

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
คำถามการวิจัย	5
วัตถุประสงค์การวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
ทฤษฎีอุปสงค์	12
การวางแผนยุทธศาสตร์	27
บริบทของน้ำมันสำปะหลังไทยและภาวะการค้าระหว่างไทยจีน	44
กรอบแนวคิดการวิจัย	87
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	88
การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกน้ำมันสำปะหลังเส้น ของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม น้ำมันสำปะหลังเส้นไทย	89
การวิจัยระยะที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทย ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน	94
การวิจัยระยะที่ 3 เพื่อประเมินและยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้น ของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน	96
สรุปขั้นตอนการวิจัย	98

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	100
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	100
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	101
การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกมันสำปะหลังเส้น ของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม มันสำปะหลังเส้นไทย	101
การวิจัยระยะที่ 2 การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทย ไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน	133
การวิจัยระยะที่ 3 การประเมินและยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้น ของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน	149
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	162
คำถามการวิจัย	162
วัตถุประสงค์การวิจัย	162
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	163
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	163
สรุปผลการวิจัย	164
อภิปรายผลการวิจัย	176
ข้อเสนอแนะ	193
บรรณานุกรม	197
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย เอกสารประกอบการประชุมระดมสมอง แบบวิพากษ์ยืนยันรูปแบบแผนยุทธศาสตร์	205
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ที่ได้จดทะเบียน ณ สำนักมาตรฐานสินค้า ประจำปี 2554-2557	227
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม	242
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์และแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ	246
ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์	252

หัวเรื่อง	หน้า
ภาคผนวก จ ราชานามผู้ร่วมประชุมระดมสมอง (Brain Storming) ราชานามผู้วิพากษ์ รูปแบบ	259
ภาคผนวก ข ประกาศกระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้อง	263
ประวัติผู้วิจัย	285



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เครื่องมือในการทำ SWOT Analysis และ SWOT Matrix	43
2	พื้นที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตมันสำปะหลังของไทย ปี พ.ศ. 2557	46
3	ปริมาณผลผลิตมันสำปะหลังทั่วโลก	74
4	โครงสร้างตลาดแป้งมันสำปะหลังของโลก	75
5	โครงสร้างตลาดมันสำปะหลังเส้นและมันอัดเม็ดของโลก	76
6	ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของไทย ปี 2548 - 2557	79
7	การเชื่อมโยงข้อมูลจากการวิเคราะห์แบบสอบถาม ผู้กำหนดเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของมันสำปะหลังเส้นไทย	92
8	เครื่องมือในการจัดทำ SWOT Matrix	94
9	จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	102
10	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท เป็นรายด้าน	104
11	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านราคาขาย	104
12	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านความนิยมในตัวสินค้า	105
13	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านจำนวนลูกค้าของบริษัท	106
14	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านจำนวนยอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า	106
15	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านการเติบโตของกิจการของลูกค้าของบริษัท	106
16	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน	107
17	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายชื่อ ด้านราคาสินค้าที่ใช้ประกอบกัน	107

ตารางที่	หน้า
18	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณยอดขายของบริษัท โดยรวมและเป็นรายข้อ ด้านเทศกาลสำคัญและฤดูกาลของจีน 108
19	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปริมาณยอดขายของบริษัท 108
20	ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติความเบ้ (Sleekness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรอิสระ 110
21	ข้อมูลเกี่ยวกับค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติความเบ้ (Sleekness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรตาม 110
22	ค่าระดับของความสัมพันธ์ 111
23	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 113
24	ค่า Tolerance และค่า VIF 114
25	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างตัวแปรที่ถูกคัดเลือกเข้าสู่การถดถอย และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (R ²) และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ที่ปรับแก้ (Adjusted R ²) 115
26	ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อยอดขายของบริษัท 117
27	ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายบริษัท 118
28	ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งของน้ำมันสำปะหลังเส้นไทย 119
29	ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดอ่อนของน้ำมันสำปะหลังเส้นไทย 119
30	ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสของน้ำมันสำปะหลังเส้นไทย 122
31	ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคของน้ำมันสำปะหลังเส้นไทย 123
32	สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำมันสำปะหลังเส้นไทย 125
33	ลักษณะของแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นไทย 126
34	สรุปแนวทางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของน้ำมันสำปะหลังเส้นไทยในภาพรวมแต่ละด้าน 127
35	การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การค้ำมันสำปะหลังเส้นไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ด้วย SWOT Matrix 131

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 โഴ่อุปทานของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศไทย	67
2 กรอบแนวคิดการวิจัย	87
3 สรุปลขั้นตอนการวิจัยทั้ง 3 ระยะ	98
4 แผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน .	153



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY