

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาการวิเคราะห์เชิงลึกกระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื่อทองในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกลำไยเนื่อทอง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

จากการศึกษาได้แบ่งผู้ผลิตออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตที่มีตลาดหลักอยู่ในยุโรป
2. ผู้ผลิตที่มีตลาดหลักอยู่ในประเทศจีน และอยู่ในกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตลำไย

เนื่อทองรายใหญ่ในจังหวัดลำพูน

3. ผู้ผลิตที่มีตลาดหลักอยู่ในประเทศจีน ไม่สังกัดเครือข่ายผู้ผลิตในจังหวัดลำพูน ผู้ผลิตทั้ง 6 รายมีระยะเวลาในการดำเนินการผลิตลำไยอบแห้ง 9 – 10 ปี

ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือกเป็นหลัก และลำไยอบแห้งเนื่อทอง

เสริมเพื่อเติมสายผลิตภัณฑ์ให้ครบตามความต้องการของตลาด มีผู้ผลิตเพียงสองรายเท่านั้นที่ผลิตแต่ลำไยเนื่อทองอย่างเดียว

ผู้ผลิตลำไยอบแห้งจะทำการผลิตลำไยอบแห้งเนื่อทองโดยมีปริมาณการส่งออก

1,000, 200, 40, 20, 10 และ 5 ตันตามลำดับ

เหตุผลที่ผู้ผลิตผลิตลำไยเนื่อทอง ได้แก่ ผู้ผลิตมีความชำนาญสูง ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล ขยายสายผลิตภัณฑ์ และต้องการผลิตให้เต็มกำลังการผลิต

ตลาดส่งออกสำคัญอยู่ที่ประเทศจีน มาเลเซีย ฮองกง สิงคโปร์ ยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียตามลำดับ โดยในทวีปเอเชียจะไม่ทำการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น

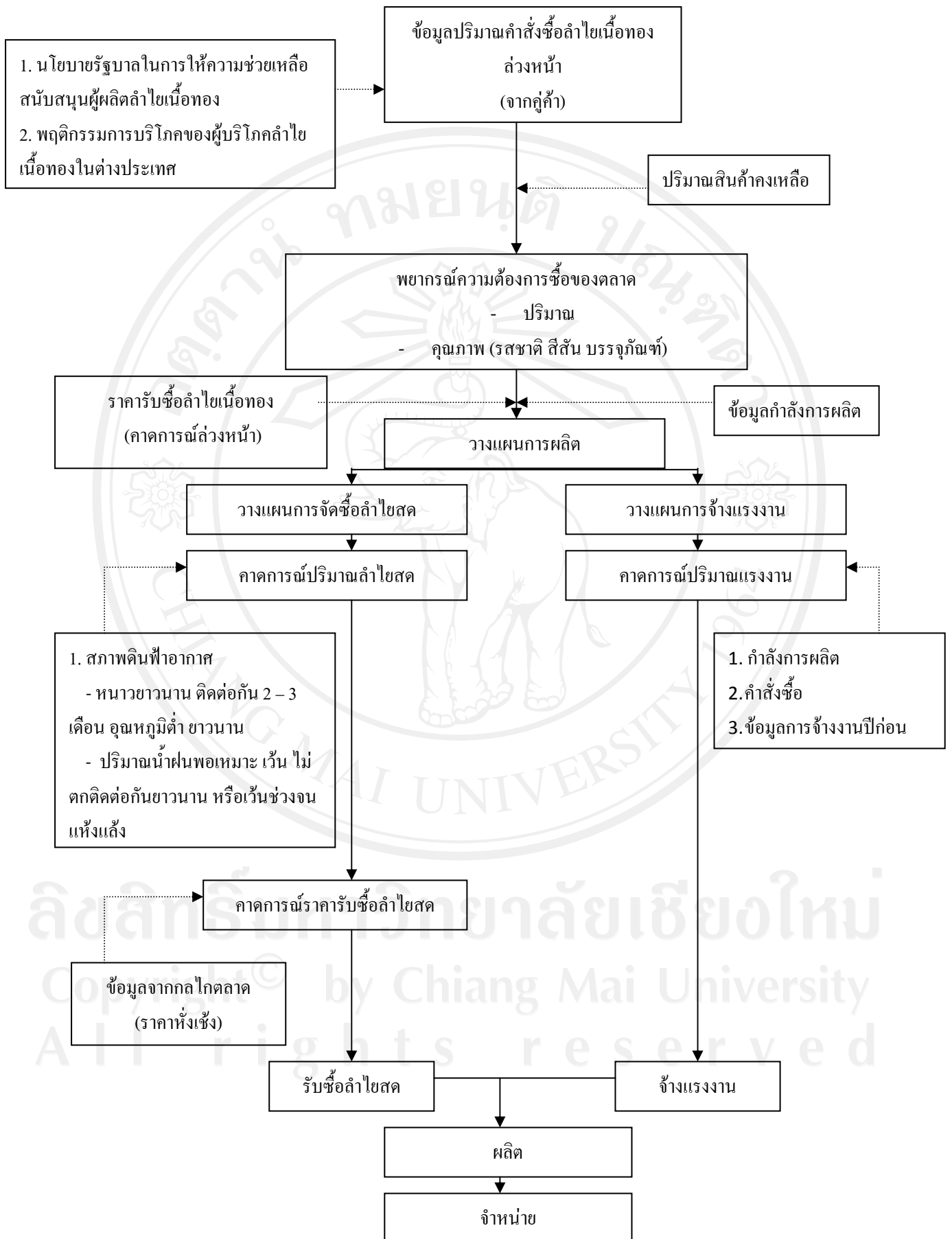
สาเหตุที่ทำการส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นหลัก เนื่องจากผู้ผลิต และคู่ค้าในประเทศจีนทำการติดต่อค้าขายมาเป็นเวลานาน ขั้นตอนการส่งออก ด้านกฎหมาย เอกสาร ภาษี ไม่

ยุ่งยาก ส่วนสาเหตุที่ผู้ผลิตทำการส่งออกไปยังยุโรป เนื่องมาจากคำสั่งซื้อมีมาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ คู่ค้ามีความน่าเชื่อถือมีการทำสัญญาซื้อขายอย่างรัดกุม และผู้บริโภคในยุโรปมีอำนาจซื้อสูง

ส่วนสาเหตุที่ไม่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น เนื่องมาจากขั้นตอนด้านกฎหมาย การตรวจสอบคุณภาพยุ่งยากมากกว่าขั้นตอนในยุโรป อีกทั้งความต้องการสินค้ามีน้อยไม่คุ้มทุนหากส่งออก

พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ซื้อเป็นของฝากให้แก่ญาติผู้ใหญ่ คนรู้จัก มากกว่าที่จะซื้อเพื่อบริโภคเอง ส่วนพฤติกรรมในการบริโภค ได้แก่ รับประทานเป็นของว่าง ประกอบอาหาร และเป็นสมุนไพร

กระบวนการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ผู้ผลิตตามคำสั่งซื้อ และ 2) ผู้ผลิตตามกำลังการผลิต ซึ่งแสดงในแผนภาพที่ 1 และแผนภาพที่ 2 ตามลำดับ



แผนภาพที่ 1 แสดงกระบวนการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยแห่งของตลาด และกระบวนการผลิตของผู้ผลิตตามคำสั่งซื้อ

จากแผนภาพแสดงกระบวนการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด การวางแผนการผลิตและจำหน่ายของผู้ผลิตที่ผลิตตามคำสั่งซื้อ จะเห็นว่าผู้ผลิตจะทำการพยากรณ์ความต้องการซื้อของผู้บริโภคจากข้อมูลคำสั่งซื้อลำไยเนื่อทองที่ถูกส่งมาล่วงหน้าโดยลูกค้า หรือคนกลางผู้รับซื้อ และไปจำหน่ายต่อ และปริมาณสินค้าคงเหลือ เป็นข้อมูลหลัก โดยมีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง นโยบายของรัฐบาล ในการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนส่งเสริมผู้ผลิตลำไยเนื่อทอง และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคลำไยเนื่อทองในตลาดหลัก เป็นข้อมูลประกอบ

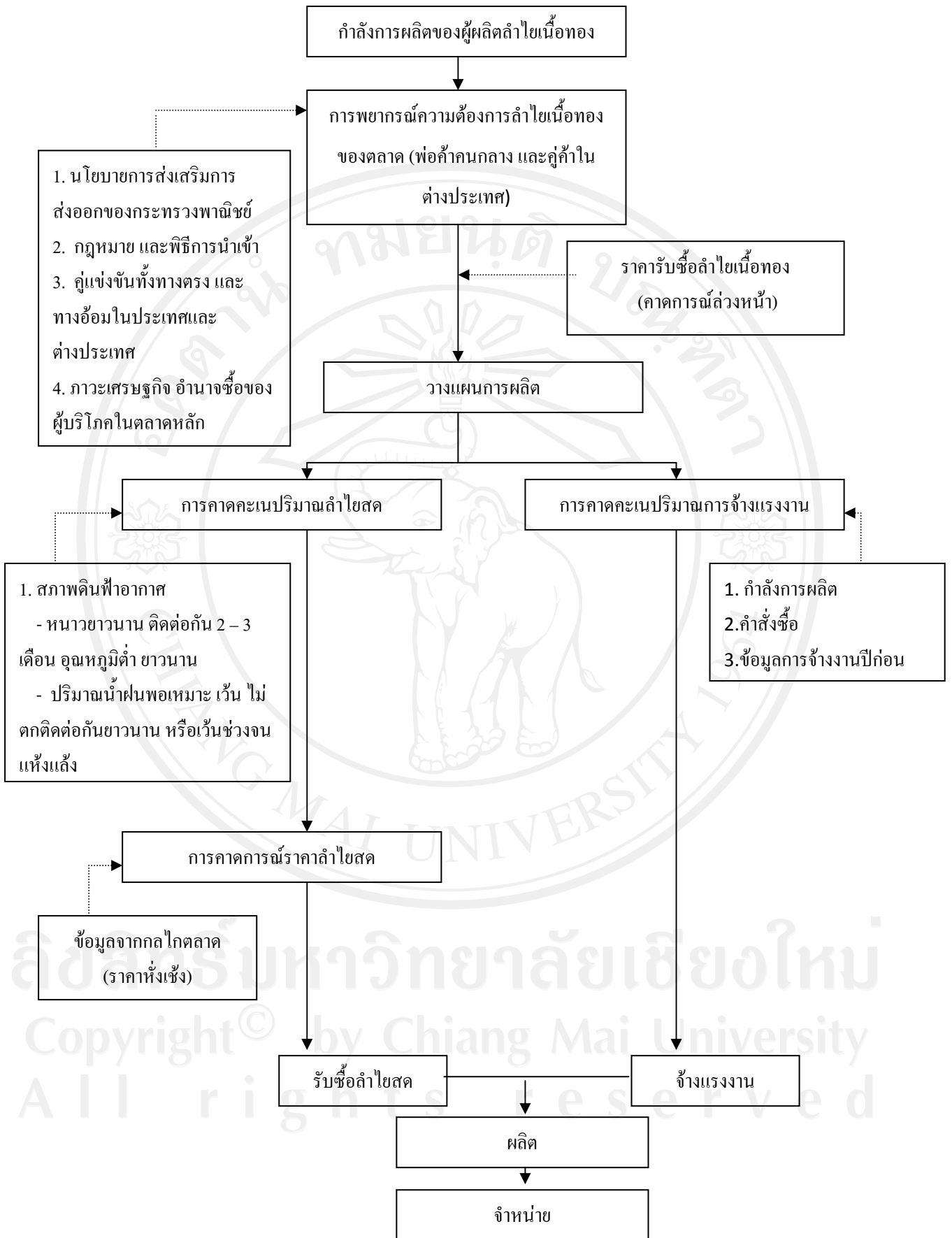
ในการวางแผนการผลิตจะประกอบด้วยขั้นตอนวางแผนการจัดซื้อลำไยสด จะแบ่งเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวางแผนการจัดซื้อลำไยสด ซึ่งผู้ผลิตลำไยเนื่อทองจะทำการคาดการณ์ปริมาณลำไยสด โดยอาศัยข้อมูลจากสภาพดินฟ้าอากาศ ทั้งนี้ผู้ผลิตจะใช้ประสบการณ์ และการสังเกตสภาพอากาศ โดยเริ่มจากเดือนพฤศจิกายน ที่ถือว่าเป็นช่วงเดือนที่เข้าสู่ฤดูหนาวอย่างแท้จริง หากฤดูหนาวยาวนานจะส่งผลต่อช่อดอกปริมาณมาก และเมื่อเข้าสู่ฤดูฝนหากปริมาณน้ำฝนมีปริมาณพอเหมาะ คือไม่มากจนเกินไป หรือน้อยจนเกินไป มีระยะเวลาในการตก และหยุด สลับเปลี่ยนกันไป ไม่มีพายุลมแรง ก็จะทำให้ผลลำไยมีปริมาณมาก ซึ่งจะส่งผลต่อการคาดการณ์ราคา รับซื้อลำไย ซึ่งการคาดการณ์จะใช้ข้อมูลจากกลไกตลาด โดยวิเคราะห์จากอุปสงค์ความต้องการลำไยสด และลำไยอบแห้งไม่ว่าจะเป็นทั้งเปลือก หรือเนื่อทอง และปริมาณลำไยสดที่ออกผลในปี การผลิตดังกล่าว หรือราคาหั่งแข็ง ที่จะถูกส่งมาจากพ่อค้ารายใหญ่ชาวจีนที่มีอำนาจกำหนดราคาเหนือกว่าเกษตรกร และผู้ผลิตในประเทศไทย

2. การวางแผนการจ้างงาน ผู้ผลิตจะใช้ข้อมูลกำลังการผลิต คำสั่งซื้อของลูกค้า และจากการจ้างงานในปีก่อนหน้าเพื่อคาดคะเนความต้องการแรงงานเข้าสู่การผลิต โดยจะทำการจ้างแรงงานไม่มาก หรือน้อยกว่าปีการผลิตก่อนหน้า บวก ลบไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์

ขั้นตอนต่อไปคือการผลิต โดยใช้เวลา 30 - 45 วันในการผลิตต่อ 1 วัฏจักร หลังจากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการจำหน่าย ซึ่งการจำหน่ายจะแบ่งเป็น 2 วิธีคือ 1) จำหน่ายให้หมดทันที และทยอยจำหน่ายให้ได้ตลอดปี โดยลำไยอบแห้งจะถูกเก็บไว้ในห้องเย็นเพื่อรอจำหน่าย

ในการกำหนดราคาขายลำไยเนื่อทองของผู้ผลิตที่อยู่ในประเทศไทยนั้น จะถูกกำหนดจากพ่อค้า และกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิต ลูกค้าชาวจีนรายใหญ่มาล่วงหน้าก่อนการผลิตแล้ว ดังนั้นอำนาจการต่อรองราคาจึงไม่ใช่ของกลุ่มผู้ผลิตลำไยเนื่อทองชาวไทยอย่างแท้จริง



แผนภาพที่ 2 แสดงกระบวนการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยแห่งของตลาด และกระบวนการผลิตของผู้ผลิตตามกำลังการผลิต

จากแผนภาพแสดงกระบวนการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด การวางแผนการผลิตและจำหน่ายของผู้ผลิตที่ผลิตตามกำลังการผลิต จะเห็นว่าผู้ผลิตลำไยเนื้อทองจะใช้ข้อมูลเกี่ยวกับกำลังการผลิตเป็นข้อมูลหลักในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของพ่อค้าคนกลาง และคู่ค้าที่อยู่ในตลาดหลัก ซึ่งข้อมูลประกอบที่ใช้ในการพยากรณ์นั้นจะประกอบด้วยนโยบายของรัฐบาล ผ่านทางกระทรวงพาณิชย์ในรูปของการช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริมผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง กฎหมายทั้งด้านการควบคุมมาตรฐานสินค้า พิทักษ์อัตราภาษี พิธีการการนำเข้าและส่งออก คู่แข่งขันทั้งทางตรงที่ผลิตลำไยเนื้อทองที่อยู่ในประเทศและต่างประเทศ คู่แข่งขันทางอ้อมที่ผลิตผลไม้อบแห้งที่อยู่ในประเทศและต่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เพื่อวิเคราะห์อำนาจซื้อของผู้บริโภคที่อยู่ในประเทศดังกล่าว จากนั้นจะทำการวางแผนการผลิต ไปจนถึงการจำหน่าย ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีความคล้ายคลึงกันกับผู้ผลิตที่ผลิตตามคำสั่งซื้อ

ตอนที่ 2 ประเภทข้อมูล วิธีการบันทึกข้อมูล วิธีการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด การนำ

ข้อมูลไปใช้ประโยชน์ และปัญหาที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูลที่ใช้พยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดสามารถสรุปเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ประเภทของข้อมูลที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ประเภทที่ 1 ข้อมูลหลักที่ผู้ผลิตนำมาใช้ประกอบการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทอง ได้แก่

1. กำลังการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งจะพิจารณาจากความสามารถในการทำงานของเครื่องจักร และประเมินเพื่อวางแผนการจำหน่ายให้เพียงพอตลอดทั้งปี หรือจำหน่ายให้หมดทันทีตามแผนที่วางไว้

2. คำสั่งซื้อของลูกค้า โดยผู้ผลิตจะนำคำสั่งซื้อมาวางแผนการผลิต และจำหน่าย ซึ่งจะรับคำสั่งซื้อล่วงหน้า 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) 30 - 45 วันล่วงหน้า ก่อนการผลิต และการจำหน่าย ในช่วงเดือนมิถุนายน - เดือนสิงหาคม 2) 1 สัปดาห์ล่วงหน้า ก่อนการผลิต และการจำหน่าย เริ่มในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของเดือนมิถุนายนไปจนตลอดปีทั้งปี

ประโยชน์จากการนำข้อมูลหลักไปใช้ ได้แก่

1) การวางแผนกำหนดเพิ่ม หรือลดขนาดความต้องการซื้อลำไยเนื้อทอง เนื่องจากหากกำลังการผลิตมีไม่เพียงพอ หรือคำสั่งซื้อของลูกค้ามีมากเกินไปกำลังการผลิต จำเป็นที่ผู้ผลิตต้องลดความต้องการซื้อของลูกค้าลงให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต หรือจัดหาผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอต่อความต้องการซื้อในกรณีที่ลูกค้าเก๋าคิดต่อกันมาอย่างยาวนาน

2) การวางแผนการผลิต การซื้อลำไยสด และการจ้างแรงงานให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อ และกำลังการผลิตที่ตนมีอยู่ ให้สามารถผลิตได้เต็มกำลังความสามารถลดต้นทุนคงที่

ประเภทที่ 2 ข้อมูลประกอบที่ผู้ผลิตนำมาใช้ประกอบการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทอง แยกประเภทการใช้ข้อมูลออกเป็น 2 ประเภทตามตลาดหลักของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง ได้แก่

1. ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองที่มีตลาดหลักอยู่ในยุโรป

1.1 ข้อมูลนโยบายของรัฐบาล

1.1.1 ข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งผู้ผลิตจะได้รับข้อมูล และรวบรวมข้อมูลดังกล่าว ตลอดทั้งปี ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นเอกสารจากการสัมมนาที่หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นเป็นผู้เผยแพร่ไปยังผู้ผลิต ซึ่งประกอบด้วย

- การให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด ซึ่งได้แก่ ศักยภาพของตลาดที่เป็นตลาดเดิมในสหภาพ ตลาดใหม่ ในที่นี้เป็นการให้ความรู้ รวมถึงการร่วมกันบุกเบิกตลาดใหม่ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ จะเป็นผู้นำข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มความเป็นไปได้ของการเปิดตลาด วิเคราะห์ขนาดของตลาดโดยมีตัวเลขเปรียบเทียบ และทำการพยากรณ์แนวโน้มในภาพรวม ให้ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองได้พิจารณา และวางแผนการผลิตต่อไป

- การให้ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ โดยผู้ผลิตจะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสหภาพยุโรป นอกจากนี้ยังทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มตามสภาวะโลกร้อน และออกแบบให้มีความสวยงาม ซึ่งคู่ค้า และผู้บริโภคคนสุดท้ายในสหภาพยุโรปให้ความสำคัญอย่างยิ่ง

- นโยบายการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการให้การส่งเสริมสินค้าเกษตรแปรรูปโดยเฉพาะอย่างยิ่งลำไยอบแห้งเนื้อทอง โดยการให้ความช่วยเหลือดังกล่าว จะช่วยทำให้ผู้ผลิตวางแผนการผลิต และการจำหน่ายได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะ

ส่งผลต่อการกำหนดจำนวนการรับซื้อลำไยสด ปริมาณการอบเนื้อทอง และทั้งเปลือกให้มีความสมดุลตามการสนับสนุนของรัฐบาล

- การกระตุ้น และการสนับสนุนการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตจะนำข้อมูลดังกล่าวมาเพื่อวางแผนในการที่จะสื่อสารไปยังลูกค้า สร้างการรับรู้ให้ไปในทางเดียวกันกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการกระตุ้นให้สินค้าเกษตรแปรรูป โดยเฉพาะอย่างยิ่งลำไยเนื้อทองเป็นที่รู้จัก และนิยมจนมียอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้นตามอัตราที่รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ได้ทำการส่งเสริมในแต่ละปี

1.1.2 ข้อมูลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จะเป็นนโยบายที่ทางรัฐบาลให้การช่วยเหลือเกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการประกันราคาลำไยสด หรือการแทรกแซงราคาลำไยสด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของผู้ผลิต

1.2 ข้อมูลกฎหมาย ซึ่งในที่นี้ผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญไปยัง กฎหมายของประเทศคู่ค้า ซึ่งมีความยุ่งยาก ซับซ้อน และมาตรฐานสูง โดยที่ผู้ผลิตจะต้องทำการศึกษาข้อมูลดังกล่าวอย่างละเอียดเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง เพราะหากไม่สามารถผ่านสินค้าให้เป็นที่ไปตามกระบวนการกฎหมายของประเทศคู่ค้าได้ สินค้าจะถูกส่งคืนส่งผลให้สินค้าเสียหายขาดทุน อีกทั้งยังทำให้ผู้ผลิต รวมถึงตราสินค้าไม่ได้รับการยอมรับอีกต่อไป ข้อกำหนดที่ผู้ผลิตทำการรวบรวมประกอบไปด้วย

1.2.1 มาตรการการควบคุมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ซึ่งลำไยเนื้อทองที่ส่งไปยังสหภาพยุโรปจะต้องเป็นไปตามมาตรการการควบคุมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะเริ่มตั้งแต่ลำไยสด โรงงาน เครื่องจักร กระบวนการผลิต การบรรจุ และการส่งมอบ โดยผู้ผลิตจะต้องได้รับการตรวจสอบทุกขั้นตอนตามที่กล่าวมาข้างต้น

1.2.2 มาตรฐานการรับรองคุณภาพ และความปลอดภัย ซึ่งผู้ผลิตลำไยเนื้อทองที่ส่งออกไปยังสหภาพยุโรป จะต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน และได้รับการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

1.3 นโยบายการให้สินเชื่อ การพักชำระหนี้ และอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร และสถาบันการเงิน สืบเนื่องจากผู้ผลิตต้องการเงินลงทุนเพื่อพัฒนาเครื่องจักร โรงงานให้เป็นที่ไปตามข้อกำหนด รวมถึงต้องการเงินหมุนเวียนระหว่างการผลิต และการจำหน่าย ผู้ผลิตจะทำ

การเปรียบเทียบข้อมูลของแต่ละธนาคารเพื่อให้ได้มาซึ่งอัตราดอกเบี้ย และเงินทุนที่ยุติธรรม เพื่อพิจารณาขอสินเชื่อดังกล่าว

1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค มาใช้เพื่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งผู้ผลิตจะได้ข้อมูลดังกล่าวจากการสำรวจตลาด สอบถาม และสังเกตการรับประทาน ความชื่นชอบ รสนิยมของผู้บริโภคจากการเดินทางไปจำหน่าย และสำรวจตลาดในช่วงฤดูกาลผลิต และจำหน่าย

1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ เป็นข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของคู่ค้า ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

1.5.1 สภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์อำนาจซื้อของผู้บริโภค และวางแผนต้นทุนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการซื้อ

1.5.2 อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจัดว่าต้องรวบรวมเพื่อตรวจสอบความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อราคาขายไปยังประเทศคู่ค้าในยุโรป

2. ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองที่มีตลาดหลักอยู่ในประเทศจีน

2.1 นโยบายของรัฐบาล ซึ่งจะมาจาก 2 กระทรวงหลัก ได้แก่

2.1.1 กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งในที่นี้ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองจะรวบรวมข้อมูลในส่วนของคุณภาพผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเป็นคู่ค้าในประเทศจีนเอง

2.1.2 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการให้ความช่วยเหลือเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยีการปลูก การสนับสนุนเกษตรกรให้เพิ่มพื้นที่ปลูกลำไย ข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ส่งผลกระทบต่อปริมาณลำไยสดที่นำมาเป็นวัตถุดิบการผลิตลำไยเนื้อทอง โดยเฉพาะการแทรกแซงราคาในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการประกันราคา จะส่งผลต่อการคำนวณต้นทุน และการวางแผนกำไรของผู้ผลิต

2.2 กฎหมาย ในการส่งออกไปยังประเทศจีน มีความยุ่งยากซับซ้อนน้อยกว่า สหภาพยุโรป แต่อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปยังประเทศจีนต้องเป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยเขตการค้าเสรี หรือ FTA ที่ประเทศไทยทำการเจรจากับประเทศจีน ซึ่งมีผลในเรื่องของอัตราพิภคภาษี ซึ่งแตกต่างจากที่ยังไม่ได้ทำการเจรจา กล่าวคือ ในปัจจุบัน ผู้ผลิตที่จะทำการส่งออกไปยังประเทศจีน โดยจะต้องทำการส่งออกผ่านคู่ค้า (Partner) และเสียภาษีท้องถิ่นตามอัตราพิภคภาษีในแต่ละ

มณฑล ส่วนการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าก็ยังคงเดิม คือการตรวจสอบเพียงครั้งเดียวที่ทำเรือ และไม่ต้องมีการตรวจสอบหลายขั้นตอน หากได้รับเอกสารรับรองในครั้งแรก การส่งออกครั้งต่อไปก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ออกสารรับรองคุณภาพน้อยลง หรือไม่จำเป็นต้องใช้เลย

2.3 กลุ่มแข่งขัน ถึงแม้ตลาดลำไยอบแห้งยังจัดได้ว่ามีคู่แข่งกันอยู่น้อย แต่ยังคงต้องมีการพัฒนารูปแบบการผลิต และการส่งออก เนื่องจากคู่แข่งรายใหม่ เริ่มเข้าสู่ตลาดมากขึ้น โดยจัดคู่แข่งออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่

2.3.1 กลุ่มแข่งขันทางตรง ได้แก่ ผู้ผลิตลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และเนื้อทอง ทั้งที่อยู่ในประเทศ และต่างประเทศ

- กลุ่มในประเทศ ได้แก่ ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในจังหวัดลำพูน และเชียงใหม่ ทั้งรายใหญ่ และรายย่อย ผู้ผลิตทำการแข่งขันในระดับแวนอน กล่าวคือ แข่งขันในระดับผู้ผลิตด้วยกัน ซึ่งในการแข่งขันจะแข่งในด้านการตัดราคา การแย่งลูกค้า แต่ไม่ได้แข่งขันในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีมาตรฐานและหลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทำให้ไม่สามารถสร้างตลาด และเครือข่ายที่เข้มแข็งได้

- กลุ่มในต่างประเทศ ได้แก่ จีน เวียดนาม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในต่างประเทศที่จัดเป็นคู่แข่งทางตรงยังคงไม่สามารถผลิตสินค้าให้มีมาตรฐาน และคุณภาพเทียบเท่ากับผู้ประกอบการในประเทศ เนื่องจาก วัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพ ซึ่งจัดเป็นข้อจำกัดหลักๆ ของเกษตรกรในประเทศจีน

2.3.2 กลุ่มแข่งขันทางอ้อม ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตผลไม้อบแห้ง เช่น ลูกพรุนอบแห้ง ขนุนอบแห้ง สับปะรดอบแห้ง ฯลฯ โดยผู้ผลิตลำไยอบแห้งจะนำข้อมูลมาพิจารณาวางแผนการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและหลากหลาย ให้ลำไยอบแห้งเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปที่ผู้บริโภคจะทำการเลือกเป็นอันดับต้น ๆ ในการบริโภค

2.4 ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเกิดจากการสังเกต และสำรวจความต้องการของตลาด เพื่อให้ทราบความต้องการ และความพึงพอใจที่มีต่อลำไยเนื้อทองในประเทศจีน พบว่าชาวจีนยอมรับลำไยเนื้อทองมากขึ้นกว่าในอดีตมาก

ประเภทที่ 3 ข้อมูลอื่น ๆ ที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดประกอบด้วย

1. ข้อมูลศักยภาพตลาด ซึ่งผู้ผลิตจะทำการวิเคราะห์ขนาดของตลาดเปรียบเทียบปีผลิต และจำหน่ายในอดีต ปี 2551 เพื่อพยากรณ์แนวโน้มปีการผลิต และจำหน่ายปัจจุบัน ปี 2552

ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นทั้งคู่ค้า พ่อค้าคนกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคนสุดท้ายจะมีเพิ่มขึ้น หรือ ลดลงมากน้อยเพียงใด ข้อมูลดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคนสุดท้ายร่วมด้วย โดยพฤติกรรมการบริโภคจะเกิดจากผู้ผลิตลำไยเนื้อทองเป็นผู้ให้ความรู้ และสร้างวิธีการรับประทานให้แก่ผู้บริโภค

2. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ เป็นข้อมูลที่ผู้ผลิตนำมาประมวลความต้องการ การยอมรับในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มค้า และผู้บริโภคคนสุดท้าย ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสังเกต สัมภาษณ์ และสอบถามไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง หรือจากคู่ค้า และพ่อค้าคนกลางที่จำหน่ายสินค้าไปยังตลาดหลัก ข้อมูลเหล่านี้นำมาปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ ขนาด รสชาติ กลิ่น สี และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งในด้านคุณภาพ และรูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดใจมากกว่า

3. ข้อมูลการขาย เป็นข้อมูลที่ผู้ผลิตนำมาประเมินรูปแบบกิจกรรมการขายลำไยเนื้อทอง ประกอบด้วย ยอดขายโดยรวมของผู้ผลิตลำไยเนื้อทองทั้งสิ้นในประเทศจีน และยุโรป ซึ่งเกิดจากการประมาณการจากประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลจากเครือข่าย และการรวบรวมยอดขายจากภาครัฐของกรมส่งเสริมการส่งออกที่ได้ทำการบันทึกเป็นรายเดือนในแต่ละปี

4. ข้อมูลการส่งเสริมการตลาด เป็นข้อมูลที่ผู้ผลิตนำมาเป็นแนวทางในการสื่อสารการตลาด และสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับตลาดที่ผู้ผลิตต้องการบุกเบิก และกระตุ้นการขายในตลาดเดิม มาเปรียบเทียบ วิเคราะห์ และทำการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดใหม่ที่ต้องการนำลำไยเนื้อทองไปจำหน่าย

ส่วนที่ 2 วิธีการบันทึกข้อมูลของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง ประกอบด้วย 2 วิธี ได้แก่

1. เอกสาร ผู้ผลิตจะรวบรวมข้อมูลในรูปของเอกสาร เนื่องจากง่าย และสามารถนำมาใช้ได้สะดวก เพราะผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการรวบรวมข้อมูลทางคอมพิวเตอร์

2. คอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Word และ Microsoft Excel ซึ่งเป็นโปรแกรมการประมวลผลอย่างง่าย ซึ่งผู้ผลิตเห็นว่าใช้งานได้ง่าย และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ปริมาณมาก เป็นเวลายาวนาน

ส่วนที่ 3 วิธีการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด ผู้ผลิตจะใช้วิธีการพยากรณ์ 2 วิธี ได้แก่

1. การพยากรณ์เชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการพยากรณ์ 2 วิธี ได้แก่

1.1 ใช้ประสบการณ์ และวิจารณ์ญาณส่วนบุคคลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด โดยใช้ข้อมูลคำสั่งซื้อ กำลังการผลิต และยอดจำหน่ายจากปีที่ผ่านมาเป็นหลักในการพยากรณ์

1.2 การสำรวจตลาด โดยการสอบถามจากลูกค้าเดิมและผู้ที่กำลังจะเป็นลูกค้าถึงแผนการการซื้อผลิตภัณฑ์ จากนั้นนำผลที่ได้มาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า

2. การพยากรณ์เชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการคำนวณอย่างง่ายโดยใช้ข้อมูล 1) ยอดขายในอดีต 2) ปริมาณลำไยอบแห้งที่ค้างสต็อก (ถ้ามี) 3) กำลังการผลิต ซึ่งเป็นการคำนวณที่ไม่มีวิธีการซับซ้อน โดยการหาค่าความแตกต่างของการจำหน่ายระหว่างปีที่ผ่านมา 2 ปี คำนวณเพิ่ม หรือลดจากเปอร์เซ็นต์การผลิตที่ต้องการ

ส่วนที่ 4 สรุปผลการนำข้อมูลทั้งหมดที่ผู้ผลิตนำไปใช้ประโยชน์

1. เพื่อการวางแผนการผลิต และการจำหน่าย โดยข้อมูลที่ผู้ผลิตได้มาจะสามารถกำหนดปริมาณลำไยสด แรงงาน ขั้นตอนการผลิต ปริมาณของผลผลิตที่ผ่านกระบวนการ เพื่อวางแผนการจำหน่าย การขาย และวิธีกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า รวมไปถึงวางแผนวิธี การส่งมอบให้แก่ลูกค้า หรือผู้บริโภคนสุดท้ายได้อย่างถูกต้องตามปริมาณ เวลา และสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ

2. เพื่อวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติ สี บรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และได้เปรียบเทียบการแข่งขัน

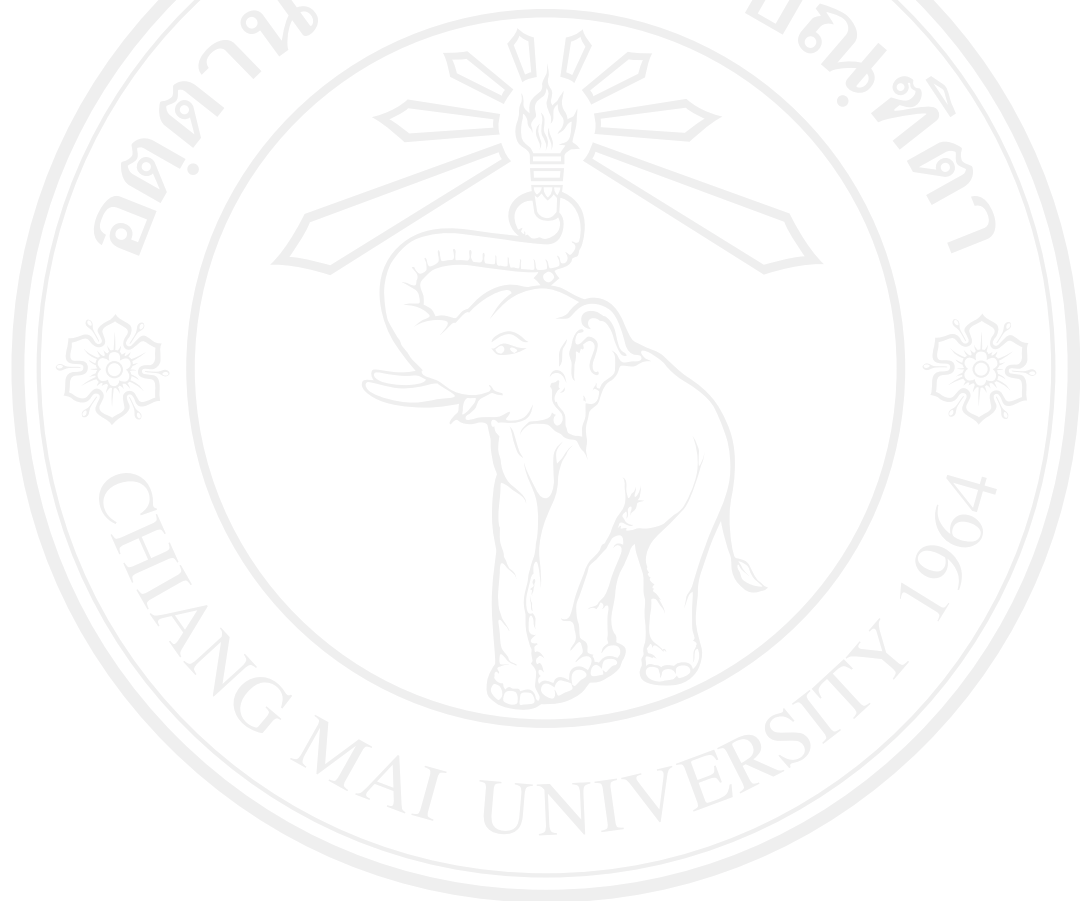
ส่วนที่ 5 ปัญหาจากการรวบรวมข้อมูลที่ใช้พยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

ผู้ผลิตทุกรายประสบปัญหาการรวบรวมข้อมูลในประเด็นเดียวกัน ได้แก่

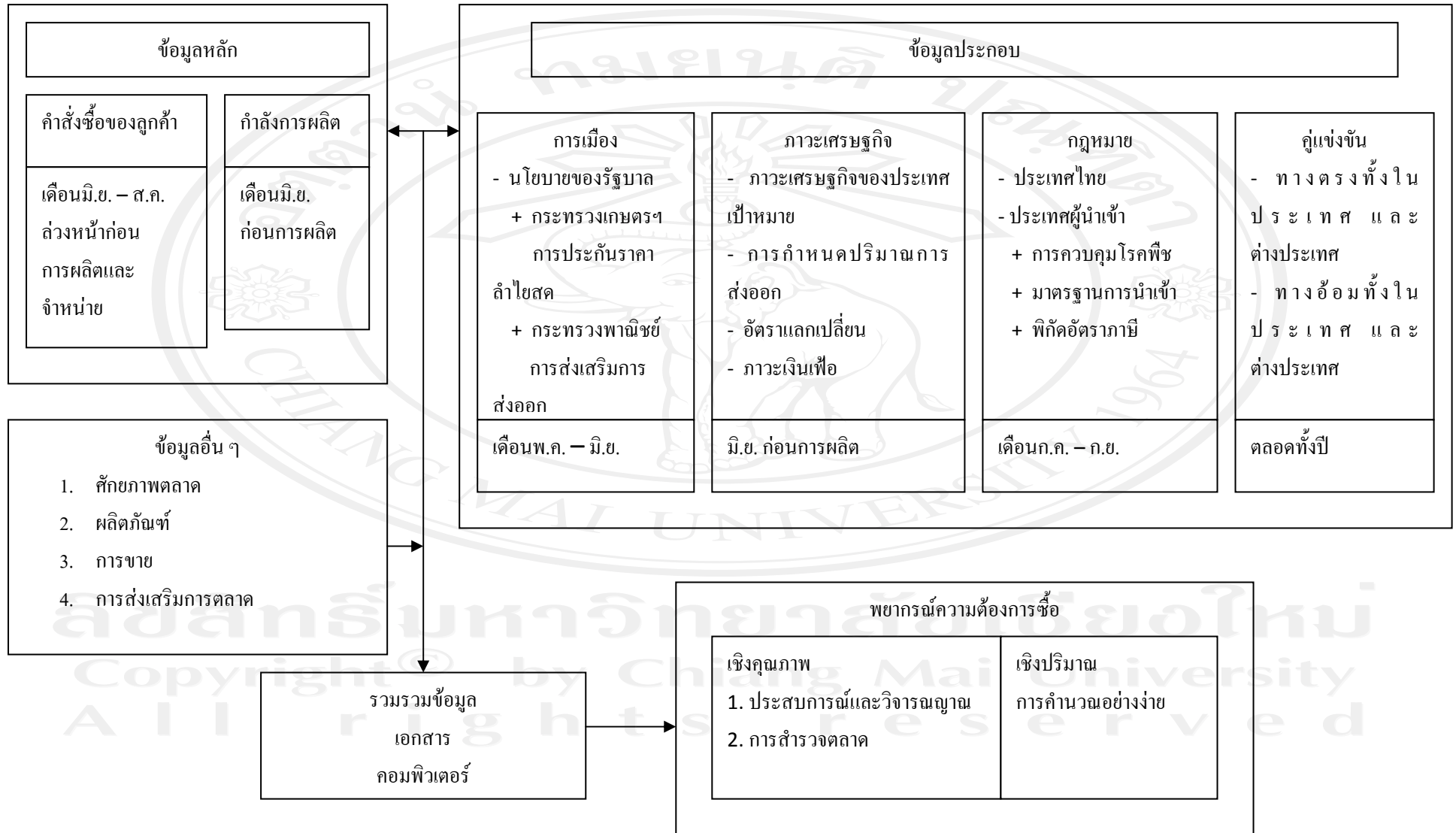
1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งแหล่งข้อมูลที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยนจากกลุ่มเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิตลำไยอบแห้ง และผู้ค้าที่ทำการติดต่อกัน พบว่า ข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลเพียงบางส่วน ไม่ครบถ้วน พบว่ากลุ่มเครือข่ายไม่มีความจริงจังในการแลกเปลี่ยนข้อมูลปกปิดข้อมูลเพื่อประโยชน์ส่วนตัว

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ที่นำมารวบรวมทั้งหมดเป็นข้อมูลจากหน่วยงานราชการ ซึ่งผู้ประกอบการทุกรายประสบปัญหาเหมือนกัน ได้แก่ ข้อมูลที่ได้รับมีความล่าช้า ล้าสมัย รวบรวมมานานหลายปี และไม่สามารถนำมาใช้ได้ทั้งหมดในปีการผลิตปัจจุบัน

กระบวนการรวบรวม จัดเก็บ การจัดการ และการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์เพื่อ การพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดนั้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



แผนภาพที่ 3 แสดงข้อมูล และช่วงเวลาที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อหาของตลาด

จากแผนภาพแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตนำข้อมูลมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ข้อมูลคำสั่งซื้อ ผู้ผลิต 2 ราย นำข้อมูลคำสั่งซื้อมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อ โดยนำข้อมูลมาใช้ในช่วงมิถุนายน – เดือน สิงหาคม และรับคำสั่งซื้อ 30 – 45 วันก่อน และข้อมูลกำลังการผลิต ผู้ผลิตจะดำเนินการรวบรวม และประเมินข้อมูลด้านกำลังการผลิต และใช้ข้อมูลก่อนการผลิตในช่วงเดือนมิถุนายน

2. ข้อมูลประกอบ ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลจากรัฐบาล ซึ่งในที่นี้แบ่งข้อมูลย่อยออกเป็น

1) นโยบายการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐบาล ซึ่งผู้ผลิตทุกรายจะนำข้อมูลมาใช้ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน เป็นช่วงก่อนลำไยออกผล และในช่วงการผลิต หากมีการปรับเปลี่ยนนโยบายต่าง ๆ ตามสถานการณ์และความเหมาะสมของสถานการณ์ค้าในช่วงปีการผลิตดังกล่าว

2) นโยบายการส่งเสริมการส่งออก ผู้ผลิต 2 ราย จะนำข้อมูลมาใช้ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายน ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ผลิตทั้งสองรายทำการจำหน่าย ผู้ผลิตอีก 4 รายที่เหลือจะติดตาม และใช้ข้อมูลตลอดทั้งปี เนื่องจากผู้ผลิตทั้ง 4 รายวางแผนการจำหน่ายตลอดทั้งปี

2.2 ข้อมูลเศรษฐกิจ ซึ่งผู้ผลิตมักจะใช้ข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายนก่อนการผลิต 1 เดือน เพื่อนำมาพยากรณ์อำนาจซื้อและความต้องการซื้อของลูกค้า และผู้ผลิตยังคงรวบรวมพร้อมนำมาใช้ตลอดปีการผลิต

2.3 กฎหมายการส่งออก ซึ่งผู้ผลิต 2 ราย จะนำข้อมูลมาใช้ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายน ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ผลิตทั้งสองรายจะพยายามทำการจำหน่ายลำไยเนื้อทองให้ได้มากที่สุดจนกระทั่งผลผลิตหมด แต่ผู้ผลิตอีก 4 รายที่เหลือจะติดตาม และใช้ข้อมูลตลอดทั้งปี เนื่องจากผู้ผลิตทั้ง 4 รายวางแผนการจำหน่ายตลอดทั้งปี หากมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกฎหมายเกิดขึ้น จะสามารถนำมาวางแผนการจำหน่ายได้ทันต่อสถานการณ์ดังกล่าว

2.4 ข้อมูลคู่แข่งชั้น โดยผู้ผลิตจะใช้ข้อมูลตลอดทั้งปี

3. ข้อมูลอื่น ๆ ที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของตลาดได้แก่ ข้อมูลศักยภาพการตลาด แนวโน้มการเติบโตของตลาด ข้อมูลผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนา รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลการขาย เพื่อศึกษาการเติบโตของยอดขาย วิธีการขาย และข้อมูลการส่งเสริมการตลาด เพื่อวางแผนการสื่อสารข้อมูลทางการตลาดไปยังลูกค้า และผู้บริโภค

เมื่อผู้ผลิตทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดได้ตามความต้องการจะนำมารวบรวมในรูปแบบของเอกสาร และคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลจะถูกนำมาใช้เพื่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด ใน 2 วิธี ได้แก่ การพยากรณ์เชิงคุณภาพ และปริมาณ

ตอนที่ 3 ข้อมูล ปัจจัยที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ปริมาณการรับซื้อลำไยสด วิธีการคาดคะเนราคา รับซื้อลำไยสด และวิธีการคาดการณ์การปริมาณการจ้างแรงงาน

จากการศึกษาพบว่า ในการนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการจัดซื้อ และการผลิตสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ปริมาณการรับซื้อลำไยสด

การพยากรณ์ปริมาณการรับซื้อลำไยสดของผู้ผลิตทุกราย จะใช้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณวัตถุดิบ รองลงมาได้แก่ กำลังการผลิต คำสั่งซื้อ ซึ่งข้อมูลอันดับรองจะใช้ตามลักษณะขั้นตอนการผลิตของแต่ละรายเป็นหลัก โดยปัจจัยที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ปริมาณลำไยสด ผู้ผลิตทุกรายคาดการณ์ปริมาณลำไยสดจาก สภาพดินฟ้าอากาศ โดยข้อมูลจากสภาพดินฟ้าอากาศ ผู้ผลิตจะทำการประเมิน โดยใช้ประสบการณ์ และ วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล ดังนี้

1. อากาศในฤดูหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ ต้องมีอุณหภูมิต่ำสม่ำเสมอ ต่อเนื่องยาวนาน
 2. ปริมาณน้ำฝนต้องไม่ตกต่อเนื่องยาวนาน ตก หยุด สลับกันไปเป็นช่วง ๆ
- นอกจากนี้ผู้ผลิตยังใช้ข้อมูลด้านปริมาณสินค้าค้างสต็อกมาประกอบการคาดคะเน

ส่วนที่ 2 วิธีการคาดคะเนราคา รับซื้อลำไยสด

ผู้ผลิตทุกรายในจังหวัดลำพูนจะคาดคะเนราคา รับซื้อลำไยสดด้วยวิธีเดียวกัน คือการใช้กลไกตลาด โดยนำข้อมูลปริมาณลำไยสดในแต่ละช่วงฤดูกาล และความต้องการซื้อของลูกค้ามาเป็นตัวกำหนดกลไกตลาด

ผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่จะคาดคะเนราคารับซื้อลำไยสดจากราคาของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่อ้างอิงมาจากจังหวัดลำพูน

การกำหนดราคาลำไยสด ผู้กำหนดราคาจะเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีอำนาจการต่อรองสูง ซึ่งสามารถจัดแบ่งกลุ่มของผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่ ได้ดังนี้

1. โรงอบของชาวจีนถือหุ้นร่วมกับคนไทย โดยโรงอบประเภทนี้จะมีตลาดแน่นอน เนื่องจากผู้เป็นเจ้าของจะมีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในประเทศจีนและประเทศไทย
2. โรงอบของกลุ่มคนใต้หวัน ซึ่งจะทำการผลิต และส่งไปขายในประเทศจีนเท่านั้น
3. โรงอบของคนไทย ทำการผลิต แต่ไม่มีตลาดในการจำหน่ายที่แน่นอน จะใช้วิธีฝากขายกับพ่อค้าคนกลาง หรือโรงอบขนาดใหญ่
4. โรงอบของคนไทย ทำการผลิตเพื่อรอจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้ค้ารายใหญ่ ซึ่งมีความเสี่ยงค่อนข้างสูงในการผลิตและจำหน่าย
5. โรงอบของคนไทยที่เป็นพันธมิตรกับพ่อค้าชาวจีน ซึ่งจะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อ และมีขนาดเล็ก ถึงขนาดกลาง

ซึ่งโดยสรุปกลุ่มผู้กำหนดราคาลำไยสดได้แก่กลุ่มที่ 1 – 2 โดยกลุ่มที่ 3 – 5 รวมถึงผู้ผลิตลำไยเนื้อทองรายย่อย หรือแม้กระทั่งเกษตรกรผู้ปลูกก็ไม่สามารถกำหนดราคาลำไยสดได้

ส่วนที่ 3 วิธีการคาดคะเนปริมาณจ้างแรงงานในการผลิตลำไยเนื้อทอง ซึ่งผู้ผลิตจะใช้ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ประมาณการจ้างแรงงานจากปีการผลิตที่แล้วมา ซึ่งโดยปกติจำนวนการจ้างงานจะไม่มาก หรือน้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์จากปีการผลิตก่อน
2. กำลังการผลิต ผู้ผลิตจะทำการประเมินกำลังการผลิตเพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนการจ้างงาน หากปีการผลิตปัจจุบันมีเครื่องจักรเสียหาย อาจต้องทำงานจ้างงานน้อยลง หรือหากมีการเพิ่มกำลังการผลิต เช่น สั่งเครื่องจักรเพิ่มเติม ก็จำเป็นต้องจ้างแรงงานเพิ่มเติมจากปีที่ผ่านมา
3. คำสั่งซื้อ ปริมาณคำสั่งซื้อจะช่วยทำให้ผู้ผลิตพิจารณากำลังคนในแต่ละปีได้

ส่วนที่ 4 การวางแผนการรับซื้อลำไยสด

1. วิธีการรับซื้อลำไยสด

วิธีการรับซื้อลำไยสดของผู้ผลิตประกอบด้วย 3 วิธี ซึ่งได้แก่

1. การรับซื้อหน้าโรงงาน โดยเกษตรกรจะนำมาจำหน่ายให้ผู้ผลิตโดยตรง
2. การรับซื้อจากจตุร่อน ของผู้ผลิตที่ทำการตั้งจตุร่อนเอง และจากลูกค้า
3. การรับซื้อหน้าสวน หรือตระเวนรับซื้อโดยตรงจากเกษตรกร

2. แหล่งที่มาของลำไยสด

ผู้ผลิตจะรับซื้อลำไยสดจากพื้นที่ในจังหวัดของตนเองก่อน หากไม่เพียงพอจะรับซื้อในจังหวัดใกล้เคียง แต่ถ้าต้องมีการผลิตนอกฤดูกาลจะรับซื้อลำไยสดจากจังหวัดจันทบุรี

3. ระยะเวลารับซื้อลำไยสด

ผู้ผลิต 5 ใน 6 ราย จะรับซื้อลำไยสดทันทีที่ลำไยออกผลผลิต เนื่องจากได้ปริมาณมากและราคาที่พึงพอใจ แต่ผู้ผลิตรายหนึ่งในจังหวัดลำพูนจะรับซื้อหลังจากลำไยสดออก 2 – 3 สัปดาห์ เพื่อให้มั่นใจว่าสารตกค้างได้สลายไป เนื่องจากเป็นข้อกำหนดของการส่งออกไปยังยุโรป

4. ขนาดของลำไยสด ที่ใช้ในการผลิตลำไยเนื้อทอง

ผู้ผลิตทุกรายใช้ลำไยขนาด AA และ AAA เป็นวัตถุดิบในการผลิตลำไยเนื้อทอง โดยเทียบเป็นสัดส่วน 30:70

ส่วนที่ 5 การคาดคะเน และการวางแผนการจ้างแรงงาน

1. วิธีการจ้างแรงงานในการผลิตลำไยเนื้อทอง

ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองส่วนใหญ่จะจ้างแรงงานในลักษณะการจ้างชั่วคราว แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีกิจการหลากหลาย จะใช้วิธีการจ้างแรงงานประจำแล้วทำการหมุนเวียนงานให้แก่คนงาน

2. ประเภทของงานในการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อทอง

ผู้ผลิตจะแบ่งประเภทของแรงงานในการผลิตลำไยอบแห้งเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ 1) แรงงานรับค่าแรงตามปริมาณงาน จะทำหน้าที่ควั่นเมล็ด และปอกเปลือก และ 2) แรงงานรับค่าแรงรายวัน จะทำหน้าที่เฝ้าเตา จัดเรียงผลผลิต

3. แหล่งที่มาของแรงงานในการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อทอง

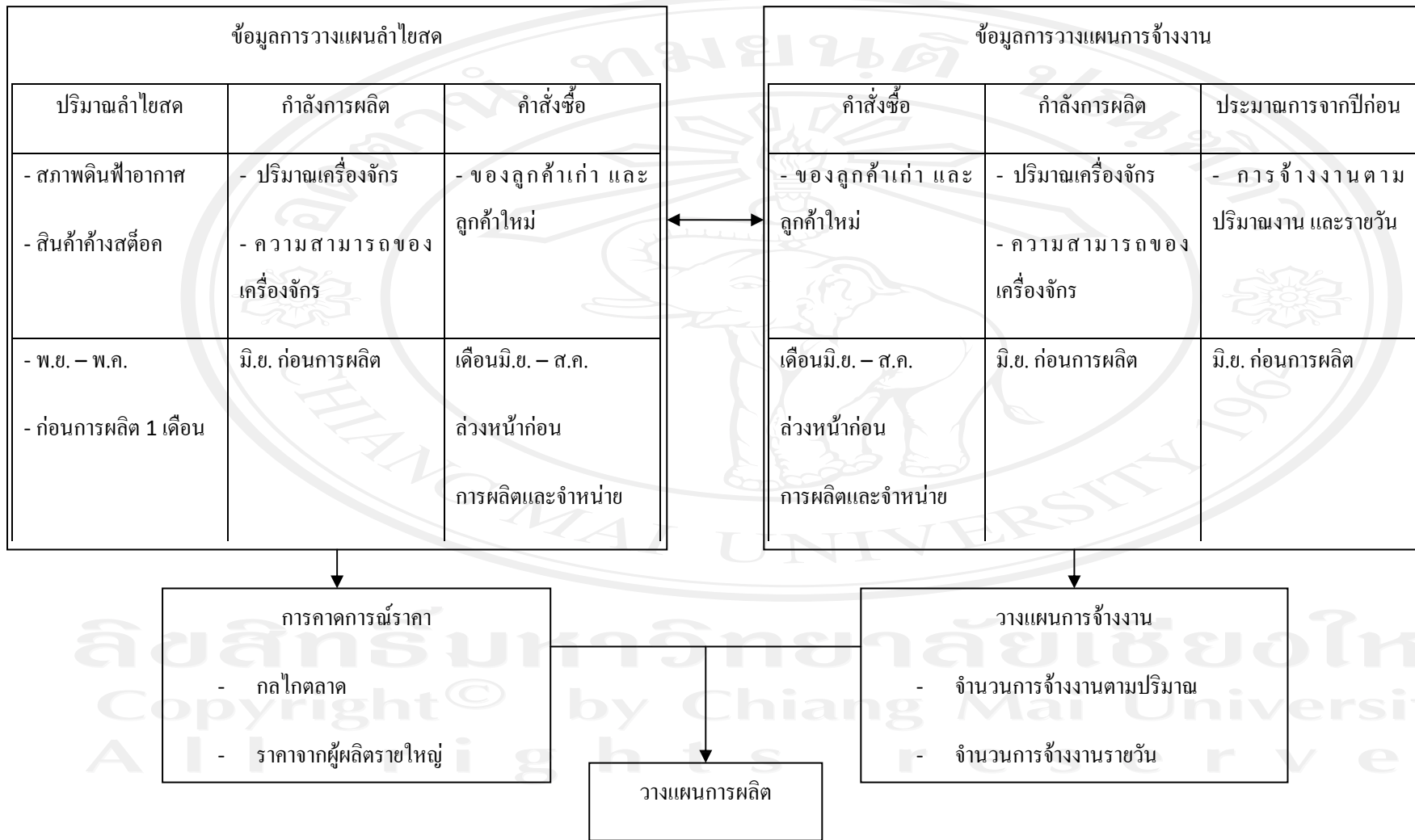
แหล่งที่มาของแรงงานจะมาจากแรงงานในท้องถิ่น ซึ่งหากมีไม่เพียงพอจะจ้างแรงงานต่างด้าวมาเสริมการทำงานในแต่ละวัน

4. ปัญหาแรงงาน

ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาด้านการจ้างแรงงาน เนื่องจากโรงอบลำไย อยู่ใกล้แหล่งแรงงาน และการจ่ายค่าจ้างแรงงานที่ให้แก่นักงานอย่างยุติธรรม

มีเพียง 2 รายที่พบปัญหาการขาดแคลนแรงงานเนื่องจากโรงอบอยู่ไกลแหล่งแรงงาน อีกทั้งยังมีปัญหาฝีมือแรงงาน และการเรียกร้อยค่าจ้างแรงงาน

กระบวนการรวบรวม จัดเก็บ การจัดการ และการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์เพื่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดนั้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4 แสดงข้อมูลและช่วงเวลาที่ใช้ในการวางแผนการจัดซื้อลำไยสด และการผลิต

จากแผนภาพแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการจัดซื้อ และการผลิตใน 2 ส่วนใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

1. ข้อมูลการวางแผนวัตถุดิบ ซึ่งได้แก่ค่าไฮสค โดยผู้ผลิตจะใช้ข้อมูลต่อไปนี้ การคาดคะเนปริมาณค่าไฮสค ซึ่งได้มาจากการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพดินฟ้าอากาศ อุณหภูมิ และปริมาณน้ำฝน โดยผู้ผลิตจะรวบรวมและนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิตของปีการผลิตก่อนหน้า จนถึงเดือนพฤษภาคม ของปีการผลิตปัจจุบัน

สินค้าค้างสต็อกจากปีการผลิตที่ผ่านมา ผู้ผลิตจะใช้ข้อมูลล่วงหน้า 1 เดือน ก่อนการผลิต

ข้อมูลกำลังการผลิต โดยจะใช้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณเครื่องจักร ความสามารถในการผลิตของเครื่องจักร และนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิต 1 เดือน

ข้อมูลคำสั่งซื้อ จากลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ ซึ่งจะมีข้อมูลในช่วงเดือน มิถุนายน – เดือนสิงหาคม 1 เดือนก่อนการผลิต และจำหน่าย

2. ข้อมูลการวางแผนการจ้างแรงงาน โดยผู้ผลิตจะใช้ข้อมูลต่อไปนี้ ข้อมูลกำลังการผลิต โดยจะใช้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณเครื่องจักร ความสามารถในการผลิตของเครื่องจักร และนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิต 1 เดือน

ข้อมูลคำสั่งซื้อ จากลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ ซึ่งจะมีข้อมูลในช่วงเดือน มิถุนายน – เดือนสิงหาคม 1 เดือนก่อนการผลิต และจำหน่าย

การประมาณการจำนวนแรงงานจากการจ้างงานในปีก่อน โดยจะใช้ข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน ก่อนการผลิต 1 เดือน

ข้อมูลทั้งหมดข้างต้นผู้ผลิตจะนำมาใช้ประโยชน์ใน 2 ส่วนด้วยกันคือ

1. คาดการณ์ราคาค่าไฮสค ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประมาณการต้นทุน และราคาขายของค่าไฮสค โดยข้อมูลดังกล่าวมาจาก

1.1 กลไกของตลาดที่มาจากปริมาณค่าไฮสค ความต้องการซื้อ และถูกกำหนดจากผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งชาวไทย และชาวจีน

1.2 การคาดการณ์จากผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งมีอิทธิพล และอำนาจต่อรองสูง

2. การวางแผนการจ้างงาน ซึ่งจะได้ปริมาณแรงงานที่เหมาะสม โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ แรงงานตามปริมาณงาน และแรงงานรายวัน

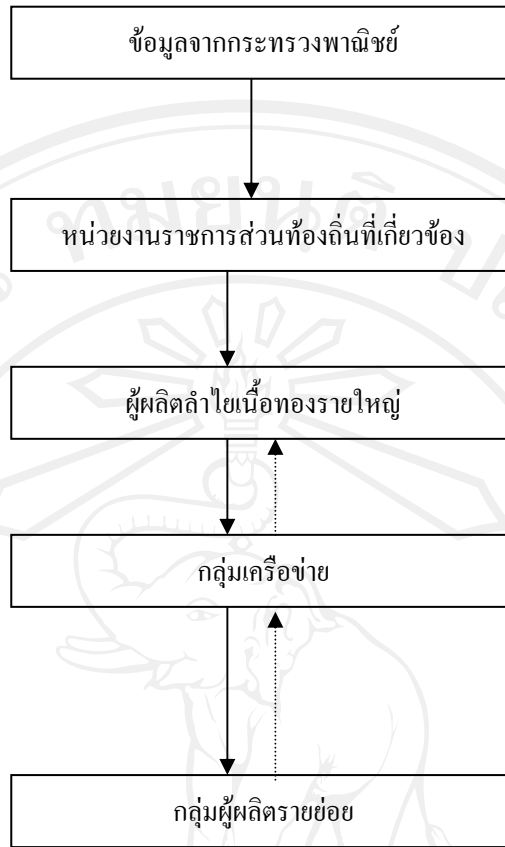
ตอนที่ 4 กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื่อทองในประเทศไทย

รูปแบบของเครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื่อทองในประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1. เครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื่อทองที่มีการจดทะเบียน ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการจดทะเบียนในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน หรือรวมตัวเป็นกลุ่มเกษตรกรแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

2. เครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื่อทองที่ไม่ได้มีการจดทะเบียน แต่เป็นการรวมกลุ่มกันอย่างหลวม ๆ จากความสนิทสนม ไม่ว่าจะอยู่ในลักษณะของญาติสนิท หรือคู่ค้าที่ทำการค้า และช่วยเหลือซึ่งกันและกันมานาน

วิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครือข่ายของผู้ผลิตลำไยเนื่อทองในประเทศไทยจะเป็นในลักษณะการแลกเปลี่ยน และแจกจ่ายข้อมูลทางเดียว ได้แก่ ข้อมูลจะถูกส่งผ่านมาจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นระดับกระทรวง เช่น กระทรวงพาณิชย์ ผ่านไปยังหน่วยงานราชการของท้องถิ่นที่ผู้ผลิตตั้งโรงงานอยู่ และผู้รับข้อมูลในระดับผู้ผลิตเป็นอันดับแรก ได้แก่ผู้ผลิตรายใหญ่ ส่งต่อไปยังกลุ่มเครือข่าย ไปจนถึงกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย แต่การแลกเปลี่ยนข้อมูลจากผู้ผลิตรายย่อยไปสู่หน่วยงานราชการยังมีน้อย หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ผลิตลำไยเนื่อทองระดับเดียวกันก็จะเป็นไปในลักษณะที่ติดต่อกันเป็นครั้งคราว และรวบรวมข้อมูลเฉพาะเวลาที่ต้องการเท่านั้น การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกิดจากความสนิทสนมส่วนบุคคล โดยไม่มีการวางระบบแลกเปลี่ยนที่ดี ดังแผนภาพต่อไปนี้



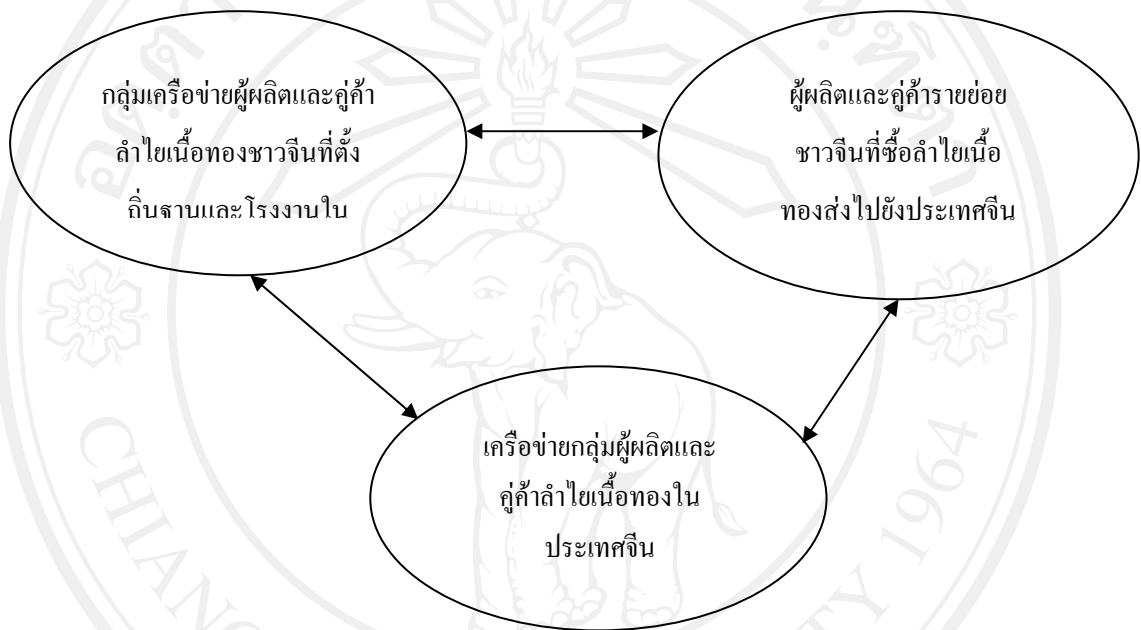
แผนภาพที่ 5 แสดงถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากระดับบนสู่ระดับล่าง

กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครือข่ายผู้ค้าลำไยเนื้อทองในยุโรป เนื่องจากยุโรปจัดเป็นกลุ่มตลาดใหม่ของผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในประเทศไทย ดังนั้น กลุ่มผู้ค้าในยุโรปส่วนใหญ่จะดำเนินการในลักษณะตัวแทน และนายหน้าเพียงกลุ่มเล็ก ๆ ที่ทำการซื้อขายอย่างต่อเนื่องยาวนานกับผู้ผลิตลำไยเนื้อทองของไทย ทำให้กลุ่มเครือข่ายผู้ค้าจะทำการรวบรวม และแลกเปลี่ยนข้อมูลคล้ายกับกลุ่มเครือข่ายในประเทศไทย คือ เป็นไปอย่างง่าย ๆ ข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกส่งต่อมายังกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ค้าลำไยเนื้อทองในประเทศไทยจีน

การหาข้อมูล และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครือข่ายชาวจีน จะมีจุดศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลอยู่ในประเทศจีน และมีการส่งคนเพื่อหาข่าว พร้อมข้อมูลมาตั้งถิ่นฐานแฝงตัวอยู่ในประเทศไทยในรูปของผู้ผลิต พ่อค้า คล้ายกับการวางค่ายกล เพื่อเก็บข้อมูลตั้งแต่การประมาณการผลลำไยสด เครื่องจักร แรงงาน เพื่อคำนวณต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายผู้ผลิต และ

พ่อค้าชาวจีนที่เป็นรายย่อย ซึ่งจัดเป็นกำลังเสริมในการหาข่าวเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ส่งกลับไปยังผู้ผลิตที่อยู่ในประเทศจีน เพื่อให้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้อย่างเป็นระบบ จากเครือข่ายผู้ผลิตชาวจีนดังที่กล่าว ทำให้เห็นว่าผู้ผลิตชาวไทยยังเสียเปรียบอยู่มาก เห็นได้จากอำนาจการกำหนดราคาขายจะอยู่ที่พ่อค้าชาวจีนมากกว่าชาวไทย การแลกเปลี่ยนและแจกจ่ายข้อมูลจะเป็นดังภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 6 แสดงกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลของเครือข่ายผู้ผลิต และคู่ค้าค้าขายเนื้อทองชาวจีน

หมายเหตุ :  หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบ 2 ทาง

5.2 อภิปรายผล

ลักษณะทั่วไปของผู้ผลิตลำไยเนื้ทอง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะซึ่งได้แก่ 1) ผู้ผลิตตามคำสั่งซื้อ และ 2) ผู้ผลิตตามกำลังการผลิต โดยผู้ผลิตมีประสบการณ์ในการผลิตและการจำหน่ายมานาน 9 – 10 ปี สินค้าหลักที่ทำการผลิตและจำหน่ายได้แก่ ลำไยอบแห้งทั้งเปลือกและลำไยอบแห้งเนื้ทอง ทำการส่งออกไปยังประเทศจีน สหภาพยุโรป ส่องกง สหรัฐอเมริกา

วิธีการส่งออกของผู้ผลิตลำไยเนื้ทองจะใช้รูปแบบการส่งออก (Exporting) ซึ่งเป็นรูปแบบง่ายที่สุดของการตลาดระหว่างประเทศ เป็นวิธีที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด และลงทุนน้อยที่สุด สอดคล้องกับอรรถ มณีสงฆ์ และเรนัส เสริมบุญสร้าง (2549) ระบุไว้ โดยผู้ผลิตจะใช้ทั้ง 2 วิธีในการส่งออก ซึ่งได้แก่ 1) การส่งออกโดยตรง (Direct Exporting) โดยผู้ผลิตจะทำการผลิตและส่งออกเอง และ 2) การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) ได้แก่ การส่งออกโดยมีคนกลางต่าง ๆ ทำหน้าที่ให้ เช่น พ่อค้าที่ทำการส่งออก (Export Merchant) จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตไปเพื่อทำการส่งออก ตัวแทนการส่งออก (Export Agent) เป็นคนกลางที่ทำการส่งออกให้ผู้ผลิตโดยได้รับค่าตอบแทนเป็นนายหน้า

ก. กระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

จากการศึกษากระบวนการจัดการข้อมูลของผู้ผลิตลำไยเนื้ทองจะเริ่มจากการประเมิน และวิเคราะห์ความต้องการสารสนเทศของผู้ผลิต การรวบรวมข้อมูล การบันทึกข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้เพื่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

1. การประเมินและวิเคราะห์สารสนเทศของผู้ผลิต

ผู้ผลิตลำไยเนื้ทองจะทำการประเมิน และวิเคราะห์สารสนเทศที่ตนเองมีอยู่ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกำลังการผลิต ปริมาณคำสั่งซื้อ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะได้มาจากการสำรวจด้วยตนเอง นอกจากนี้ผู้ผลิตลำไยเนื้ทองยังต้องประเมินข้อมูลอื่น ๆ ที่มีผลต่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดอื่น ๆ ประกอบเพิ่มเติม เช่น นโยบายรัฐบาล กฎหมาย สภาวะเศรษฐกิจ และคู่แข่งเป็นต้น โดยในการประเมินนั้นผู้ผลิตลำไยเนื้ทองจะทำการคัดแยกว่าข้อมูลใดที่มีอยู่แล้ว และยังมี หรือยังไม่สมบูรณ์ เพื่อจะนำไปสู่การรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในขั้นต่อไป สอดคล้องกับ เอก บุญเจือ (2550)

2. การรวบรวมข้อมูลที่น่ามาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

ผู้ผลิตลำไยเนื้อหาของทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด โดยจะใช้ข้อมูล 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ข้อมูลหลัก และข้อมูลประกอบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ และใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ โดยข้อมูลที่ทำการรวบรวมได้แก่

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

2.1.1 ข้อมูลหลัก ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด จะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้ผลิตในเรื่องการวางแผนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับความต้องการซื้อของผู้บริโภค โดยในการตัดสินใจเรื่องดังกล่าวผู้บริหารจะใช้ข้อมูลหลักที่มีความเกี่ยวข้องต่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดเพื่อนำไปสู่การวางแผนการผลิต และการจำหน่ายโดยตรง ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ ข้อมูลคำสั่งซื้อล่วงหน้า และข้อมูลกำลังการผลิต ข้อมูลหลักทั้ง 2 ข้อมูลมีผลกระทบซึ่งกันและกัน กล่าวคือ หากประมาณความต้องการซื้อ หรือรับคำสั่งซื้อผิดพลาดย่อมส่งผลต่อการประมาณกำลังการผลิตด้วย และจะส่งผลต่อการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดในที่สุด สอดคล้องกับรชฎ จำบุญ และคณะ (2549)

2.1.2 ข้อมูลประกอบ ข้อมูลที่ผู้ผลิตจะนำมาประกอบ ได้แก่ ข้อมูลทางการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย และคู่แข่งขึ้นมาประกอบ โดยแตกต่างจากสงวนศักดิ์ (2550) และ ปัทมา (2550) ที่นำข้อมูลค่าการส่งออกลำไย อัตราการขยายตัวของการส่งออก ภาวะการณ์การผลิตภายในประเทศ และภาวะราคาสินค้าเกษตรเป็นข้อมูลหลักในการพยากรณ์

2.2 แหล่งข้อมูล ข้อมูลที่ผู้ผลิตได้รับจริงเกิดจากข้อมูลที่ผู้ผลิตรวบรวมเอง เป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วยเอกสารคำสั่งซื้อที่มาจากลูกค้า หรือลูกค้าในตลาด ข้อมูลจากกลุ่มเครือข่าย และการปริมาณการวัดดูดิบล่วงหน้า ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้ผลิตจะทำการรวบรวมด้วยตนเอง โดยอาศัยการสอบถาม การสังเกต และประสบการณ์ส่วนบุคคลในการรวบรวมข้อมูล แหล่งที่สอง คือแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วยข้อมูลที่ทางหน่วยงานราชการส่งมาให้แก่เกษตรกรและผู้ผลิต โดยจะเป็นข้อมูลจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ ในด้านนโยบายการสนับสนุน พัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน เทคโนโลยี และการแทรกแซงราคาผลผลิตให้เกษตรกร และผู้ผลิตได้รับความยุติธรรม

ข้อมูลที่ผู้ผลิตทำการรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ ได้แก่ ข้อมูลนโยบายรัฐบาล กฎหมาย คู่แข่งขัน รวมถึงอัตราดอกเบี้ย ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเป็นข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องติดตามเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงนั้น นอกจากนี้ในช่วงการผลิต ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม จนถึงกลางเดือนสิงหาคม ผู้ผลิตจำเป็นต้องใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับราคาวัตถุดิบ

แบบรายวัน เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวของราคาลำไยสดที่มีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อราคาคะเน่ต้นทุนการผลิต และจำนวนผลผลิตที่จะทำการผลิตและจำหน่ายในปีการผลิตนั้น

2.3 ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ผู้ผลิตรวบรวมส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลเป็นรายปี คือ ปีการผลิตใด ก็จะใช้ข้อมูลปัจจุบันของปีการผลิตดังกล่าว เนื่องจากความทันสมัยของข้อมูลที่ได้รับทำให้ผู้ผลิตสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต และการจำหน่าย ได้ทันต่อสถานการณ์ และพบว่าปัญหาที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูลเพื่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดนั้น จะเกิดขึ้นที่ข้อมูลทุติยภูมิมากกว่าปฐมภูมิ กล่าวคือ ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รับไม่สามารถนำมาใช้พยากรณ์ความต้องการซื้อ และวางแผนได้อย่างแท้จริง เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับล่าสมัย และขาดความสมบูรณ์ไม่ครบถ้วนตามที่ผู้ผลิตต้องการ ส่วนข้อมูลปฐมภูมิจะพบปัญหาในด้านการแลกเปลี่ยน และการแบ่งปันข้อมูลระหว่างเครือข่ายที่มักจะให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน และปกปิดข้อมูลบางประการเพื่อประโยชน์ส่วนตน

3. วิธีการบันทึกข้อมูล

เมื่อผู้ผลิตลำไยเนื้อทองได้ข้อมูลดังกล่าวมาแล้วก็จะทำการบันทึกข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเรียบเรียงเป็นเอกสาร หรือการใช้คอมพิวเตอร์ในการบันทึกข้อมูล

เครื่องมือ หรือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สนับสนุนการรวบรวม และจัดเก็บข้อมูลของผู้ผลิตต้องการนำมาปรับใช้ จะเป็น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Microsoft excel เนื่องจากมีความง่ายในการใช้งาน ทั้งการจัดเก็บ และการนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจ การเก็บข้อมูลของผู้ผลิตจะใช้เอกสารเป็นหลัก เนื่องจากง่ายในการรวบรวม และสามารถนำมาใช้ได้ในเวลาที่ต้องการ แต่ผู้ผลิตยังนำคอมพิวเตอร์มาใช้เพื่อสนับสนุนการเก็บข้อมูลเพื่อให้สามารถบันทึกข้อมูลได้จำนวนมากขึ้น และปลอดภัยจากการสูญหาย ซึ่งสามารถลดปัญหาจากการใช้เอกสารได้ในระดับหนึ่ง

4. การนำข้อมูลไปใช้เพื่อการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด

การพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด เป็นการทำนายเหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งผลจากการพยากรณ์ทำให้ผู้ผลิตมีการวางแผนกำลังการผลิต ระบบการจัดตารางการทำงาน และนำไปใช้ในการวางแผนทางการเงิน การตลาด และบุคคลในท้ายที่สุด เพื่อให้สามารถรองรับยอดขายที่เกิดขึ้น

การพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด ส่งผลต่อการจัดการโซ่อุปทาน ได้แก่ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดหาวัตถุดิบในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเข้าสู่การผลิต จนกระทั่ง

ถึงการจัดผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อการบริหารต้นทุน กล่าวคือ ทำให้สามารถบริหารต้นทุนให้ถูกลงได้ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ รัชฎ ขำบุญ และคณะ (2549)

ผู้ผลิตจะนำวิธีการพยากรณ์มาใช้ในหลายวิธีการ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) การพยากรณ์เชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) ในกรณีของผู้ผลิตลำไยอบแห้งทั้งหมดจะใช้ วิธีการพยากรณ์ดังกล่าว ซึ่งผู้ผลิตจะใช้ประสบการณ์ และวิจารณ์ญาณของผู้ผลิตเอง ซึ่งจะใช้ข้อมูลในเชิงบรรยายประกอบการพยากรณ์ และ 2) การพยากรณ์เชิงปริมาณ (Quantitative Methods) ซึ่งจะใช้การคำนวณตัวเลขอย่างง่าย โดยใช้ข้อมูลจากยอดการจำหน่ายในปีที่ผ่านมา จำนวนสินค้าค้างสต็อก ปริมาณลำไยสด และคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ส่งมาล่วงหน้า

โดยที่ผู้ผลิตลำไยเนื่อทองนำข้อมูลที่ได้มาพยากรณ์ความต้องการของตลาด แล้ว ยังได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางการตลาดอันจะส่งผลกระทบต่อการผลิต และการจำหน่าย ซึ่งในที่นี้ได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายใน เช่น การผลิต ความสามารถในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ และสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ผู้ขายวัตถุดิบ ในที่นี้ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกลำไย คู่ค้าที่ทำการติดต่อซื้อขายกันทั้งที่เป็นคู่ค้าประจำ และคู่ค้าที่ติดต่อกันเป็นครั้งคราว คู่แข่งขันทั้งทางตรงที่ผลิตลำไยเนื่อทองเหมือนกัน และคู่แข่งทางอ้อมที่ผลิตผลไม้อบแห้งอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า สถานะธรรมชาติที่ส่งผลต่อผลผลิตลำไย ซึ่งมีอิทธิพลอย่างสูงในการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงสถานะทางธุรกิจให้ทันต่อเหตุการณ์ สอดคล้องกับที่เรนัส เสริมบุญสร้าง (2549) ได้ระบุไว้

ข. กระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อใช้ในการพยากรณ์ และการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อใช้ในการพยากรณ์ และการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ ประกอบด้วยการรวบรวมข้อมูล การวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบและการจ้างแรงงาน การพยากรณ์อุปทานและความต้องการวัตถุดิบ และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ โดยแสดงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ

ในการผลิตลำไยเนื่อทอง วัตถุดิบที่สำคัญได้แก่ ลำไยสด และแรงงาน ดังนั้นผู้ผลิตลำไยเนื่อทองจะทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปริมาณลำไยสด ราคารับซื้อลำไยสด เพื่อนำไปคำนวณต้นทุนการผลิต ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการจัดซื้อวัตถุดิบจะประกอบด้วยข้อมูลต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลเพื่อการประมาณการลำไยสด ผู้ผลิตจะทำการคาดคะเนปริมาณลำไยสดจากฤดูกาล สภาพดินฟ้าอากาศ อุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝนเป็นหลัก ซึ่งในการคาดคะเนดังกล่าวผู้ผลิตจะใช้ประสบการณ์ในการประมาณการ เช่น ในปีผลิต 2552 ผู้ผลิตคาดว่าปริมาณลำไยสดจะมีมาก เนื่องจากฤดูหนาวที่อุณหภูมิเย็นจัด และในช่วงฤดูร้อนปริมาณดอกลำไยมีปริมาณมาก ประกอบกับฤดูฝนที่มีฝนตกเว้นระยะห่างอย่างพอเหมาะ ปริมาณน้ำฝนไม่มากหรือน้อยจนเกินไป ทำให้ได้ผลลำไยสดที่มีคุณภาพ และปริมาณตามที่ต้องการ ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนด้านวัตถุดิบลำไยสดในปีนี้มีแนวโน้มว่าจะลดลงจากปี 2551 ที่ต้นทุนลำไยสดค่อนข้างสูง เหตุจากปริมาณลำไยมีน้อย ซึ่งสอดคล้องกับที่สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2537) ได้กล่าวว่า การพยากรณ์ผลผลิตทางการเกษตร เพื่อนำไปเป็นข้อมูลที่จะนำไปใช้วางแผนการตลาด การส่งออก และราคา ซึ่งสำนักเศรษฐกิจการเกษตรได้ทำการพยากรณ์ผลผลิตทางการเกษตรที่คาดว่าจะผลิตได้ในแต่ละปีเป็นประจำทุก 2 เดือน โดยคาดหมายว่าการเปลี่ยนแปลงเนื้อที่เพาะปลูก และผลผลิตต่อไร่ จะขึ้นอยู่กับราคาที่เกษตรกรขายได้ จำนวนวันฝนตก และสภาพน้ำฝนจริง

1.2 ข้อมูลเพื่อการประมาณการการจ้างแรงงาน ผู้ผลิตจะทำการประมาณการการจ้างงานโดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับ 1) ข้อมูลกำลังการผลิต โดยจะใช้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณเครื่องจักร ความสามารถในการผลิตของเครื่องจักร และนำข้อมูลมาใช้ในช่วงเดือนมิถุนายน ก่อนการผลิต 1 เดือน 2) ข้อมูลคำสั่งซื้อ จากลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ ซึ่งจะมีข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน – เดือนสิงหาคม 1 เดือนก่อนการผลิต และจำหน่าย 3) การประมาณการจำนวนแรงงานจากการจ้างงานในปีก่อน โดยจะใช้ข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน ก่อนการผลิต 1 เดือน

2. การพยากรณ์อุปทาน และความต้องการวัตถุดิบ

การพยากรณ์อุปทาน จะนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการผลิต โดยข้อมูลที่ใช้ประกอบการพยากรณ์ที่สำคัญได้แก่ ปริมาณลำไยสด กำลังการผลิต และคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อศึกษาแนวโน้มสถานการณ์ด้านต่าง ๆ อาทิเช่น จิตความสามารถการผลิต โอกาสอุปสรรคทางการค้า แนวโน้มของเทคโนโลยีการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ในอนาคต

การพยากรณ์ความต้องการวัตถุดิบ เป็นความพยายามของบริษัทที่จะหาปริมาณการใช้วัตถุดิบในอนาคต ซึ่งในที่นี้วัตถุดิบดังกล่าวได้แก่ ลำไยสด โดยที่ปริมาณการใช้ลำไยสดจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงอยู่ที่ความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปจากลำไยในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้ผลิต สอดคล้องกับบรรณ ขำบุญ และคณะ (2549)

3. การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ และการจ้างแรงงาน

ในการนำข้อมูลที่ได้รวบรวมมาใช้ประโยชน์นั้นผู้ผลิตได้นำข้อมูลมาตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ต่อไปนี้

3.1 วิธีการจัดซื้อลำไยสด เป้าหมายในการจัดซื้อ คือ ให้ได้ลำไยสดคุณภาพดี ราคาต่ำ และสนับสนุนการผลิต ซึ่งจัดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้ผลิตจะทำการจัดซื้อในรูปแบบ การจัดซื้อแบบเก่า มีลักษณะเป็น Win - Lose คือผู้มีอำนาจต่อรองมากจะใช้อำนาจเพื่อประโยชน์แห่งตนสูงสุด โดยใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้ 1) ซื้อจากเกษตรกรหลายราย วิธีการซื้อแบบนี้ผู้ผลิตจะมีอำนาจต่อรอง เป็นหลักประกันว่าเกษตรกรจะไม่ขึ้นราคา 2) การเปลี่ยนแหล่งซื้อ เพื่อแสวงหาเกษตรกรรายใหม่เพื่อให้ได้คุณภาพลำไยที่ดีกว่า ราคาต่ำ และสร้างอำนาจต่อรอง

3.2 วิธีการจัดจ้างแรงงาน ผู้ผลิตจะทำการจ้างงานในลักษณะการจ้างชั่วคราวตามช่วงระยะเวลาการผลิต ในเดือน กรกฎาคม ถึงสิงหาคมเท่านั้น เนื่องจากมีการผลิตเพียงช่วงเดียวของปี โดยค่าจ้างแรงงานจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ค่าจ้างที่คิดตามปริมาณงาน จะเป็นแรงงานในการคว้านและปอกเปลือก อีกประเภทหนึ่งเป็นการคิดค่าจ้างรายวัน จะเป็นแรงงานในการจัดเรียงผลผลิต และ पैาเตา แหล่งที่มาของแรงงานมาจากแรงงานในท้องถิ่นที่มีอาชีพรับจ้าง โดยส่วนใหญ่ว่างงานจากฤดูทำนา หรือปลูกพืชเกษตรตามฤดูกาล ดังนั้น ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน สำหรับผู้ผลิตที่อยู่ในจังหวัดลำพูน ได้แก่การขาดแคลนแรงงาน อีกทั้งยังมีปัญหาข้อเรียกร้องในการเพิ่มค่าจ้างแรงงาน ส่วนในผู้ผลิตที่ไม่พบปัญหาส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากแหล่งผลิตตั้งอยู่ใกล้แหล่งแรงงาน และแรงงานเหล่านั้นพอใจกับค่าจ้างที่รับ

5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การศึกษาการวิเคราะห์เชิงลึกกระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน พบว่าผู้ผลิตประสบปัญหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากยังไม่มีความรู้เพียงพอ อีกทั้งข้อมูลที่ได้รับยังไม่สมบูรณ์ครบถ้วน เมื่อเทียบกับพ่อค้า และผู้ผลิตชาวจีนที่เข้ามาประกอบการ หรืออาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่มีข้อมูลสมบูรณ์ ระบบการแลกเปลี่ยนที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันอย่างแท้จริง ทำให้เกิดความได้เปรียบ และกลายมาเป็นผู้กำหนดราคาลำไยสด และผลผลิตที่ผ่านการแปรรูป ซึ่งมีอิทธิพลเหนือกว่าพ่อค้า เกษตรกร และผู้ผลิตชาวไทยอย่างมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตลำไยเนื้ทองจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูล และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพตลาดโดยรวมทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปรียบเทียบปริมาณการผลิตลำไยสด ลำไยอบแห้งของกลุ่มคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ประเทศจีน เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวางแผนการผลิต และการพยากรณ์ความต้องการซื้อที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น และข้อมูลจากผู้ผลิตลำไยเนื้ทองควรจัดเก็บ รวบรวม เพื่อนำมาวิเคราะห์ พยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด และวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ (ลำไยสด) ได้แก่

- ข้อมูลพื้นที่การปลูกลำไยสดของเกษตรกรในประเทศไทย เพื่อประมาณการปริมาณลำไยสดในแต่ละฤดูกาล โดยผลลำไยสดจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

- ข้อมูลพื้นที่การปลูกลำไยสดของประเทศจีนและเวียดนาม รวมถึงเทคโนโลยีการผลิตลำไยเนื้ทองของทั้ง 2 ประเทศ ซึ่งจัดว่าเป็นคู่แข่งชั้นรายสำคัญของผู้ผลิตลำไยเนื้ทองในประเทศไทย

- ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการผลิต การจำหน่ายลำไยเนื้ทอง ของผู้ผลิตลำไยเนื้ทองรายหลัก และรายย่อยในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตลำไยเนื้ทองที่จัดเป็นคู่แข่งชั้นทางตรง เพื่อนำมาประเมินปริมาณผลผลิตลำไยเนื้ทองทั้งหมดของผู้ผลิตที่จะออกสู่ตลาด โดยข้อมูลดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่ายลำไยเนื้ทอง

- ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของตลาด แนวโน้มการขยายตัวของตลาด การยอมรับผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคเพื่อประเมินความต้องการและรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องนำไปจำหน่าย

- ข้อมูลเครื่องจักร และเทคโนโลยีที่สามารถนำมาพัฒนาการผลิตให้เกิดการประหยัด ลดต้นทุน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซึ่งแหล่งข้อมูลจากที่กล่าวข้างต้นผู้ผลิตลำไยเนื้ทองสามารถจัดหา และรวบรวมได้จากแหล่ง

ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งผู้ผลิตสามารถรวบรวมได้เอง เช่น การสอบถามจากกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื้ทองที่มีความสนิทสนม การบันทึกข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายของผู้ผลิตเอง เพื่อทำการเปรียบเทียบจำนวนการผลิตในแต่ละปี

ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งผู้ผลิตสามารถจัดหาข้อมูลได้จากหน่วยงานราชการ ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดที่ได้ทำการรวบรวมข้อมูลการผลิตของผู้ผลิตลำไยอบแห้งที่ทำการจดทะเบียนไว้แล้วกับหน่วยงานดังกล่าว

2. ผู้ผลิตลำไยเนื้ทองควรมีการรวมตัวกันกับเกษตรกรผู้ปลูกลำไย และผู้เลี้ยงผึ้งเพื่อให้สามารถรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณผลผลิตลำไยได้ล่วงหน้าอย่างแม่นยำ

3. ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองควรจะมีการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองให้มากขึ้น โดยไม่ต้องรอข้อมูลจากผู้ผลิตชาวจีน ซึ่งมักจะได้อัข้อมูลไม่ครบถ้วน ทำให้ผู้ผลิตชาวไทยเสียเปรียบ และไม่มีอำนาจในการต่อรอง ซึ่งการรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองสามารถทำการรวบรวมข้อมูลที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับต้นทุนการผลิตได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ประโยชน์จากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบันทึก และวิเคราะห์ข้อมูล
- ปริมาณลำไยสดในแต่ละปีที่จะเข้าสู่กระบวนการผลิต
- ปริมาณกำลังการผลิต และจำนวนเครื่องจักรที่ทำการผลิต
- เทคโนโลยีการผลิตที่จะทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนได้
- อัตราค่าจ้างแรงงานท้องถิ่น

ซึ่งในการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองจะต้องสร้างเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง มีความจริงใจในการแจกจ่าย และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างแท้จริง

4. ควรมีการร้องขอให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้จัดการอบรมการจัดการข้อมูลเพื่อการวางแผนและตัดสินใจในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น

- วิธีการรวบรวม จัดเก็บ บันทึกข้อมูล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ โดยให้นั้นการหาตัวอย่างของกลุ่มผู้ทำการรวบรวมข้อมูลที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ รวมถึงการจัดให้มีการทดลองปฏิบัติในระหว่างการอบรมเพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้ผลิตลำไยเนื้อทองว่าจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงหรือไม่

- เผยแพร่ ฝึกอบรมการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลที่มีความทันสมัย เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีความเหมาะสมสามารถใช้งานในด้านการบันทึก และแปลผลข้อมูลเพื่อตัดสินใจ

5. ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองควรต้องมีการเรียกร้องจากสถานกงสุล โดยทูตพาณิชย์ในประเทศที่เป็นตลาดหลักของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง รวบรวมข้อมูลที่สำคัญ เป็นปัจจุบัน ทันสมัย และแจกจ่ายมายังผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลที่สำคัญได้แก่

- ข้อมูลปริมาณการจำหน่ายไปยังตลาดหลัก เช่น ยุโรป จีน โดยรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเปรียบเทียบเป็นรายเดือน

- ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคลำไยเนื้อทองที่ส่งไปจำหน่ายในประเทศต่าง ๆ ตามที่มีสถานกงสุลตั้งอยู่

- รูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับกฎหมาย และมาตรการต่าง ๆ ของประเทศผู้นำเข้าหลัก

ในการรวบรวมข้อมูลดังกล่าว สถานกงสุลประจำประเทศต่าง ๆ ควรทำการเผยแพร่ข้อมูล โดยอาจใช้วิธีการดังต่อไปนี้

- 1) จัดประชุมสัมมนาประจำปีก่อนการผลิตและจำหน่ายไปยังผู้ผลิตลำไยเนื่อทอง โดยผ่านหน่วยงานต่าง ๆ เช่น หน่วยงานราชการ กระทรวงพาณิชย์ในประเทศไทย กลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื่อทองในจังหวัดต่างๆ
- 2) จัดตั้งหน่วยงาน และผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ วิธีการรวบรวม และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved