

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์เชิงลึกกระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน

ผู้เขียน นางสาวศิริรักษ์ ยาวีราช

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ นายสุวรรณ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดการข้อมูลในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบของผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อทองในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 รายซึ่งเป็นผู้ผลิตลำไยอบแห้งเนื้อทองใน จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ในการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ได้ใช้วิธีการรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์รายใหม่ จากผู้ให้สัมภาษณ์รายเก่า เพื่อให้ได้ผู้ผลิตลำไยเนื้อทองที่ตรงกับคุณสมบัติที่กำหนดไว้ และนำข้อมูลวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นพบในลักษณะการบรรยายเป็นกรณีศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะซึ่งได้แก่ 1) ผู้ผลิตที่มีตลาดหลักอยู่ในยุโรป 2) ผู้ผลิตที่มีตลาดหลักอยู่ในประเทศจีน และอยู่ในกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื้อทองรายใหญ่ในจังหวัดลำพูน 3) ผู้ผลิตที่มีตลาดหลักอยู่ในประเทศจีน ไม่สังกัดเครือข่ายผู้ผลิตในจังหวัดลำพูน โดยผู้ผลิตมีประสบการณ์ในการผลิตและการ

จำหน่ายมานาน 9 – 10 ปี สินค้าหลักที่ทำการผลิตและจำหน่ายได้แก่ ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก และ ลำไยอบแห้งเนื้อทอง ทำการส่งออกไปยังประเทศจีน สหภาพยุโรป ฮองกง สหรัฐอเมริกา มีวิธีการส่งออกของผู้ผลิตจะใช้รูปแบบการส่งออก (Exporting) โดยผู้ผลิตจะใช้ทั้ง 2 วิธีในการส่งออก ซึ่งได้แก่ 1) การส่งออกโดยตรง (Direct Exporting) และ 2) การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) ได้แก่ การส่งออกโดยมีคนกลางต่าง ๆ ทำหน้าที่ให้

ผลการศึกษาพบว่า การพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของตลาด และการคาดคะเนความต้องการวัตถุดิบของผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูนถือได้ว่าใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งได้แก่ การคาดคะเนโดยอาศัยข้อมูลที่ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ หรือปริมาณ ข้อมูลที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของผู้ผลิต แบ่งเป็น 1) ข้อมูลหลัก ได้แก่ คำสั่งซื้อจากลูกค้า และกำลังการผลิต โดยแหล่งที่มาของข้อมูลจะมาจากการรวบรวมเป็นเอกสารด้วยตนเอง 2) ข้อมูลประกอบ ได้แก่ นโยบายรัฐบาลในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ ในด้านการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม การส่งออกของผู้ผลิต ไม่ว่าจะเป็นในด้านการให้ความรู้ การตลาด กฎหมายการตรวจสอบคุณภาพในยุโรป และพิกัดอัตราภาษีในแต่ละสมณฑลของประเทศจีน ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เพื่อวิเคราะห์อำนาจซื้อของผู้บริโภค ข้อมูลคู่แข่งที่เป็นคู่แข่งทางตรงที่อยู่ในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงคู่แข่งที่เป็นคู่แข่งทางอ้อมที่อยู่ในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะได้มาจากหน่วยงานราชการ และเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง

กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในเครือข่ายผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในประเทศไทยจะเป็นไปในลักษณะติดต่อกันเป็นครั้งคราว เป็นการขอหรือให้ข้อมูลเฉพาะที่ผู้ผลิตต้องการเพียงบางข้อมูลที่ทำเป็นเท่านั้น นอกจากนี้การแลกเปลี่ยนข้อมูลจะเป็นการแจกจ่ายให้กับคู่ค้าที่มีความสนิทสนม โดยบางกรณีข้อมูลบางอย่างถูกปกปิดเป็นความลับเพื่อใช้เป็นประโยชน์ส่วนบุคคลซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลของเครือข่ายผู้ผลิตและคู่ค้าลำไยเนื้อทองชาวจีน พบว่าการแลกเปลี่ยนเป็นไปในลักษณะการแลกเปลี่ยน 2 ทาง เครือข่ายมีความเข้มแข็ง โยงใย สามารถหาจัดเก็บ รวบรวม และแปลผลได้อย่างเป็นระบบ โดยเครือข่ายจะมีผู้ผลิตชาวจีนรายใหญ่เป็นศูนย์กลางใหญ่อยู่ในประเทศจีน โดยจะส่งตัวแทนแฝงตัวเข้ามาในรูปแบบของผู้ผลิตและพ่อค้าซึ่งจะตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย ความร่วมมือด้านการข่าวบางส่วนยังมาจากคู่ค้าชาวจีนรายย่อยที่คอยสนับสนุนข้อมูลที่ทำเป็นส่งกลับไปยังศูนย์กลางข้อมูลในประเทศจีน ดังนั้นกลุ่มชาวจีนจึงกลายเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดราคาทั้งลำไยสด และลำไยเนื้อทอง

วิธีการพยากรณ์ของผู้ผลิตทั้ง 6 ราย จะใช้การพยากรณ์ความต้องการซื้อเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่นำมาพยากรณ์มาจากการใช้ประสบการณ์ วิจารณ์ญาณ และการสำรวจตลาด

นอกจากนี้ผู้ผลิตรายหนึ่ง ใช้การพยากรณ์เชิงคุณภาพ โดยการคำนวณอย่างง่ายประกอบการพยากรณ์

ในส่วนของกระบวนการจัดการข้อมูลเพื่อการวางแผนความต้องการวัตถุดิบ และแรงงาน ผู้ผลิตจะนำข้อมูลประกอบการวางแผน 3 ประเภท ได้แก่ 1) กำลังการผลิต 2) ปริมาณลำไยสด และ 3) คำสั่งซื้อ

การพยากรณ์ปริมาณลำไยสด จะทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ของปีการผลิตที่แล้วมา จนถึง เดือนพฤษภาคมของปีการผลิตปัจจุบัน โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน เป็นหลัก

การคาดการณ์ราคาลำไยสดที่ส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการผลิต และการกำหนดราคา จะใช้ข้อมูลทางกลไตลาด ซึ่งถูกกำหนดมาจากผู้ผลิตรายใหญ่ในจังหวัดลำพูน ส่วนผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่จะคาดการณ์ราคาลำไยสดจากผู้ผลิตรายใหญ่ในจังหวัดลำพูนเช่นเดียวกัน

การพยากรณ์ความต้องการแรงงาน จะทำการรวบรวมข้อมูลเดือนมิถุนายน ก่อนการผลิตล่วงหน้า 1 เดือน โดยข้อมูลที่ใช้ได้แก่ 1) คำสั่งซื้อ 2) กำลังการผลิต และ 3) ประมาณการจ้างงานแรงงานจากปีที่ผ่านมา

Independent Study Title	In-depth Analysis of Information Management Process for Forecasting Market Demand and Procurement Planning of Raw Materials of Dry Longan Exporters in the Chiang Mai and Lamphun Provinces	
Author	Miss Sirirux Yawiraj	
Degree	Master of Business Administration (Marketing)	
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Dr. Chirawan Chaisuwan	Chairperson
	Asst. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha	Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study was investigation of information management process for forecasting market demand and procurement planning of raw materials of dry longan exporters in Chiang Mai and Lamphun provinces. The data were collected by using in-depth interviews Semi-structured questionnaire for 6 manufacturers of dry longan in Chiang Mai and Lamphun provinces. Met and interviewed the manufacturers use by find the new one from the same old one for the right. The data were analyzed by qualitative technique and then were represented by narrative summary as case study.

The result was found that the characteristic of dry longan exporters can be classified in 3 characteristics namely 1) The manufacturer who has main markets in Europe, 2) The manufacturer who has main market in China and be affiliated with the network of dry longan manufacture in Lamphun Province 3) The manufacturer who has main market in China which is not work under the network of dry longan manufacturer in Lamphun province. The manufactures who have experienced on their production and sell for 9 – 10 years have produce the main products of both whole fruit vs peeled and they have exported to the European Union, China,

Hong Kong and The USA. The pattern of exporting their production were used by 2 methods include that 1) Direct exporting and 2) Indirect Exporting which are exported by collaboration with other agency.

The results was showed that the forecast market demand and estimates of demand for raw materials of dry longan in Chiang Mai and Lamphun consider both science and art. This forecast are based on information either qualitative of quantitative information. The information that used to forecast demand of dry longan is divided into 2 categories. 1) Primary data are the orders form trading partners and their capacity. The source of this information were collected document by themselves. 2) The comprised information are the policies of the Department of commerce the help to support and encourage the exporters in many aspects such as knowledge providing, market seeking, legally support in Europe quality auditing, tax rate in each provinces of China, and economic status of trading partner country were provided for analyze purchasing power of consumer. In addition information of direct and indirect competitors in their country and aboard were given by government agencies and network of dry longan manufacturers.

The process of data exchange in the network of dry longan manufacturers in Thailand is intermittent contact characteristic for specific request of provide the necessary information if needed. In addition, the exchange of information will be distributed to the intimate partner. In some case the information has been withheld as confidentiality for personal benefit. Then if compared the data exchange in the China network manufacturers and the Chinese dry longan partners, found that the data exchange will be 2 ways communication. This network are strong, linked and have ability to systematic collecting, storing and interpreted. The major manufacturer is the center of network that located in China and sent the representative to conceal with form of producer of merchants who are settle in Thailand. The collaboration of sending information back to Chinese center of information were form the small group of Chinese partner. Therefore, Chinese have become the authorized person to set prices both longan and dry longan.

Six manufacturers forecasting were used qualitative forecast methodology. These information are and experience, discretion and exploration markets of manufactures. However, one of manufacturer use simple calculation together with qualitative forecasting.

There are 3 types of the data management process for planning the production of raw materials and labor : 1) Production capacity 2) amount of longan and 3) Orders.

The amount of longan forecast will be collected data since November in last production year until May of current production year. By using information of weather, temperature and rainfall.

Price expectations of longan affect to production costs directly. The pricing will use the market mechanism which was determined by major manufacturers in Lamphun province. As well as the manufacturers in Chiang Mai expect the longan price to follow major manufacturers in the Lamphun province.

The collection of forecast labor need data was done in June before production for one month. These data were 1) Orders, 2) Production capacity and 3) estimated workforce from one year ago.