

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ช |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญภาพ | ค |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| หลักการและเหตุผล | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 5 |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา | 5 |
| นิยามศัพท์ | 5 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 5 |
| แนวคิดและทฤษฎี | 5 |
| การพยากรณ์ความต้องการของตลาด | 6 |
| การพยากรณ์ และกลยุทธ์การจัดซื้อวัสดุ | 9 |
| สิ่งแวดล้อมทางการตลาด | 14 |
| การประเมินความต้องการสารสนเทศ | 16 |
| การเลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ | 18 |
| เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 19 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย | 22 |
| ขอบเขตการศึกษา | 22 |
| ขอบเขตเนื้อหา | 22 |
| ขอบเขตประชากร | 22 |
| วิธีการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ | 22 |
| วิธีการศึกษา | 23 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 23 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 23 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| กระบวนการในการสัมภาษณ์ และการเก็บรวบรวมข้อมูล | 24 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 25 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | 26 |
| ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง | 26 |
| ส่วนที่ 2 : ข้อมูล และวิธีการที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด | 35 |
| ส่วนที่ 3 : ข้อมูล และวิธีการที่ใช้ในการวางแผนการจัดซื้อ และการผลิต | 84 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 97 |
| สรุปผลการศึกษา | 97 |
| อภิปรายผล | 121 |
| ข้อเสนอแนะจากการศึกษา | 126 |
| บรรณานุกรม | 130 |
| ภาคผนวก | 132 |
| ภาคผนวก ก. กรอบการสัมภาษณ์ | 133 |
| ภาคผนวก ข. ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ | 134 |
| ภาคผนวก ค. สถานการณ์การค้าลำไย | 135 |
| ประวัติของผู้เขียน | 153 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 1 -1 แสดงปริมาณ มูลค่า และตลาดหลักส่งออกลำไยของไทย | 2 |
| 4 -1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการผลิตลำไยเนื้อทองของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง | 26 |
| 4 -2 แสดงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง | 27 |
| 4 -3 แสดงกำลังการผลิตต่อปี และปริมาณการส่งออกลำไยเนื้อทอง | 27 |
| 4 -4 แสดงผลิตภัณฑ์แปรรูปในโรงงาน และบริษัทของผู้ผลิตลำไยเนื้อทอง | 28 |
| 4 -5 แสดงเหตุผลของผู้ผลิตในการผลิตลำไยเนื้อทอง | 29 |
| 4 -6 แสดงตลาดที่ทำการส่งออกลำไยอบแห้งเนื้อทอง | 31 |
| 4 -7 แสดงเหตุผลที่ทำการส่งออกในตลาดประเทศจีน | 31 |
| 4 -8 แสดงเหตุผลที่ทำการส่งออกในตลาดยุโรป | 32 |
| 4 -9 แสดงพฤติกรรมกรรมการซื้อและการบริโภคลำไยอบแห้งเนื้อทองของลูกค้าคนสุดท้าย | 33 |
| 4 -10 แสดงช่วงระยะเวลาในการจำหน่าย ลำไยเนื้อทอง | 35 |
| 4 -11 แสดงกระบวนการ และช่วงเวลาในการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตที่ 1 | 36 |
| 4 -12 แสดงกระบวนการและช่วงเวลาในการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตที่ 2 | 39 |
| 4 -13 แสดงกระบวนการและช่วงเวลาในการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตที่ 3 | 41 |
| 4 -14 แสดงกระบวนการและช่วงเวลาในการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตที่ 4 | 44 |
| 4 -15 แสดงกระบวนการ และช่วงเวลาในการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตที่ 5 | 46 |
| 4 -16 แสดงกระบวนการ และช่วงเวลาในการผลิต และการจำหน่ายของผู้ผลิตที่ 6 | 48 |
| 4 -17 แสดงวิธีการส่งออกลำไยอบแห้งเนื้อทอง | 51 |
| 4 -18 แสดงข้อมูลหลักที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของตลาด | 52 |
| 4 -19 แสดงแหล่งที่มาของข้อมูลหลักของผู้ผลิตที่ 1 และผู้ผลิตที่ 5 | 52 |
| 4 -20 แสดงแหล่งที่มาของข้อมูลหลักของผู้ผลิตที่ 2, 3, 4 และผู้ผลิตที่ 6 | 53 |
| 4 -21 แสดงประโยชน์ของการนำข้อมูลหลักไปใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของตลาด | 53 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 4 -22 แสดงข้อมูลประกอบที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดของผู้ผลิตที่มีตลาดหลักในการส่งออกไปยังยุโรป | 55 |
| 4 -23 แสดงข้อมูลประกอบที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาดของผู้ผลิตที่มีตลาดหลักในการส่งออกไปยังประเทศจีน | 59 |
| 4 -24 แสดงข้อมูลอื่น ๆ ที่ผู้ผลิตนำมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อ | 65 |
| 4 -25 แสดงแหล่งที่มาของข้อมูลประกอบที่ผู้ผลิตที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อลำไยเนื้อทองของลูกค้า | 68 |
| 4 -26 แสดงการเปรียบเทียบวิธีการได้มาของข้อมูลระหว่างผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในประเทศไทย และคู่ค้าในประเทศจีน | 71 |
| 4 -27 แสดงการเปรียบเทียบวิธีการแลกเปลี่ยน การแจกจ่าย การรับ และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ระหว่างผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในประเทศไทย และคู่ค้าในประเทศจีน | 73 |
| 4 -28 แสดงการเปรียบเทียบวิธีการแลกเปลี่ยน การแจกจ่าย การรับ และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ระหว่างผู้ผลิตลำไยเนื้อทองในประเทศไทย และคู่ค้าในยุโรป | 75 |
| 4 -29 แสดงปัญหาจากการรวบรวมข้อมูลที่ใช้พยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด | 76 |
| 4 -30 แสดงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด | 77 |
| 4 -31 แสดงช่วงเวลาในการนำข้อมูลมาใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด | 78 |
| 4 -32 แสดงการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ของผู้ผลิต | 82 |
| 4 -33 แสดงวิธีการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด | 82 |
| 4 -34 แสดงข้อมูลที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ปริมาณการรับซื้อลำไยสด | 84 |
| 4 -35 แสดงปัจจัยที่นำมาใช้ในการพยากรณ์ปริมาณลำไยสด | 85 |
| 4 -36 แสดงข้อมูลจากผู้ผลิตการต้องการเป็นรายวันในการคาดคะเนต้นทุนการผลิตลำไยเนื้อทอง | 86 |
| 4 -37 แสดงวิธีการคาดคะเนราคารับซื้อลำไยสด | 87 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 4 -38 แสดงวิธีการคำนวณราคาขายลำไยเนื้อทอง | 88 |
| 4 -39 แสดงวิธีการรับซื้อลำไยสด | 89 |
| 4 -40 แสดงแหล่งที่มาของลำไยสด | 90 |
| 4 -41 แสดงระยะเวลารับซื้อลำไยสด | 91 |
| 4 -42 แสดงขนาดของลำไยสด ที่ใช้ในการผลิตลำไยเนื้อทอง | 91 |
| 4 -43 แสดงข้อมูลที่ใช้ในการคาดคะเนปริมาณจ้างแรงงานในการผลิตลำไยเนื้อทอง | 92 |
| 4 -44 แสดงวิธีการจ้างแรงงานในการผลิตลำไยเนื้อทอง | 92 |
| 4 -45 แสดงประเภทของงานในการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อทอง | 93 |
| 4 -46 แสดงแหล่งที่มาของแรงงานในการผลิตลำไยอบแห้งเนื้อทอง | 93 |
| 4 -47 แสดงการเกิดปัญหาแรงงาน | 94 |
| 4 -48 แสดงช่วงเวลาในการนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการจัดซื้อลำไยสด และการจ้างงาน | 95 |

สารบัญภาพ

| ภาพ | หน้า |
|--|------|
| 2 -1 แสดงการวางแผนความต้องการวัสดุแบบระบบปิด | 13 |
| 5 -1 แสดงกระบวนการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด การวางแผนการผลิต และจำหน่ายของผู้ผลิตที่ผลิตตามคำสั่งซื้อ | 99 |
| 5 -2 แสดงกระบวนการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด การวางแผนการผลิต และจำหน่ายของผู้ผลิตที่ผลิตตามคำสั่งการผลิต | 101 |
| 5 -3 แสดงข้อมูล และช่วงเวลาที่ใช้ในการพยากรณ์ความต้องการซื้อของตลาด | 110 |
| 5 -4 แสดงข้อมูลและช่วงเวลาที่ใช้ในการวางแผนการจัดซื้อ และการผลิต | 116 |
| 5 -5 แสดงถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากระดับบนสู่ระดับล่าง | 119 |
| 5 -6 แสดงกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลของเครือข่ายผู้ผลิต และคู่ค้าค้าไปเนื้อทองชาวจีน | 120 |