมระดมสมอง และผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์ โดยขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ในการวิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. นายอานวย ปะติเส ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ อธิบดีรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
2. นายบุญยฤทธิ์ กัลยาณมิตร เอกอัครราชทูตผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลก อธิบดีอธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
3. ดร. กิรติ รัชโน รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
4. นายนิคม จุฬาศรีกุล นายกสมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย
5. ดร. สุริย์ ยอดประจง นายกสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย

ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้วิพากษ์และยืนยันรูปแบบ พร้อมแสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อร่างรูปแบบแผนยุทธศาสตร์ฯ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังเส้นของอาเซียน

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านแสดงความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นว่ามีความเหมาะสมและเป็นไปได้ พร้อมให้ข้อเสนอแนะสรุปได้ ดังนี้

1.1 การผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังเส้นของอาเซียน เป็นเรื่องที่ดีและเหมาะสม เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม คือตั้งอยู่ระหว่างกลุ่มประเทศผู้ผลิต (ไทย ลาว และกัมพูชา) และผู้ซื้อ (จีน) รวมถึงสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคมขนส่งของภูมิภาคอาเซียน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุงระบบคมนาคมขนส่งและ โครงสร้างพื้นฐานให้พร้อมสำหรับการรองรับการเป็นศูนย์กลางดังกล่าว

1.2 อย่างไรก็ดี การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังเส้นของอาเซียน การกำหนดนโยบายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและครอบคลุมในทุกกระบวนการและขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในประเทศด้วย

1.3 ภายหลังจากเปิด AEC แล้ว จะทำให้การนำเข้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์จากประเทศเพื่อนบ้านสะดวกและรวดเร็วขึ้น หากประเทศไทยสามารถบริหารจัดการการนำเข้าได้อย่างสมบูรณ์ก็จะเกิดผลดีในภาพรวม แต่อย่างไรก็ดี อาจก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบได้ เนื่องจากการนำเข้า อาจเกิดปัญหาการทะลักเข้ามาในช่วงต้นปี ซึ่งตรงกับช่วงฤดูการผลิตของไทย อีกทั้งกฎระเบียบการนำเข้าผ่านสินค้า ที่ทำให้การนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านสะดวกขึ้น จนอาจส่งผลกระทบต่อราคามันสำปะหลังภายในประเทศอย่างกว้างขวาง ดังนั้น การดำเนินการกำหนดนโยบายใดๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ควรพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน

1.4 การประชาสัมพันธ์มันสำปะหลังเส้นไทย ควรติดต่อกับลูกค้าที่เป็นผู้ใช้โดยตรง และเร่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงนำข้อคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงแก้ไขอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความประทับใจและความเชื่อมั่นต่อประเทศไทย

## 2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านแสดงความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นว่ามีความเหมาะสมและเป็นไปได้ พร้อมให้ข้อเสนอแนะสรุปได้ ดังนี้

2.1 สิ่งสำคัญที่สุดในการทบทวนหรือปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องบูรณาการร่วมกัน เพื่อลดการซ้ำซ้อนของงาน ให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเชื่อมโยงกัน รวมถึง การปรับปรุงแก้ไขปัญหาค่าจะต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น

2.2 ปัจจุบันตลาดมันสำปะหลังเส้นไทยมีแค่ประเทศจีนอย่างเดียว และมีโอกาสที่พ่อค้าจีนจะมาเปิดจุดรับซื้อเอง ซึ่งสินค้าเกษตรของไทยหลายรายการ เช่น ลำไย ก็เคยมีปัญหาเช่นนี้มาแล้ว จึงเห็นควรที่จะต้องหาวิธีการป้องกันคนจีนเข้ามาควบคุมราคาตลาดภายในประเทศ เช่น อาจพิจารณาใช้พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว หรือ พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า ในการควบคุมพฤติกรรมของพ่อค้าจีน แต่การควบคุมต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเป็นกลาง เพื่อไม่ให้ขัดกับหลักการค้าเสรี แต่อย่างไรก็ดีในระยะยาว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องของไทยจะต้องเร่งปรับตัวหรือพัฒนาศักยภาพตัวเอง เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ด้วยตนเอง

2.3 การควบคุม กำกับและตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการส่งออก ข้าราชการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันยังปฏิบัติหน้าที่ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพนัก และยังไม่เข้มงวดพอ จึงเห็นควรเพิ่มความเข้มงวดในการปฏิบัติงาน รวมถึงต้องมีการเพิ่มบุคลากรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าเดิม อย่างไรก็ตาม การกำกับและ

ควบคุมพฤติกรรมของผู้ส่งออก สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ต้องช่วยดูแล กำกับสมาชิกสมาคมอย่างเคร่งครัด เนื่องจากมีความเข้าใจสถานการณ์ของผู้ส่งออกแต่ละราย และรับรู้ข่าวสารได้เร็วกว่าหน่วยงานราชการ

3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างเสถียรภาพและเพิ่มความได้เปรียบของมันสำปะหลังเส้นไทย ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านแสดงความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นว่ามีความเหมาะสมและเป็นไปได้ พร้อมให้ข้อเสนอแนะสรุปได้ ดังนี้

3.1 ในระยะสั้น ในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เห็นควรกำหนดมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร และกำหนดมาตรการจูงใจให้ผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรมากขึ้นกว่าเดิม อย่างไรก็ตามถึงแม้ที่ผ่านมาภาครัฐก็ได้มีการกำหนดมาตรการดังกล่าวข้างต้นเป็นประจำ แต่การแก้ไขปัญหาไม่ได้ผลเท่าที่ควร เนื่องจากการกำหนดมาตรการจะกำหนดโดยใช้วงเงินเดิม ไม่ได้กำหนดเป็นวงเงินใหม่ ทำให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการหลายราย ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้เนื่องจากยังไม่ชำระหนี้เดิม หรือเข้าร่วมโครงการได้แต่ไม่ได้วงเงินที่เพียงพอ ดังนั้นการออกมาตรการดังกล่าว เห็นควรตั้งเป็นวงเงินใหม่ โดยไม่นำวงเงินเก่ามาคำนวณ หรือลดดอกเบี้ยเดิมที่เคยมี หรือเพิ่มวงเงินกู้ให้มากกว่าเดิม ซึ่งน่าจะให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่า และจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์มาตรการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่

3.2 การสร้างเสถียรภาพให้ราคามันสำปะหลัง เป็นเรื่องที่ไม่สามารถทำได้ในระยะสั้น แต่ในระยะยาวควรจะต้องดำเนินการเชื่อมโยงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งระบบ ตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการค้าการส่งออก เพื่อให้สามารถวางแผนการเพาะปลูก การแปรรูป และการค้าได้อย่างครบวงจร ซึ่งจะช่วยให้สินค้าไม่กระจุกตัว สามารถวางแผนการค้าได้ล่วงหน้า

3.3 การให้สหกรณ์การเกษตรเป็นผู้รวบรวมผลผลิตหรือแปรรูปสินค้า และจำหน่ายให้แก่ผู้ส่งออก เป็นแนวทางที่ดี และเป็นไปได้ แต่ปัจจุบันสหกรณ์ฯ ส่วนมาก ไม่ได้ทำกิจการอื่นๆ ที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในระยะยาวแต่อย่างใด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรีให้คำปรึกษาผลักดัน และสนับสนุนให้สหกรณ์ มีศักยภาพและสามารถดำเนินการกิจการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายมันสำปะหลังได้ อันจะเกิดผลดีในอนาคตต่อไป เนื่องจากสหกรณ์ฯ สามารถเข้าถึงสมาชิกหรือบุคคลในพื้นที่ได้ง่ายกว่า

3.4 ปัจจุบัน การขนส่งมันสำปะหลังเส้นของไทยไปประเทศจีนเป็นแบบเทกอง (Bulk) ซึ่งจะดำเนินการขนถ่ายสินค้าที่กลางทะเล และทำให้เกิดปัญหาหมอกพิษกับชุมชนที่อยู่ใกล้ ดังนั้น ในระยะยาว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ต้องร่วมมือกันส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการขนส่งมันสำปะหลังเส้นไทยโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์แทนการเทกอง เนื่องจากสามารถลดปัญหาหมอกพิษ และทำให้สามารถขนส่งสินค้าได้ครอบคลุมหลายพื้นที่มากกว่าเดิม

#### 4. ยุทธศาสตร์ที่ 4 ลดการพึ่งพาจีน

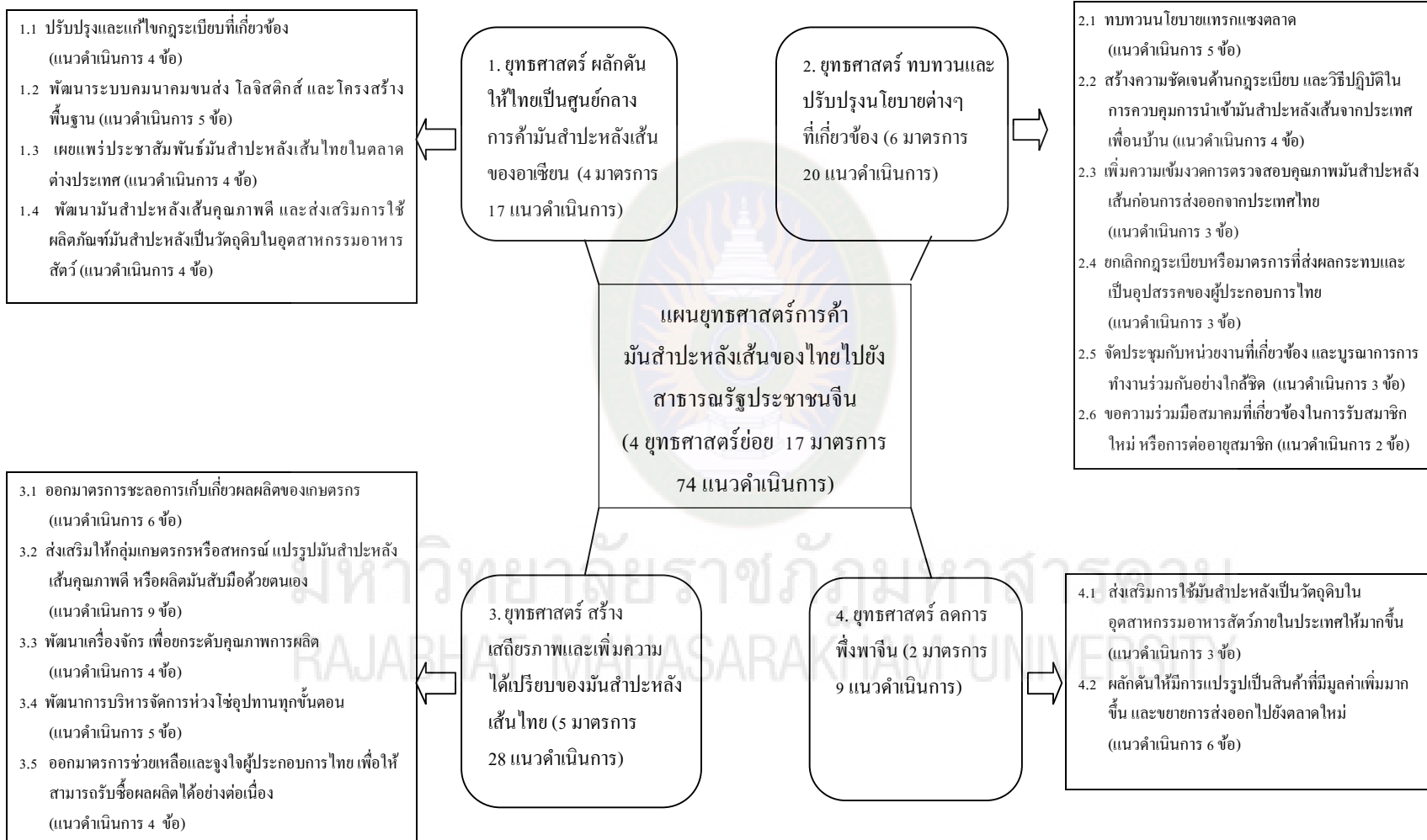
ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านแสดงความความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นว่ามีความเหมาะสมและเป็นไปได้ พร้อมให้ข้อเสนอแนะสรุปได้ ดังนี้

4.1 ปัจจุบันการเพาะปลูกของเกษตรกรไทยจะปลูกสินค้าตามกระแสนิยม กล่าวคือ หากสินค้าใดมีราคาดี ก็จะหันไปปลูกสินค้านั้นๆ แทน ทำให้ประเทศไทย เกิดภาวะสินค้าล้นตลาดเป็นประจำ ซึ่งสำหรับมันสำปะหลังนั้น แม้ว่าจะเป็นที่ต้องการของตลาดมาก แต่ไม่ควรสนับสนุนให้เพิ่มพื้นที่เพาะปลูกไปมากกว่าเดิม เพราะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการเพาะปลูก เห็นควรส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตต่อไร่แทน ซึ่งจะส่งผลในการลดต้นทุนของเกษตรกรโดยรวมด้วย

4.2 ในประเทศจีน ข้าวโพดถือเป็นสินค้าทดแทนของมันสำปะหลังเส้นไทย ซึ่งหากรัฐบาลจีน มีนโยบายส่งเสริมการใช้ข้าวโพดในประเทศเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่องในประเทศ ก็จะส่งผลกระทบต่อมันสำปะหลังเส้นไทยมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และผลักดันให้เกิดการแปรรูปมันสำปะหลังเป็นสินค้าอื่นที่มีมูลค่าเพิ่มแทนมันสำปะหลังเส้น และขยายการส่งออกไปสู่ตลาดใหม่ แทนการส่งออกมันสำปะหลังเส้น ไปจีนอย่างเดียว

#### **แผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน**

จากการศึกษาในระยะที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกของมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ระยะที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยการจัดประชุมระดมสมอง (Brain Storming) และระยะที่ 3 เพื่อประเมินและยืนยันแบบแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน สามารถสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยสรุปเป็นแนวทางได้ ดังต่อไปนี้



**แผนภาพที่ 4** แผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากแผนภาพที่ 4 แผนยุทธศาสตร์การค้ำประกันลำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน สามารถอธิบายได้ ดังนี้

**1. ยุทธศาสตร์ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้ำประกันลำปะหลังเส้นของอาเซียน**  
โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ปรับปรุงและแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้า การนำเข้ามันสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้านและการส่งออกมันสำปะหลังเส้นไปยังต่างประเทศ เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการบริหารจัดการ

แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง เช่น พรบ. สุราสามทับ หรือ มาตรการขนย้ายมันสำปะหลังภายในประเทศ เป็นต้น
  2. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การทำงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องครอบคลุมทุกด้าน
  3. ออกระเบียบและวิธีการปฏิบัติในการนำเข้าหัวมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้สามารถบริหารจัดการ ได้อย่างสมบูรณ์และครบวงจร
  4. ภาครัฐต้องผลักดันและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นแหล่งแปรรูปผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่สำคัญของโลก โดยมีฐานการผลิตจากวัตถุดิบทั้งภายในและประเทศเพื่อนบ้านในระยะยาว และต้องมิงงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง
- มาตรการที่ 2 พัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยอยู่เสมอ

แนวดำเนินการ

1. พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการขนส่งปัจจัยการผลิตและผลผลิต และพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งเพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่
2. ผลักดันการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้ามันสำปะหลังทั้งหมดผ่านระบบ National Single Window (NSW) เพื่อลดต้นทุนและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ
3. พัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลังที่มีคุณภาพอยู่เป็นระยะ
4. เชื่อมโยงระบบข้อมูล โดยพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อการเชื่อมโยงการผลิต โดยจัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ ผู้ผลิตกลางน้ำและผู้ค้า พร้อมวิเคราะห์ประเมินศักยภาพและการเชื่อมโยงการผลิตทั้งระบบ

5. พัฒนาระบบการเงินและการธนาคาร เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น

มาตรการที่ 3 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์น้ำมันสำปะหลังเส้นไทยในตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและเป็นการรักษาฐานการตลาดเดิมไว้

แนวดำเนินการ

1. รักษาจุดเด่นของน้ำมันสำปะหลังไทย ที่เป็นพืชที่ไม่ได้ตัดแปลงพันธุกรรม (NON GMOs)
2. จัดทำสื่อที่ทันสมัยเพื่อเผยแพร่คุณสมบัติประโยชน์ของน้ำมันสำปะหลังไทย และโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำมันสำปะหลังไทยในตลาดต่างประเทศเป็นประจำ เช่น เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในจีน หรือจัดประชุมหารือกับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานภาครัฐของจีน
3. จัดทำสื่อที่ทันสมัยเพื่อเผยแพร่คุณสมบัติประโยชน์ของน้ำมันสำปะหลังไทย และโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำมันสำปะหลังไทยในงานนานาชาติที่จัดในประเทศ เช่น งาน World Tapioca Conference (WTC) หรืองานแสดงสินค้าสำคัญอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
4. จัดประชุมสัมมนานานาชาติในประเทศไทยเป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชิญลูกค้าต่างประเทศที่มีศักยภาพมาดูงาน แลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อนำความเห็นของลูกค้ามาปรับปรุง รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อต่างประเทศในระยะยาว

มาตรการที่ 4 พัฒนากาชาสำปะหลังเส้นคุณภาพดี และส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ของจีน

แนวดำเนินการ

1. พัฒนาคุณภาพน้ำมันสำปะหลังเส้น รวมถึงวิจัยและพัฒนาการแปรรูปสินค้าอื่นๆ ที่มีคุณภาพดีกว่าน้ำมันสำปะหลังเส้น
2. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาดมันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตอาหารสัตว์ในต่างประเทศ
3. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือ เครื่องจักรกลเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำมันสำปะหลัง
4. โฆษณาประชาสัมพันธ์คุณสมบัติประโยชน์ของน้ำมันสำปะหลังในอาหารสัตว์ของจีนเป็นประจำ



2. ยุทธศาสตร์ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีมาตรการและ  
แนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ทบทวนนโยบายแทรกแซงตลาด โดยไม่นำมันสำปะหลังเป็นสินค้า  
ประชานิยมเหมือนในอดีต

แนวดำเนินการ

1. จัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรและ  
เชื่อมโยงกับตลาด มีการวางแผนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ปริมาณและผลิต  
สอดคล้องกับความต้องการ
2. พิจารณานโยบายที่ผลประโยชน์ส่งตรงสู่เกษตรกรโดยตรง รวมถึงต้อง  
ปรับปรุงพฤติกรรมกรรมการเพาะปลูกของเกษตรกรไม่ให้พึ่งพาภาครัฐอย่างเดียว
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้เป็นการร่วมกันทำงานและ  
ทำงานในทิศทางเดียวกัน
4. ปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินการและการแก้ปัญหาของหน่วยงานภาครัฐให้  
รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การ  
ดำเนินการชัดเจนและไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มาตรการที่ 2 สร้างความชัดเจนด้านกฎระเบียบ และวิธีปฏิบัติในการควบคุมการ  
นำเข้ามาสำปะหลังเส้นจากประเทศเพื่อนบ้าน

แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้ามันสำปะหลัง  
ภายในประเทศ
2. กำหนดแนวทางในการควบคุมการนำเข้า เช่น การกำหนดปริมาณนำเข้า  
ช่วงเวลาที่นำเข้า หรือสถานที่ในการนำเข้า ซึ่งควรเป็นด่านถาวร และมีจุดตรวจซั่งน้ำหนัก
3. ร่วมมือกับหน่วยงานของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อร่วมกันพัฒนาระบบการ  
ตรวจสอบคุณภาพสินค้าและการออกเอกสารสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องและเป็นทิศทางเดียวกัน  
กับการดำเนินการของหน่วยงานประเทศไทย
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การ  
ดำเนินการชัดเจนและไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มาตรการที่ 3 เพิ่มความเข้มงวดการตรวจสอบคุณภาพมันสำปะหลังเส้นก่อนการส่งออกจากประเทศไทย ให้เป็นไปตามกฎระเบียบและขั้นตอนอย่างเคร่งครัด และเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้กระทำความผิด

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปยังต่างประเทศ โดยลดขั้นตอน และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในประเทศให้มากขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้บังคับใช้กฎหมาย ต้องเข้มงวดกว่าเดิม
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การค้าเนิการชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

มาตรการที่ 4 ยกเลิกกฎระเบียบหรือมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อและเป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการไทย

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้ามันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการภายในประเทศ เช่น มาตรการขนย้ายข้ามเขต เป็นต้น
2. พิจารณากฎระเบียบการขนย้ายสินค้าผ่านแดน โดยพิจารณาเพิ่มกฎระเบียบหรือความเข้มงวดในขั้นตอนการปฏิบัติงาน เนื่องจากอาจเกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศได้
3. ในระยะยาว ควรพิจารณาออกกฎหมายที่คุ้มครองกิจการของผู้ประกอบการภายในประเทศ เพื่อลดโอกาสที่จะถูกคุกคามจากกลุ่มทุนต่างประเทศ

มาตรการที่ 5 จัดประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นเป็นประจำ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด

#### แนวดำเนินการ

1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม และบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด
2. ส่งเสริมการให้ข้อมูลสถิติ การคาดการณ์ทางการค้า เพื่อให้สามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนแผนการตลาดให้ทันกับเหตุการณ์

3. จัดประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้ามันสำปะหลังเส้นเป็นประจำ รวมถึงลงพื้นที่ติดตามสถานการณ์เป็นระยะ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและทำให้สามารถกำหนดหรือปรับปรุงแผนการดำเนินการได้อย่างเหมาะสม

มาตรการที่ 6 ขอความร่วมมือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการค้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย ในการคัดกรองหรือเพิ่มเงื่อนไขในการรับสมาชิกใหม่ รวมถึงการต่ออายุสมาชิก

#### แนวดำเนินการ

1. สมาคมที่เกี่ยวข้องควรคัดกรอง และเพิ่มเงื่อนไขในการรับสมาชิกใหม่หรือการต่ออายุสมาชิก เพื่อให้สามารถควบคุมสมาชิกที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมได้

2. กรณีสมาชิกสมาคมมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและกระทำการก่อให้เกิดความเสียหาย สมาคมต้องร่วมดำเนินการแก้ไขและรับผิดชอบกับพฤติกรรมของสมาชิกนั้นๆ

**3. ยุทธศาสตร์สร้างเสถียรภาพและเพิ่มรายได้เปรียบของมันสำปะหลังเส้นไทย**  
โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการที่ 1 ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร ลดต้นทุน และวางแผนการเพาะปลูกและการแปรรูป เพื่อให้มีผลผลิตและสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาดอย่างสม่ำเสมอ

#### แนวดำเนินการ

1. จัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรและเชื่อมโยงกับตลาด มีการวางแผนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ปริมาณและผลผลิตสอดคล้องกับความต้องการ

2. เพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก เช่น การเพิ่มผลผลิตโดยระบบน้ำหยดเป็นต้น

3. ออกมาตรการชะลอการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร โดยการให้วงเงินสินเชื่อเบิกเบี้ยหรือสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการชะลอชุดให้เกษตรกรรายย่อย รวมถึงการประชาสัมพันธ์โครงการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่

4. พัฒนาและขยายเครือข่ายการผลิตและการตลาดโดยใช้ต้นแบบ Korat Tapioca Model ซึ่งเป็นการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

5. กำหนดพื้นที่เพาะปลูก ในพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) สำหรับพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมควรปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่น หรือยกเลิกไปทำอาชีพอื่น เพื่อไม่ให้ต้นทุนในภาพรวมสูงเกินไป และเกิดภาวะสินค้าล้นตลาด

6. พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

มาตรการที่ 2 ส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์ แปรรูปมันสำปะหลังเส้นคุณภาพดี หรือผลิตมันสำปะหลังด้วยตนเอง

#### แนวดำเนินการ

1. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาดมันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตเอทานอลหรืออาหารสัตว์ทั้งภายในและต่างประเทศ
2. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานร่วมกันมากขึ้น และทำงานไม่ซ้ำซ้อนกัน
3. ส่งเสริมการให้ข้อมูลสถิติ พยากรณ์อากาศที่แม่นยำและรวดเร็วกับเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน
4. ให้ความรู้เทคโนโลยีการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว คัดเลือกพันธุ์ที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ และส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้น
6. จัดทำมาตรฐานแปรรูปมันสำปะหลังเส้นที่มีคุณภาพดีกว่ามาตรฐานส่งออกทั่วไป
7. สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่สหกรณ์ เพื่อรวบรวมและแปรรูปและเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง รวมถึงรัฐบาลสนับสนุนการสร้าง โกดังเก็บสินค้าให้กับเกษตรกร
8. สนับสนุนสินเชื่อให้กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์เพื่อแปรรูปมันสำปะหลังเส้นคุณภาพ
9. ปรับปรุงการดำเนินงานของสหกรณ์ ควรมีการกำหนดการวัดความสำเร็จของงาน ที่มีการเพิ่มมูลค่ากิจกรรมที่ทำหรือการมีกิจกรรมที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม แทนการประกอบกิจด้านสินเชื่อ หรือด้านการค้าขายปัจจัยการผลิต ซึ่งเป็นการวัดผลด้วยกำไรจากการประกอบการ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐต้องสนับสนุนในการให้คำปรึกษาและงบประมาณอย่างต่อเนื่อง

มาตรการที่ 3 พัฒนาเครื่องจักรเพื่อยกระดับคุณภาพการผลิตและแปรรูปมันสำปะหลังเส้นไทย

#### แนวดำเนินการ

1. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือ เครื่องจักรกลเพื่อลดต้นทุนการผลิตและการแปรรูป
2. ให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิต

3. ส่งเสริมการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตเพื่อทดแทนแรงงาน  
 4. ผลักดันให้เอกชนลงทุนในการวิจัยและพัฒนามากขึ้น รวมถึงบูรณาการ  
 ร่วมกันกับผู้วิจัยรายอื่น เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเหมาะสม  
 มาตรการที่ 4 พัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทุกขั้นตอนเพื่อลดต้นทุน  
 แนวดำเนินการ

1. พัฒนาการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทุกขั้นตอน
2. จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน
3. จัดตั้งเครือข่ายเชื่อมโยงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรและ  
 เชื่อมโยงกับตลาด มีการวางแผนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ปริมาณและผลิต  
 สอดคล้องกับความต้องการ

4. พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการขนส่งปัจจัยการผลิตและผลผลิต รวมถึงพัฒนาระบบ  
 การเงินการธนาคารเพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น

5. พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ รองรับการค้าปลีกของกิจการการค้าได้  
 มาตรการที่ 5 ออกมาตรการช่วยเหลือและจูงใจผู้ประกอบการไทย เพื่อให้สามารถ  
 รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรไทยหรือมันสำปะหลังเส้นจากลานมันได้อย่างต่อเนื่อง  
 แนวดำเนินการ

1. ชดเชยดอกเบี้ยเพื่อให้สามารถรับซื้อสินค้าได้มากขึ้น
2. เพิ่มสภาพคล่องทางการค้า ให้วงเงินชดเชย
3. สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่สหกรณ์ เพื่อรวบรวมและแปรรูปผลผลิต
4. การเพิ่มวงเงินกู้ โดยลดหย่อนหลักเกณฑ์หรือลดหย่อนหลักประกันของ  
 ผู้ประกอบการ หรือชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับซื้อหัวมันสดจากเกษตรกรหรือ  
 ได้ส่งออกมันสำปะหลังเส้นไทยไปแล้ว

4. ยุทธศาสตร์ ลดการพึ่งพาจีน โดยมีมาตรการและแนวทางการดำเนินการ ดังนี้  
 มาตรการที่ 1 ส่งเสริมการใช้มันสำปะหลังและกากมันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบใน  
 อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ภายในประเทศให้มากขึ้น

แนวดำเนินการ

1. พยายามรักษาฐานตลาดเดิม ไม่ให้กลุ่มลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อสินค้ากับประเทศ  
 คู่แข่ง รวมถึงประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ของมันสำปะหลังในอาหารสัตว์

2. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาด  
มันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตอาหารสัตว์ภายในประเทศ

3. ส่งเสริมการใช้กากมันในอาหารสัตว์เพื่อลดการนำไปผสมกับมันสำปะหลัง  
เส้นในการส่งออก

มาตรการที่ 2 ผลักดันให้มีการนำมันสำปะหลังแปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลังหรือ  
สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่

#### แนวดำเนินการ

1. ผลักดันการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม และขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์มัน  
สำปะหลังไปสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น อินเดีย เป็นต้น

2. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาด  
มันเส้นสะอาดให้กับผู้ผลิตเอทานอลหรืออาหารสัตว์ทั้งภายในและต่างประเทศ

3. สนับสนุนการวิจัย และพัฒนาเครื่องมือ เครื่องจักรกลเพื่อลดต้นทุนการผลิต  
และการแปรรูป และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า

4. ส่งเสริมการขายในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย  
(AFET) อย่างเป็นรูปธรรม

5. พัฒนาและผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายของสินค้ามูลค่าเพิ่มไปสู่เชิงพาณิชย์  
รวมถึงพัฒนาต่อยอดงานวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

6. สร้างความชัดเจนในนโยบายและกฎหมายในการใช้เอทานอลในอุตสาหกรรม  
พลังงานทดแทน รวมถึงแก้ไขข้อกฎหมายให้โรงงานเอทานอลสามารถผลิตเพื่อใช้ในอุตสาหกรรม  
อื่น ๆ ที่ไม่ใช่พลังงานได้