

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความ  
สมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร

โครงสร้างและพฤติกรรมตลาดของอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่เย็นและแช่แข็ง

ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวภา นาทาน

มีนาคม 2543

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ปัญญาวดี

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมผัก  
ผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาพฤติกรรมตลาดของอุตสาหกรรมผักผลไม้  
แช่เย็น และแช่แข็งในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อหาแนวทางในการกำหนดมาตรการเพื่อพัฒนา และ  
ปรับปรุงอุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็น และแช่แข็งในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงพรรณนา ในส่วนที่เป็นการศึกษา  
โครงสร้างตลาด และใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาในส่วนของพฤติกรรมตลาดและแนวทางในการ  
กำหนดมาตรการที่จะพัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งในจังหวัด  
เชียงใหม่ ซึ่งในการวิเคราะห์เชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การวัดการกระจุกตัว  
ของอุตสาหกรรมโดยใช้ Concentration Ratio (CR) และ Herfindahl Index (HI) โดยวัดจากเงินทุน  
จดทะเบียน และยอดขายรวมของอุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็น และแช่แข็งของจังหวัดเชียงใหม่  
จากปี พ.ศ. 2538 - 2540 และในการวิเคราะห์เชิงพรรณนาจะอธิบายโดยใช้หลักและทฤษฎี  
เศรษฐศาสตร์จุลภาค ค่าสถิติร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาโครงสร้างตลาดพบว่า ลักษณะตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย จากการ  
พิจารณาจำนวนธุรกิจและลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีจำนวนธุรกิจไม่มากนัก และชนิดของวัตถุดิบ  
หรือผลิตภัณฑ์มีหลายชนิด ซึ่งแต่ละโรงงานก็จะผลิตออกมามากบ้าง ๑ กัน แต่ทั้งนี้โดยรูปแบบ  
ผลิตภัณฑ์แช่เย็น และแช่แข็งมีความแตกต่างกันเนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่เหมือนกัน วัตถุดิบ

ที่ใช้ก็จะแตกต่างกัน แต่ผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทก็จะคล้ายๆ กัน สำหรับผลการศึกษาโดยใช้  $CR_4$ ,  $CR_8$  และ  $CR_{16}$  กับข้อมูลเงินทุนจดทะเบียนและ  $CR_2$ ,  $CR_4$  และ  $CR_8$  กับข้อมูลยอดขายรวมของธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ที่สุด 4, 8, 16 และ 2, 4, 8 หน่วยธุรกิจ ตามลำดับในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2540 พบว่าอุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งมีลักษณะการกระจุกตัวค่อนข้างสูงแต่แนวโน้มการกระจุกตัวมีลักษณะลดลง ส่วนผลจากการศึกษาโดยใช้ HI ในปี พ.ศ. 2538 - 2540 พบว่า ผลการวิเคราะห์สอดคล้องกัน คือ อุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวปานกลางถึงสูง สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็ง มีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย แต่แนวโน้มของการกระจุกตัวลดลง การศึกษาอุปสรรคของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่จะมีอุปสรรคในการเข้ามาประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมตามลำดับ เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่ต้องใช้งบลงทุนจำนวนมาก และมีการใช้เทคโนโลยีที่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งในส่วนของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจะไม่มีอุปสรรคมากนัก

ผลการศึกษาพฤติกรรมตลาดพบว่า พฤติกรรมการผลิตของทุกโรงงานจะมีความคล้ายคลึงกัน โดยจะพิจารณาจากวัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล ราคาวัตถุดิบ และปริมาณของวัตถุดิบเพื่อกำหนดแนวทางในการผลิต ในส่วนของพฤติกรรมการกำหนดราคาขายมี 2 กรณี คือ 1) การขายสินค้าภายในประเทศ โดยพิจารณาจากต้นทุน ราคาคู่แข่ง และความเคลื่อนไหวของราคา และอุปสงค์ของตลาด 2) การขายสินค้าในต่างประเทศ โดยบริษัทหาลูกค้าเองจะคล้ายคลึงกับการขายสินค้าภายในประเทศ แต่จะมีความแตกต่างคือ มีการพิจารณาถึงราคาส่งออกในปีนั้น คุณภาพของสินค้า ราคาที่คู่แข่งกำหนด แต่ถ้ามีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อการกำหนดราคาขายกับพ่อค้าคนกลาง ราคาขายจะขึ้นกับคุณภาพสินค้า และการต่อรองกันระหว่างโรงงานกับพ่อค้าคนกลาง ส่วนพฤติกรรมการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ โรงงานทุกขนาดไม่เน้นการแข่งขันทางด้านราคา แต่ใช้นโยบายการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา เช่น การมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากองค์การอาหารและยา โรงงานที่มีการแข่งขันกันมาก คือ โรงงานขนาดกลาง และขนาดย่อม ตามลำดับ

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Agricultural Economics

MARKETING STRUCTURE AND BEHAVIOR OF FROZEN AND CHILLED FRUIT AND VEGETABLE INDUSTRIES IN CHIANGMAI PROVINCE

By

PHA NATRAN

MARCH 2000

Chairman: Assistant Professor Dr. Varaporn Punyawadee

Department/Faculty: Department of Agricultural Economics and Cooperatives,

Faculty of Agricultural Business

The purposes of this research were 1) to study marketing structure of frozen and chilled fruit and vegetable industries in Chiangmai province; 2) to find out their marketing behavior; and 3) to determine ways for making improvements in frozen and chilled fruit and vegetable industries in Chiangmai province.

Quantitative and descriptive analysis were used for the study of marketing structure and descriptive analysis was used for the study of marketing behavior and guidelines for improvements. Concentration ratio and Herfindahl index were used to quantitative analysis with the calculation of the capital investment and total sales of frozen and chilled fruit and vegetable industries in Chiangmai during the years 1995 - 1997. The descriptive analysis was carried out by applying principles and theories of microeconomic, percentage and mean.

The results of the study of the marketing structure revealed that the market was oligopoly when considering the number of businesses and types of products. There were a few businesses but various types of raw materials or products. Each industry

manufactured similar products. Frozen and chilled products were different due to differences in manufacturing procedures and raw materials used. The results of the study using  $CR_4$ ,  $CR_8$  and  $CR_{16}$  together with the data of registered investment capital and  $CR_2$ ,  $CR_4$  and  $CR_8$  together with the total sales of the large-sized businesses 4, 8, 16 and 2, 4, 8 during the years 1995-1997 revealed a high concentration of frozen and chilled fruit and vegetable industries and the results of the use of HI in 1995 – 1997 also indicated a medium to a high level of concentration, showing the oligopoly type of industries but the concentration may decline.

The study of the problems of new businesses in the market indicated that large businesses had the most difficulties, followed by medium - sized businesses and small - sized businesses as large - scale businesses needed large amounts of capital and high technologies.

The study of marketing behaviour showed that manufacturing behaviour of each factory was similar when examining seasonal raw materials used and prices and quantities of raw materials. Price - determining factors for intranational sales included investment capital, competitors' prices, price movement and changes in market demand. For sales in foreign countries, the factors included export prices, quality of products and competitors' prices. When there was a middle-man involved, the price - determining factors included the quality of the products and the agreement between the manufacturer and the middle-man. Concerning the competition between manufacturers, factories of all sizes did not use price policies, but others e.g. standards of products from Thai Food And Medicine Organization. Medium - sized and small factories were highly competitive.