

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

##### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แนวคิดของการจัดองค์กรทางอุตสาหกรรมหรือตลาด (Concepts of Industrial Organization: IO) ในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างการตลาด พฤติกรรมการตลาด และผลการดำเนินงานทางด้านการตลาด โดยโครงสร้างการตลาดจะทำการศึกษาข้อมูลจากผู้รวบรวมท้องถิ่นอำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอพร้าว อำเภอแม่แตง และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาถึงการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ Herfindahl Hirschman Index (HHI) วัดผลของมือในการศึกษาจากส่วนแบ่งการตลาดและยอดขาย การศึกษาด้านพฤติกรรมการตลาดทำการศึกษาข้อมูลจากผู้รวบรวมท้องถิ่นอำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอพร้าว อำเภอแม่แตง และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ เช่นเดียวกับโครงสร้างการตลาด ศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคาและด้านที่ไม่ใช่ราคา วิเคราะห์ข้อมูลจากวิธีการกำหนดราคาสินค้า ผลิตภัณฑ์ สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ส่วนการศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดจะศึกษาข้อมูลจากผู้รวบรวมท้องถิ่นอำเภอแม่แตง และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรขั้นต้น อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย วิธีการผลิตสินค้า และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เพื่อวัดความสามารถในการทำกำไร ความสามารถในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต และความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์

## 3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

### 3.3 ข้อมูลและการเก็บรวบรวม

การศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยแบ่งได้ดังนี้

- ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ข้อมูลการวิเคราะห์โครงสร้างการตลาด พฤติกรรมการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยทำการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (depth interview) จากผู้รวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ การจัดการผลิต เทคนิคการผลิต จำนวนเงินทุน จำนวนคนงาน ปริมาณการผลิต การแบ่งเกรดของผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย และปัญหาด้านการผลิตและด้านการตลาดของผลผลิต พริกชี้หนู ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) หรือเรียกว่า การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (convenience sampling) (ยูทช, 2554: 74) เนื่องจากมีข้อจำกัดในส่วนของเวลาและค่าใช้จ่าย ผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นผู้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง

- ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการ อินเทอร์เน็ต และรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้นเพื่อหาข้อมูลสถิติการเพาะปลูกพริกชี้หนูสวน ยอดขาย ราคาขาย ข้อมูลการตลาด และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพริกชี้หนู

### 3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- การศึกษาโครงสร้างการตลาดจะศึกษาข้อมูลจากผู้รวบรวมท้องถิ่นอำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอพร้าว อำเภอแม่แตง และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มียอดขายหรือส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด

- การศึกษาพฤติกรรมการตลาดและผลการดำเนินงานทางการตลาด จากผู้รวบรวมท้องถิ่น อำเภอเวียงแหง อำเภอเชียงดาว อำเภอพร้าว อำเภอแม่แตง และพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะสุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ 1 ใน 3 ของจำนวนผู้รวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) หรือเรียกว่า การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (convenience sampling)

ตารางที่ 3.1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าส่งพริกชี้หนูที่ใช้ในการศึกษา

อำเภอ / พ่อค้าส่ง	จำนวนทั้งหมด (ราย)	จำนวนที่สุ่มตัวอย่าง (ราย)
เวียงแหง	15	5
เชียงดาว	10	3
พร้าว	15	5
แม่แตง	5	2
เมือง จ.เชียงใหม่	12	4
<b>รวม</b>	<b>57</b>	<b>19</b>

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การศึกษา จะใช้วิธีการวิเคราะห์ทั้งวิธีเชิงพรรณนาและวิธีเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถแยกอธิบายได้ดังนี้คือ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** สถานการณ์การผลิตและการตลาดพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัย และอื่นๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** จะวิเคราะห์ตามทฤษฎีโครงสร้างการตลาด จะพิจารณาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมตลาดขายส่งพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม จะวิเคราะห์ว่า ในส่วนแบ่งตลาดร้อยละส่วนนั้น ส่วนที่มีอำนาจในตลาดหรือมีผลต่อตลาดนั้นคิดเป็นเท่าใดของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด ซึ่งเครื่องมือในการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมนั้นจะใช้โดยวิธี Herfindahl Hirschman Index: HHI ใช้ส่วนแบ่งการตลาดหรือยอดขายในการวัดการกระจุกตัว ซึ่งหากอุตสาหกรรมมีค่าดัชนีที่ได้จะใกล้เคียงกับ 0 ซึ่งเป็นลักษณะตลาดก็จะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ การกระจุกตัวมีค่าน้อย แต่ในทางกลับกันหากตลาดมีการกระจุกตัวในยอดขายมากค่าดัชนีจะเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตลาดมีลักษณะผูกขาด ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$HHI_{jn} = \sum_{i=1}^n S_{ij}^2 \quad \text{โดยที่ } 0 \leq HHI \leq 1 \quad \dots\dots\dots(1)$$

$$S_{ij} = \frac{S_i \times 100}{S_{jt}}$$

กำหนดให้ HHI คือ Herfindahl Hirschman Index

S คือ ส่วนแบ่งการตลาดของพริกชี้หนู

n คือ จำนวนของผู้รวบรวมท้องถิ่น หรือ พ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่

i คือ ผู้รวบรวมท้องถิ่น หรือ พ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่รายที่ 1, 2, 3,...n

j คือ อำเภอ โดยที่ 1 = อำเภอเวียงแหง

2 = อำเภอเชียงดาว

3 = อำเภอพร้าว

4 = อำเภอแม่แตง

5 = อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

$S_{ji}$  คือ ยอดขายรวมของผลผลิตพริกชี้หนูในอำเภอหรือจังหวัดที่ j

$S_i$  คือ ยอดขายพริกชี้หนูของผู้รวบรวมท้องถิ่น หรือ พ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่รายที่ i (กิโลกรัมต่อวัน)

$S_{ij}$  คือ ส่วนแบ่งการตลาดของผู้รวบรวมท้องถิ่น หรือ พ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่รายที่ i ในอำเภอที่ j (กิโลกรัมต่อวัน)

โดยค่า HHI ที่มีค่าเท่ากับส่วนแบ่งตลาดรวมยกกำลังสองจะเป็นตลาดที่มีอำนาจตลาดมากที่สุดจะพบในตลาดที่มีการผูกขาด และในขณะเดียวกันตลาดที่มี HHI น้อยกว่าค่าของส่วนแบ่งตลาดยกกำลังสองจะมีอำนาจตลาดน้อยกว่าตลาดผูกขาด

ค่า HHI ที่มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้ามีค่าใกล้เคียง 0 ตลาดพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะใกล้เคียงตลาดแข่งขันสมบูรณ์ แต่ถ้ามีค่าใกล้เคียง 1 จะมีลักษณะใกล้เคียงตลาดผูกขาด แต่ถ้าตลาดพริกชี้หนูในจังหวัดเชียงใหม่มีขนาดเท่าเทียมกัน HHI จะมีค่าเท่ากับ  $\frac{1}{n}$

ค่า HHI มีค่าสูงขึ้นเพียงใด การกระจุกตัวของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมก็จะสูงขึ้นเพียงนั้น กนกศักดิ์ (2552) รายงานว่า มาตรฐานของสหรัฐอเมริกา (US Federal Trade Commission) ได้กำหนดไว้ว่า

ค่า HHI	ต่ำกว่า 0.1	บ่งชี้ว่า	ตลาดมีการแข่งขันสูง
	ระหว่าง 0.1 - 0.18	บ่งชี้ว่า	มีการกระจุกตัวปานกลาง หรือ ตลาดผู้ขายน้อยราย
	มากกว่า 0.25	บ่งชี้ว่า	ตลาดมีการกระจุกตัวสูง หรือ ตลาดผูกขาด
	เท่ากับ 1	บ่งชี้ว่า	ตลาดที่มีผู้ขายรายเดียว หรือ ตลาดผูกขาด

**ส่วนที่ 2** การศึกษาพฤติกรรมตลาด (market conduct) การศึกษาพฤติกรรมตลาดจะใช้วิธีพรรณนาโดยพิจารณาประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ

- พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา จะทำศึกษาถึงวิธีการกำหนดราคาของพ่อค้าส่งในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้รวบรวมท้องถิ่น นโยบายต่างๆ ที่พ่อค้าส่งและผู้รวบรวมท้องถิ่นกำหนดขึ้นมีผลต่อราคาผลผลิตหรือไม่ โครงสร้างการตลาดจะเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดพฤติกรรมการกำหนดราคาหรือไม่ เช่น โครงสร้างการตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ราคาสินค้าจะเป็นไปตามกลไกตลาดและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค พ่อค้าส่งหรือผู้รวบรวมท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องแข่งขันด้านราคา หรือถ้าโครงสร้างการตลาดแบบผู้ขายน้อยรายหรือกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ราคาจะเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทอย่างมาก โดยมักจะกำหนดราคาตามผู้นำตลาดหรือกำหนดราคาตามคุณลักษณะของสินค้าทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูง

- พฤติกรรมการแข่งขันด้านที่ไม่ใช่ราคา ทำการศึกษาถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือไม่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าหรือการเปลี่ยนแปลงหีบห่อ มีการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือไม่ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายมีการเลือกช่องทางการตลาดแบบใดหรือให้น้ำหนักความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายแบบใดมากที่สุด เช่น การจำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่าย การจำหน่ายโดยบริษัทโดยตรง หรือใช้ช่องทางการจำหน่ายพวกกับสินค้าชนิดอื่นๆ เป็นต้น และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดมาเป็นตัวช่วยในการซื้อหรือขายผลผลิตพริกชี้หนูหรือไม่ อย่างไร

**ส่วนที่ 3** การศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาด จะวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานในเชิงเศรษฐกิจ โดยวัดจากความสามารถในการทำกำไร อัตราที่ใช้วัดมี 2 วิธี คือ

1. อัตราส่วนกำไรขั้นต้น

$$\text{อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขายพริกชี้หนู} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขาย}} \times 100 \dots\dots\dots(2)$$

ศึกษาจาก ยอดขายผลผลิตพริกชี้หนูลบด้วยต้นทุนที่ซื้อผลผลิตพริกชี้หนูมา หาดด้วยยอดขาย คูณด้วย 100 เปอร์เซ็นต์ ก็จะได้อัตราส่วนกำไรขั้นต้น

2. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย

$$\text{อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายพริกชี้หนู} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย}} \times 100 \dots\dots\dots(3)$$

ศึกษาจาก ขอดขายผลผลิตพริกชี้หนูลบด้วยต้นทุนที่ซื้อผลผลิตพริกชี้หนูมา ลบด้วย  
ค่าใช้จ่ายในการขายผลผลิตและการดำเนินงาน หาดด้วยขอดขาย คูณด้วย 100 เปอร์เซ็นต์ จะได้  
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อขอดขาย

นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความสามารถในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต ศึกษาถึงการผลิต  
ได้มีการนำเอาเครื่องมือเครื่องใช้หรือกรรมวิธีการผลิตใหม่ๆ มาใช้ รวมทั้งมีการแก้ไขวิธีการผลิตที่  
มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น เพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการหรือไม่ และม  
ีความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ผลิตหรือไม่ อย่างไร