

ศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

COMPETITIVE POTENTIAL OF THAI OIL PALM INDUSTRY IN
THE GLOBAL MARKET

เบญญทิพย์ หนูเผือก

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

เบญญทิพย์ หนูเผือก

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

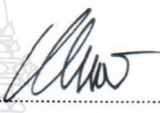
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2560


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก
Competitive Potential of Thai Oil Palm Industry in the Global Market
ชื่อ - นามสกุล นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก
วิชาเอก ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุดาพร กุณฑลบุตร, ปร.ด.
ปีการศึกษา 2560

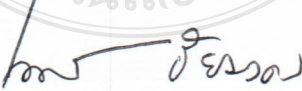
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ฉายนวี อนามรัช-คีริก, Ph.D.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุดาพร กุณฑลบุตร, ปร.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นำถรพี ชัยมงคล, ปร.ด.)

วันที่ 5 เดือน เมษายน พ.ศ. 2561

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวเบญญูทิพย์ หนูเฟือก
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สุดาพร กุณทลบุตร, ปร.ด.
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ปัจจัยด้านการผลิต และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย จำนวน 126 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม ข้อมูลเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่นำมาใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนาค่า ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ F-test, LSD และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดทะเบียนของสถานประกอบการ ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมัน ส่วนใหญ่เป็นบริษัท ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่ ดำเนินกิจการ 5 - 10 ปี ขนาดของสถานประกอบการของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม ส่วนใหญ่ ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และ ประเภทการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมัน ส่วนใหญ่ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ผลการวิเคราะห์ พบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของ เทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ภาพรวมและ รายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง แต่ ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทย ในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

คำสำคัญ : การแข่งขัน ปาล์ม น้ำมัน ตลาดโลก

Thesis Title Competitive Potential of Thai Oil Palm Industry in the Global Market
Name-Surname Miss Benyatip Noopuek
Major Subject International Business
Thesis Advisor Associate Professor Sudaporn Kuntanbutr, Ph.D.
Academic Year 2017

ABSTRACT

The objective of this research was to study the relationship between factors such as basic information, production, and marketing mix which affected the competitive potential of Thai oil palm industry in the global market.

The population employed in this research was 126 plants in oil palm industry sectors in Thailand (Department of Industrial Works on February 19, 2016). A questionnaire was used as a research instrument to collect data. Statistics applied in the study were descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation, as well as inferential statistics including F-test, LSD, and Correlation Coefficient.

The results of the study showed that a company is the major type of a workplace's registration in oil palm industry. The typical duration of oil palm factories' business operation was from 5 to 10 years. The size of the oil palm factories was mostly small with no more than 50 employees. In addition, the major type of production plant was a palm oil extraction plant. The results of the analysis revealed that the competitive potential of Thai oil palm industry in the global market was divided into 7 aspects; learning of organizations, effectiveness of production, customer relation, business network, technology sources, knowledge management, and business-oriented operations. Overall potential of competitiveness as well as the potential in each aspect were indicated at a moderate level, whereas the potential to compete globally of the Thai oil palm industry in the aspect of customer relation was shown at a high level.

Keywords: competitiveness, oil palms, global market

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้รับความกรุณาจาก ดร. ฉายรวี อนามธวัช ประธานกรรมการ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณฑลบุตร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านให้การช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณท่านด้วยความเคารพเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบและให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทรงค์ จตุรัส ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริรัตน์ อินทร์หม้อ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านให้ความช่วยเหลือ ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วย

ทั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือและสนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิตมาตลอด ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชา จนสามารถนำหลักความรู้มาประยุกต์และอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณบุคลากรบัณฑิตวิทยาลัยทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือตลอดช่วงเวลาของการศึกษาการวิจัย และรวมทั้งขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หากมีข้อผิดพลาดประการใดก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

เบญญทิพย์ หนูเฟือก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
บทที่ 1 บทนำ.....	
1.1 ความเป็นและความสำคัญของปัญหา.....	14
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	16
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	17
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	17
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	19
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
2.1 ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทย.....	23
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิต.....	32
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	37
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน.....	39
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	47
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	59
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	121
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	122
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	125
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	126
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	133
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก.....	135
ประวัติผู้เขียน.....	152



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ในด้าน รูปแบบการจดทะเบียนของประกอบ.....	60
ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ในด้านระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ.....	60
ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ในด้านขนาดของสถานประกอบการ.....	61
ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ในด้านประเภทการผลิตของโรงงาน.....	61
ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการผลิตของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย โดยรวมของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	62
ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการผลิต ด้านวัตถุดิบเป็นรายข้อ ของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	63
ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการผลิตด้านคนงานเป็นรายข้อ ของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	64
ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการผลิต ด้านเครื่องจักร/เครื่องมือเป็นรายข้อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	64
ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการผลิต ด้านวิธีการเป็นรายข้อ ของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	65
ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการผลิตด้านเงินทุนเป็นรายข้อ ของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	66
ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการรายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	67
ตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาขายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	68
ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย รายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	69
ตารางที่ 4.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทาง การตลาดรายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	70
ตารางที่ 4.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน โดยรวมและรายด้านของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	71
ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร รายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	72
ตารางที่ 4.18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต รายชื่อของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	73
ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า รายชื่อของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	74
ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ รายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	75
ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี รายชื่อของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	76
ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการบริหารความรู้ รายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	77
ตารางที่ 4.23 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการ ประกอบการ รายชื่อของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก..	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทยในตลาดโลก จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ.....	79
ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ของ องค์กร จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	81
ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพ ในการผลิต จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	81
ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มาของ เทคโนโลยี จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	82
ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการบริหารความรู้ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	83
ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านภาพรวม จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ.....	84
ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	85
ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ของ องค์กร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	86
ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพ ในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	87
ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านความสัมพันธ์ กับลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	87
ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านเครือข่าย ทางธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	88
ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มาของ เทคโนโลยี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการบริหาร ความรู้ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	89
ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการดำเนินงาน ที่มุ่งเน้นการประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ.....	89
ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ภาพรวม จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินการ.....	90
ตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทยในตลาดโลก จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	91
ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ของ องค์กร จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	93
ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพ ในการผลิต จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	93
ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านความสัมพันธ์ กับลูกค้า จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	94
ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านเครือข่ายทาง ธุรกิจ จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	95
ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มา ของเทคโนโลยี จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	95
ตารางที่ 4.45 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านบริหารความรู้ จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	96
ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการดำเนินงานที่ มุ่งเน้นการประกอบการ จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	97
ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านภาพรวม จำแนก ตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทยในตลาดโลก จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	98
ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ของ องค์กร จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	100
ตารางที่ 4.50 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพใน การผลิต จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	101
ตารางที่ 4.51 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านความสัมพันธ์ กับลูกค้า จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	102
ตารางที่ 4.52 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านเครือข่าย ทางธุรกิจ จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	103
ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มาของ เทคโนโลยี จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิต ปาล์มน้ำมัน.....	104
ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการดำเนินงาน ที่มุ่งเน้นการประกอบการ จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของ โรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	105
ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านภาพรวม จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน.....	106
ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยการผลิตด้านวัตถุดิบ ที่ส่งผลถึงศักยภาพใน การแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	107
ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยการผลิตด้านคนงาน ที่ส่งผลถึงศักยภาพใน การแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	108
ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยการผลิตด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ ที่ส่งผลถึงศักยภาพ ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยการผลิตด้านวิธีการ ที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	111
ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยการผลิตด้านเงินทุน ที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	113
ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	114
ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	116
ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	117
ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก.....	119

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โดยปาล์มน้ำมันจะเป็นพืชที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าพืชน้ำมันชนิดอื่น ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด เนื่องจากปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่มีต้นทุนการผลิตและราคาต่ำกว่าพืชน้ำมันชนิดอื่นและสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการอุปโภคหรือบริโภค จึงทำให้ส่วนแบ่งการผลิตน้ำมันปาล์มต่อน้ำมันพืชของโลก มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 11.7 ในช่วงปี 2519 -2543 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 27.5 ในช่วงปี 2544-2548 และคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 31.2 ในช่วงปี 2549-2563 โดยมีประเทศผู้ผลิตสำคัญ คือ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ชราพล ช่วยสุข, 2554)

อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง โดยจะเห็นได้จากการขยายพื้นที่การเพาะปลูกปาล์มน้ำมันในประเทศไทยในปี 2558 คาดว่าปาล์มน้ำมันของไทยจะมีเนื้อที่ให้ผล 4.35 ล้านไร่ ผลผลิต 13.64 ล้านตัน และผลผลิตต่อไร่ 3,138 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากเนื้อที่ให้ผล 4.15 ล้านไร่ ผลผลิต 13.33 ล้านตัน ในปี 2557 ร้อยละ 4.82 ร้อยละ 2.33 ตามลำดับ เนื่องจากปาล์มน้ำมันที่ปลูกในปี 2551 - 2553 เริ่มให้ผลผลิตมากขึ้นประกอบกับยุทธศาสตร์ปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์ม 2558 - 2569 ได้มีเป้าหมายในการขยายพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่ใหม่ปีละ 250,000 ไร่ รวม 3 ล้านไร่ (12 ปี) และปลูกทดแทนสวนปาล์มน้ำมันเก่าปีละ 30,000 ไร่ รวม 0.36 ล้านไร่ (12 ปี) เพื่อรองรับความต้องการใช้บริโภคและพลังงานทดแทนที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันกำลังจะเจริญเติบโตสูงเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ได้ ไม่ว่าจะเป็น ปาล์มน้ำมันที่ใช้เพื่อบริโภค และปาล์มน้ำมันดิบ ที่สามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและยา อุตสาหกรรมสบู่ อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และอื่น ๆ อีกมากมายที่ใช้ น้ำมันปาล์มในการผลิต อาจอยู่ในรูปแบบน้ำมันดิบ ปาล์มน้ำมันบริสุทธิ์ และสารสกัดต่าง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปาล์มน้ำมันเป็นที่ต้องการและมีแนวโน้มที่สูงขึ้น สำหรับประเทศไทยนั้น ปี 2553 - 2557 ความต้องการใช้ปาล์มน้ำมันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทั้งการบริโภคและการผลิตไบโอดีเซล ร้อยละ 3.50 และ ร้อยละ 25.57 ตามลำดับ

ตารางแสดงปริมาณความต้องการใช้น้ำมันภายในประเทศ

พ.ศ.	เพื่อการบริโภค	ผลิตไปโอดีเซล
2557	936,045ตัน	833,542 ตัน
2558	994,127ตัน	1,050,000 ตัน

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

แม้ว่าผลผลิตจากปาล์มน้ำมันมีแนวโน้มความต้องการที่สูงขึ้นแต่ประเทศไทยก็ยังประสบปัญหาขาดแคลนปาล์มน้ำมันจึงทำให้ต้องมีการนำเข้าปาล์มน้ำมันในช่วงปาล์มน้ำมันในประเทศขาดแคลน การนำเข้านั้นโดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าในภูมิภาคเอเชีย และจะส่งออกปาล์มน้ำมันจะอยู่ ช่วง เดือน มีนาคม ถึง กรกฎาคมโดยตลาดส่งออกปาล์มน้ำมันที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ ตลาดอาเซียน มาเลเซีย เวียดนาม ร้อยละ 58.65 และ สหภาพยุโรป ร้อยละ 31.50 และประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 9.85 ตามลำดับ

พ.ศ.	นำเข้า	ส่งออก
2556	3,268 ล้านบาท	17,647 ล้านบาท
2557	3,920 ล้านบาท	11,815 ล้านบาท

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

ในส่วนของการนำเข้าและส่งออกของตลาดปาล์มน้ำมันของโลกนั้น การส่งออก ในปี 2558 จะมีปริมาณการส่งออกที่มากขึ้นกว่าปี 2557 โดยประเทศผู้ส่งออกปาล์มน้ำมันดิบที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย 22.00 ล้านตัน และมาเลเซีย 18.00 ล้านตัน การนำเข้านั้น ปี 2558 จะปริมาณการนำเข้า ที่มากขึ้นกว่าปี 2557 เนื่องจากอินเดียและจีน มีความต้องการใช้น้ำมันปาล์มเพิ่มมากขึ้น โดยประเทศที่นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ อินเดีย 8.84 ล้านตัน จีน 6.30 ล้านตัน และสหภาพยุโรป 6.30 ล้านตัน

พ.ศ.	นำเข้า	ส่งออก
2557	39.79 ล้านตัน	42.27 ล้านตัน
2558	42.88 ล้านตัน	44.57 ล้านตัน

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2557)

สำหรับสถานการณ์ด้านราคาน้ำมันในประเทศไทย ราคาผลปาล์มทะเลาะย คุณภาพน้ำมัน 17% ในช่วงแต่ละเดือนจะมีราคาที่แตกต่างกัน

พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2554	9.27	8.49	5.72	5.68	6.01	5.91	5.19	5.60	5.49	4.38	5.13	5.39	6.02
2555	5.47	6.09	6.17	6.23	5.66	5.72	6.14	5.44	4.80	4.30	4.21	3.53	5.31
2556	4.05	4.09	4.02	3.43	3.47	4.09	3.70	4.00	4.38	4.22	4.92	5.53	4.16
2557	5.73	6.09	5.18	3.91	4.20	4.51	5.09	4.79	4.50	4.70	5.37	5.87	5.00
2558	6.18	6.31	4.96	4.39	4.31	4.84	4.16	3.99	3.56	4.04	4.41	4.70	4.65

ที่มา : กองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1 (2558)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญกับประเทศมาก และยังเป็นพืชเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรผู้ทำอาชีพปลูกปาล์มน้ำมัน

และสำหรับสถานการณ์ปัจจุบันทางกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) คาดการณ์ว่าผลผลิตน้ำมันปาล์มโลกปี 2558 มีปริมาณ 63.29 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก 59.60 ล้านตันในปี 2557 ร้อยละ 6.19 เนื่องจากประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย รวมถึงประเทศไทยมีการขยายเนื้อที่เพาะปลูกที่รองรับกับความต้องการของตลาดที่มีการขยายตัวมากขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง ยิ่งทำให้ต้องมีการเตรียมรับมือและทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งจะเห็นได้ว่าประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย มีปริมาณการผลิตน้ำมันปาล์มรวม ร้อยละ 54.75 ของปริมาณการผลิตน้ำมันปาล์มโลก แต่ประเทศไทย มีปริมาณการผลิต ร้อยละ 2.25 ของปริมาณการผลิตน้ำมันปาล์มโลก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยต้องการมุ่งศึกษาถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก เพื่อนำไปสู่การพัฒนาของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ทั้งด้านการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาด ให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ในตลาดโลก

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการผลิตที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

1.2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ปัจจัยด้านการผลิต และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยด้านการผลิต มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

1.3.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวិทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การรวบรวมข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และจากการหาข้อมูลทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่เก็บมาจากผู้เกี่ยวข้องโดยตรงเก็บจากการสัมภาษณ์หรือการสังเกต

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ หนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานวิชาการ และบทความที่น่าเชื่อถือ

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทยจำนวน 138 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม ข้อมูลเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559)

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

1.4.4 ขอบเขตด้านสถานที่ที่ทำการศึกษา ศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย

1.4.5 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ

1) ปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน

- 1) รูปแบบของธุรกิจ
- 2) ระยะเวลาในการดำเนินงาน
- 3) ขนาดของโรงงาน
- 4) ลักษณะของกระบวนการผลิต

2) ปัจจัยด้านการผลิต

- 1) ด้านวัตถุดิบ(Material)
- 2) ด้านคนงาน(Man)
- 3) ด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ(Machines)
- 4) ด้านวิธีการ (Method)
- 5) ด้านเงินทุน (Money)

3) ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ด้านราคา (Price)
- 3) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)
- 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

ตัวแปรตาม คือ ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก (รุ่งนภา จันทราเทพ, 2550, น. 30-31)

1. การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)
2. ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)
3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)
4. เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)
5. แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)
6. การบริหารความรู้ (Knowledge Management)
7. การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน หมายถึง อุตสาหกรรมที่ครอบคลุมตั้งแต่การผลิตผลปาล์มสด การแปรรูปของโรงงานสกัดน้ำมันดิบ และ โรงงานกลั่นน้ำมันบริสุทธิ์ (ธราพล ช่วยสุข, 2554)

อุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์มดิบ หมายถึง อุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการ แปรรูปผลปาล์มสด โดยการนำผลปาล์มเข้ากระบวนการสกัดเป็นน้ำมันปาล์มดิบ

โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ หมายถึง โรงงานแปรรูปน้ำมันปาล์มดิบ และน้ำมันเมล็ดในปาล์ม มาทำการกลั่นให้บริสุทธิ์ โดยการแยกเอาสิ่งเจือปนต่าง ๆ ออก

ปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน หมายถึง รูปแบบของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขนาดของโรงงาน ลักษณะของกระบวนการผลิต ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน

ปัจจัยด้านการผลิต หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่ใช้ในการผลิตประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านคน เครื่องจักร วัตถุดิบ วิธีการ และ เงินทุน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิต

ปัจจัยด้านประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดเป็น กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Kotler, 2000, p.14)

ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย โดยใช้กลยุทธ์ของกิจการออกเป็น 7 ด้าน คือ การเรียนรู้ขององค์กร ประสิทธิภาพในการผลิต ความสัมพันธ์กับลูกค้า เครือข่ายทางธุรกิจ แหล่งที่มาของเทคโนโลยี การบริหารความรู้ และการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (รุ่งนภา จันทราเทพ, 2550, น. 30-31)

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้รู้ถึงศักยภาพและความพร้อม ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในตลาดโลก

1.7.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านการผลิต และปัจจัยด้านส่วน ประสมทางการตลาด มาพัฒนาอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทยในตลาดโลก

1.7.3 เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในการแข่งขัน ตลาดโลก เพื่อนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้และนำไปพัฒนาโรงงาน ให้อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมี ประสิทธิภาพมากขึ้น



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาการวิจัย เรื่อง ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิต
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
4. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.1.1 ประวัติความเป็นมา

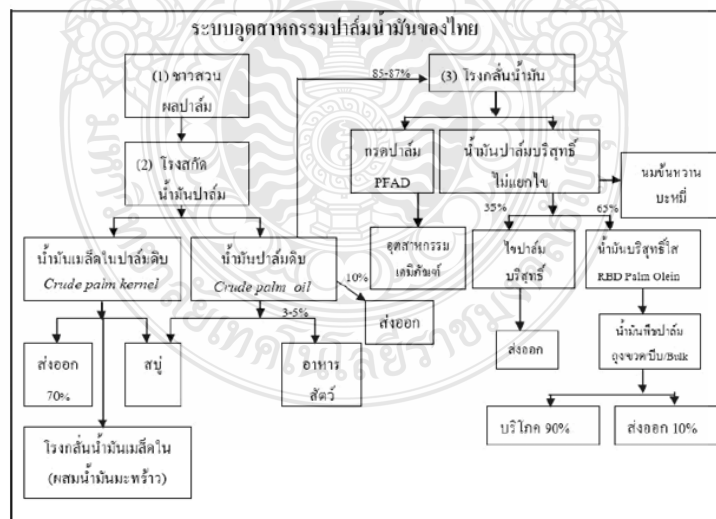
ปาล์มน้ำมัน (Oil Palm) มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Elaeis Guineensis* Jacq เป็นพืชที่มีถิ่นกำเนิด อยู่ในแถบแอฟริกาตะวันตก จากเซียร์ราลีโอน ไอบีเรีย ตลอดจนถึงเส้นศูนย์สูตรของสาธารณรัฐคองโกและซาอีร์ ปาล์มน้ำมันจัดเป็นพืชตระกูลปาล์มใบเลี้ยงเดี่ยวเป็นไม้ยืนต้น ให้ผลผลิตตลอดทั้งปี และมีอายุยืนยาว ที่สำคัญพืชที่ปลูกปาล์มน้ำมันที่เหมาะสมที่สุดในโลก ควรอยู่ในสภาพอากาศ ชุ่มชื้น และมีฝนตกชุก ทำให้ปาล์มน้ำมันเจริญเติบโตได้ดีและให้ผลผลิตสูง ด้วยเหตุนี้ทำให้ปาล์มน้ำมันปลูกได้เพียงประมาณ 43 ประเทศทั่วโลกเท่านั้น และประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย กลายเป็นแหล่งผลิตปาล์มน้ำมันหลักของโลก โดยประเทศไทยก็เป็นประเทศที่อยู่ในบริเวณที่เหมาะสม สำหรับการปลูกปาล์มน้ำมัน อยู่ตรงจุดที่ได้เปรียบและสามารถปลูกได้ดีเช่นกัน ปาล์มน้ำมันเริ่มมีผู้นำเข้ามาปลูกในสวนพฤกษชาติโบกอร์ บนเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นปาล์มน้ำมันพันธุ์คูรา 1 ต่อมาในปีพ.ศ. 2484 เกิดปาล์มน้ำมันพันธุ์เทเนอร์่า ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ผสมกันระหว่างพันธุ์คูราและพันธุ์ฟิลิเฟอร์่า และยังมีลูกผสมใหม่ เกิดขึ้นระหว่างพันธุ์คูรากับเทเนอร์่า แต่พันธุ์เทเนอร์่า กลับให้ผลผลิตน้ำมันต่อขนาดพื้นที่เพาะปลูกสูงกว่าพันธุ์ ลูกผสมคูรากับเทเนอร์่า จึงทำให้พันธุ์เทอร์่าได้รับความนิยม สำหรับจุดกำเนิดของการปลูกปาล์มน้ำมันในประเทศไทย มีการสันนิษฐานกันว่า ในปีพ.ศ. 2480 พระยาประดิพัทธ์ภูบาล เป็นผู้นำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย

โดยเป็นปาล์มน้ำมันพันธุ์เทเนอรา ต่อมาหม่อมเจ้าอมรสมานลักษณ์ได้ขยายพันธุ์ไปปลูกเพื่อค้าขาย ที่ ตำบลบ้านปริก อำเภอสะเดา จังหวัด สงขลา ปาล์มน้ำมันจึงได้ขยายพื้นที่การปลูกได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดโรงสกัดน้ำมันปาล์มแห่งแรกของประเทศไทยขึ้น ในปี พ.ศ. 2515 และถือเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างสูง สำหรับประชาชนคนไทย ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช มีพระกระแสรับสั่ง เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2526 กับพันเอกวีระ วัฒนสุข หัวหน้าโครงการพัฒนา คลองหอยโข่งและคลองจาไหล ณ ตำบลทักกษิณราชนิเวศน์ โดยทรงมีพระประสงค์ให้ มหาวิทยาลัย สงขลา นครินทร์ ดำเนินโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันขนาดเล็ก ก่อนที่ปาล์มน้ำมันจะถูกบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาประเทศต่อไป (โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน, 2556)

2.1.2 อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันของไทย

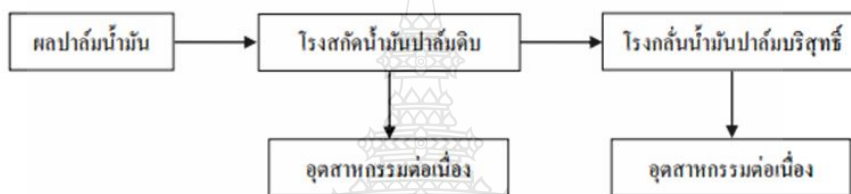
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันของไทย แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. เกษตรกรชาวสวนปาล์มน้ำมัน (การผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ)
2. โรงงานสกัดปาล์มน้ำมันดิบ (อุตสาหกรรมแปรรูปกลางน้ำ) ซึ่งเป็นแหล่งรองรับผลผลิตทะลายปาล์มน้ำมันที่ผลิตทั้งหมด
3. โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ (อุตสาหกรรมแปรรูปปลายน้ำ) ซึ่งเป็นแหล่งใหญ่รองรับน้ำมันปาล์มดิบที่ผลิตได้เกือบทั้งหมด เพื่อมาทำการกลั่นให้บริสุทธิ์ และจำหน่ายสู่บริโภค



ภาพที่ 2.1 ผลผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปน้ำมันปาล์ม

อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มประกอบไปด้วย ผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน โรงงานสกัดปาล์มดิบ โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากปาล์มและผลพลอยได้จากกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน โดยเริ่มจากผู้ปลูกปาล์มจะนำผลปาล์มน้ำมันเป็นวัตถุดิบป้อนสู่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ ขณะที่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบจะเป็นผู้แปรรูปแบบขั้นตอนของผลปาล์มให้เป็นน้ำมันปาล์มดิบ แล้วป้อนเป็นวัตถุดิบให้กับโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มและอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ ส่วนโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์จะเป็นผู้แปรรูปขั้นตอนสุดท้าย โดยผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ออกจำหน่ายสู่ผู้บริโภคในรูปแบบของน้ำมันพืชเพื่อการบริโภค และนำผลพลอยได้ที่ได้จากการกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ ไปเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน

โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ เป็นการสกัดน้ำมันหรือหนีบเอาน้ำมันออกจากเปลือกและผลปาล์ม เรียกว่า น้ำมันปาล์มดิบ และน้ำมันจากเมล็ดในปาล์มในการสกัดเมล็ดในปาล์ม กระบวนการสกัด แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

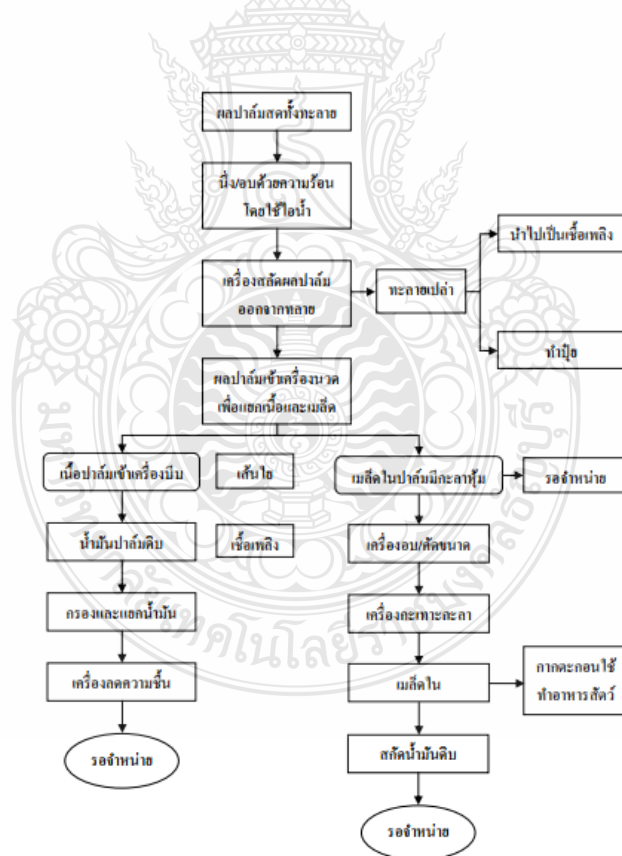
กระบวนการสกัดน้ำมันแบบมาตรฐาน เป็นการสกัดแบบแยกเปลือกและเมล็ดในออกจากกัน จะได้น้ำมันปาล์มดิบ 2 ชนิด

น้ำมันปาล์มดิบ (Crude palm Oil: CPO) ที่ได้จากเปลือกของผลปาล์ม น้ำมันชนิดนี้จะมีสีส้มแดง โดยมีสัดส่วนกรดไขมันอิ่มตัวร้อยละ 52 และกรดไขมันไม่อิ่มตัวร้อยละ 48

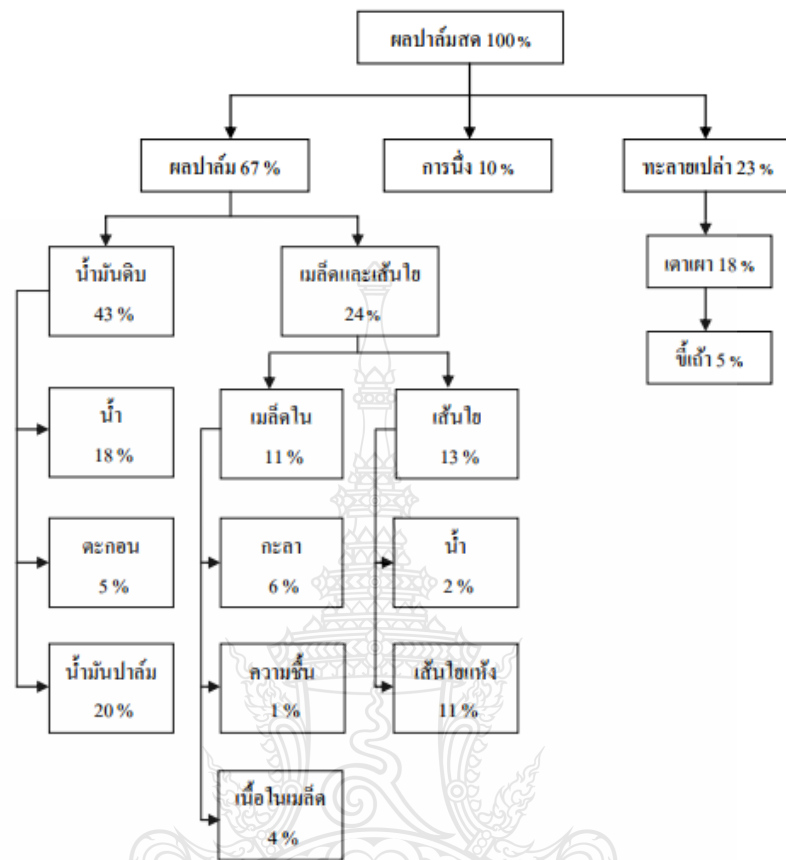
น้ำมันปาล์มดิบที่ได้จากเมล็ดในปาล์มน้ำมัน (Crude Palm Kernel Oil: CPKO) จะมีคุณสมบัติและส่วนประกอบคล้ายคลึงกับน้ำมันมะพร้าว คือ ใสไม่มีสีหรือมีสีเหลืองอ่อน โดยมีสัดส่วนของกรดไขมันอิ่มตัวร้อยละ 80 และกรดไขมันไม่อิ่มตัวร้อยละ 20

กระบวนการผลิตเริ่มจากการนำผลปาล์มสดทั้งทะลายมาอบไอน้ำที่อุณหภูมิ 120-130 องศาเซลเซียส ความดันประมาณ 45 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว เป็นเวลา 45 นาที การอบผลปาล์มสดมีจุดมุ่งหมายเพื่อหยุดปฏิกิริยาไลโปไลซิสที่ทำให้เกิดกรดไขมันอิสระในผลปาล์มและทำให้ผลปาล์มอ่อนนุ่ม เพื่อให้ผลปาล์มหลุดออกจากขั้วง่ายขึ้น ทะลายปาล์มที่อบแล้วจะถูกไปป้อนเข้าเครื่องแยกผลปาล์มออกจากทะลาย ส่วนใหญ่เป็นเครื่องแบบโรตารี หมุนด้วยความเร็ว 23 รอบต่อนาที ทะลายเปล่าที่ผ่านการ

แยกผลปาล์มออกแล้วจะถูกลำเลียงเข้าเตาเผาเพื่อทำเป็นปุ๋ยหรือใช้ในการเพาะเห็ดต่อไป ผลปาล์มจะถูกนำไปย่อยด้วยเครื่องย่อย มีลักษณะเป็นถังทรงกระบอกข้างในมีใบพัดกววนผลปาล์ม ให้เส้นใยออกจากเมล็ด ซึ่งเซลล์น้ำมันจะแตกตัวออกมา เพื่อให้ง่ายต่อการหีบน้ำมัน สำหรับเวลาที่ใช้ในการกวนประมาณ 15-20 นาที จากนั้นจะถูกบดเข้าเครื่องหีบแบบเกลียวอ้อ น้ำมันที่ได้จากการสกัดจะส่งเข้าถังกรองซึ่งแยกน้ำมันออกจากเส้นใยและสิ่งสกปรกอื่น ๆ จากนั้นนำเข้าเครื่องเหวี่ยง เพื่อให้ไขมันใสสะอาดขึ้น และนำไปไล่ความชื้นให้ได้รับมาตรฐาน แล้วนำไปเก็บในถังเก็บน้ำมันขนาดใหญ่เพื่อนำเตรียมจำหน่ายให้กับโรงงานกลั่นน้ำมันบริสุทธิ์ต่อไป ส่วนกากผลปาล์มสด จะถูกนำมาแยกเอาเส้นใยออกจากเมล็ดด้วยเครื่องแยกเส้นใย ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ลมเป่าเส้นใยให้ออกตามท่อเข้าเตาเผาของหม้อกำเนิดไอน้ำ ส่วนเมล็ดที่แยกเส้นใยออกได้แล้วจะถูกนำมาอบแห้งและขัดให้สะอาดจากนั้นนำไปขัดขนาดและกะเทาะเมล็ดด้วยเครื่องกะเทาะ เมล็ดที่กะเทาะแล้วจะนำไปแยกกะลาออกจากเมล็ดด้วยเครื่องแยกเศษกะลา ซึ่งใช้แบบไฮโซโคลน คือ ยกด้วยน้ำหรือลม จากนั้นเมล็ดในจะถูกนำมาอบแห้งด้วยความชื้นร้อยละ 7 แล้วนำไปสกัดน้ำมันเมล็ดในปาล์ม (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.11-12)

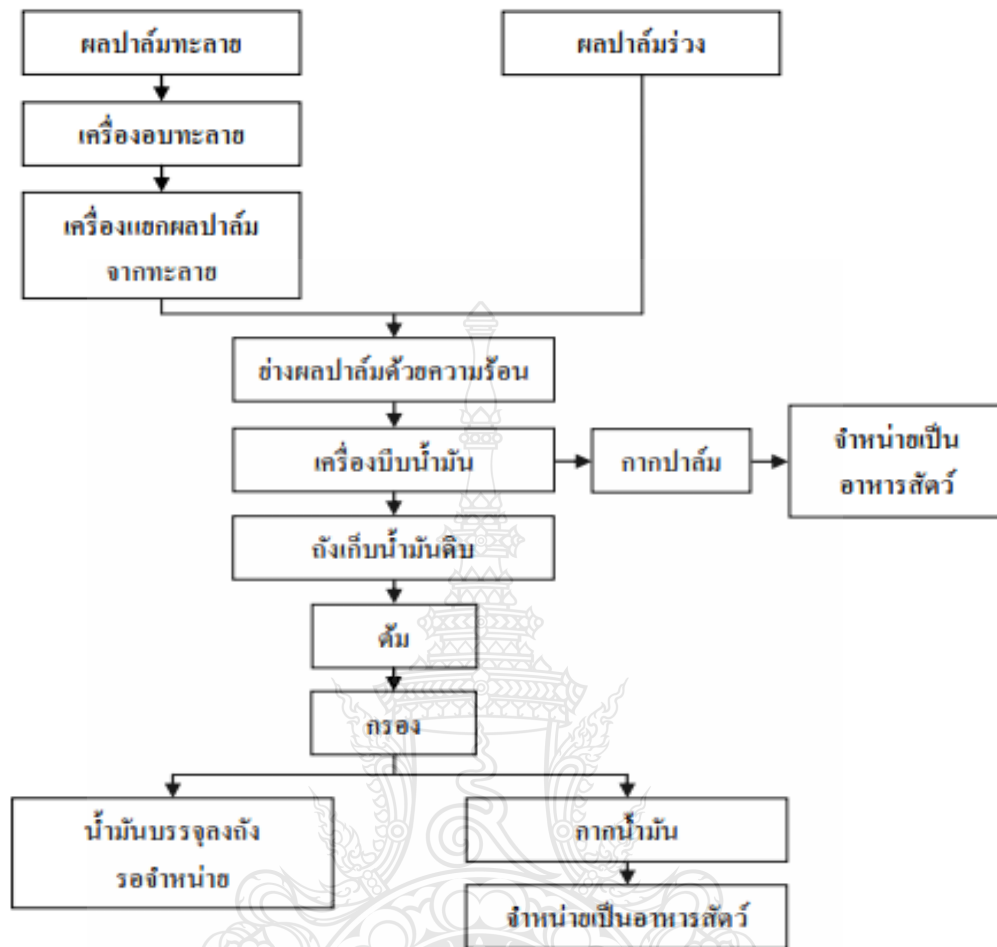


ภาพที่ 2.3 กระบวนการสกัดน้ำมันแบบมาตรฐาน (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.13)



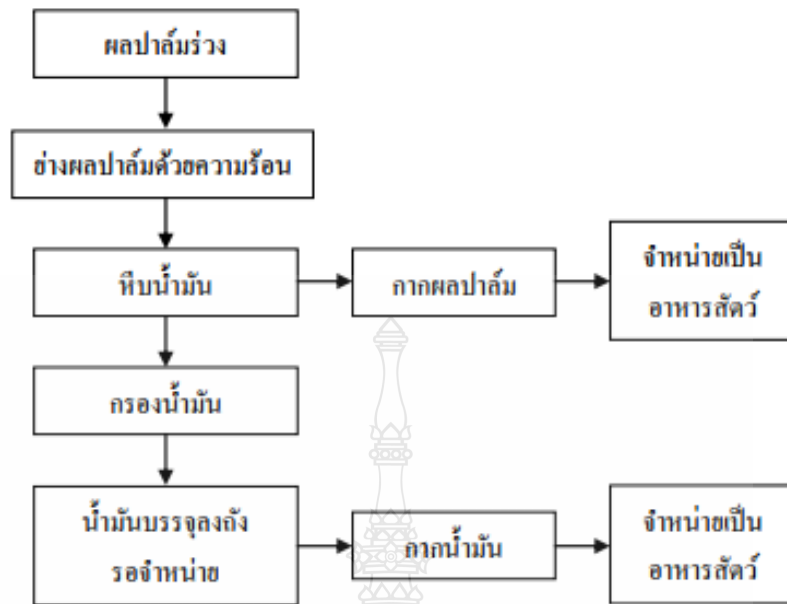
ภาพที่ 2.4 กระบวนการสกัดน้ำมันปาล์มแบบแยกเปลือกและเมล็ด (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.14)

กระบวนการสกัดแบบรวมเมล็ดใน สามารถใช้วัตถุดิบทั้งในรูปของทะลายนปาล์มสด หรือผลปาล์มล่่วง ทะลายนปาล์มสดจะเข้าเครื่องอบเช่นเดียวกับการสกัดแบบมาตรฐานแล้วนำไปแยกผลปาล์มออกจากทะลายนปาล์มสดจากนั้นนำผลปาล์มไปย่างที่อุณหภูมิ ไม่เกิน 120 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 12-20 นาที จากนั้นนำไปเข้าเครื่องหีบแบบเกลียวอัดคู่ น้ำมันที่ได้จะนำไปไล่ความชื้น ที่อุณหภูมิ 80-90 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 30-60 นาที นำไปกรองผ่านเครื่องกรองแบบอัดหลายชั้น (Filter Press) เพื่อแยกสิ่งสกปรกออก และบรรจุถังเก็บ กากผลปาล์มนำไปอบแห้งแล้วรวมกับกากปาล์ม ขายเป็นอาหารสัตว์ และได้น้ำมันปาล์มผสมกับน้ำมันเมล็ดใน



ภาพที่ 2.5 การสกัดน้ำมันปาล์มแบบรวมเมล็ดใน (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.15)

กระบวนการหีบน้ำมันผสม การผลิตแบบนี้จะใช้ในโรงงานที่ดัดแปลงมาจากโรงหีบน้ำมันมะพร้าว จะนำเอาผลปาล์มร่วงมาทำที่อุณหภูมิ 180 -200 องศาเซลเซียส ในกระบะโดยเปลวร้อนจากเตาฟืนเข้าโดยตรงเป็นเวลา 24 ชม. จากนั้นนำผลปาล์มไปหีบน้ำมันด้วยเครื่องหีบมะพร้าว ซึ่งน้ำมันจากเปลือกและเมล็ดในผสมกัน และนำไปกรองด้วยเครื่องกรองแบบอัดหลายชั้น ส่วนกากเส้นใยกะลาและเมล็ดใน จะขายเป็นอาหารสัตว์



ภาพที่ 2.6 กระบวนการหีบน้ำมันแบบผสม (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.16)

การกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ เป็นการนำน้ำมันปาล์มดิบและน้ำมันเมล็ดในปาล์มดิบมาจัดสิ่งเจือปนต่าง ๆ ออกไป จนกระทั่งน้ำมันมีความบริสุทธิ์ตามมาตรฐานที่กำหนดสำหรับสารเจือปนในน้ำมันดิบจำแนกออกได้ 3 กลุ่ม

กลุ่มไฮโดรไลติก (Hydrolytic) ประกอบด้วยความชื้น สิ่งสกปรก กรดไขมัน กลีเซอรไรด์ และเอ็นไซม์ต่าง ๆ

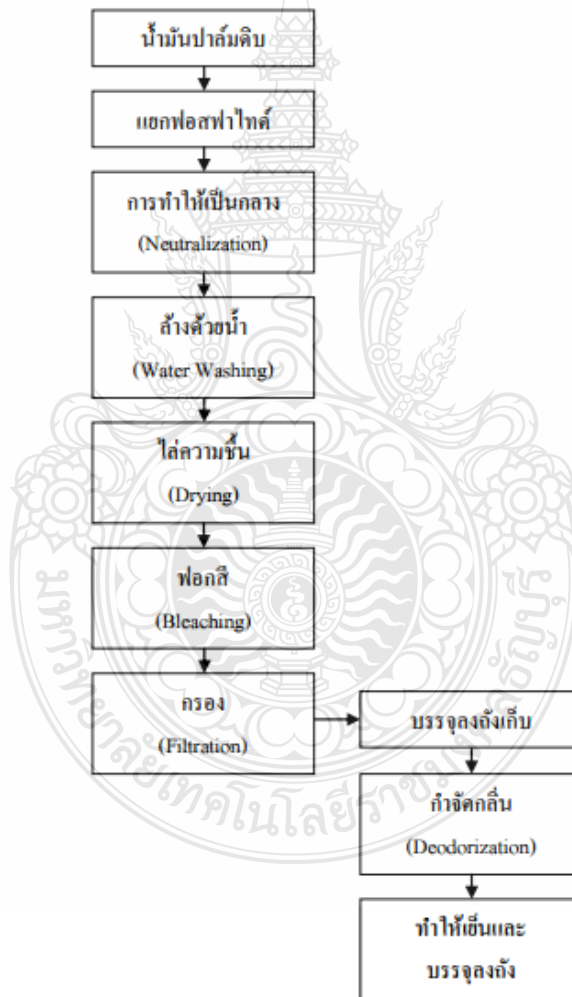
กลุ่มออกซิเดทีฟ (Oxidative) ประกอบไปด้วย เศษโลหะ สารออกซิเดชันต่าง ๆ เม็ดสี โทโคเฟอรอลและฟอสฟาไทด์ (Phosphatide)

สารที่เป็นตัวเร่งให้เกิดสารพิษ ได้แก่ สารประกอบจำพวก ไนโตรเจน กำมะถัน และฮาโลเจน ตลอดจนฟอสฟาไทด์และสารออกซิเดชันต่าง ๆ

กระบวนการกลั่นน้ำมันบริสุทธิ์มี 2 แบบ คือ กระบวนการทางเคมี (Chemical Refinery Process) กับกระบวนการทางกายภาพ (Physical Refinery Process) ซึ่งแต่ละกระบวนการมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

กระบวนการทางเคมี (Chemical Refinery Process) เป็นกระบวนการที่ป่นน้ำมันให้บริสุทธิ์โดยใช้สารเคมีเป็นส่วนใหญ่ ต้นทุนการผลิตจึงค่อนข้างสูงและสูญเสียน้ำมันในการผลิตจำนวนมาก กระบวนการผลิตเริ่มต้นจากการกำจัดสารเจือปนจำพวก ฟอสโฟไลปิดหรือฟอสฟาไทด์ ออกไปด้วยกรดฟอสฟอริก ต่อจากนั้นก็ผ่านกระบวนการกำจัดกรดไขมันอิสระ เรียกว่า กระบวนการทำให้เป็น

กลาง (Neutralization) โดยใช้สารละลายโซดาไฟ จะทำปฏิกิริยากับกรดไขมันอิสระกลายเป็นไขมันที่เป็นสารแขวนลอยและละลายน้ำได้ เมื่อผ่านการล้างด้วยน้ำร้อนหลายครั้งจะได้น้ำมันที่มีกรดไขมันไม่เกินร้อยละ 0.3 จากนั้นจะถูกนำไปไล่ความชื้น และนำไปฟอกสีที่อุณหภูมิ 90 -100 องศาเซลเซียส จากนั้นนำไปกรองเอาดินฟอกสีออกด้วยเครื่องกรอง และผ่านกระบวนการกำจัดกลิ่น (Deodorization) ซึ่งเป็นการพ่นไอน้ำเข้าไปภายใต้สุญญากาศเพื่อแยกเอากรดที่หลงเหลืออยู่พร้อม แอลดีไฮด์ (Aldehydes) และคีโตนส์ (Ketones) ซึ่งเป็นตัวที่ทำให้น้ำมันเหม็นออก กระบวนการนี้จะเป็นการฟอกสีน้ำมัน เมื่อผ่านกระบวนการนี้แล้ว จะบริสุทธิ์ เรียกว่า น้ำมันอาร์บีดี (RBD : Refining, Bleaching และ Decolorization) ซึ่งพร้อมที่จะนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องขั้นตอนต่อไปได้



ภาพที่ 2.7 กระบวนการกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ทางเคมี (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.18)

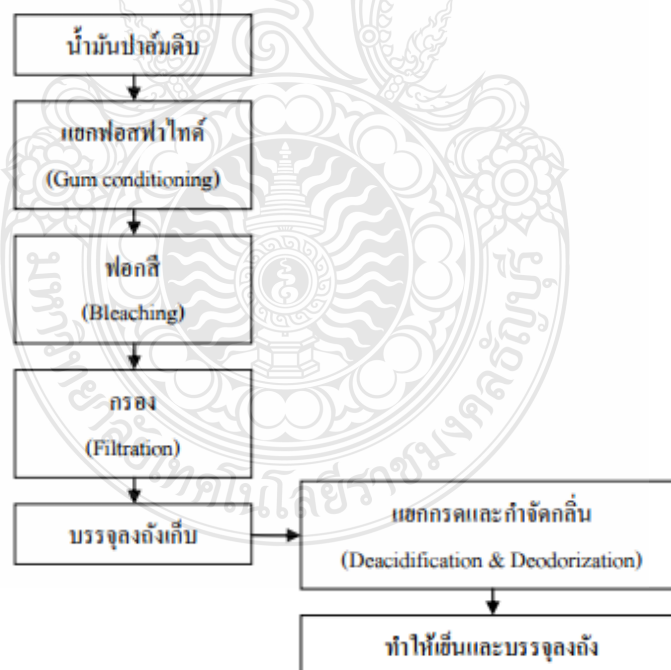
กระบวนการกลั่นทางกายภาพ (Physical Refinery Process) เป็นกระบวนการต่อเนื่องมี 3 ขั้นตอน คือ

การกำจัดสิ่งเจือปนจำพวกฟอสฟาไทด์และโปรตีน ด้วยกรดฟอสฟอริก จำทำให้สารเจือปนรวมตัวกันเป็นก้อน (Coagulation)

การฟอกสีน้ำมันด้วยดินฟอก ประมาณ ร้อยละ 1-2 จากนั้นก็ผ่านเครื่องกรองเพื่อแยกเอาดินฟอก ตลอดจนตะกอนของฟอสฟาไทด์และโปรตีนออกจากน้ำมัน

การกำจัดกรด (Deacidification) พร้อม ๆ กับการกำจัดกลิ่น (Deodorization) เพื่อแยกเอากรดไขมันอิสระและสารออกซิเดชัน เม็ดสี แอลดีไฮด์และคีโตนออกจากน้ำมัน โดยพ่นไอน้ำที่อุณหภูมิ 240 - 260 องศาเซลเซียส ภายใต้สูญญากาศที่ 1-4 มม. ปรอทเป็นเวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง ก็จะได้ น้ำมัน อาร์บีดี (RBD: Refining, Bleaching และ Deodorization) เช่นกัน

กระบวนการทางกายภาพมีข้อดีหลายประการ คือต้นทุนการผลิตต่อหน่วยจะต่ำกว่า เพราะใช้สารเคมีน้อยและน้ำมันไม่สูญเสียมาก กระบวนการแบบนี้สามารถแยกเอากรดไขมันอิสระที่มีความบริสุทธิ์สูงถึงร้อยละ 95 ซึ่งสามารถนำไปแยกส่วนทำผลิตภัณฑ์ ได้หลายชนิด และประการสุดท้ายจะไม่มีน้ำเสียที่เกิดจากการล้างไขสบู่เหมือนกระบวนการทางเคมี



ภาพที่ 2.8 กระบวนการกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ทางกายภาพ (ธราพล ช่วยสุข, 2554, น.19)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิต

2.2.1 ความหมายปัจจัยด้านการผลิต

เสาวนิตย์ จันทน์โรจน์ (2540, น.2) กล่าวว่าปัจจัยการผลิต คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงที่จะแนะนำให้ไปแปลงสภาพให้เกิดผลผลิต

พูลพร แสงบางปลา (2542, น.3) กล่าวว่าปัจจัยการผลิต คือ ทรัพยากรที่ต้องใส่เข้าโรงงานเพื่อผ่านกระบวนการผลิต สิ่งที่ได้ สินค้าหรือผลิตผล

สมใจ ลักษณะ (2542, น.2) ให้ความหมายว่า ปัจจัยการผลิต คือ ทรัพยากรเพื่อการลงทุนเป็นตัวป้อนให้องค์กรสามารถดำเนินการ ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ได้

วิชัย แหวนเพชร (2543, น.15) ให้ความหมายว่า ปัจจัยการผลิต คือ วัตถุดิบที่แปลงสภาพเป็นผลผลิต

กวิพงษ์ นิสสัยพันธ์ (2544, น.7) ให้ความหมายว่า ปัจจัยการผลิต คือ วัตถุดิบเบื้องต้นที่ใช้ในการทำงาน

จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยการผลิต คือ สิ่งที่นำมาใช้ในการผลิตหรือประกอบการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

2.2.2 องค์ประกอบของปัจจัยด้านการผลิต

เสาวนิตย์ จันทน์โรจน์ (2540, น.2-3) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัย ที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ (Materials) แรงงาน (Man) เงินทุน (Money) เครื่องจักรและอุปกรณ์ (Machines) การจัดการ (Management) และข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ (Information)

สมใจ ลักษณะ (2542, น.2) กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของปัจจัยการผลิต ได้แก่ คน เงิน วัตถุดิบ เครื่องจักร เทคโนโลยี รวมถึงที่ดินและอาคาร

วิชัย แหวนเพชร (2543, น.7-8) กล่าวว่า การผลิตอะไรก็ตามต้องมีสิ่งต่าง ๆ เข้ามาเป็นปัจจัยปัจจัยที่จำเป็น ได้แก่ คน วัสดุ เงิน เครื่องจักร และข่าวสาร

กวิพงษ์ นิสสัยพันธ์ (2544, น.3) กล่าวถึงปัจจัยการผลิต คือ 6M ได้แก่ Man (คน) Material (วัตถุดิบ) Method (วิธีการ) Machine (เครื่องมือ) Money (เงินทุน) และ Marketing (การส่งเสริมการตลาด)

พูลพร แสงบางปลา (2546, น.3) ได้กล่าวถึงปัจจัย (ทรัพยากร) ที่ต้องใส่เข้า โรงงานจัดเป็น Input ประกอบด้วย 4m's คือ Man (คน) Machine (เครื่องจักรอุปกรณ์) Material (วัสดุ) และ Method (วิธีการ)

ศรีกาญจนา พลอาสา (2546, น.18) ได้กล่าวถึง ปัจจัยในการบริการงานพื้นฐาน 4 ประการ คือ Man (คน) Money (เงิน) Material (วัสดุ) และ Method (วิธีปฏิบัติ)

จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบของปัจจัยการผลิต ตามที่ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการได้นำเสนอ เป็นทิศทางเดียวกันคือ 1. คน 2. เงินทุน 3. เครื่องจักร 4. วัตถุดิบ 5. วิธีการผลิต 6. ข้อมูลข่าวสาร

2.2.3 คุณสมบัติของปัจจัยด้านการผลิต

วิชัย แหวนเพชร (2543, น.8-10) กล่าวไว้ดังนี้

1. คน ต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการผลิต เพราะสามารถทำงาน ทำการบริหารให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้

2. เครื่องจักร จะต้องสามารถช่วยแปรรูปวัสดุ วัตถุดิบที่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จำนวนมาก ๆ

3. วัตถุดิบ (วัสดุ) หากมีแหล่งวัตถุดิบอยู่ใกล้ ๆ การผลิตจะช่วยให้ลดต้นทุน และหากมีวัสดุ เป็นวัตถุดิบจำนวนเพียงพอได้เปรียบ กล่าวคือ จะช่วยลดต้นทุนแต่วัตถุดิบนั้นต้องมีคุณภาพ

กวิพงษ์ นิสสัยพันธุ์ (2544, น.5-11) กล่าวว่าคน เงินทุน เครื่องจักร วัตถุดิบ วิธีการ และ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเพิ่มผลผลิตแต่ละปัจจัยมีข้อสังเกตดังนี้

1. คน คุณลักษณะของคนควรมี 2 ทักษะ คือ ทักษะพื้นฐานที่ไม่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ที่ควรมี ได้แก่ ทักษะการคิดแบบมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์ ทักษะการจัดการเวลาจริยธรรม และความ เป็นผู้นำ เป็นต้น ส่วนอีกทักษะ คือ ทักษะวิชาชีพ

2. เงินทุน การบริหารการเงินต้องสอดคล้องกับการผลิตหรือการลงทุนใด ๆ ต้องมีการวางแผน เพื่อช่วยให้เกิดความคล่องตัว และมีความน่าเชื่อถือในการดำเนินงาน

3. เครื่องจักร คุณลักษณะของเครื่องจักร คือ มีคุณภาพ และประสิทธิภาพเหมาะสมกับการ ใช้งาน

4. วัตถุดิบ คุณลักษณะของวัตถุดิบ คือ มีคุณภาพสอดคล้องกับงานที่ผลิต

5. วิธีการ คุณลักษณะของวิธีการ คือ เป็นวิธีการที่มีคุณภาพ

6. ข้อมูลข่าวสาร คุณลักษณะของข้อมูลข่าวสาร คือ ถูกต้องแม่นยำ ทันสมัย มีความ หลากหลายเพื่อพิจารณาเปรียบเทียบ มีแหล่งยืนยัน และผ่านการวิเคราะห์แล้ว

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (2545, น.9-10) กล่าวถึง เครื่องจักรและ เทคโนโลยีที่ทันสมัยจะช่วย ให้องค์กรเพิ่มผลผลิตโดยรวม ส่วนอีกประการหนึ่ง คือ พนักงาน (คน) มี คุณลักษณะควรพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. ทักษะที่ดีในการทำงาน
2. มีความสำนึกในการรับผิดชอบร่วมกัน
3. ความร่วมมือตามแผนการปรับปรุง การเพิ่มผลผลิตของฝ่ายบริหาร
4. เต็มใจจะเสียสละ
5. พร้อมที่จะเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ และปรับปรุงตัวเองอยู่เสมอ
6. เต็มใจแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร
7. ทำงานเป็นทีม
8. รู้จักวางแผนล่วงหน้า
9. ใช้เวลาให้เกิดคุณค่าสูงสุด
10. ช่วยทำการผลิตสินค้าและบริการคุณภาพสูง
11. เสนอแนะความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงงานแก่บริษัท

2.2.4 ปัจจัยการผลิตที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการผลิต

ปัจจัยพื้นฐานที่ใช้ในการผลิตประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านคน เครื่องจักร วัตถุดิบ วิธีการ ข้อมูลข่าวสาร และ เงินทุน ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตตามแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญหรือกลุ่มนักศึกษาดังต่อไปนี้

1. ด้านคน

กวิพงษ์ นิสสัยพันธ์ (2545, น.10-11) ได้นำเสนอว่า คน จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับแรกของการผลิต เพราะ ประสิทธิภาพของคน ส่งผลให้เกิดผลผลิตที่มีประสิทธิภาพตามมา การบริหารคน ควรพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. คัดเลือกคน (พนักงาน) ให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน
2. สร้างขวัญและกำลังใจการทำงาน เพื่อให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ให้โอกาสให้มีความก้าวหน้าในการทำงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิต

วันชัย ริจิรวณิช (2443, น.24-25) ได้นำเสนอว่า คนในกลุ่มผู้บริหารทุกคน ควรมีจิตสำนึกในการค้นหาความสูญเสียและการเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มคนงาน (พนักงาน) จะต้องมีทัศนคติว่าองค์กรเป็นของเราและเราเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สิ่งต่อมาก็คือการให้ความรู้เกี่ยวกับความสูญเสีย ผลกระทบของความสูญเสียต่อผลผลิต ความรู้ด้านการทำงานที่ถูกต้อง ความรู้ด้านคุณภาพ ความรู้ด้านความปลอดภัย ฯลฯ ส่วนการจัดการให้คนงานและเครื่องจักร มีความสมดุลเหมาะสมกับส่วนประกอบของร่างกายด้วยความสามารถในการประมวลผลข้อมูลเป็นส่วนสำคัญ เรียกว่า เป็นเทคนิคด้านวิศวกรรมเป็นปัจจัยมนุษย์

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านคน เป็นปัจจัยการผลิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัย วีรศักดิ์ อุดมกิจเดชา และ ปราณี รัตนวลิตโรจน์ (2540, น. 49) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยกับกลยุทธ์ของการวิจัยและพัฒนาผลการวิจัยพบว่า อนาคตของอุตสาหกรรมสิ่งทอจะมีคุณภาพ (ประสิทธิภาพ) จำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมให้ทันสมัย รวมทั้งการพัฒนานุเคราะห์

2. ด้านเครื่องจักร

พลพร แสงบางปลา (2538, น.1) นำเสนอแนวคิดนี้ เครื่องจักรจัดได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อประสิทธิภาพในการผลิตโดยตรง จะช่วยให้กระบวนการผลิตไปได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด และยังมีประสิทธิภาพลดต้นทุนในการผลิต โดยต้องบำรุงรักษาเครื่องจักรในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างถูกวิธี ปัจจุบันวิธีในการบำรุงรักษา ที่ทุกคนมีส่วนร่วมหรือที่เรียกว่า Total Productive Maintenance (TPM) นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในยุคสมัยใหม่เป็นเรื่องของเครื่องจักรอุปกรณ์

กวิพงษ์ นิศสัยพันธ์ (2545, น.9-11) กล่าวว่า เครื่องจักรเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิตที่เข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพ และได้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพ

นาคาชิมะ (Nakajima Seiichi แปลโดย รังสรรค์ เลิศในสัจย์ 2546, น.32) ได้กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพการผลิตมีเครื่องจักร เป็นองค์ประกอบสำคัญ โดยจะต้องทำให้เครื่องจักรทำงานได้อย่างเต็มความสามารถและสามารถรักษาสภาพที่มีอยู่

จากแนวคิดที่กล่าวมา จึงสรุปได้ว่า เครื่องจักรเป็นปัจจัย การผลิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การผลิต

3. ด้านวัตถุดิบ

พิภพ ลลิตาภรณ์ (2543, น.1) กล่าวถึงวัตถุดิบหรือของคงคลังในด้านการลงทุนว่า ค่าใช้จ่ายที่ลงทุนไปในวัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง ถ้าการลงทุนค่าใช้จ่ายเหล่านี้มากเกินไปจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายของเงินทุนสูง ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานสูง และทำให้ประสิทธิภาพ การผลิตลดลง

กวิพงษ์ นิศสัยพันธ์ (2544, น.8) กล่าวว่าวัตถุดิบเป็นปัจจัยแรกที่เข้าสู่การผลิต ต้นทุนส่วนใหญ่ของการผลิตจะมาจากค่าวัตถุดิบ เช่น ค่าวัสดุ ค่าสาธารณูปโภค ค่าประกันสุขภาพ เป็นต้น วัตถุดิบในด้านการผลิตนั้น จะประกอบด้วยชนิดของวัสดุที่นำมาใช้ เพื่อการผลิตตลอดจนถึงกระบวนการวิธีการในการปฏิบัติงาน หรือการเลือกใช้วัสดุที่ดีจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลงได้อย่างมาก

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า วัตถุดิบ เป็นปัจจัยการผลิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

4. ด้านวิธีการ

สุขุมล หวังวิชพันธ์ (2545, น.3) ได้กล่าวถึงวิธีการไว้ว่า กรรมวิธีในการผลิตจะทำให้ปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค แต่เนื่องจากกลยุทธ์ของระบบการผลิตมีมากมายหลายระบบ แต่ละโรงงานจะเลือกระบบการผลิตแต่ละรูปแบบให้เหมาะสมกับงานแต่ละงาน จึงไม่มีสูตรสำเร็จที่จะบอกได้ว่า รูปแบบสินค้าชนิดใดใช้สูตรแบบใด ดังนั้น การวางแผนการผลิตจึงต้องกระทำด้วยความรอบคอบและแม่นยำ แม้กระทั่งการผลิตซ้ำต้องมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น หากมีการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากเดิมที่พนักงานเย็บมีประสิทธิภาพในการเย็บ 85% มาเป็นสายการผลิตที่พนักงานเย็บมีประสิทธิภาพในการทำงาน 75% เป็นต้น

บิสเช็ค Bischak Diane (1996, pp.723-733) ได้กล่าวถึงแนวโน้มในสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มว่าจะเน้นรูปแบบการผลิตที่มีความยืดหยุ่นคล่องตัวสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงนี้คือ บริษัทไซกิ (Seiki) ซึ่งเป็นบริษัทลูกของบริษัทโตโยต้าระบบนี้มีชื่อเต็มว่า “Toyota Sewing System” (TSS) หรืออาจเรียกได้อีกอย่างว่า ระบบย้ายคน ซึ่งพัฒนาระบบมาจาก บริษัท “Toyota Motor Corporation” ระบบ TSS เป็นระบบที่ได้พัฒนาเพื่อเป็นระบบการผลิตแบบทันเวลา (JIT) การจัดสายการผลิตเป็นรูปตัวยู เป็นเทคนิคที่ใช้ระบบสายการผลิตที่มีเครื่องจักรมากกว่าคน เป็นระบบที่พนักงาน 1 คน ทำงานมากกว่า 1 คน ขึ้นตอน และ เครื่องมือมากกว่า 1 เครื่องจักรเป็นระบบแบ่งกำลังการทำงาน JIT เป็นงานแก้ปัญหา ด้านสายการผลิตที่เน้นการจัดสมดุลการผลิต โดยใช้แนวคิดว่าในสายการผลิตที่ต่อเนื่อง ให้จัดสายการผลิตจากงานนั้นที่ต้องใช้เวลาน้อยลงก็จะต่อ ๆ ไป จนสุดท้ายขึ้นตอนที่ใช้เวลาน้อยที่สุด (Zavadlav, EmcClain, J.O and Tomas L.J. 1996, pp.1151-1164)

ทาง TSS, JIT, U-Shape, Work-Sharing ที่กล่าวถึงเป็นระบบที่มีแนวทางเดียวกันโดยมุ่งพัฒนาระบบการผลิตจากปัจจุบันสูงอนาคต ทั้งนี้เพื่อสร้างให้กระบวนการผลิต มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสามารถและความยืดหยุ่นในการแข่งขัน จากแนวคิดดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าวิธีการผลิตเป็นปัจจัยการผลิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

5. ด้านข้อมูล

อัจฉรา จันทร์ฉาย (2542, น.253) ข้อมูลเป็นตัวแปรนำเข้าที่สำคัญในการพยากรณ์และวางแผน ถ้ามีข้อมูลที่แม่นยำและเชื่อถือได้ จะเป็นการเริ่มต้นที่ดี ในการพยากรณ์และวางแผน ดังนั้น ผู้ใช้ข้อมูลจะเป็นผู้กำหนดว่าต้องการความแม่นยำในการพยากรณ์และวางแผนการน้อยเพียงใด และเวลาค่าใช้จ่ายที่ต้องแลกเปลี่ยนกับความแม่นยำนอกเหนือจากนั้นต้องมีการจัดการข้อมูลที่ดี เริ่มตั้งแต่ระบุว่าต้องการพยากรณ์และวางแผนอะไร ข้อมูลที่ต้องการมีอะไร จะหาได้จากแหล่งไหน มีมาตรการ

อะไรที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ดี เชื่อถือได้ ดังนั้นถ้าเริ่มต้นด้วยการมีเครื่องมือที่ดีจะสามารถพิจารณา
วางแผนกำหนดกลยุทธ์และติดตามผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ข้อมูลข่าวสาร เป็นปัจจัยการผลิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

6. เงินทุน

อัจฉรา จันทรฉาย (2556) เงินหรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบ เช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือ เงินรายรับ รายจ่ายต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยากหรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เงินทุน เป็นปัจจัยการผลิตที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p.14) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็น กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, น.34) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดี ของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ขายผลิตภัณฑ์ และระบบการจัดจำหน่ายซึ่งมีการจัดออกแบบ เพื่อใช้สำหรับการเข้าถึง กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้รวบรวม เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, น.53) ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้ (Kotler, 1997)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งเสนอขาย โดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาลูกค้า ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องนึกถึงปัจจัยดังต่อไปนี้ (นิรดา เขื่อน-ชายแก้ว, 2548, น.23-26)

1.2 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมูลค่าในจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่าง (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามูลค่ามากกว่าราคาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (นิรดา เขื่อนขันธ์แก้ว, 2548, น.23-26)

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจต้องใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสาร โดยใช้สื่อ เครื่องมือ ในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ (นิรดา เขื่อนขันธ์แก้ว, 2548, น.23-26) ไม่ว่าจะเป็น

3.1 การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายโดยผู้อุปถัมภ์รายการกลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างงานโฆษณาและกลยุทธ์สื่อ

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล

3.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขายและการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ สามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่มีต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดโดยตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือ หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อกและการขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คู่มือแลกซื้อ

4. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ประกอบไปด้วยสถาบันและ กิจกรรม เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่ นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป็นเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า

ประกอบไปด้วยการขนส่ง การคลังสินค้า และเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน (นิรดา เขื่อนชายแก้ว, 2548, น.23-26) ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญได้แก่ การขนส่ง การเก็บรักษา และการบริหารสินค้าคงเหลือ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน

2.4.1 ความหมายของศักยภาพในการแข่งขัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีนักวิชาการให้ความหมายของศักยภาพในการแข่งขัน โดยสรุปได้ดังนี้

สุชาดา เคนพิทักษ์ (2547, น.3) ให้ความหมายว่า ศักยภาพ หมายถึงความสามารถและความถนัดที่มีอยู่ในตัวของผู้จัดการ ที่แสดงออกมาโดยการกระทำ ในที่นี้ผู้วิจัยได้ใช้การประเมินศักยภาพในการจัดการธุรกิจตามแบบของสำนักงาน ก.พ. ของสหรัฐอเมริกา โดยนำหน้าที่ของผู้บริหารมาปรับใช้เป็นตัวชี้วัดซึ่งมีอยู่ 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ การวางแผน และการกำหนดแนวทางปฏิบัติ การติดต่อสื่อสาร และการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ การจัดการบุคคลในสหกรณ์ และการควบคุมการปฏิบัติของการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สหกรณ์ โดยมีเป้าหมายหรือทิศทางในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ความมั่นคงของสหกรณ์ โดยดำรงอยู่ได้ในภาวะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตของสหกรณ์ให้คุ้มค่าที่สุด สามารถมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานแก่สมาชิกอย่างเป็นธรรม

ภาคภูมิ จิตวัฒนกุล (2547, น.10) ได้ให้ความหมายว่า ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึงความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของอุตสาหกรรมกึ่งของแต่ละประเทศ โดยมีปัจจัยที่ใช้พิจารณาศักยภาพในการแข่งขันประกอบด้วยนโยบายของรัฐบาล สภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยด้านการผลิต และปัจจัยด้านการตลาด

สัมพันธ์ เตชะอธิก (2547, น.12) ได้ให้ความหมายว่า ศักยภาพ หมายถึง อำนาจหรือความสามารถที่มีอยู่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ พร้อมจะแสดงหรือดำเนินการให้ปรากฏและสามารถพัฒนาให้เหนือกว่าคู่แข่ง

อนิรุทธิ์ ผลกลี (2548, น.22) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของกิจการในด้านต่าง ๆ อันเอื้ออำนวยให้แข่งขันกับผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกันได้

Leong, Snyder และ Ward (1990, pp.109-122) ได้ให้ความหมายว่า ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง สิทธิพิเศษเกี่ยวกับการแข่งขัน หรือ สมรรถนะในการแข่งขัน

Avella, Fernandez และ Vazquez (2001, pp.139-157) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง ผลดำเนินงานของธุรกิจ

Demeter (2003, pp.205-213) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง ผลการดำเนินงานธุรกิจโดยมีดัชนีชี้วัดต่าง ๆ เช่น อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ผลตอบแทนจากยอดขาย เป็นต้น

จากความหมายที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง อำนาจหรือความสามารถที่มีอยู่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ พร้อมจะแสดงออกมาโดยการกระทำหรือดำเนินการให้สามารถพัฒนาให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ จำคำนิยามนี้จะใช้เป็นกรอบแนวความคิดเพื่อการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

2.4.2 ความสำคัญของศักยภาพในการแข่งขัน

ศักยภาพในการแข่งขันจะหมายรวมถึงผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการกิจการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผลการดำเนินงานนั้นจะต้องมีดัชนีในการวัดผลการดำเนินงานของกิจการซึ่งตัวชี้วัดจะวัดถึงประสิทธิภาพในการประกอบการนั้น จะอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหารหนี้สิน หรือ อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร ซึ่งดัชนีดังกล่าวจะเป็นดัชนีชี้วัดทางการเงิน หรือถ้าจะกล่าวถึงดัชนีทางการตลาดก็สามารถวัดได้จาก ส่วนถ้อยคองตลาด ยอดขาย เป็นต้น ซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้หากพิจารณาแล้วบอกให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขัน ของกิจการได้เป็นอย่างดี แต่ในบางครั้งตัวเลขเหล่านี้ก็ไม่สามารถบอกศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างสมบูรณ์ในทุกกิจกรรม ดังนั้นควรพิจารณาถึงจุดอื่นไปพร้อมกับดัชนีการชี้วัดต่าง ๆ ถึงแม้ว่าในบางครั้งดัชนีชี้วัดเหล่านี้ไม่สามารถบอกถึงความสามารถว่าอยู่เหนือคู่แข่ง แต่สามารถนำค่าดัชนีเหล่านี้มาใช้เพื่อปรับปรุงกิจการได้ เพื่อได้ซึ่งศักยภาพในการแข่งขันของกิจการ เป็นที่ยอมรับว่าการแข่งขันเชิงธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจเกิดง่ายตายง่าย ดังนั้นความอยู่รอดจึงเป็นเรื่องสำคัญในการกำหนดเส้นทางของการดำเนินธุรกิจ รากฐานสำคัญที่จะทำให้กิจการอยู่รอดนั้น เริ่มจากการที่ผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านปัจจัยพื้นฐานพร้อมความสามารถในการลงทุน ตลอดจนความสามารถในการบริหาร

และจัดการเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ (สมภพ เจริญกุล, 2543, น.36) กลยุทธ์ทั่วไปที่ใช้ในการแข่งขัน (Generic Competitive Strategy) แบ่งลักษณะของกลยุทธ์ออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่

1. กลยุทธ์ทางด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Lower Cost) คือ ความสามารถของธุรกิจในการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) คือ ความสามารถในการจัดหาสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และให้คุณค่าแก่ลูกค้ามากกว่าคู่แข่งในแง่ของคุณภาพ คุณลักษณะพิเศษหรือการบริการหลังการขาย

3. กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้า (Focus) โดยการให้ความสำคัญกับลูกค้าหลักของตลาดและพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีตลอดจนตอบสนองความต้องการของลูกค้า

องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และได้เปรียบทางการแข่งขันอันเกิดขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจมีความเหนือกว่าคู่แข่งในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การสร้างสินค้าที่มีคุณภาพดี การบริการลูกค้าอย่างดี และสม่ำเสมอ การมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การมีที่ตั้งหรือทำเลที่เป็นประโยชน์ การออกแบบสินค้าที่มีการใช้งานซึ่งเป็นประโยชน์ต่อลูกค้ามากกว่าคู่แข่ง การมีสินค้าหลากหลาย การให้คุณค่าแก่ลูกค้าในแง่ของคุณภาพสินค้าและบริการและราคาที่เหมาะสม (พิภพ วัฒนสินธุ์และพสุ เดชะรินทร์, 2542, น.96) กิจกรรมที่อยู่รอดได้จะต้องมีการปรับปรุงตัวเองอยู่เสมอ และการเพิ่มผลผลิตเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ซึ่งทำให้คู่แข่งได้ (ประยูร บุญประเสริฐ, 2542, น.42)

2.4.3 ลักษณะของศักยภาพในการแข่งขัน

ศักยภาพในการแข่งขันสามารถบอกได้อย่างดีว่ากิจการกำลังดำเนินการไปได้ด้วยดีหรือไม่ จึงทำให้มีผู้กำหนดลักษณะของศักยภาพในการแข่งขันไว้ต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับว่าศึกษาอะไร โดยพบว่า หนึ่งฤทัย เรืองจิต (2545, น.4-5) ได้ศึกษาศักยภาพของการดำเนินกิจการและการพัฒนา สหกรณ์ การเกษตรได้กำหนดตัวชี้วัดทางการเงิน ไว้ดังนี้ อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง (Liquidity Ratios) อัตราส่วนวัดความสามารถก่อหนี้ (Leverage Ratios) อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงาน (Efficiency Ratios หรือ Activity Ratios) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios) สมชาย สุขสิริศรีกุล (2543, น.59) ได้ศึกษา ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับ มหัพภาค 2 ประเภท คือ ดัชนีชี้วัดแบบดั้งเดิม เน้นเรื่องมูลค่าส่งออกและมูลค่าปัจจัยการผลิต ได้แก่ Revealed Comparative Advantage (RCA), Domestic Resource Cost (DRC) และ Effective Rate Of Protection (ERP) และดัชนีวัดแบบใหม่ เน้นเรื่อง

โครงสร้าง/สถาบัน/สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม ได้แก่ การสร้างสินค้าและเทคโนโลยีสารสนเทศ ปริมาณและคุณภาพของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายของรัฐในการส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศ การวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ ทรัพย์สินทางปัญญา และโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ภาคภูมิ จัดวัฒนกุล (2547, น.7) ได้ศึกษา ศักยภาพและความสามารถในการส่งออกของ อุตสาหกรรมกุ้งไทย ใช้ดัชนีชี้วัด 3 ประเภท คือ ดัชนีชี้วัดความคล้ายเปรียบเทียบกับคู่แข่งประเทศคู่แข่งทางการค้า วิเคราะห์โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมกุ้งไทย (Relative Competitive Advantage Index: RCA) การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์ ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) วิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) วิเคราะห์โอกาส (Opportunities) การวิเคราะห์อุปสรรค (Treats) และการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมกุ้งไทย วิเคราะห์โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดาในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย โดยใช้สมการอุปสงค์ของการส่งออกกุ้งของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ Oral และ Riesman (1988, pp.263-272) ได้ศึกษาถึงศักยภาพในการแข่งขันของกิจการให้มีตัวชี้วัด 7 ประเภท ประกอบด้วย การถือครองส่วนแบ่งทางการตลาด การเติบโตของยอดขาย อัตราการส่งออก อัตราการเติบโตของกำไร อัตราการเจริญเติบโตของการเพิ่มผลผลิต อัตราผลิตภัณฑ์ใหม่ และอัตราการสร้างนวัตกรรม

2.4 ศักยภาพในการแข่งขัน

การสำรวจและประเมินกลยุทธ์ของกิจการที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลก ซึ่งจำแนกกลยุทธ์ของกิจการออกเป็น 9 ด้าน (ปพฤกษ์ อุตสาหกรรมวิจัย, 2547, น.1-4)

1. ผู้จัดการระดับโลก (Global Manager) การดำเนินเศรษฐกิจต้องการประสบความสำเร็จในตลาด เช่นเดียวกับผู้จัดการที่ต้องมีความชำนาญและความรู้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของตนเอง โดยดำเนินการปรับปรุงความชำนาญและความรู้ของลูกค้า
2. การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning) การสนับสนุนการเรียนรู้ การบริหารความรู้ที่กว้างขวาง เป็นต้นกำเนิดสำหรับผลประโยชน์ซึ่งสามารถแข่งขันในทั่วโลกและความสามารถในการเรียนรู้สร้างการเจริญเติบโตได้
3. ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity) การปรับปรุงเกี่ยวกับกลยุทธ์และปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ใช้เป็นเครื่องมือ

4. ความสามารถในการบริหารอัตราแลกเปลี่ยน (Currency Capability) ปรับเปลี่ยนเงินตราที่เกี่ยวข้องกันระหว่างประเทศ บริษัทสามารถจัดเก็บอัตราแลกเปลี่ยนอย่างได้ผลในการรวมกันของตลาดทั่วโลก

5. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าเพื่อให้ได้ผลประโยชน์และสามารถแข่งขันในตลาดทั่วโลก ทำให้ได้รับผลประโยชน์จากลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ รวมทั้งสร้างความพึงพอใจและคุณภาพให้ลูกค้าได้

6. เครือข่ายธุรกิจ (Business Network) การร่วมมือในการจัดการที่จะช่วยบรรลุผลประโยชน์ซึ่งสามารถแข่งขันในเศรษฐกิจทั่วโลก พันธมิตรเกี่ยวกับกลยุทธ์ คือ กระบวนการธุรกิจเพื่อช่วยขยายความสามารถและรักษาความพอใจของลูกค้าซึ่งสามารถแข่งขันระหว่างนายทุน

7. แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing) เป็นตัววัดและช่วยเหลือในการจัดการและปรับปรุงธุรกิจ เช่น ความสามารถของธุรกิจ SMEs โรงงานต้องมีผลการผลิตที่ก้าวหน้าและเทคโนโลยีจึงต้องใช้ความชำนาญของเทคโนโลยี

8. การบริหารความรู้ (Knowledge Management) ความรู้เป็นต้นกำเนิดของประโยชน์ที่สามารถแข่งขันได้ในแต่ละบริษัท เพื่อที่จะสามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลง รวมทั้งตลาดทั่วโลก

9. การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurship Orientation) ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันสามารถแสดงได้ในการตัดสินใจและความสามารถของผู้บริหารกิจการที่ปรากฏในรูปของการจัดการบริษัท

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยศึกษาภาพในการแข่งขัน จึงเลือกศึกษาโดยใช้ศึกษาภาพในการแข่งขันจำนวน 7 ด้าน

1. การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)
2. ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)
3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)
4. เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)
5. แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)
6. การบริหารความรู้ (Knowledge Management)
7. การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี นามสนธิ์ (2543) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายย่อย ตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอลองท่อม จังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตปาล์มน้ำมันของเกษตรกร มีดังนี้ (1) ปัจจัยด้านทุน ได้แก่ ขาดการลงทุน แหล่งเงินทุน เครื่องมือเครื่องจักร (2) ปัจจัยด้านที่ดิน ได้แก่ ลักษณะที่ดิน การถือครองที่ดิน (3) ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ การเตรียมต้นกล้า การกำจัดวัชพืช การใส่ปุ๋ย การทำร่องน้ำและทางระบายน้ำ การตัดแต่งทางใบในระยะที่ปาล์มน้ำมันให้ผลผลิต (4) ปัจจัยด้านแรงงาน

หมะหมุด หะยีหมัด (2544) ได้ศึกษา ปัจจัยเรื่องที่มีผลต่อการขายผลปาล์มสดของเกษตรกรรายย่อยในกิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล พบว่า เกษตรกรร้อยละ 79 มีความเห็นว่า นโยบายของรัฐบาล มีอิทธิพลต่อการรับซื้อปาล์มสดของเกษตรกรมากที่สุด ร้อยละ 90 ของเกษตรกรที่ขายผลปาล์มสดให้กับโรงงานสกัดให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงทางการเงิน และความอยู่รอดในระยะยาวของโรงงานสกัด ในขณะที่เกษตรกรร้อยละ 82 ที่ขายผลปาล์มสดให้กับแหล่งขายอื่นให้ความสำคัญต่อความพอใจในการให้บริการ ความสะดวก ความรวดเร็วในการชำระเงินมากที่สุด สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกแหล่งขายตามลำดับความสำคัญ คือ ราคาที่ดีกว่า การชำระเงินที่รวดเร็ว ความคุ้นเคย ความเที่ยงตรงของตาชั่ง ระยะทางใกล้กว่า คุณภาพของผลปาล์ม ปริมาณของผลปาล์ม ข้อผูกมัดกับแหล่งขาย คำแนะนำจากญาติหรือเพื่อนบ้าน และฤดูกาล จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระกับการเลือกแหล่งขายที่เป็นตัวแปรตาม ปรากฏว่า ปัจจัยด้านศาสนา ขนาดการถือครองที่ดิน ระดับการเป็นหนี้สิน คุณภาพของผลปาล์ม ปริมาณของผลปาล์ม ทักษะการที่มีต่อโรงงานสกัดในด้านราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพ และระยะทางจากสวนถึงโรงงานสกัด มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งขายของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

พลแสง ดวงแก้ว (2550) ได้ศึกษา การจัดการโลจิสติกส์ของสวนปาล์มน้ำมันในอำเภอยะนิง และ อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การดำเนินงานของเกษตรกรตั้งแต่การเก็บเกี่ยวจนถึงการจัดจำหน่าย แบ่งออกเป็น 2 กิจกรรม ประกอบไปด้วย (1) กิจกรรมเก็บเกี่ยวและเคลื่อนย้ายผลปาล์มไปยังจุดรวบรวม (2) กิจกรรมการขนส่งผลปาล์มเข้าสู่ลานเทปาล์ม สหกรณ์โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ ซึ่งทั้ง 2 กิจกรรมโลจิสติกส์สามารถแบ่งโรงงานที่ใช้เป็น 2 กรณีด้วยกัน คือ เกษตรกรดำเนินการเอง และเกษตรกรจ้างแรงงานมาดำเนินงาน ในด้านปริมาณการเก็บเกี่ยวผลปาล์ม พบว่า เกษตรกรจ้างแรงงานมาดำเนินงานที่มีความสามารถในการเก็บเกี่ยวผลปาล์มมากกว่า เกษตรกรดำเนินการเป็น ด้านกิจกรรมการขนส่ง พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จะขนส่งผลปาล์มไป

จำหน่ายในระยะทางที่ใกล้กว่าระยะทางที่ไกล และส่วนใหญ่จะขนส่งในระยะทางไปกลับไม่เกิน 15 กิโลเมตร รถที่ใช้ในการขนส่งไปจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นรถกระบะ รถเก๋ง รถบรรทุก 6 ล้อ ตามลำดับ ในด้านการจัดจำหน่ายเกษตรกรจะจำหน่ายให้กับลานเทปาล์มน้ำมันมากที่สุด รองลงมาคือ โรงงานสกัดน้ำมันดิบ และสหกรณ์ ตามลำดับ ในส่วนของต้นทุนโลจิสติกส์ พบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ โดยรวม เท่ากับ 0.705 บาทต่อกิโลกรัมคิดเป็นร้อยละของราคาผลปาล์ม เฉลี่ยทั้งปีเท่ากับ 4.15 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้นทุนโลจิสติกส์ดังกล่าวประกอบด้วยต้นทุนการเก็บเกี่ยวและการเคลื่อนย้ายผลปาล์มเฉลี่ยเท่ากับ 0.307 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนการขนส่งเฉลี่ยเท่ากับ 0.398 บาทต่อกิโลกรัม ในด้านการเก็บเกี่ยวและการเคลื่อนย้าย พบว่าต้นทุนจะลดลงเมื่อมีขนาดพื้นที่สวนปาล์มเพิ่มขึ้น ในด้านการขนส่ง พบว่า การขนส่งด้วยรถกระบะเหมาะกับสวนปาล์มขนาดพื้นที่น้อยกว่า 10 ไร่ และเมื่อขนาดพื้นที่สวนปาล์มเพิ่มมากขึ้นการใช้รถบรรทุก 6 ล้อ จะมีต้นทุนการขนส่งที่ต่ำที่สุด

รศ.ดร.พรพรรณ พงษ์ (2550) ได้ศึกษา ประสิทธิภาพราคาในตลาดน้ำมันปาล์มของประเทศไทย พบว่า การตั้งราคาน้ำมันปาล์มในประเทศไทย มีรูปแบบวิธีการแตกต่างกันตามชนิดของสินค้า โดยสรุประบบราคาที่สำคัญ ได้แก่ (1) การตั้งราคาผลปาล์มสด โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบจะเป็นผู้กำหนดราคา พิจารณาจากราคापาล์มน้ำมันดิบและสัดส่วนการให้น้ำมันของผลปาล์มสด ส่วนพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและกลุ่มสหกรณ์จะให้ราคาตามประกาศของ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ หรือต่ำกว่าเล็กน้อย (2) การตั้งราคาน้ำมันปาล์มดิบ จะเกิดจากการตกลงร่วมกันระหว่าง โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และ (3) การตั้งราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ โรงงานจะกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์จะเป็นผู้ตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนการแปรรูปและราคาน้ำมันดิบ ซึ่งพิจารณาราคาน้ำมันพืชทดแทนชนิดอื่นร่วมด้วย และจากผลการศึกษาพบว่า ตลาดน้ำมันปาล์มในประเทศไทยมีประสิทธิภาพทางด้านราคา ดังนั้นการใช้นโยบายแทรกแซงราคาโดยรัฐจึงเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น แต่ควรมีการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกษตรกรสามารถรับรู้ข่าวสารทางการตลาด โดยเฉพาะราคาน้ำมันปาล์มดิบ และราคาน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศกับราคาน้ำมันปาล์มดิบของประเทศมาเลเซีย นั้นเป็นสัญญาณที่บ่งบอกว่าหากมีการเปิดการค้าเสรีอย่างเต็มตัว ราคาปาล์มน้ำมันดิบในประเทศไทยจะต้องลดลงตามราคาของประเทศมาเลเซียอย่างแน่นอน ดังนั้นอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มของประเทศไทยจึงต้องเร่งพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การหาวิธีเหมาะสมจะลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สามารถแข่งขันทางด้านราคากับประเทศมาเลเซียได้

รศ.ดร.พล ชั่วสุข (2554) ได้ศึกษา การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน พบว่า ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็น โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบแบบแยกส่วน เปิดดำเนินการกิจการ 1-10 ปี ขนาดของสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก

อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันมีสภาพปัญหาในระดับกลาง โดยมีปัญหาด้านวัตถุดิบมากที่สุด ขณะที่ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านการตลาด ด้านบุคคล ด้านเทคโนโลยี และด้านภาครัฐแตกต่างกัน และขนาดของสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านวัตถุดิบ ด้านการตลาด ด้านภาครัฐแตกต่างกัน ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการและขนาดของสถานประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความต้องการของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนาศ อุดมพันธ์ (2554) ได้ศึกษา การศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย พบว่า ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม การผลิต การตลาด และการเงิน นอกจากนี้ยังได้เปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสกัดปาล์มน้ำมันดิบพบว่า ผู้ประกอบการมีขนาดกิจการและรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุกัลยา กาเข้ม (2546) ได้ศึกษา การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย พบว่า การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ด้านราคา การนำเข้า การส่งออก จะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิต ระบบอุตสาหกรรมยังไม่มีกรรมรวมตัว เกษตรกรเป็นผู้เสียเปรียบ อีกทั้งเกษตรกรมีผลผลิตน้อยกว่ากำลังการผลิตของโรงงานสกัดและกลั่น การแก้ไขปัญหาของรัฐมุ่งเน้นเฉพาะส่วน โดยยุทธศาสตร์ปาล์มน้ำมัน เริ่มให้ความสำคัญกับการผลิตผลปาล์มน้ำมันให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมทั้งระบบ

วนัฐชา ซาติพงษ์ (2551) ได้ศึกษา การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มดิบ พบว่า การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศอยู่ในระดับปานกลาง การเข้ามาของผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหม่ในตลาดอยู่ในระดับต่ำ อำนาจการต่อรองของผู้ขายอยู่ในระดับสูง อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคอยู่ในระดับต่ำ การแข่งขันอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านราคาในการรับซื้อผลปาล์มสด ด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ พบว่า ยังไม่สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ เนื่องจากผลผลิตยังขาดแคลนและมีต้นทุนการผลิตสูง คุณภาพต่ำกว่าประเทศผู้นำตลาด ความต้องการบริโภคน้ำมันปาล์มดิบในประเทศสูงและมีแนวโน้มที่จะผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องขาดการพัฒนา แต่มีจุดแข็งคือ ความต้องการมีอยู่อย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มความต้องการสูงขึ้นตลอดเวลา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก จำแนกตามปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ปัจจัยด้านการผลิต และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

โดยใช้แบบวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลระเบียบวิธีการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียนกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 138 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม ข้อมูลเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียนกรมโรงงานอุตสาหกรรมที่เปิดดำเนินการ ณ ปัจจุบันและสามารถตอบแบบสอบถามการวิจัยได้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จของเครจซี่และมอร์แกน (Kerjcie and Morgan, 1970, pp.608-609) และนำไปเทียบสัดส่วนจากโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียน โรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 138 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) รายละเอียดโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียน โรงงานอุตสาหกรรม ดังนี้

โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน	จำนวนโรงงาน	กลุ่มตัวอย่าง
สุราษฎร์ธานี	33	28
กระบี่	22	19
กรุงเทพมหานคร	21	19
ชุมพร	16	14
นครศรีธรรมราช	7	7
ตรัง	5	5
ชลบุรี	4	4
ประจวบคีรีขันธ์	4	4
สงขลา	4	4
สตูล	3	3
พัทลุง	3	3
ตราด	2	2
สมุทรสงคราม	2	2
ภูเก็ต	2	2
สมุทรปราการ	1	1
อำนาจเจริญ	1	1
เลย	1	1
เชียงราย	1	1
ระนอง	1	1
ปทุมธานี	1	1
พังงา	1	1
นราธิวาส	1	1
ปัตตานี	1	1
นนทบุรี	1	1
รวม	138	126

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) แบบมาตราวัดประเมินค่าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน มีลักษณะดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ได้แก่ รูปแบบของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขนาดของโรงงาน และ ลักษณะของกระบวนการผลิตลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ ประกอบไปด้วย

1. รูปแบบธุรกิจ เป็นมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

2. ระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

3. ขนาดของโรงงาน ดำเนินงาน เป็นมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

4. ลักษณะกระบวนการผลิต เป็นมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก ประกอบไปด้วย 5 ด้าน 20 ข้อ ได้แก่ 1. ด้านการผลิต 4 ข้อ 2. ด้านคนงาน 4 ข้อ 3. ด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ 4 ข้อ 4. ด้านวิธีการ 4 ข้อ และ 5. ด้านเงินทุน 4 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ	แปลผล
5	อยู่ในระดับมากที่สุด
4	อยู่ในระดับมาก
3	อยู่ในระดับปานกลาง
2	อยู่ในระดับน้อย
1	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ประกอบไปด้วย 4 ด้าน 16 ข้อ ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 4 ข้อ 2. ด้านราคา 4 ข้อ 3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย 4 ข้อ และ 4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด 4 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ	แปลผล
5	ความพร้อมอยู่ในระดับมากที่สุด
4	ความพร้อมอยู่ในระดับมาก
3	ความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง
2	ความพร้อมอยู่ในระดับน้อย
1	ความพร้อมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามด้านศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ประกอบไปด้วย 7 ด้าน 28 ข้อ ได้แก่ 1. ด้านการเรียนรู้ขององค์กร 4 ข้อ 2. ด้านประสิทธิภาพในการผลิต 4 ข้อ 3. ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า 4 ข้อ 4. ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ 4 ข้อ 5. ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี 4 ข้อ 6. ด้านการบริหารความรู้ 4 ข้อ และ 7. ด้านดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ 4 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ	แปลผล
5	อยู่ในระดับมากที่สุด
4	อยู่ในระดับมาก
3	อยู่ในระดับปานกลาง
2	อยู่ในระดับน้อย
1	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลของประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย จำนวน 138 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม ข้อมูลเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2559)

2. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย ใ้ส่งล่วงหน้าอย่างน้อย ประมาณ 1 - 2 อาทิตย์

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม พร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ส่งให้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ด้วยไปรษณีย์หรืออีเมลล์

4. เก็บรวบรวมข้อมูลและติดตามแบบสอบถาม กรณีที่ยังไม่ได้จดหมายหรือ เมล์ตอบกลับ ผู้วิจัยจะประสานงานทางโทรศัพท์ไปยังอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ส่งจดหมายหรืออีเมลล์กลับคืน และ หากพบว่าแบบสอบถามสูญหายหรือไม่สมบูรณ์จะส่งแบบสอบถามกลับไปอีกครั้ง

5. นำแบบสอบถามที่ได้ส่งคืนตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

6. นำแบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรง (content Validity) ของเนื้อหาในแบบสอบถาม โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประเมินแบบสอบถามในแต่ละข้อ โดยค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ เมื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินเรียบร้อยแล้วนำไปหาค่า

ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum \square}{\square}$$

โดยให้	IOC	=	ดัชนีความสอดคล้องกับเนื้อหา
	$\sum \square$	=	ผลรวมระหว่างคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	N	=	จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดระดับของคะแนนความคิดเห็น
	+1	หมายถึง	ข้อคำถามมีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์
	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์
	-1	หมายถึง	ข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์

แสดงเกณฑ์ การแปลความหมายของคะแนนความคิดเห็น ในการหาค่าความเที่ยงตรง ดังนี้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05 หมายถึง ไม่มีความเที่ยงตรง ต้องปรับปรุง

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05 – 1.00 หมายถึง มีความเที่ยงตรง

การหาค่าความเที่ยงตรง (Content Validity) ของเนื้อหาในแบบสอบถาม โดยหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความ เที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญ ประเมิน			ค่าความ เที่ยงตรง เนื้อหา	ผลการพิจารณา
		1	2	3		
ปัจจัยข้อมูลพื้นฐาน	1	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	2	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	3	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	4	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ปัจจัยการผลิต	5	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	6	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	7	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	8	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
วัตถุดิบ (Material)	9	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	10	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	11	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	12	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
คนงาน(Man)	13	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	14	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	15	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	16	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
เครื่องจักร/เครื่องมือ (Machines)	17	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	18	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	19	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	20	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
วิธีการ (Method)	17	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	18	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	19	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	20	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความ เที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญ ประเมิน			ค่าความ เที่ยงเชิง เนื้อหา	ผลการพิจารณา
		1	2	3		
เงินทุน (Money)	21	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	22	+1	0	+1	0.66	มีความเที่ยงตรง
	23	+1	0	+1	0.66	มีความเที่ยงตรง
	24	0	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการ						
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)	25	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	26	+1	0	+1	0.66	มีความเที่ยงตรง
	27	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	28	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ด้านราคา (Price)	29	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	30	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	31	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	32	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)	33	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	34	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	35	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	36	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ด้านการส่งเสริมทาง การตลาด (Promotion)	37	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	38	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	39	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	40	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความ เที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญ ประเมิน			ค่าความ เที่ยงเชิง เนื้อหา	ผลการพิจารณา
		1	2	3		
		ศักยภาพในการแข่งขัน				
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	41	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	42	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	43	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	44	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	45	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	46	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	47	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	48	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	49	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	50	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	51	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	52	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	53	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	54	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	55	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	56	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	57	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	58	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	59	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	60	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความ เที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญ ประเมิน			ค่าความ เที่ยงเชิง เนื้อหา	ผลการพิจารณา
		1	2	3		
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	61	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	62	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	63	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	64	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการ ประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	65	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	66	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	67	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง
	68	+1	+1	+1	1.00	มีความเที่ยงตรง

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ ความเที่ยงตรง (content Validity) ของเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุง และแก้ไข

8. นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test) กลั่นกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีทดสอบของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขจนได้ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) มากกว่า 0.7 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และยอมรับได้

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีทดสอบของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha)

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	Cronbach's Alpha
ปัจจัยการผลิต		
วัตถุดิบ (Material)	4	.945
คนงาน (Man)	4	.935
เครื่องจักร/เครื่องมือ (Machines)	4	.942
วิธีการ (Method)	4	.938
เงินทุน (Money)	4	.934

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	Cronbach's Alpha
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด		
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)	4	.940
ด้านราคา (Price)	4	.940
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)	4	.947
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4	.934
ศักยภาพในการแข่งขัน		
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	4	.934
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	4	.933
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	4	.940
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	4	.938
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	4	.935
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	4	.936
การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	4	.948
9. นำแบบสอบถาม ไปใช้เก็บข้อมูลจริง		

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บข้อมูลวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม ทั้งหมด 126 ชุด หลังจากนั้นนำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติการวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สถิติที่นำมาใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) มีรายละเอียดดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ร้อยละ (Percentage) เป็นการคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดมีค่าเป็นร้อย

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นค่ากลางที่ใช้กับข้อมูลที่เป็นสเกลแบบช่วงและแบบอัตราส่วน สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การหาค่าเฉลี่ยจากข้อมูลดิบ ที่ไม่อยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่ และ การหาค่าเฉลี่ยจากข้อมูลจัดกลุ่มที่อยู่ในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations: SD) เป็นค่ารากที่สองของผลรวม ของความแตกต่างระหว่างข้อมูลดิบกับค่าเฉลี่ยยกกำลังสองหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. F-test วิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) โดยใช้กับข้อมูลสามกลุ่มขึ้นไป มีทั้งการทดสอบความแปรปรวนภายในกลุ่มและความแปรปรวนระหว่างกลุ่มและการทดสอบแบบ One-Way ANOVA and Two-way ANOVA

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2}$$

เมื่อ $S_1^2 =$ ค่ากระจายของข้อมูลกลุ่มที่ 1
 $S_2^2 =$ ค่ากระจายของข้อมูลกลุ่มที่ 2

2. LSD หมายถึง ค่าสถิติสำหรับการทดสอบความแตกต่างด้วยการจับคู่พหุคูณแบบ LSD หรือ Fisher's Least – Significant Different โดยใช้สูตร

$$LSD = \frac{t\alpha}{2}, N - a \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

ค่า MSE ได้จากการคำนวณหาค่าความแปรปรวน One-Way ANOVA โดยมีขั้นตอนดังนี้
 คำนวณค่า LSD

คำนวณค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย $\bar{x}_i - \bar{x}_j$
 นำค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ เปรียบเทียบกับค่า LSD
 ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j| >$ ค่า LSD แสดงว่า $\mu_1 \neq \mu_2$
 ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j| \leq$ ค่า LSD แสดงว่า $\mu_1 = \mu_2$

3. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่และสัมพันธ์กันอย่างไรความสัมพันธ์อาจจะเป็นไปในทางเดียวกัน หรือทิศตรงกันข้ามก็ได้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ค่าสูงสุดมีค่าเป็น 1 ความหมายคือ มีความสัมพันธ์กันมาก และมีค่าเป็น 0 หมายถึง ตัวแปรนั้นไม่มี

ความสัมพันธ์กันเลย กรณีที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และกรณีที่สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นลบ แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศตรงกันข้ามกัน

$$Y = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

เมื่อ	Y	=	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร x, y
	x	=	ตัวแปรที่ 1
	y	=	ตัวแปรที่ 2
	n	=	จำนวนตัวอย่าง

ค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (Coefficient of Determination) เป็นค่าที่แสดงว่า ตัวแปร x มีอิทธิพลต่อตัวแปร y มากน้อยเพียงใด โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ มีค่าเท่ากับกำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือ r โดยที่ $0 < r \leq 1$ ค่าที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ โดยการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์	$0 < r \leq 0.20$	หมายถึง	ระดับความสัมพันธ์น้อยสุด
ค่าสัมประสิทธิ์	$0.21 < r \leq 0.40$	หมายถึง	ระดับความสัมพันธ์น้อย
ค่าสัมประสิทธิ์	$0.41 < r \leq 0.60$	หมายถึง	ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์	$0.61 < r \leq 0.80$	หมายถึง	ระดับความสัมพันธ์มาก
ค่าสัมประสิทธิ์	$0.81 < r \leq 1$	หมายถึง	ระดับความสัมพันธ์มากที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง ศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จะนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และภาพประกอบคำบรรยาย โดยแยกตามประเภทของอุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์มดิบและอุตสาหกรรมกลั่นน้ำมันบริสุทธิ์ โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 5 ข้อดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีจำนวน 4 ข้อ ดังนี้

4.1.1 ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านรูปแบบการจัดทะเบียนของสถานประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านรูปแบบการจัดทะเบียนของสถานประกอบการ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านรูปแบบการจดทะเบียนของสถานประกอบการ

รูปแบบการจดทะเบียนของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทจำกัด (มหาชน)	5	4.0
บริษัทจำกัด	102	81.0
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	10	7.9
สหกรณ์นิคม	9	7.1
รวม	126	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า รูปแบบการจดทะเบียนของสถานประกอบการ ของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 81.0 รองลงมา เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 7.9 สหกรณ์นิคม ร้อยละ 7.1 และ บริษัทจำกัด (มหาชน) ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

4.1.2 ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	29	23.0
5-10 ปี	77	61.1
มากกว่า 10 ปี	20	15.9
รวม	126	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่ ได้แก่ ดำเนินกิจการ 5 - 10 ปี ร้อยละ 61.1 รองลงมา ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 23.0 และ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 15.9 ตามลำดับ

4.1.3 ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านขนาดของสถานประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านขนาดของสถานประกอบการ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านขนาดของสถานประกอบการ

ขนาดของสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	84	66.7
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน	34	27.0
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	8	6.3
รวม	126	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ขนาดของสถานประกอบการ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม ส่วนใหญ่ ได้แก่ ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 66.7 รองลงมาขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน ร้อยละ 27.0 และ ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

4.1.4 ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านประเภทการผลิตของโรงงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านประเภทการผลิตของโรงงาน ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านประเภทการผลิตของโรงงาน

ประเภทการผลิตของโรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	82	65.1
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ และผลิตพลังงานไฟฟ้า	28	22.2
ผลิตไบโอดีเซล	10	7.9
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	6	4.8
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ประเภทการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่ ได้แก่ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ ร้อยละ 65.1 รองลงมาโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ และผลิตพลังงานไฟฟ้า ร้อยละ 22.2 ผลิตไบโอดีเซล ร้อยละ 7.9 และผลิตพลังงานไฟฟ้า ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทย ในตลาดโลก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านคนงาน ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร ด้านวิธีการ ด้านเงินทุน

ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย โดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านการผลิต	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ด้านวัตถุดิบ	3.39	0.47	ปานกลาง
ด้านคนงาน	3.39	0.49	ปานกลาง
ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร	3.32	0.57	ปานกลาง
ด้านวิธีการ	3.31	0.49	ปานกลาง
ด้านเงินทุน	2.89	0.74	ปานกลาง
รวม	3.26	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย โดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มีความสามารถของปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) และพิจารณาเรียงด้านพบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับปานกลาง คือด้านวัตถุดิบและด้านคนงาน ($\bar{X} = 3.39$) ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร ($\bar{X} = 3.32$) ด้านวิธีการ ($\bar{X} = 3.31$) และด้านเงินทุน ($\bar{X} = 2.89$) ตามลำดับ

4.2.1 ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านวัตถุดิบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านวัตถุดิบปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการผลิต ด้านวัตถุดิบเป็นรายชื่อ ของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านการผลิต ด้านวัตถุดิบ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. การคัดเลือกผลปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพ	3.68	0.46	มาก
2. ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบเพียงพอ กับความต้องการผลิต	3.34	0.47	ปานกลาง
3. วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ได้รับมาตรฐาน	3.27	0.72	ปานกลาง
4. มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมในการเก็บวัตถุดิบ	3.29	0.72	ปานกลาง
รวม	3.39	0.48	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านวัตถุดิบในตลาดโลก มีความสามารถในการผลิต ด้านวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า การคัดเลือกผลปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบเพียงพอ กับความต้องการผลิต มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมในการเก็บวัตถุดิบ และ วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ได้รับมาตรฐาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34, 3.29, 3.27 ตามลำดับ

4.2.2 ปัจจัยด้านการผลิตของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านคนงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันใน
ด้านคนงานปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงานเป็นรายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านการผลิต ด้านคนงาน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. จำนวนพนักงานที่เพียงพอในการแต่ละฝ่ายการผลิต	3.35	0.48	ปานกลาง
2. ความรู้ความสามารถของพนักงานภายใต้งานที่ รับผิดชอบ	3.30	0.73	ปานกลาง
3. การจัดสรรพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.43	0.75	มาก
4. พนักงานที่มีคุณภาพในการทำงาน	3.46	0.50	มาก
รวม	3.39	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้าน วัตถุดิบในตลาดโลก มีความสามารถในการผลิต ด้านคนงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$) และ เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า พนักงานที่มีคุณภาพในการทำงาน และ การจัดสรรพนักงานอย่างมี ประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46, 3.43 ตามลำดับ ในส่วนของจำนวนพนักงาน ที่เพียงพอในการแต่ละฝ่ายการผลิต และ ความรู้ความสามารถของพนักงานภายใต้งานที่รับผิดชอบ อยู่ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35, 3.30 ตามลำดับ

4.2.3 ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันใน ด้านด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการผลิต ด้านเครื่องจักร/เครื่องมือเป็นรายชื่อ ของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านการผลิต ด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. เครื่องจักร/เครื่องมือที่ทันสมัย	3.42	0.49	มาก
2. การใช้งานเครื่องจักร/เครื่องมือได้เต็มศักยภาพ	3.39	0.74	ปานกลาง
3. เครื่องจักร/เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตได้รับมาตรฐาน	3.30	0.73	ปานกลาง
4. เครื่องจักร/เครื่องมือ ที่เพียงพอต่อการผลิต	3.17	0.68	ปานกลาง
รวม	3.32	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้าน วัตถุประสงค์ในตลาดโลก มีความสามารถในการผลิต ด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า เครื่องจักร/เครื่องมือ ที่ทันสมัยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ในส่วนการใช้งานและ เครื่องจักร/เครื่องมือ ได้เต็มศักยภาพ เครื่องจักร/เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตได้รับมาตรฐาน และ เครื่องจักร/เครื่องมือ ที่เพียงพอต่อการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 3.30, 3.17 ตามลำดับ

4.2.4 ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านวิธีการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันใน ด้านวิธีการ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการผลิต ด้านวิธีการเป็นรายชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านการผลิต ด้านวิธีการ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
17. กระบวนการผลิตที่ได้รับมาตรฐาน	3.34	0.47	ปานกลาง
18. สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของตลาด	3.18	0.68	ปานกลาง
19. สามารถควบคุมต้นทุนในการผลิต	3.44	0.69	มาก
20. ความสามารถในการควบคุมปัญหาที่เกิดจาก กระบวนการผลิต ภายในอุตสาหกรรม	3.28	0.87	ปานกลาง
รวม	3.31	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้าน วัตถุประสงค์ในตลาดโลก มีความสามารถในการผลิต ด้านวิธีการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) และ เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า โรงงานสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิต อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ในส่วนกระบวนการผลิตที่ได้รับมาตรฐาน ความสามารถในการควบคุมปัญหาที่ เกิดจากกระบวนการผลิต ภายในอุตสาหกรรม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34, 3.28, 3.18 ตามลำดับ

4.2.5 ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านเงินลงทุน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันใน ด้านเงินลงทุน ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการผลิตด้านเงินทุนเป็นรายข้อ ของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านการผลิต ด้านเงินทุน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. สภาพคล่องของโรงงาน	2.88	0.61	ปานกลาง
2. โรงงานมีการจัดสรรเงินทุนอย่างเป็นระบบ	3.01	0.75	ปานกลาง
3. โรงงานมีเงินทุนสำรองที่เพียงพอ	2.90	1.04	ปานกลาง
4. รัฐบาลให้การช่วยเหลือด้านเงินทุน	2.76	0.97	ปานกลาง
รวม	2.89	0.74	ปานกลาง

จากตาราง 4.10 พบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้าน
วัตถุดิบในตลาดโลก มีความสามารถในการผลิต ด้านเงินทุน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$) และ
เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า รัฐบาลให้การช่วยเหลือด้านเงินทุน สภาพคล่องของโรงงาน โรงงานมี
เงินทุนสำรองเพียงพอ และสภาพคล่องของโรงงาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01,
2.90, 2.88, 2.76 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรม
ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่จัด
จำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด

ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านของ
โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	3.17	0.45	ปานกลาง
ด้านราคา	3.22	0.54	ปานกลาง
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.49	0.37	มาก
ด้านส่งเสริมทางการตลาด	3.29	0.65	ปานกลาง
รวม	3.29	0.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มีความพร้อมของ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) และพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ใน ระดับมาก คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.49$) ในส่วน ด้านส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 3.29$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.22$) และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ($\bar{X} = 3.17$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้าน ผลิตภัณฑ์/บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์/บริการรายข้อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1.การให้บริการที่รวดเร็วของโรงงานกับเกษตรกร	3.19	0.59	ปานกลาง
2.โรงงานอุตสาหกรรม ได้รับมาตรฐาน และมี การผลิตที่มีคุณภาพ	3.28	0.45	ปานกลาง
3.มีความสามารถในการรองรับเกษตรกรใน ปริมาณมาก	3.10	0.64	ปานกลาง
4.ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงงานอุตสาหกรรม	3.10	0.64	ปานกลาง
รวม	3.17	0.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า โรงงานอุตสาหกรรม ได้รับ มาตรฐาน และมีการผลิตที่มีคุณภาพ การให้บริการที่รวดเร็วของโรงงานกับเกษตรกร ความสามารถ ในการรองรับเกษตรกรในปริมาณมาก และ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงในอุตสาหกรรม อยู่ใน ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28, 3.19, 3.10, 3.10 ตามลำดับ

4.3.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านราคา ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคารายข้อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1.มีราคากำหนดที่แน่นอน	2.99	0.84	ปานกลาง
2.การกำหนดราคาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม	3.12	0.91	ปานกลาง
3.มีการตรวจสอบราคา อย่างสม่ำเสมอ	3.29	0.45	ปานกลาง
4.มีการตรวจสอบราคากับคู่แข่ง	3.50	0.50	มาก
รวม	3.22	0.54	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ทางโรงงานอุตสาหกรรมมีการตรวจสอบราคากับคู่แข่ง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 ในส่วนของการตรวจสอบราคา อย่างสม่ำเสมอ การกำหนดราคาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม และมีราคากำหนดที่แน่นอน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29, 3.12, 2.99 ตามลำดับ

4.3.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่ายราย
ชื่อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ท่าเลที่ตั้งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	3.67	0.47	มาก
2. เส้นทางมีความสะดวกในการเข้าถึง	3.57	0.49	มาก
3. ป้ายชื่อโรงงานชัดเจน	3.41	0.49	มาก
4. สามารถติดต่อได้หลากหลายช่องทาง	3.29	0.45	ปานกลาง
รวม	3.49	0.37	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ทางโรงงานอุตสาหกรรมมีท่าเลที่ตั้งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน เส้นทางมีความสะดวกในการเข้าถึง และ ป้ายชื่อโรงงานชัดเจน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67, 3.57, 3.41 ตามลำดับ ในส่วนของการติดต่อได้หลากหลายช่องทาง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29 ตามลำดับ

4.3.4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านการส่งเสริมทางการตลาดปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาดรายข้อ ของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	2.81	0.58	ปานกลาง
2. การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเกษตร เช่น มีพนักงานให้ข้อมูลข่าวสาร แนะนำเกษตรกร	3.23	1.10	ปานกลาง
3. การส่งเสริมการขาย จัดโปรโมชั่นพิเศษให้กลุ่มลูกค้าเกษตรกร เช่น สมมนาคุณ	3.23	1.10	ปานกลาง
4. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.90	0.29	มาก
รวม	3.29	0.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 ในส่วนของการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเกษตร เช่น มีพนักงานให้ข้อมูลข่าวสาร แนะนำเกษตรกร การส่งเสริมการขาย จัดโปรโมชั่นพิเศษให้กลุ่มลูกค้าเกษตรกร เช่น สมมนาคุณ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23, 3.23, 2.81 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ

ตารางที่ 4.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ปัจจัยการผลิต	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	2.93	0.55	ปานกลาง
ด้านประสิทธิภาพในการผลิต	3.27	0.63	ปานกลาง
ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.41	0.32	มาก
ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ	3.25	0.43	ปานกลาง
ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี	3.16	0.56	ปานกลาง
ด้านการบริหารความรู้	3.21	0.62	ปานกลาง
ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ	3.35	0.35	ปานกลาง
รวม	3.24	0.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) และพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\bar{X} = 3.41$) ในส่วนด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) ด้านประสิทธิภาพในการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) ด้านการบริหารความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$) และด้านการเรียนรู้ขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) ตามลำดับ

4.4.1 ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านการเรียนรู้ขององค์กร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านการเรียนรู้ขององค์กร ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร รายชื่อของ
โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	\bar{X}	SD	ระดับความ คิดเห็น
1. อุตสาหกรรมให้พนักงานทุกคนเรียนรู้งานที่ ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา ได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์และ ปรับปรุงเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด	3.14	0.60	ปานกลาง
2. อุตสาหกรรมมีการกำหนดสายงานเป็นลำดับ ขั้นตอนเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	3.02	0.86	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมมีการส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้ การปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน	3.01	0.50	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมเปิด โอกาสให้ทุกคนได้แสดงความ คิดเห็นอย่างเสรี เพื่อเป็นกระบวนการพัฒนาความ พร้อมในการทำงาน	2.56	0.49	น้อย
รวม	2.93	0.55	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กรของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กรอยู่ใน
ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.93$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า อุตสาหกรรมให้พนักงานทุกคน
เรียนรู้งานที่ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา ได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์และปรับปรุงเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
อุตสาหกรรมมีการกำหนดสายงานเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและการพัฒนาอย่าง
ต่อเนื่อง อุตสาหกรรมมีการส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้การปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอก
โรงงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.14, 3.02, 3.01 ตามลำดับ และ อุตสาหกรรมเปิด
โอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี เพื่อเป็นกระบวนการพัฒนาความพร้อมในการทำงาน
อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.56

4.4.2 ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านประสิทธิภาพใน
การผลิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม
น้ำมันในด้านประสิทธิภาพในการผลิต ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต รายชื่อของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. อุตสาหกรรมได้ดำเนินจัดหาวัตถุดิบในการผลิต ได้ตามความต้องการและมาตรฐานของโรงงาน	3.01	0.50	ปานกลาง
2. อุตสาหกรรมได้ส่งเสริมความสามารถในการ ผลิต เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ	3.44	0.69	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมมีการพัฒนาคุณภาพในการผลิตอยู่ เสมอ	3.44	0.69	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมมีมาตรฐานในการผลิตที่สม่ำเสมอ	3.19	0.84	ปานกลาง
รวม	3.27	0.63	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ของโรงงาน อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต อยู่ใน ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า อุตสาหกรรมได้ส่งเสริมความสามารถ ในการผลิต เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ อุตสาหกรรมมีการพัฒนาคุณภาพในการผลิตอยู่ เสมอ อุตสาหกรรมมีมาตรฐานในการผลิตที่สม่ำเสมอ และ อุตสาหกรรมได้ดำเนินจัดหาวัตถุดิบใน การผลิตได้ตามความต้องการและมาตรฐานของ โรงงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44, 3.44, 3.19, 3.01 ตามลำดับ

4.4.3 ศักยภาพในการแข่งขันของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านความสัมพันธ์กับ ลูกค้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า รายชื่อของ
โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	\bar{X}	SD	ระดับความ คิดเห็น
1. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญและเอาใจใส่ลูกค้า เสมอ	3.20	0.40	ปานกลาง
2. อุตสาหกรรมสนับสนุนให้พนักงานบริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ	3.35	0.48	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมให้บริการลูกค้าก่อนและหลัง อย่าง สม่ำเสมอ	3.62	0.48	มาก
4. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเก่าและ พร้อมสนองความต้องการของลูกค้ารายใหม่	3.46	0.50	มาก
รวม	3.41	0.32	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า อยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า อุตสาหกรรมให้บริการลูกค้าก่อนและหลัง
อย่างสม่ำเสมอ และ อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเก่าและพร้อมสนองความต้องการของ
ลูกค้ารายใหม่ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62, 3.46 ตามลำดับ ในส่วนของอุตสาหกรรม
สนับสนุนให้พนักงานบริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และ อุตสาหกรรมให้ความสำคัญ
และเอาใจใส่ลูกค้าเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35, 3.20 ตามลำดับ

4.4.4 ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านเครือข่ายทาง ธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม
น้ำมันในด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ รายชื่อของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ	\bar{X}	SD	ระดับความ คิดเห็น
1. อุตสาหกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ อุตสาหกรรมที่มีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน	3.42	0.49	มาก
2. อุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจทำให้มีการฉีกกำลัง ทางเทคโนโลยี สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีราคาแพง โดยการลงทุนร่วมกัน	3.24	0.79	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจส่งเสริมและ สนับสนุนให้มีการเรียนรู้เทคนิคความชำนาญพิเศษ และการบริหารจากหน่วยงานในเครือ	3.14	0.60	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมมีความพยายามในการสร้างเครือข่าย ให้ขยายตัวอยู่เสมอ เพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจ	3.21	0.64	ปานกลาง
รวม	3.25	0.43	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ อยู่ในระดับ
ปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า อุตสาหกรรมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ
อุตสาหกรรมที่มีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 ตามลำดับ
ในส่วนของอุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจทำให้มีการฉีกกำลังทางเทคโนโลยี สามารถเข้าถึง
เทคโนโลยีราคาแพงโดยการลงทุนร่วมกัน อุตสาหกรรมมีความพยายามในการสร้างเครือข่ายให้
ขยายตัวอยู่เสมอ เพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจ และ อุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจส่งเสริมและ
สนับสนุนให้มีการเรียนรู้เทคนิคความชำนาญพิเศษและการบริหารจากหน่วยงานในเครือ อยู่ในระดับ
ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.24, 3.21, 3.14 ตามลำดับ

4.4.5. ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านแหล่งที่มาของ
เทคโนโลยี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม
น้ำมันในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี รายชื่อของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. อุตสาหกรรมมีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม	3.01	0.50	ปานกลาง
2. อุตสาหกรรมมีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี	3.39	0.69	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน	3.39	0.69	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะของพนักงานอยู่เสมอ เมื่อมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิต	2.84	0.62	ปานกลาง
รวม	3.16	0.56	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.21 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดอุตสาหกรรมมีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี อุตสาหกรรมสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน อุตสาหกรรมมีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม และ อุตสาหกรรมจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะของพนักงานอยู่เสมอ เมื่อมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39, 3.39, 3.01, 2.84 ตามลำดับ

4.4.6. ศักยภาพในการแข่งขันของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านการบริหารความรู้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันในด้านการบริหารความรู้ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการบริหารความรู้ รายชื่อของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการบริหารความรู้	\bar{X}	SD	ระดับความ คิดเห็น
1. อุตสาหกรรมมีการติดตามการนำความรู้ที่ได้รับ จากการฝึกอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงาน	2.84	0.62	ปานกลาง
2. อุตสาหกรรมกำหนดให้พนักงานที่ผ่านการ ฝึกอบรมทำการถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงาน ด้วยกัน	3.39	0.69	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมส่งเสริมให้พนักงานได้มีการพัฒนา ตนเองอย่างสม่ำเสมอ	3.30	0.67	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมส่งเสริมให้พนักงานใช้ความรู้ใน การพัฒนาสายการผลิตเสมอ	3.30	0.67	ปานกลาง
รวม	3.21	0.62	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.22 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการบริหารความรู้ ของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการบริหารความรู้ อยู่ในระดับ
ปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียด อุตสาหกรรมกำหนดให้พนักงานที่ผ่านการ
ฝึกอบรมทำการถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงานด้วยกัน อุตสาหกรรมส่งเสริมให้พนักงานได้มีการ
พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ อุตสาหกรรมส่งเสริมให้พนักงานใช้ความรู้ในการพัฒนาสายการผลิต
เสมอ และ อุตสาหกรรมมีการติดตามการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงาน
อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39, 3.30, 3.30, 2.84 ตามลำดับ

4.4.7. ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในด้านการดำเนินงานที่
มุ่งเน้นการประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์ม
น้ำมันในด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.23 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการ
ประกอบการ รายชื่อของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ	\bar{X}	SD	ระดับความ คิดเห็น
1. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการผลิตและการบริการ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและจงรักภักดีต่อโรงงาน	3.00	0.00	ปานกลาง
2. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการติดตามข่าวสารและแสวงหาโอกาส เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	3.51	0.50	ปานกลาง
3. อุตสาหกรรมสนับสนุนการตัดสินใจด้วยความเป็นอิสระ โดยผู้บริหารตัดสินใจง่ายและรวดเร็วในการดำเนินงานของโรงงาน	3.51	0.50	ปานกลาง
4. อุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการสร้างความแตกต่างให้กับโรงงาน ทั้งด้านการผลิตและการบริการ	3.38	0.48	ปานกลาง
รวม	3.35	0.35	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.23 พบว่ามีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในตลาดโลก มีศักยภาพในการแข่งขัน ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) และเมื่อพิจารณาโดยละเอียด อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการติดตามข่าวสารและแสวงหาโอกาส เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อุตสาหกรรมสนับสนุนการตัดสินใจด้วยความเป็นอิสระ โดยผู้บริหารตัดสินใจง่ายและรวดเร็วในการดำเนินงานของโรงงาน อุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการสร้างความแตกต่างให้กับโรงงาน ทั้งด้านการผลิตและการบริการ และ อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการผลิตและการบริการ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและจงรักภักดีต่อโรงงาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51, 3.51, 3.38 , 3.00 ตามลำดับ

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่มีรูปแบบของธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

ศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทยในตลาดโลก	รูปแบบของธุรกิจ	F	Sig.	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	บริษัทจำกัด (มหาชน)	4.929	0.003*	แตกต่าง
	บริษัทจำกัด			
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด			
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	สหกรณ์นิคม	2.775	0.044*	แตกต่าง
	บริษัทจำกัด (มหาชน)			
	บริษัทจำกัด			
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2.567	0.058	ไม่แตกต่าง
	บริษัทจำกัด (มหาชน)			
	บริษัทจำกัด			
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	สหกรณ์นิคม	0.532	0.661	ไม่แตกต่าง
	บริษัทจำกัด (มหาชน)			
	บริษัทจำกัด			

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ (ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก	รูปแบบของธุรกิจ	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	บริษัทจำกัด (มหาชน) บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหกรณ์นิคม	4.708	0.004*	แตกต่าง
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	บริษัทจำกัด (มหาชน) บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหกรณ์นิคม	4.664	0.004*	แตกต่าง
การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	บริษัทจำกัด (มหาชน) บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหกรณ์นิคม	2.682	0.050	ไม่แตกต่าง
ภาพรวม	บริษัทจำกัด (มหาชน) บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหกรณ์นิคม	3.911	0.010*	แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์พบว่าศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกันมีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกัน ในภาพรวม เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกันถึง 4 ด้าน คือ การเรียนรู้ขององค์กร ประสิทธิภาพในการผลิต แหล่งที่มาของเทคโนโลยี และ การบริหารความรู้ ซึ่งผลวิเคราะห์ความแตกต่างในรายคู่ LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.25 - 4.29

ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ขององค์กร
จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	บริษัทจำกัด (มหาชน)	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	สหกรณ์นิคม
บริษัทจำกัด (มหาชน)	-	0.86 (0.001*)	0.60 (0.042*)	0.97 (0.001*)
บริษัทจำกัด	-	-	- 0.26 (0.144)	0.11 (0.548)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-	-	0.37 (0.132)
สหกรณ์นิคม	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการเรียนรู้ขององค์กร พบว่า รูปแบบธุรกิจของบริษัทจำกัด (มหาชน) มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านการเรียนรู้ขององค์กร มากกว่า บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดและสหกรณ์นิคม

ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพในการผลิต
จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	บริษัทจำกัด (มหาชน)	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	สหกรณ์นิคม
บริษัทจำกัด (มหาชน)	-	0.75 (0.009*)	0.60 (0.081)	0.91 (0.009*)
บริษัทจำกัด	-	-	- 0.15 (0.447)	0.15 (0.463)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-	-	0.31 (0.270)
สหกรณ์นิคม	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านประสิทธิภาพในการผลิต พบว่า รูปแบบธุรกิจของบริษัทจำกัด (มหาชน) มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านประสิทธิภาพในการผลิต มากกว่าบริษัทจำกัด และ สหกรณ์นิคม

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ตำแหน่งที่มาของเทคโนโลยี จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	บริษัทจำกัด (มหาชน)	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	สหกรณ์นิคม
บริษัทจำกัด (มหาชน)	-	0.64 (0.009*)	0.15 (0.612)	0.66 (0.028*)
บริษัทจำกัด	-	-	- 0.49 (0.006*)	0.01 (0.927)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-	-	0.51 (0.039*)
สหกรณ์นิคม	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี พบว่า รูปแบบธุรกิจของบริษัทจำกัด (มหาชน) มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี มากกว่า บริษัทจำกัด และ สหกรณ์นิคม บริษัทจำกัด มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี น้อยกว่าห้างหุ้นส่วนจำกัด และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี มากกว่า สหกรณ์นิคม

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการบริหารความรู้ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	บริษัทจำกัด (มหาชน)	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	สหกรณ์นิคม
บริษัทจำกัด (มหาชน)	-	0.61 (0.026*)	0.00 (1.000)	0.55 (0.097)
บริษัทจำกัด	-	-	- 0.61 (0.002*)	- 0.05 (0.774)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-	-	0.55 (0.044*)
สหกรณ์นิคม	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการบริหารความรู้ พบว่า รูปแบบธุรกิจของบริษัทจำกัด (มหาชน) มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านการบริหารความรู้ มากกว่า บริษัทจำกัด บริษัทจำกัด มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านการบริหารความรู้ น้อยกว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในด้านการบริหารความรู้ มากกว่า สหกรณ์นิคม

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านภาพรวม จำแนกตาม
รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	บริษัทจำกัด (มหาชน)	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	สหกรณ์นิคม
บริษัทจำกัด (มหาชน)	-	0.57 (0.003*)	0.36 (0.110)	0.64 (0.006*)
บริษัทจำกัด	-	-	- 0.21 (0.124)	0.07 (0.628)
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-	-	0.28 (0.140)
สหกรณ์นิคม	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการเรียนรู้ขององค์กร พบว่า รูปแบบธุรกิจของบริษัทจำกัด (มหาชน) มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มากกว่า บริษัทจำกัด และ สหกรณ์นิคม

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก	ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน	F	Sig.	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	ต่ำกว่า 5 ปี	4.627	0.012*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	ต่ำกว่า 5 ปี	5.495	0.005*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	ต่ำกว่า 5 ปี	20.707	0.000*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	ต่ำกว่า 5 ปี	19.435	0.000*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	ต่ำกว่า 5 ปี	6.627	0.002*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	ต่ำกว่า 5 ปี	10.180	0.000*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการ ประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	ต่ำกว่า 5 ปี	11.178	0.000*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			
ภาพรวม	ต่ำกว่า 5 ปี	7.024	0.001*	แตกต่าง
	5 - 10 ปี			
	มากกว่า 10 ปี			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์พบว่าศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกันมีศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกันในภาพรวม เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกันถึง 7 ด้าน คือ การ เรียนรู้ขององค์กร ประสิทธิภาพในการผลิต ความสัมพันธ์กับลูกค้า เครือข่ายทางธุรกิจ แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี การบริหารความรู้ การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ซึ่งผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ในรายการ LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.31 - 4.38

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายการ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ขององค์กร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	- 0.14 (0.902)	- 0.41 (0.010*)
5 - 10 ปี	-	-	- 0.39 (0.004*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการ แข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการเรียนรู้ขององค์กร พบว่า ระยะเวลา ในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยใน ตลาดโลก น้อยกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีขึ้นไป และ 5-10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพในการผลิต
จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	0.30 (0.024*)	- 0.13 (0.449)
5 - 10 ปี	-	-	- 0.44 (0.005*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านประสิทธิภาพในการผลิต พบว่าระยะเวลาในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี และ 5 - 10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า
จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	0.29 (0.000*)	- 0.09 (0.245)
5 - 10 ปี	-	-	- 0.38 (0.000*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี และ 5 - 10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	0.29 (0.000*)	- 0.09 (0.245)
5 - 10 ปี	-	-	- 0.38 (0.000*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านเครือข่ายทางธุรกิจ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี และ 5 - 10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	- 0.23 (0.047*)	- 0.56 (0.000*)
5 - 10 ปี	-	-	- 0.33 (0.015*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป ในส่วน 5 - 10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการบริหารความรู้ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	- 0.23 (0.063)	- 0.75 (0.000*)
5 - 10 ปี	-	-	- 0.51 (0.001*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการบริหารความรู้ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีขึ้นไป ในส่วน 5 - 10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	- 0.33 (0.000*)	- 0.29 (0.002*)
5 - 10 ปี	-	-	0.038 (0.643)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี และ 10 ปีขึ้นไป

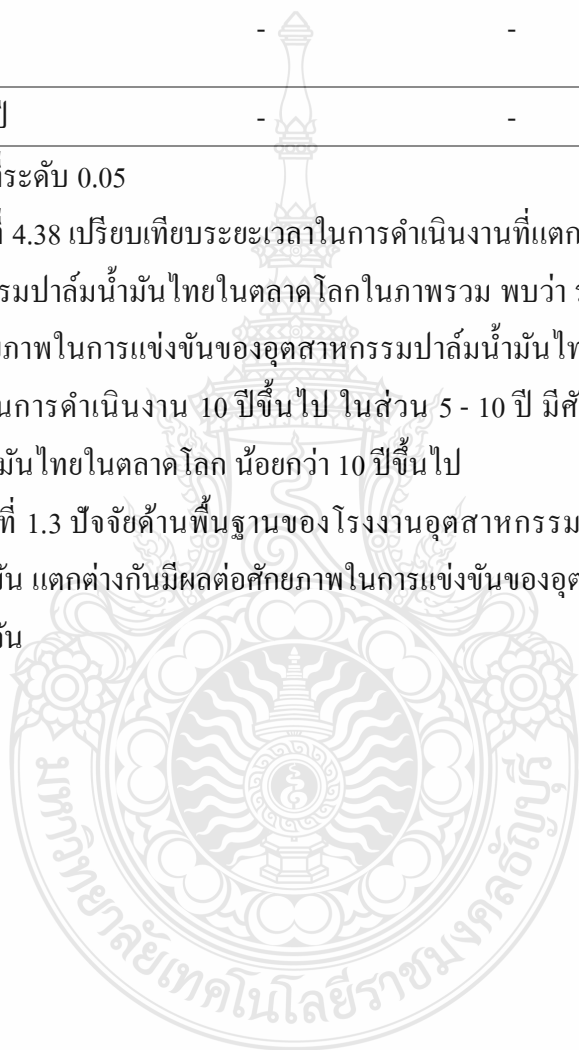
ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงผลวิเคราะห์ที่เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ภาพรวม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

รูปแบบของธุรกิจ	ต่ำกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	-	- 0.00 (0.931)	- 0.37 (0.002*)
5 - 10 ปี	-	-	-0.37 (0.000*)
มากกว่า 10 ปี	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในภาพรวม พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานช่วงต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวมน้อยกว่า ระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีขึ้นไป ในส่วน 5 - 10 ปี มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่มีขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน แตกต่างกันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน



ตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	F	Sig.	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	73.085	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	29.765	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	34.281	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	47.082	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	40.137	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			

ตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน (ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	F	Sig.	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	40.464	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	19.072	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			
ภาพรวม	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	69.258	0.000*	แตกต่าง
	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน			
	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์พบว่าศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ที่มีขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันแตกต่างกันมีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกันในภาพรวม เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกันถึง 7 ด้าน คือ การเรียนรู้ขององค์กร ประสิทธิภาพในการผลิต ความสัมพันธ์กับลูกค้า เครือข่ายทางธุรกิจ แหล่งที่มาของเทคโนโลยี การบริหารความรู้ การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ซึ่งผลวิเคราะห์ความแตกต่างในรายกลุ่ม LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.40 - 4.47

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ขององค์กร
จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิต ปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้าง งานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้าง งานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้าง งานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงาน ไม่เกิน 50 คน	-	- 0.91 (0.000*)	0.06 (0.628)
ขนาดกลาง มีการจ้างงาน ไม่เกิน 51 - 200 คน	-	-	0.98 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงาน มากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการเรียนรู้ขององค์กร พบว่าขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพในการผลิต
จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิต ปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้าง งานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้าง งานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้าง งานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่ เกิน 50 คน	-	- 0.80 (0.000*)	0.05 (0.760)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่ เกิน 51 - 200 คน	-	-	0.86 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงาน มากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านประสิทธิภาพในการผลิต พบว่าขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	-	- 0.43 (0.000*)	0.08 (0.390)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	-	-	0.51 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่าขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	-	- 0.63 (0.000*)	0.08 (0.470)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน	-	-	0.72 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านเครือข่ายทางธุรกิจ พบว่า ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	-	- 0.79 (0.000*)	- 0.01 (0.906)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน	-	-	0.77 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี พบว่าขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.45 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านบริหารความรู้ จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	-	- 0.87 (0.000*)	0.75 (0.673)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน	-	-	0.94 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านบริหารความรู้ พบว่า ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	-	- 0.39 (0.000*)	- 0.13 (0.248)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน	-	-	0.25 (0.038*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ พบว่า ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านภาพรวม จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน	ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน	ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน
ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน	-	- 0.69 (0.000*)	0.04 (0.666)
ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน	-	-	0.74 (0.000*)
ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านภาพรวม พบว่า ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน และขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51 - 200 คน มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่มีลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน แตกต่างกันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทยในตลาดโลก	ลักษณะกระบวนการผลิต	F	Sig.	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	13.918	0.000*	แตกต่าง
	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า			
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	30.391	0.000*	แตกต่าง
	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า			
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	39.756	0.000*	แตกต่าง
	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า			

ตารางที่ 4.48 แสดงการเปรียบเทียบของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน (ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ไทยในตลาดโลก	ลักษณะกระบวนการผลิต	F	Sig.	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล ผลิตพลังงานไฟฟ้า	4.724	0.004*	แตกต่าง
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล ผลิตพลังงานไฟฟ้า	2.908	0.037*	แตกต่าง
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล ผลิตพลังงานไฟฟ้า	1.619	0.189	ไม่แตกต่าง
การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการ ประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล ผลิตพลังงานไฟฟ้า	3.071	0.030*	แตกต่าง
ภาพรวม	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ ผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล ผลิตพลังงานไฟฟ้า	9.875	0.000*	แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์พบว่าศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก ที่มีลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันแตกต่างกันมี ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกัน ในภาพรวม เมื่อ วิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก แตกต่างกันถึง 6 ด้าน คือ การเรียนรู้ขององค์กร ประสิทธิภาพในการผลิต ความสัมพันธ์กับลูกค้า เครือข่ายทางธุรกิจ แหล่งที่มาของเทคโนโลยี การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ซึ่งผลวิเคราะห์ ความแตกต่างในรายกลุ่ม LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.49 - 4.55

ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายกลุ่ม Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการเรียนรู้ขององค์กร

จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์ม น้ำมัน

ลักษณะกระบวนการ ผลิต	โรงงานสกัด น้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ และผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบโอดีเซล	ผลิตพลังงาน ไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบ	-	- 0.68 (0.000*)	- 0.32 (0.047*)	- 0.25 (0.222)
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบและผลิต พลังงานไฟฟ้า	-	-	0.35 (0.051)	0.42 (0.053)
ผลิตไบโอดีเซล	-	-	-	0.75 (0.766)
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์ม น้ำมันที่ แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการ เรียนรู้ขององค์กร พบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีศักยภาพในการ แข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิต พลังงานไฟฟ้า ผลิต ไบโอดีเซล

ตารางที่ 4.50 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านประสิทธิภาพในการผลิต
จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ลักษณะกระบวนการ ผลิต	โรงงานสกัด น้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ และผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบ โอดีเซล	ผลิตพลังงาน ไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบ	-	- 0.92 (0.000*)	- 0.75 (0.000*)	- 0.77 (0.000*)
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบและผลิต พลังงานไฟฟ้า	-	-	0.16 (0.351)	0.14 (0.515)
ผลิตไบโอดีเซล	-	-	-	- 0.02 (0.921)
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่
แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้าน
ประสิทธิภาพในการผลิต พบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีศักยภาพใน
การแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและ
ผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล และ ผลิตพลังงานไฟฟ้า

ตารางที่ 4.51 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า
จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ลักษณะ กระบวนการผลิต	โรงงานสกัด น้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์ม ดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบโอ ดีเซล	ผลิต พลังงาน ไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบ	-	- 0.50 (0.000*)	- 0.40 (0.000*)	- 0.50 (0.000*)
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบและผลิต พลังงานไฟฟ้า	-	-	0.10 (0.254)	0.00 (1.000)
ผลิตไบโอดีเซล	-	-	-	- 1.00 (0.415)
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล และ ผลิตพลังงานไฟฟ้า

ตารางที่ 4.52 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ลักษณะกระบวนการผลิต	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบโอดีเซล	ผลิตพลังงานไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	-	- 0.32 (0.001*)	- 0.19 (0.170)	- 0.26 (0.144)
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	0.13 (0.395)	0.06 (0.730)
ผลิตไบโอดีเซล	-	-	-	- 0.06 (0.759)
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านเครือข่ายทางธุรกิจ พบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า

ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี
จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ลักษณะ กระบวนการผลิต	โรงงานสกัด น้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ และผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบโอ ดีเซล	ผลิตพลังงาน ไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบ	-	-0.34 (0.005*)	-0.08 (0.627)	0.08 (0.714)
โรงงานสกัดน้ำมัน ปาล์มดิบและผลิต พลังงานไฟฟ้า	-	-	0.25 (0.212)	0.42 (0.085)
ผลิต ไบโอดีเซล	-	-	-	0.17 (0.538)
ผลิตพลังงาน ไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่
แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้าน
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี พบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีศักยภาพ
ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่า โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ
และผลิตพลังงานไฟฟ้า

ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ลักษณะกระบวนการผลิต	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบโอดีเซล	ผลิตพลังงานไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	-	- 0.05 (0.456)	- 0.14 (0.207)	0.37 (0.012*)
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	0.20 (0.112)	0.42 (0.007)
ผลิตไบโอดีเซล	-	-	-	0.22 (0.210)
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ พบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบมีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มากกว่า ผลิตพลังงานไฟฟ้า

ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงผลวิเคราะห์เป็นรายคู่ Post Hoc ด้วยค่า LSD ด้านภาพรวม จำแนกตาม ลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

ลักษณะกระบวนการผลิต	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	ผลิตไบโอดีเซล	ผลิตพลังงานไฟฟ้า
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ	-	-0.45 (0.000*)	-0.22 (0.083)	0.17 (0.299)
โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	0.22 (0.112)	0.28 (0.106)
ผลิตไบโอดีเซล	-	-	-	0.05 (0.781)
ผลิตพลังงานไฟฟ้า	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบลักษณะกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันที่แตกต่างกันของศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในภาพรวมพบว่า ลักษณะกระบวนการผลิตของ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก น้อยกว่าโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการผลิต มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านการผลิตด้านวัตถุดิบ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการผลิตด้านวัตถุดิบ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านวัตถุดิบ					
	r	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.295	0.001*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	0.558	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.734	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.240	0.007*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.046	0.612	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	- 0.043	0.631	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	- 0.166	0.062	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
ภาพรวม	0.271	0.002*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการผลิตด้านวัตถุดิบในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกใน

ทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้ามีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านประสิทธิภาพในการผลิต มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ และในภาพรวม มีระดับความสัมพันธ์น้อย ส่วนด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงาน มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงาน					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.672	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ประสิทธิภาพในการ ผลิต (Productivity)	0.831	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.732	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.520	0.007*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.624	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.575	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง

ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงาน มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก (ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงาน					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	- 0.084	0.351	126		ไม่มีความสัมพันธ์	
ภาพรวม	0.692	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงานในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต มีระดับความสัมพันธ์มากที่สุด ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี และภาพรวมมีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านเครือข่ายธุรกิจ และด้านการบริหารความรู้ มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ยกเว้นศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยการผลิตด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยการผลิตด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.352	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
ประสิทธิภาพในการ ผลิต (Productivity)	0.632	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.660	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.323	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.288	0.001*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.250	0.005*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	- 0.356	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	ตรงกัน ข้าม	น้อย
ภาพรวม	0.387	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการผลิตด้านเครื่องจักร/เครื่องมือในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ และ ภาพรวมมีระดับความสัมพันธ์น้อย

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.727	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	0.887	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.870	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.580	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.545	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.432	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง

ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก (ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	0.206	0.021*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
ภาพรวม	0.725	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ ในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีระดับความสัมพันธ์มากที่สุด ด้านการเรียนรู้องค์กร และ ภาพรวมมีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการมีระดับความสัมพันธ์น้อย

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยด้านการผลิตด้านเงินทุน มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการผลิตด้านเงินทุน มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านการผลิตด้านเงินทุน					
	r	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.727	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ประสิทธิภาพในการ ผลิต (Productivity)	0.796	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.606	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.577	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.744	0.001*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.750	0.005*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	-0.113	0.208	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
ภาพรวม	0.750	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการผลิตด้านเงินทุนในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต

ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และภาพรวม มีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ยกเว้นศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ					
	r	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.537	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
ประสิทธิภาพในการ ผลิต (Productivity)	0.468	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.339	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.491	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.661	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก

ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มี
ความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก
(ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.747	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	-0.096	0.287	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
ภาพรวม	0.584	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์/บริการในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านการเรียนรู้องค์กรด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ และในภาพรวม มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีระดับความสัมพันธ์น้อย ยกเว้นศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ
ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.699	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)	0.726	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.366	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.486	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.760	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.727	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	0.067	0.456	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
ภาพรวม	0.712	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ การดำเนินงานที่

มุ่งเน้นการประกอบการ และในภาพรวม มีระดับความสัมพันธ์มาก ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีระดับความสัมพันธ์น้อย ยกเว้นศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย มี

ความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.325	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
ประสิทธิภาพในการ ผลิต (Productivity)	0.045	0.615	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	- 0.235	0.008*	126	มีความสัมพันธ์	ตรงกัน ข้าม	น้อย
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.174	0.051	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.528	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.592	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง

ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย มี
ความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก
(ต่อ)

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	0.277	0.002*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย
ภาพรวม	0.332	0.000*	126	มี ความสัมพันธ์	เดียวกัน	น้อย

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ด้านการเรียนรู้องค์กร และการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ มีระดับความสัมพันธ์น้อย และ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีระดับความสัมพันธ์น้อย ในทิศทางตรงกันข้ามกัน ยกเว้นศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ด้านประสิทธิภาพในการผลิต และ เครือข่ายทางธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด
ที่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยใน
ตลาดโลก

ศักยภาพในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทยในตลาดโลก	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
	<i>r</i>	Sig.	N	ความสัมพันธ์	ทิศทาง	ระดับ ความสัมพันธ์
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)	0.771	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
ประสิทธิภาพในการ ผลิต (Productivity)	0.864	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)	0.591	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	ปานกลาง
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)	0.653	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มาก
แหล่งที่มาของ เทคโนโลยี (Technology Sourcing)	0.843	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)	0.845	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด
การดำเนินงานที่มุ่งเน้น การประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)	-0.100	0.265	126	ไม่มีความสัมพันธ์		
ภาพรวม	0.822	0.000*	126	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน	มากที่สุด

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในทิศทางเดียวกัน และมีระดับความสัมพันธ์ต่างกัน ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และภาพรวม มีระดับความสัมพันธ์มากที่สุด ด้านการเรียนรู้องค์กร และด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีระดับความสัมพันธ์มาก ในส่วนของด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ยกเว้นศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านการผลิตที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ปัจจัยด้านการผลิต และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จำแนกตามปัจจัยทางก้านประชากรศาสตร์ ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย จำนวน 126 โรงงาน ซึ่งได้มาจากโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียนกรมโรงงานอุตสาหกรรมที่เปิดดำเนินการ ณ ปัจจุบันและสามารถตอบแบบสอบถามการวิจัยได้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จของเครจซี่และมอร์แกน (Kerjcie and Morgan, 1970, pp.608-609) และนำไปเทียบสัดส่วนจากโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียนกรมโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 138 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยรายละเอียดโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันที่จดทะเบียนกรมโรงงานอุตสาหกรรม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 126 โรงงาน โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ 2559 ถึงเดือน มิถุนายน 2559 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยสถิติที่นำมาใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations : SD) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ F-test, LSD และ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับสมมติฐานหรือปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บแบบสอบถาม ทำให้ได้ผลสรุปของข้อมูลดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลของปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบการจดทะเบียนของสถานประกอบการ แบบบริษัทจำกัด จำนวน 102 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 81.00 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการอยู่ที่ 5-10 ปี จำนวน 77 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 61.1 ด้านขนาดของสถานประกอบการส่วนใหญ่ จะมีขนาดขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 84 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ด้านประเภทการผลิตของโรงงานส่วนใหญ่ เป็นโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ จำนวน 82 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 65.1

5.1.2 ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวมและในแต่ละด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย ด้านวัตถุดิบ ด้านคนงาน ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร ด้านวิธีการ และด้านเงินทุน

5.1.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมีความพร้อมเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายในส่วน ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.4 ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมีศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ในส่วน ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านการบริหารความรู้ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี และด้านการเรียนรู้ขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันมีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า

จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกันถึง 4 ด้าน คือ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี และด้านการบริหารความรู้

จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกันในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน

จำแนกตามขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมีขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมันแตกต่างกัน มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกันในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน

จำแนกตามลักษณะกระบวนการผลิตปาล์มน้ำมัน โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยมีลักษณะกระบวนการผลิตแตกต่างกัน มีผลต่อศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลกแตกต่างกันถึง 6 ด้าน คือ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการผลิต มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า

การจำแนกปัจจัยการผลิตด้านวัตถุดิบกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับน้อย ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ด้านประสิทธิภาพในการผลิต มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ด้านการเรียนรู้ขององค์กร และด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย โดยด้านแหล่งที่มาของ

เทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การจำแนกปัจจัยด้านการผลิตด้านคนงานกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านประสิทธิภาพในการผลิต มีความสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด โดยด้านการเรียนของรู้องค์กร ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้าน แหล่งที่มาของเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ส่วนด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านการบริหาร ความรู้ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การจำแนกปัจจัยด้านการผลิตด้านเครื่องจักร/เครื่องมือ กับศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับน้อย ในส่วนของรายด้านนั้น ด้าน ประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในระดับ มาก ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มีความสัมพันธ์ใน ระดับน้อย และ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย ในทิศทาง ตรงกันข้าม

การจำแนกปัจจัยด้านการผลิตด้านวิธีการ กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด ด้านการเรียนรู้องค์กร มี ความสัมพันธ์ในระดับมาก โดยด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหาร ความรู้ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ มี ความสัมพันธ์ในระดับน้อย

การจำแนกปัจจัยด้านการผลิตด้านเงินทุนกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมาก ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านการเรียนรู้องค์กร ด้าน ประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มีความสัมพันธ์ใน ระดับมาก โดยด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของ

อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า

การจำแนกปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มีความสัมพันธ์ในระดับมาก ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การจำแนกปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ระดับมาก ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มีความสัมพันธ์ระดับมาก ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การจำแนกปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับน้อย ในส่วนของรายด้านนั้น ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี และด้านการบริหารความรู้ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ มีความสัมพันธ์ระดับน้อย และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์ระดับน้อย ในทิศทางตรงกันข้าม โดยด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

การจำแนกปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพ

ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนของราย
ด้านนั้น ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ มี
ความสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ใน
ระดับมาก โดยด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และด้านการดำเนินงาน
ที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์ กับศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน
ไทยในตลาดโลก

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา เรื่องศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยใน
ตลาดโลก สามารถนำผลที่ศึกษามาอภิปรายผลได้ดังนี้

การศึกษาข้อมูลปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย พบว่า
สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชราพล ช่วยสุข (2555) ที่ศึกษา สภาพปัญหาและความต้องการของ
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน พบว่า รูปแบบการจัดระเบียบของสถานประกอบการ ของอุตสาหกรรม
ปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด รองลงมา เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด สหกรณ์นิคม และ บริษัท
จำกัด (มหาชน) ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่ ดำเนิน
กิจการ 5-10 ปี รองลงมา ต่ำกว่า 5 ปี และ มากกว่า 10 ปี ขนาดของสถานประกอบการ ของโรงงาน
อุตสาหกรรมปาล์ม ส่วนใหญ่ ได้แก่ ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน รองลงมาขนาดกลาง มีการ
จ้างงานไม่เกิน 51-200 คน และ ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน และ ประเภทการผลิตของ
โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน ส่วนใหญ่ ได้แก่ โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ รองลงมาโรงงานสกัด
น้ำมันปาล์มดิบ และผลิตพลังงานไฟฟ้า ผลิตไบโอดีเซล และ ผลิตพลังงานไฟฟ้า

การศึกษาปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก
แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านคนงาน ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร ด้านวิธีการ ด้านเงินทุน
พบว่า ไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุขสวัสดิ์ เรืองรอง (2548) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ
การผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย พบว่าปัจจัยด้านการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย
อยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านวัตถุดิบ ด้านคนงาน ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร ด้านวิธีการ ด้าน
เงินทุน ซึ่งแตกต่างกับปัจจัยการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ใน
ระดับปานกลาง

การศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยใน
ตลาดโลก แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้าน

ส่งเสริมทางการตลาด พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรดา เชื้อนชายแก้ว (2548) ที่ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมยาปฏิชีวนะ กลุ่มเซฟาโลสปอรินส์ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยโดยรวมของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก มีความพร้อมของ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย รองลงมา ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ พบว่า สอดคล้องกันกับ งานวิจัยของรุ่งนภา จันทราเทพ (2550) ที่ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย รายด้าน คือ ด้านเครือข่ายธุรกิจ และด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ที่อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ คือ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านการบริหารความรู้ และด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ไม่สอดคล้องกันเนื่องจาก ศักยภาพในการแข่งขันของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก อยู่ในระดับปานกลาง แต่ ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย อยู่ในระดับมาก

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนา ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ผลการวิจัย พบว่า โรงงานมีศักยภาพในการแข่งขันด้านการเรียนรู้ขององค์กรน้อยสุด รองลงมา คือ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี ด้านการบริหารความรู้ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ระดับปานกลาง และ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก ระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอที่จะใช้ในการเพิ่ม มีศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก รายละเอียดต่อไปนี้คือ

ด้านการเรียนรู้องค์กร จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทย ในด้านการเรียนรู้องค์กร อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี เพื่อเป็นกระบวนการพัฒนาความพร้อมในการทำงาน อยู่ในระดับน้อย และมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้น อุตสาหกรรมควรเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ทราบถึงความรู้และความพร้อมในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ควรอุตสาหกรรมมีการส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้การปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน เนื่องจากการเรียนรู้การปฏิบัติงานที่หลากหลายจะทำให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น เพื่อให้อุตสาหกรรมมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องควรที่จะให้อุตสาหกรรมมีการกำหนดสายงานเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และอุตสาหกรรมให้พนักงานทุกคนเรียนรู้งานที่ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา ได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์และปรับปรุงเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ด้านแหล่งที่มาขอเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทย ในด้านแหล่งที่มาขอเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะของพนักงานอยู่เสมอ เมื่อมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิต มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้นอุตสาหกรรม ควรที่จะมีการจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะของพนักงานอยู่เสมอ เพื่อที่จะสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้อุตสาหกรรมควรมีความสามารถในการเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการที่พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีใหม่นั้นจะทำให้อุตสาหกรรมสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมต้องสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน เพื่อที่จะสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมให้พร้อมในการแข่งขันในตลาดโลก

ด้านการบริหารความรู้ จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทย ในด้านด้านการบริหารความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่อง อุตสาหกรรมมีการติดตามการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้น อุตสาหกรรมควรมีการติดตามการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มากขึ้น เพื่อให้พนักงานใช้ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมควรส่งเสริมให้พนักงานได้มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ และให้พนักงานใช้ความรู้ในการพัฒนาสายการผลิต เนื่องจากการที่อุตสาหกรรมได้มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง พัฒนาการเอง พัฒนาสายการผลิต จะทำให้พนักงานในอุตสาหกรรมมีการบริหารความรู้มากขึ้น

และ อุตสาหกรรมควรกำหนดให้พนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมทำการถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงานด้วยกัน เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความสามารถที่เท่าเทียมกัน

ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านการบริหารความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเรียนรู้เทคนิคความชำนาญพิเศษและการบริหารจากหน่วยงานในเครือ มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้น อุตสาหกรรมควรที่จะสร้างเครือข่ายธุรกิจ เพื่อให้ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเรียนรู้เทคนิคความชำนาญพิเศษและการบริหาร จากหน่วยงานในเครือ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมควรมีความพยายามในการสร้างเครือข่ายให้ขยายตัวอยู่เสมอ เพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจกับคู่แข่ง การสร้างเครือข่ายธุรกิจทำให้มีการพินิจกำลังทางเทคโนโลยี สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีราคาแพงโดยการลงทุนร่วมกัน และอุตสาหกรรมควรมีสร้างความสัมพันธ์อันดีกับอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้ทำให้อุตสาหกรรมมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ด้านประสิทธิภาพในการผลิต จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านประสิทธิภาพในการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมได้ดำเนินจัดหาวัตถุดิบในการผลิตได้ตามความต้องการและมาตรฐานของโรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้น อุตสาหกรรมควรจัดหาวัตถุดิบในการผลิตได้ตามความต้องการและมาตรฐานของโรงงาน เพื่อให้โรงงานมีประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การที่อุตสาหกรรมมีมาตรฐานในการผลิตที่สม่ำเสมอจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือของอุตสาหกรรม และ อุตสาหกรรมควรที่จะส่งเสริมความสามารถในการผลิตและพัฒนาคุณภาพในการผลิตอยู่เสมอ เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ

ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการผลิตและการบริการ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและจงรักภักดีต่อโรงงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญในการผลิตและการบริการมากขึ้น เพราะจะทำให้ลูกค้ามั่นใจและจงรักภักดีกับโรงงาน นอกจากนี้การที่อุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการสร้างความแตกต่างให้กับโรงงาน ทั้งด้านการผลิตและการบริการ จะทำให้อุตสาหกรรมมีความโดดเด่นกว่าที่อื่น การที่อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการติดตามข่าวสารและแสวงหาโอกาส เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการสนับสนุนการ

ตัดสินใจด้วยความเป็นอิสระ โดยผู้บริหารตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วในการดำเนินงานของโรงงาน ทำให้โรงงานสามารถที่จะพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว

ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่โรงงานให้ความสนใจส่วนใหญ่ คือ การให้บริการลูกค้าก่อนและหลัง อย่างสม่ำเสมอ และ ให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเก่าและพร้อมสนองความต้องการของลูกค้ารายใหม่ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจะทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีและมั่นใจในตัวโรงงานและนอกจากนี้หาก อุตสาหกรรมให้ความสำคัญและเอาใจใส่ลูกค้าเสมอ และ สนับสนุนให้พนักงานบริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ด้านภาพรวมของศักยภาพในการแข่งขัน จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านภาพรวม อยู่ระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานให้ความสนใจส่วนใหญ่ คือ ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ ด้านประสิทธิภาพในการผลิต ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ ด้านการบริหารความรู้ ด้านแหล่งที่มาของเทคโนโลยี และ ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ที่โรงงานให้ความสนใจ

2. ปัจจัยด้านการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการผลิต ไม่ว่าจะเป็น ด้านวัตถุดิบ ด้านคนงาน ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร ด้านวิธีการ และด้านเงินทุน อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอที่จะใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก รายละเอียดต่อไปนี้คือ

ด้านเงินทุน จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านเงินทุน อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องรัฐบาลให้การช่วยเหลือด้านเงินทุน มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด เนื่องจากรัฐบาลให้การสนับสนุนโรงงานเรื่องเงินทุนอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ การที่โรงงานมีเงินทุนสำรองเพียงพอ สภาพคล่องของโรงงาน และการจัดสรรเงินทุนอย่างเป็นระบบนั้น ที่มากพอ จะทำให้การจัดการด้านเงินทุนของโรงงานไม่เกิดปัญหาด้านการเงิน

ด้านวิธีการ จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านวิธีการ อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องความสามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของตลาด มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด เนื่องจากการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในปัจจุบันนั้นเป็นโรงงานขนาดเล็ก ความสามารถในการผลิตอย่างจำกัด นอกจากนี้การเพิ่มความสามารถในการควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตภายในอุตสาหกรรม การผลิตที่ได้มาตรฐาน และการควบคุมต้นทุนในการผลิตให้ได้มากขึ้น จะทำให้โรงงานมีวิธีการในการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านเครื่องมือ/เครื่องจักร จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านวิธีการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานให้ความสนใจส่วนใหญ่

คือ เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัย ส่งผลให้โรงงานมีความน่าเชื่อถือในการผลิต นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือ/เครื่องจักรได้เต็มประสิทธิภาพ เครื่องมือ/เครื่องจักรที่ได้รับมาตรฐาน และเครื่องมือ/เครื่องจักรที่เพียงพอต่อการผลิต จะส่งผลให้โรงงานใช้เครื่องมือ/เครื่องจักร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ด้านวัตถุดิบ จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านวิธีการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานส่วนใหญ่ให้ความสนใจ คือ การคัดเลือกผลปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพ เนื่องจากการใช้ผลปาล์มที่มีคุณภาพจะทำให้โรงงานผลิตน้ำมันปาล์มดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ถ้าโรงงานสามารถหาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเก็บวัตถุดิบ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้รับมาตรฐาน ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบ เพียงพอกับความต้องการผลิต ที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้โรงงานสามารถใช้วัตถุดิบได้เพียงพอและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านคนงาน จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านคนงาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานส่วนใหญ่ให้ความสนใจ คือ การจัดสรรพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ และ พนักงานมีคุณภาพในการทำงาน เนื่องจากการจัดสรรพนักงาน และ พนักงานที่มีคุณภาพในการทำงานจะทำให้งานที่ออกมามีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ โรงงานยังขาดพนักงานที่เพียงพอในแต่ละฝ่าย และ พนักงานบางคนยังขาดความรู้ความสามารถ ภายใต้งานที่รับผิดชอบ ส่งผลให้งานที่ออกมาขาดประสิทธิภาพ

ด้านภาพรวมของปัจจัยด้านในการผลิต จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านภาพรวม อยู่ระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานให้ความสนใจส่วนใหญ่ คือ ด้านวัตถุดิบด้านคนงาน เนื่องจากการที่โรงงานให้ความสนใจในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ในส่วนของด้านคนงาน การจัดสรรคนงานให้มีคุณภาพจะทำให้พนักงานใช้ความรู้ความสามารถให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้านรองลงมา คือ เครื่องมือ/เครื่องจักร ด้านวิธีการ และด้านเงินทุน

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของ โรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอที่จะใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก รายละเอียดต่อไปนี้คือ

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ อยู่ในระดับปานกลาง แต่ประเด็นเรื่องความสามารถในการรองรับเกษตรกรในปริมาณมาก และ ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของโรงงานอุตสาหกรรม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ที่สุด เนื่องจาก โรงงานส่วนใหญ่เป็น โรงงานขนาดเล็ก จึงทำให้ไม่มีพื้นที่มากพอในการรับเกษตรกร
ในปริมาณมาก และไม่มีชื่อเสียงมากพอ นอกจากนี้ ถ้าสามารถเพิ่มการบริการที่รวดเร็ว และการสร้าง
โรงงานที่ได้รับมาตรฐานและผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น ก็จะสามารถทำให้ด้านผลิตภัณฑ์และ
การบริการของโรงงานในประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น

ด้านราคาจากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ใน
ด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานส่วนใหญ่ให้ความสนใจ คือ การตรวจสอบราคา
กับคู่แข่ง เนื่องจาก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานจะส่งผลดีต่อโรงงาน นอกจากนี้ถ้าโรงงานมีการ
กำหนดราคาที่แน่นอน การตั้งราคาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม และมีการตรวจสอบราคาอย่าง
สม่ำเสมอ จะทำให้โรงงานมีความน่าเชื่อถือต่อเกษตรกร มากขึ้น

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของ
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ในด้านการส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่
โรงงานส่วนใหญ่ให้ความสนใจ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการใส่ใจ
ชุมชนของโรงงานจะส่งผลให้ภาพลักษณ์ของโรงงานไปในทิศทางที่ดี ไม่ปล่อยกลิ่น หรือของเสียออก
จากโรงงาน นอกจากนี้ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเกษตรกร เช่น มีพนักงานให้ข้อมูลข่าวสาร แนะนำเกษตรกร
การส่งเสริมการขาย จัดโปรโมชั่นพิเศษให้กลุ่มลูกค้าเกษตรกร เช่น สัมมนาคุณ และการโฆษณาและ
ประชาสัมพันธ์ ที่มากขึ้นจะทำให้โรงงานเป็นที่รู้จักในกลุ่มเกษตรกรมากยิ่งขึ้น

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์ม
น้ำมันไทย ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่โรงงานส่วนใหญ่ให้ความสนใจ
คือ ท่าเลที่ตั้งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน เส้นทางมีความสะดวกในการเข้าถึง และ ป้ายชื่อโรงงาน
ชัดเจน เพื่อสะดวกในการเดินทางของเกษตรกร นอกจากนี้การติดต่อได้หลากหลายช่องทางก็สามารถ
ที่จะให้เกษตรกรติดต่อกับโรงงานได้ง่ายขึ้น

ด้านภาพรวมของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วน
ประสมทางการตลาด ในด้านภาพรวม อยู่ระดับปานกลาง โดยประเด็นที่โรงงานให้ความสนใจส่วน
ใหญ่ คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย เนื่องจากสถานที่ตั้งที่ชัดเจน ความสะดวกในการเดินทาง การติดต่อ
ได้หลากหลายช่องทาง จะทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงโรงงานได้ง่าย รองลงมา ด้านส่งเสริมทางการ
ตลาดเพื่อเป็นการของคณาลูกค้า และเป็นการเชิญชวนเกษตรกรเข้ามามากขึ้น สุดท้าย คือ ด้านราคา
และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ให้ความสนใจ

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรมีการศึกษาถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของในตลาดโลก เพื่อให้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม ให้เตรียมความพร้อมในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมผลไม้ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

5.4.2 ควรมีการศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมปาล์ม น้ำมันไทย เพื่อที่นำข้อมูล ที่ได้มาปรับและพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2559). ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน. สืบค้นจาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1search>
- กองส่งเสริมกรมการค้าสินค้าเกษตร1. (2558). ราคาผลปาล์มทะเลลาย. สืบค้นจาก http://agri.dit.go.th/web_dit_sec4/home/
- ทัศนาศ อุดมพันธ์. (2554). การศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์มดิบในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).
- ธราพล ช่วยสุข. (2554). การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ).
- นิรดา เชื้อนชัยแก้ว. (2548). โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมยาปฏิชีวนะกลุ่มเซฟาโลสปอรินส์. (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- รหัท รามพรรณพงศ์. (2550). ประสิทธิภาพราคาในตลาดน้ำมันปาล์มของประเทศไทย
- รุ่งนภา จันทราเทพ. (2550). ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- ศิวาพร นาคนชม. (2556). กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอุดมสุขรับซื้อของเก่า อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2557). การผลิตปาล์มน้ำมันไทยภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นจาก <http://www.oleen.co.th/th/knowledge/interesting>
- สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2558. (2558). สืบค้นจาก http://www.oae.go.th/download/document_tendency/journalofecon2558.pdf
- สุกัลยา กาเซ็ม. (2546). การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- สุขวัศ เรืองรอง. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร).



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

ตอนที่ 1: แบบสอบถามปัจจัยข้อมูลพื้นฐานของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงคำตอบของท่านตามความเป็นจริง

1.รูปแบบธุรกิจของท่านเป็นแบบใด

- () 1. บริษัทจำกัด (มหาชน) () 2. บริษัทจำกัด
() 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด () 4. สหกรณ์นิคม

2.ระยะเวลาในการดำเนินงานของโรงงานปาล์มน้ำมัน

- () 1. ต่ำกว่า 5 ปี () 2. 5 – 10 ปี
() 3. มากกว่า 10 ปี

3.ขนาดของโรงงานผลิตปาล์มน้ำมัน

- () 1. ขนาดเล็ก มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน
() 2. ขนาดกลาง มีการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน
() 3. ขนาดใหญ่ มีการจ้างงานมากกว่า 200 คน

4.โรงงานมีลักษณะกระบวนการผลิตใดบ้าง

- () 1. โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ () 2. โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบและผลิตพลังงานไฟฟ้า
() 3. ผลิตไบโอดีเซล () 4. ผลิตพลังงานไฟฟ้า

ตอนที่ 2: แบบสอบถามปัจจัยการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทย ใน ตลาดโลก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงคำตอบของท่านตามความเป็นจริง

ปัจจัยการผลิต	ระดับความสามารถ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
วัตถุดิบ (Material)					
5. การคัดเลือกผลปาล์มน้ำมันที่มีคุณภาพ					
6. ปริมาณปาล์มน้ำมันดิบเพียงพอ กับความต้องการผลิต					
7. วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ได้รับมาตรฐาน					
8. มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมใน การเก็บวัตถุดิบ					
คนงาน (Man)					
9. จำนวนพนักงานที่เพียงพอใน การแต่ละฝ่ายการผลิต					
10. ความรู้ความสามารถของ พนักงานภายใต้งานที่รับผิดชอบ					
11. การจัดสรรพนักงานอย่างมี ประสิทธิภาพ					
12. พนักงานที่มีคุณภาพในการ ทำงาน					

ปัจจัยการผลิต	ระดับความสามารถ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
เครื่องจักร/เครื่องมือ(Machines)					
13. เครื่องจักร/เครื่องมือที่ทันสมัย					
14. การใช้งานเครื่องจักร/เครื่องมือได้เต็มศักยภาพ					
15. เครื่องจักร/เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตได้รับมาตรฐาน					
16. เครื่องจักร/เครื่องมือที่เพียงพอต่อการผลิต					
วิธีการ (Method)					
17. กระบวนการผลิตที่ได้รับมาตรฐาน					
18. สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของตลาด					
19. สามารถควบคุมต้นทุนในการผลิต					
20. ความสามารถในการควบคุมปัญหาที่เกิดจากกระบวนการผลิตภายในอุตสาหกรรม					
เงินทุน (Money)					
21. สภาพคล่องของโรงงาน					
22. โรงงานมีการจัดสรรเงินทุนอย่างเป็นระบบ					
23. โรงงานมีเงินทุนสำรองที่เพียงพอ					

ปัจจัยการผลิต	ระดับความสามารถ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
24. รัฐบาลให้การช่วยเหลือด้าน เงินทุน					

ตอนที่ 3: แบบสอบถามด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงงานอุตสาหกรรม
ปาล์มน้ำมันไทย ในตลาดโลก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงคำตอบของท่านตามความเป็นจริง

ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาด	ระดับความพร้อม				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)					
25. การให้บริการที่รวดเร็วของ โรงงานกับเกษตรกร					
26. การผลิตที่หลากหลาย					
27. มีความสามารถในการรองรับ เกษตรกรในปริมาณมาก					
28. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ โรงงานอุตสาหกรรม					
ด้านราคา (Price)					
29. มีราคากำหนดที่แน่นอน					
30. การกำหนดราคาอย่าง เหมาะสมและเป็นธรรม					
31. มีการตรวจสอบราคา อย่าง สม่ำเสมอ					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาด	ระดับความพร้อม				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
32. มีการตรวจสอบราคากับ คู่แข่ง					
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)					
33.ทำเลที่ตั้งสามารถมองเห็นได้ ชัดเจน					
34. เส้นทางมีความสะดวกใน การเข้าถึง					
35.ป้ายชื่อโรงงานชัดเจน					
36.สามารถติดต่อได้หลากหลาย ช่องทาง					
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)					
37. การ โฆษณา และ ประชาสัมพันธ์					
38.การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเกษตร เช่น มีพนักงานให้ข้อมูลข่าวสาร แนะนำเกษตร					
39. การส่งเสริมการขาย จัด โปรโมชั่นพิเศษให้กลุ่มลูกค้า เกษตรกร เช่น สัมมนาคุณ					
40.ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม					

ตอนที่ 4: แบบสอบถามด้านศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงคำตอบของท่านตามความเป็นจริง

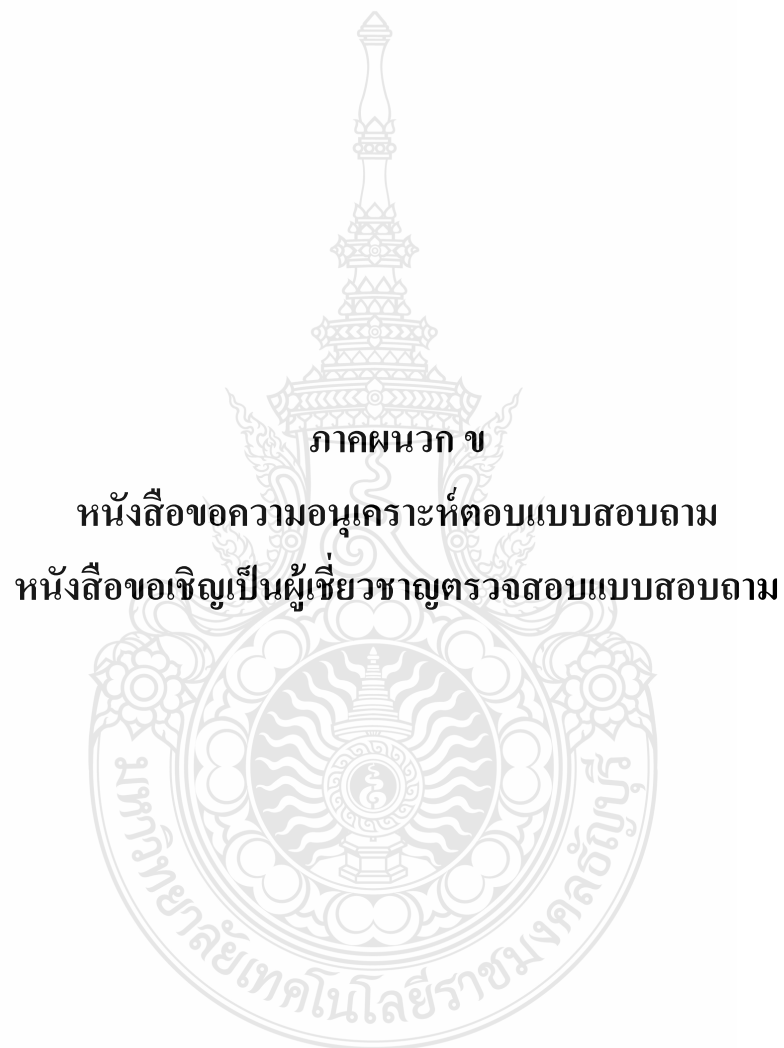
ศักยภาพในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning)					
41. อุตสาหกรรมให้พนักงานทุกคนเรียนรู้งานที่ปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา ได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์และปรับปรุงเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด					
42. อุตสาหกรรมมีการกำหนดสายงานเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อให้เกิดการปรับปรุงและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง					
43. อุตสาหกรรมมีการส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้การปฏิบัติงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน					
44. อุตสาหกรรมเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี เพื่อเป็นกระบวนการพัฒนาความพร้อมในการทำงาน					

ศักยภาพในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ประสิทธิภาพในการผลิต (Productivity)					
45. อุตสาหกรรมได้ดำเนินจัดหาวัตถุดิบในการผลิตได้ตามความต้องการและมาตรฐานของโรงงาน					
46. อุตสาหกรรมได้ส่งเสริมความสามารถในการผลิตเพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ					
47. อุตสาหกรรมมีการพัฒนาคุณภาพในการผลิตอยู่เสมอ					
48. อุตสาหกรรมมีมาตรฐานในการผลิตที่สม่ำเสมอ					
ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation)					
49. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญและเอาใจใส่ลูกค้าเสมอ					
50. อุตสาหกรรมสนับสนุนให้พนักงานบริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ					
51. อุตสาหกรรมให้บริการลูกค้าก่อนและหลัง อย่างสม่ำเสมอ					
52. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเก่าและพร้อมสนองความต้องการของลูกค้ารายใหม่					

ศักยภาพในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network)					
53. อุตสาหกรรมสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับ อุตสาหกรรมที่มีกระบวนการ ผลิตที่คล้ายคลึงกัน					
54. อุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจ ทำให้มีการผนีกกำลังทาง เทคโนโลยี สามารถเข้าถึง เทคโนโลยีราคาแพงโดยการ ลงทุนร่วมกัน					
55. อุตสาหกรรมมีเครือข่ายธุรกิจ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการ เรียนรู้เทคนิคความชำนาญพิเศษ และการบริหารจากหน่วยงานใน เครือ					
56. อุตสาหกรรมมีความพยายาม ในการสร้างเครือข่ายให้ขยายตัว อยู่เสมอ เพื่อความได้เปรียบทาง ธุรกิจ					
แหล่งที่มาของเทคโนโลยี (Technology Sourcing)					
57. อุตสาหกรรมมีความสามารถ ในการเลือกใช้เทคโนโลยีได้ อย่างเหมาะสม					

ศักยภาพในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
58. อุตสาหกรรมมีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี					
59. อุตสาหกรรมสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกโรงงาน					
60. อุตสาหกรรมจัดให้มีการฝึกอบรมทักษะของพนักงานอยู่เสมอ เมื่อมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิต					
การบริหารความรู้ (Knowledge Management)					
61. อุตสาหกรรมมีการติดตามการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงาน					
62. อุตสาหกรรมกำหนดให้พนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมทำการถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงานด้วยกัน					
63. อุตสาหกรรมส่งเสริมให้พนักงานได้มีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ					

ศักยภาพในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
64. อุตสาหกรรมส่งเสริมให้พนักงานใช้ความรู้ในการพัฒนาสายการผลิตเสมอ					
การดำเนินงานที่มุ่งเน้นการประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)					
65. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการผลิตและการบริการ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและจงรักภักดีต่อโรงงาน					
66. อุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการติดตามข่าวสารและแสวงหาโอกาส เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน					
67. อุตสาหกรรมสนับสนุนการตัดสินใจด้วยความเป็นอิสระ โดยผู้บริหารตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วในการดำเนินงานของโรงงาน					
68. อุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการสร้างความแตกต่างให้กับโรงงาน ทั้งด้านการผลิตและการบริการ					



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

ที่ ศธ ๐๕๓/๘.๐๖ / ๑๑๑๓



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

พ กุมภาพันธุ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอดความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการ

ด้วย นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอดความอนุเคราะห์
ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอดความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจก
แบบสอบถามเพื่อประกอบการวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

กฤษดา กฤษดาพร

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กฤษดาพร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก

โทร. ๐๘ ๐๖๒๑ ๕๑๘๙

ที่ ศธ ๐๕๓/๘.๐๖ / ๑๑๑๕



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๗/ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณฑลบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณฑลบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก

โทร. ๐๘ ๐๖๒๑ ๕๑๘ ๙

ที่ ศธ ๐๕๓/๘.๐๖ / ๑๑๑๘



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

พ กุมภาพันธุ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
“ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร
กฤษกุลบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

สุดาพร กฤษกุลบุตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กฤษกุลบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก

โทร. ๐๘ ๐๖๒๑๕ ๑๘ ๙

ที่ ศธ ๐๕๓๗๘.๐๖ / ๑๑๑๕



คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏนรงค์ จตุรัส

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
“ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันไทยในตลาดโลก” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร
กฤษณบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กฤษณบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๒๑

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเบญญทิพย์ หนูเผือก

โทร. ๐๘ ๐๖๒๑๕ ๑๘ ๙

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวเบญญทิพย์ หนูเฟือก
วัน เดือนปี เกิด	วันที่ 29 เดือน มกราคม พ.ศ. 2535
ที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน	87 หมู่ 1 ตำบลบ่อหิน อำเภอเสีเกา จังหวัดตรัง 92150
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประสบการณ์ทำงาน	ก.ค. 2557 - ธ.ค. 2559 เจ้าหน้าที่ประสานงานขายทางโทรศัพท์ บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยเทรดดิ้ง จำกัด
	ม.ค. 2560 - ปัจจุบัน พนักงานขาย บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยเทรดดิ้ง จำกัด
เบอร์โทรศัพท์	080-621-5189
อีเมล	Benyatip29@gmail.com

