

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ โครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานทางการตลาด
ของพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวชบา บานใบ

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.พัฒนา เจริญวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.พิกุล ไคว้สุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงสถานการณ์การผลิตและการตลาด พริกชี้หนู รวมทั้งเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้รวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอแม่แตง อำเภอพร้าว และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารหน่วยงานต่างๆ การศึกษาโครงสร้างการตลาดได้ใช้วิธีการวิเคราะห์การกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนูจากผู้รวบรวมท้องถิ่นทั้ง 4 อำเภอ และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่มียอดขายหรือส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด 2 และ 4 อันดับแรก โดยใช้วิธี Herfindahl Hirschman Index : HHI การศึกษาพฤติกรรมการตลาดจะทำการศึกษาในส่วนของการแข่งขันด้านราคาและด้านที่ไม่ใช่ราคา การศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดวิเคราะห์จากความสามารถในการทำกำไร

จากการศึกษาพบว่า ในปี 2555 การผลิตพริกชี้หนูทั้ง 4 อำเภอ มีพื้นที่การเพาะปลูกที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอเวียงแหง ช่วงเวลาในการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตของแต่ละอำเภอจะมีช่วงเวลาที่ต่างกัน ทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปีและมีผลของฤดูกาลน้อย สถานการณ์ทางการตลาดพริกชี้หนุนั้น ราคาพริกชี้หนูจะผันผวนตลอดเวลารับขึ้นลงตามกลไกการตลาด โดยจะมีราคาสูงขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น โครงสร้างการตลาดพริกชี้หนูเมื่อวัดจากการกระจุกตัวของตลาดพริกชี้หนูในระดับตลาดค้าส่งในแต่ละอำเภอโดยใช้ดัชนี HHI พบว่า อำเภอเชียงดาวมีระดับการกระจุกตัว

ต่ำที่สุดอยู่ที่ 0.11 รองลงมาคือ อำเภอพร้าว อำเภอเวียงแหง และอำเภอแม่แตงระดับการกระจุกตัว 0.18 0.19 และ 0.29 ตามลำดับ แสดงว่าตลาดอำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว และอำเภอพร้าว มีลักษณะเป็นตลาดผู้ขาย น้อยราย และอำเภอแม่แตงมีลักษณะเป็นตลาดผูกขาดเช่นเดียวกับตลาดค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาพฤติกรรมการตลาดเกี่ยวกับการกำหนดราคาพริกชี้หนูนั้นพบว่าเกษตรกร ผู้รวบรวม ท้องถิ่น และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาเองทั้งหมดซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาที่พบว่าลักษณะของตลาดเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ทำให้มีอำนาจในการกำหนดราคา โดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การกำหนดราคาจะเป็นลักษณะของการบวกเพิ่ม (Markup price) โดยจะคิด เพิ่ม 2 - 10 บาท จากราคาทุนที่รับซื้อ ซึ่งจะมีในส่วนของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและผลกำไร การแข่งขันด้านที่ไม่ใช่ราคานั้นพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่จะมี 2 ลักษณะ คือ พริกชี้หนูเม็ดเล็ก และพริกชี้หนูเม็ดใหญ่ พริกชี้หนูเม็ดเล็กจะมีตลาดรองรับผลผลิตเป็นจำนวนมากถือได้ว่าเป็นที่ ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนพริกชี้หนูเม็ดใหญ่จะถูกนำส่งออกไปยัง ตลาดต่างประเทศได้แก่ ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ เป็นต้น การศึกษาผลการดำเนินงานทาง การตลาดเมื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนกำไรขั้นต้นระหว่างผู้รวบรวมท้องถิ่นในอำเภอแม่แตงและ พ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้รวบรวมท้องถิ่นมีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นร้อยละ 33.33 และพ่อค้าส่ง ในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 20 อัตราส่วนกำไรสุทธิของผู้รวบรวม ท้องถิ่น ร้อยละ 31.33 และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 5.68 แสดงให้เห็นว่าผู้รวบรวม ท้องถิ่นมีผลกำไรจากการขายผลผลิตมากกว่าพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ แต่เมื่อเทียบกับช่วงเวลา ที่สามารถทำกำไรนั้นพ่อค้าส่งสามารถทำกำไรได้ตลอดทั้งปี แต่ผู้รวบรวมท้องถิ่นจะสามารถทำ กำไรได้เพียงช่วงฤดูกาลเดียวคือ ช่วงที่ท้องถิ่นนั้นๆ ทำการเก็บเกี่ยวผลผลิต

สรุปได้ว่า โครงสร้างการตลาดของพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นตลาด แข่งขันไม่สมบูรณ์ แต่การกำหนดราคายังขึ้นอยู่กับกลไกการตลาด พริกชี้หนูเม็ดเล็กจะมีส่วนแบ่ง การตลาดของตลาดขายส่งที่มากกว่าพริกชี้หนูเม็ดใหญ่ และผลการดำเนินงานทางการตลาดนั้น ผู้รวบรวมท้องถิ่นจะมีอัตราส่วนกำไรสุทธิที่สูงกว่าพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมี ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำกว่า ปัญหาที่พบจากการศึกษา คือ เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรอง ราคาสผลผลิตพริกชี้หนูน้อยมากและราคาสผลผลิตพริกชี้หนูน้อยยังคงมีความผันผวนอีกด้วย

Independent Study Title Structure, Conduct and Performance of Bird Chilli
(*Capsicum frutescens* L.) Market in Chiang Mai Province

Author Ms. Chaba Banbai

Degree Master of Science (Agribusiness)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Pattana Jierwiryapant

Advisor

Assoc. Prof. Phikul Kowsuwan

Co-advisor

ABSTRACT

The objectives of this study was to understand the production and marketing situation of Bird Chilli and to provide insight into structure, conduct and performance of the market. Primary data was collected using in depth interview from wholesalers in Chiang Mai and local collectors in four districts namely: Wiang -Haeng, Chiang Dao, Mae Taeng and Phrao. Secondary data were gathered from document of agencies. The market structure of Bird Chilli is wholesalers in Chiang Mai and local collectors in four districts were analyzed using concentration ratio of Herfindahl Hirschman Index: HHI. To study market conduct, both price competition and non-price competition were investigated. To Study performance of market by analyze ability to make profit.

The result from this study found that in 2555, Cultivated area of Bird Chilli in all four district have increased especially in Wiang Haeng districts. However, period of cultivation and harvesting time in each district differed. Thus, make supply of Bird Chilli in the market stable and spread out evenly, over the year. Price of Bird Chilli in the market always fluctuate depend on market mechanism. The price is higher during the festival period, such as New Year and Songkran. Market structure of Bird Chilli was analyzed using concentration of the Bird Chilli in the wholesale market and four districts using the Herfindahl Hirschman Index: HHI. The result showed that levels of concentration in Chiang Dao was lowest at 0.11, followed by Phrao, Wiang-

Haeng and Mae Taeng district with the level of concentration 0.18 0.19 and 0.29 respectively. The results indicated that market structure in Phrao, Chiang Dao and Wiang- Haeng district are oligopoly. Mae Taeng district showed to be pure monopoly. Wholesale market in Chiang Mai also have high monopoly power. The study of market conduct about pricing found that farmers, local collectors and wholesalers in Chiang Mai are price taker. The results from this study found that characteristic of market is imperfectly competitive market, therefore, price of Bird chilli depend on market mechanisms. Characteristic of Pricing is Markup price. Markup Pricing will increase by 2-10 percent above purchasing price. This cost composed of operation cost and profit. The Bird Chilli in Chiang Mai include 2 types, large seed and small seed. Small Bird Chilli has high demand for both domestic market and export. The export market are mainly Malaysia and Singapore. The study about performance of market was conducted through local collectors in Mae Taeng district and wholesalers in Chiang Mai. Local collectors have profit margin of 33.33 percent and wholesalers in Chiang Mai, have gross profit margin of 20 percent and profit margin of the local collector is 31.33 percent, while wholesalers in Chiang Mai received 5.68 percent. This indicated that local collectors received higher profits from the sale than wholesalers in Chiang Mai. However, wholesalers in Chiang Mai have a year round business and can make profit throughout the year, while the local collectors only make profit during one season in the local harvest area.

One can concluded that the market structure of Bird Chilli in Chiang Mai is imperfectly competitive market. Pricing depends on market mechanisms. Small Bird Chilli seed has wider market than large Bird Chilli seed. Market performance found that local collectors have higher net profit than wholesalers in Chiang Mai. Problem found in this study was farmers have very little bargaining power, Farmers also faced high price fluctuation.