



สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา



วิศา ปริงใจ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

THESIS

**COMPETITIVENESS OF PROCESSING SEAFOOD BUSINESS
IN SONGKHLA**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM IN BUSINESS ADMINISTRATION
OF GRADUATE SCHOOL SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY**

2013

COPYRIGHT OF SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อวิทยานิพนธ์

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

COMPETITIVENESS OF PROCESSING SEAFOOD BUSINESS IN SONGKHLA

ผู้วิจัย

นางสาววิสา ปริงใจ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร.ชุตินันท์ ประเสริฐ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิ ขจรกิตติยา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยา จิตรักษ์ธรรม)

.....ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

(ดร.ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง)

.....กรรมการและเลขานุการหลักสูตร

(ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.ฐานันท์ ทินนาม)

.....กรรมการจากบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพร แสงทอง)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา รับรองวิทยานิพนธ์แล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันท ชาคูทอง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

| | | |
|---------------------------------|--|-----------------------|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา | |
| ผู้วิจัย | นางสาววิสา ปริงเจะ | ปีการศึกษา 2556 |
| ปริญญา | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต | สาขาวิชา บริหารธุรกิจ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก | ดร.ชุตตา ประโมจน์ย์ | |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นัทที ขจรกิตติยา ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา จิตรักษ์ธรรม | |

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา (2) เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ และ (3) เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำนวน 52 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ F-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffé และการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาจำนวน 10 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตมีระดับสภาพการแข่งขันมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และน้อยที่สุด คือ ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (2) สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดธุรกิจ พบว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่มาก จำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 35 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 67.3 ส่วนใหญ่ธุรกิจจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปในต่างประเทศ จำนวน 26 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.0 และส่วนใหญ่มีรายได้ปีล่าสุดของธุรกิจ (ปี 2555) ระหว่าง 51 – 200 ล้านบาท จำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.7 และเมื่อเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ พบว่า ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้แตกต่างกันมีจำนวน 1 คู่ คือ ธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านพบว่า ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่แตกต่างกัน มีจำนวน 1 คู่ คือ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 ปี - 10 ปี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์

ที่ทดแทนกันได้ แตกต่างกันมีจำนวน 1 คู่ คือระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน โดยภาพรวมและรายด้านที่เหลือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ (3) เพื่อเสนอ แนวทางแก้ไขปัญหาการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา พบว่า ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรม ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรมีการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป เพื่อแลกเปลี่ยนปัญหา และสร้างแนวทางการป้องกันเพื่อเพิ่มจุดแข็งต่อธุรกิจให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมประมง/อุตสาหกรรมจังหวัด ธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมาตรฐานการส่งออกและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคภายในประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



| | | |
|---------------------|--|----------------------------|
| Thesis Title | Competitiveness of Processing Seafood Business in Songkhla | |
| Researcher | Ms.Wisa Prangjeh | Academic year: 2013 |
| Degree | Master of Business Administration Program in Business Administration | |
| Advisors | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dr. Shuta Pramojane 2. Assistant Professor Dr. Nattee Kachornkittiya 3. Assistant Professor Nitaya Jitraktham | |

Abstract

This research aimed to (1) study the competitiveness of Processing seafood business in Songkhla, (2) compare the competitiveness of Processing seafood business in Songkhla by the types of business, and (3) suggest the solutions for problems relating to the competitiveness of Processing seafood business in Songkhla. The sample included 52 marketing managers of Processing seafood companies. The tool used in this research was a questionnaire. The data were analyzed by frequency, mean, standard deviation, F-test, and Scheffe's multiple comparison test. This qualitative research was conducted by interviewing ten managers of marketing departments in the Processing seafood companies in Songkhla. The results showed that (1) the competitiveness of Processing seafood business in Songkhla as a whole was moderate, and when considering different aspects, it was found that the bargaining power of the sellers of production inputs was most competitive, followed by the bargaining power of the buyers, and the smallest was the threat of substitute products, (2) competitiveness of Processing seafood business in Songkhla By size of business, the Seafood processing a large number of 19 to 36.5 percent, A period of over 10 years in the business 35 percent from 67.3 Most seafood distribution business Processed in a foreign country 26 percent from 50.0, Most recent year of business income (year 2555) between 51 - 200 million baht, 17 percent of 32.7, And when compare competitiveness of Processing seafood business in Songkhla by the sizes of business, it was found that the threat of substitute product was different in one pair, i.e. large and medium businesses had a statistically significant difference at the level of .05, and by the durations of business operation, it was found that the entry into the industry of new competitors was different in one pair, i.e. the durations of business operation for 5 - 10 years and less than 5 years had a statistically significant difference at the level of .05 and that the threat of substitute product was different in one pair, i.e. the durations of business operation more than 10 years and less than

(4)

5 years had a statistically significant difference at the level of .05, in which as a whole and for remaining aspects, there was no statistically significant difference at the level of .05, and (3) the results of suggesting the solutions for problems relating to the competitiveness of Processing seafood business in Songkhla revealed that regarding the entry into the industry of new competitors, the bargaining power of the buyers, and the bargaining power of the sellers of production inputs, the businesses should assemble themselves to share their problems and create preventive measures to produce the strength to ensure their effective performance. In addition, they should build their advantage of quality development of their products in order to increase the standards of export and develop their products to suit with domestic consumers as well as to enhance their effective competitiveness and business performance.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจาก ดร.ชูตา ประโมจน์ย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิ ขจรกิตติยา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยาจิตรักษ์ธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไข ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งและถือเป็นพระคุณอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณ ทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในสาขาบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความรู้และให้คำแนะนำ ด้วยดีเสมอมา ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาตรวจสอบ ให้คำแนะนำในการจัดทำแบบสอบถามในการวิจัย

ขอขอบคุณผู้จัดการฝ่ายการตลาดและผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปทุกท่าน ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม ให้ความคิดเห็นทำให้ได้ข้อมูลครบถ้วน รวมไปถึงบุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาทุกท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือผู้วิจัยเสมอมา

คุณงามความดีอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบแต่บิดา มารดา อันเป็นที่เคารพยิ่ง และคณาจารย์ผู้ประสทาวิชาความรู้ ตลอดจนทุกๆ ท่านที่ให้กำลังใจช่วยเหลือจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี

วิสา ประิ่งจะ

พฤษภาคม 2557

สารบัญ

| | หน้า |
|---|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | (1) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | (3) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (5) |
| สารบัญ..... | (6) |
| สารบัญตาราง..... | (9) |
| สารบัญภาพ..... | (11) |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์การวิจัย..... | 3 |
| คำถามการวิจัย..... | 3 |
| สมมติฐานการวิจัย..... | 3 |
| ขอบเขตการวิจัย..... | 4 |
| กรอบแนวคิดการวิจัย..... | 6 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 6 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 7 |
| บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 8 |
| ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ..... | 8 |
| สภาพทั่วไปของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป..... | 28 |
| ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา..... | 31 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 33 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 40 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 40 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 41 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|-----------|
| บทที่ 3 (ต่อ) | |
| การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ..... | 42 |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 43 |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้..... | 44 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 46 |
| วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ..... | 46 |
| ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปใน จังหวัดสงขลา..... | 47 |
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัด สงขลา..... | 52 |
| ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเล แปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ..... | 53 |
| วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ..... | 62 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 78 |
| สรุป..... | 78 |
| อภิปรายผล..... | 82 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 89 |
| บรรณานุกรม..... | 91 |
| บุคลากร..... | 96 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ภาคผนวก..... | 98 |
| ภาคผนวก ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ..... | 99 |
| ภาคผนวก ข การหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์..... | 105 |
| ภาคผนวก ค การหาคุณภาพเครื่องมือ..... | 109 |
| ภาคผนวก ง การหาความสอดคล้องระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัย เชิงปริมาณ..... | 115 |
| ภาคผนวก จ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 120 |
| ภาคผนวก ฉ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... | 130 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 135 |



สารบัญญัตราง

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับ สภาพการแข่งขันด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่..... | 47 |
| 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับ สภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม..... | 48 |
| 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับ สภาพการแข่งขันด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ | 49 |
| 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับ สภาพการแข่งขันด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ..... | 50 |
| 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับ สภาพการแข่งขันด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต..... | 51 |
| 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน..... | 51 |
| 7 แสดงความถี่และร้อยละของผลการวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจ..... | 52 |
| 8 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัด สงขลาจำแนกตามขนาดธุรกิจ..... | 53 |
| 9 การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้าน การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามขนาดของธุรกิจเป็น รายคู่..... | 54 |
| 10 การวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจที่มีผลต่อสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเล แปรรูปจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ..... | 55 |
| 11 การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ จำแนกตามระยะเวลาในการ ประกอบธุรกิจเป็นรายคู่..... | 56 |
| 12 การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามระยะเวลาในการ ประกอบธุรกิจ เป็นรายคู่..... | 56 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 13 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปใน จังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป..... | 57 |
| 14 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปใน จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้ของธุรกิจ..... | 58 |
| 15 แสดงความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์..... | 106 |
| 16 การหาความสอดคล้องระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ..... | 116 |
| 17 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... | 131 |



สารบัญภาพ

| ภาพ | หน้า |
|-----------------------------|------|
| 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 6 |



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปนับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจ ทั้งในแง่ของการบริโภค การจ้างงาน และการผลิต การพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันไทย โดยมองถึงภาพรวมเพื่อลดต้นทุน เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มการสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่ต้องพิจารณารวมไปถึงทั้งระบบการแปรรูปตั้งแต่วัตถุดิบไปถึงสินค้าสำเร็จรูป จนกระทั่งส่งถึงผู้บริโภค ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย รวมถึงการเชื่อมโยงของข้อมูลระหว่างผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ผลิต ผู้ขนส่ง ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ขณะที่ภาครัฐและเอกชนมีความจำเป็นต้องมีข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ สำหรับการวางแผน การให้ความช่วยเหลือ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

การสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปของไทย พบว่าประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการส่งออกเป็นอย่างมาก เนื่องจาก เป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารเป็นอันดับ 5 ของโลก โดยสร้างรายได้ให้กับประเทศเฉลี่ยปีละ 170,000 ล้านบาท (กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ กองประมงต่างประเทศ, 2555: 1-9) อีกทั้งได้รับปัจจัยด้านบวกจากการเปิดการค้าเสรีตามความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขยายตลาดสินค้าอาหารทะเลแปรรูปทั้งในรูปแบบการแช่เย็นและการแช่แข็งได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อประเทศคู่แข่งซึ่งประสบปัญหาการเพาะเลี้ยงสามารถกลับมาส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดได้อีกครั้งและต่างเร่งพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตให้ทัดเทียมกับไทย ขณะที่ประเทศผู้นำเข้าเพิ่มความเข้มงวด โดยนำมาตราการกีดกันทางการค้าทั้งด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีมาใช้มากขึ้น จากข้อจำกัดดังกล่าว หากประเทศคู่แข่งสามารถจัดปัญหาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และสามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตให้ทัดเทียมกับไทยตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ผู้ประกอบการไทยจะได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีต้นทุนจากการประกอบการสูงและสภาพคล่องต่ำ

จากสภาพปัญหาและข้อจำกัดของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป โดยเฉพาะผู้ประกอบการอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา เนื่องจากจังหวัดสงขลา มีพื้นที่ติดต่อกับชายฝั่งทะเล 2 ด้านคือด้านตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทยมีความยาว 154.60 กิโลเมตร

ครอบคลุมพื้นที่อำเภอชายทะเล 6 อำเภอ คือ อำเภอระโนด อำเภอสทิงพระ อำเภอสิงหนคร อำเภอเมือง อำเภอจะนะ และอำเภอเทพา และด้านตะวันตกติดต่อกับทะเลสาบสงขลา ทำให้อาชีพการประมง เป็นอาชีพที่สำคัญและสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสงขลาเป็นอย่างมาก ซึ่งจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดเดียว ในภาคใต้ที่สร้างรายได้หลักมาจากอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 171 โรง เงินลงทุนทั้งหมด 6,850 ล้านบาท อย่างไรก็ตามการแปรรูปอาหารทะเล โดยสัตว์ทะเลที่นำมาเป็นวัตถุดิบ จะได้จากการทำประมงทางทะเล และการเพาะเลี้ยงเชิงพาณิชย์ในฟาร์มเพาะเลี้ยง ซึ่งวัตถุดิบในปี 2555 ลดลงจากปี 2554 มูลค่าผลผลิตสัตว์น้ำทั้งหมด ลดลงร้อยละ 11.66 (แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสงขลา, 2557: 9-10) เป็นผลจากปริมาณสัตว์น้ำในน่านน้ำของไทยลดลง ส่งผลให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และธุรกิจจำเป็นต้องลดกำลังการผลิตตามปริมาณวัตถุดิบที่ลดลง สอดคล้องกับจำนวนโรงงาน และทุนจดทะเบียนที่เปิดดำเนินการ ลดลงร้อยละ 11.92 และ 2.66 ตามลำดับ จากภาวะเศรษฐกิจ ที่เริ่มฟื้นตัวขึ้นโดยผู้ผลิตหลายราย ได้เปลี่ยนวัตถุดิบมาใช้หมึกแทนกุ้งขาวมากขึ้น จึงทำให้เกิดการแข่งขัน ด้านการซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาหมึกปรับเพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 10-15 เมื่อเทียบกับปี 2556 จึงสะท้อนให้เห็นได้ว่าจากอัตราการผลิตวัตถุดิบของเกษตรกรเพาะเลี้ยงกุ้งที่ผลผลิตไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคได้เพียงพอ จึงทำให้เรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยังขาดแคลน และมีการแข่งขันสูงกับธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในเศรษฐกิจของไทย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงสภาพการแข่งขันของธุรกิจ อาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ภายใต้ทฤษฎีการแข่งขันในอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจ การต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ผลวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติด้านการแข่งขัน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจอาหารในการรับมือ เตรียมความพร้อม ปรับปรุง และสร้างกลยุทธ์รองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลามีดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ
3. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

คำถามการวิจัย

คำถามการวิจัย เรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีดังนี้

1. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีสภาพการแข่งขันมากน้อยเพียงใด
2. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ มีความแตกต่างกันหรือไม่
3. แนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันตามลักษณะของธุรกิจ มีดังนี้

1. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ
2. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ
3. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป
4. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามรายได้ของธุรกิจ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย เรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีดังนี้

1. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพดังนี้

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 22 แห่ง ขนาดกลาง 18 แห่ง และขนาดเล็ก 20 แห่ง ทั้งหมด 60 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2556)

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำนวน 52 แห่ง แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 19 แห่ง ขนาดกลาง 18 แห่ง และขนาดเล็ก 15 แห่ง (ภาคผนวก ฉ) โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ, 2542 อ้างอิงจาก Hunter and Schmidt, 1990) อัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 86.67

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา และเลือกสอบถามธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 5 แห่ง ขนาดกลาง 2 แห่ง และขนาดเล็ก 3 แห่ง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ, 2542 อ้างอิงจาก Hunter and Schmidt, 1990) ซึ่งผู้วิจัยได้ติดต่อสอบถามถึงความสะดวกในการให้ข้อมูลของผู้จัดการฝ่ายการผลิตในแต่ละขนาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาโดยตรงก่อนจะทำการสัมภาษณ์จริง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา โดยได้ใช้ทฤษฎีการแข่งขันในอุตสาหกรรมของ Michael E. Porter 5 ประการ (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2550) ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

ซึ่งการศึกษาค้างครั้งนี้ได้แบ่งกรอบแนวคิดออกเป็น 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ

ลักษณะของธุรกิจ ประกอบด้วย ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเล และรายได้ของธุรกิจ

2.2 ตัวแปรตาม

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อและด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

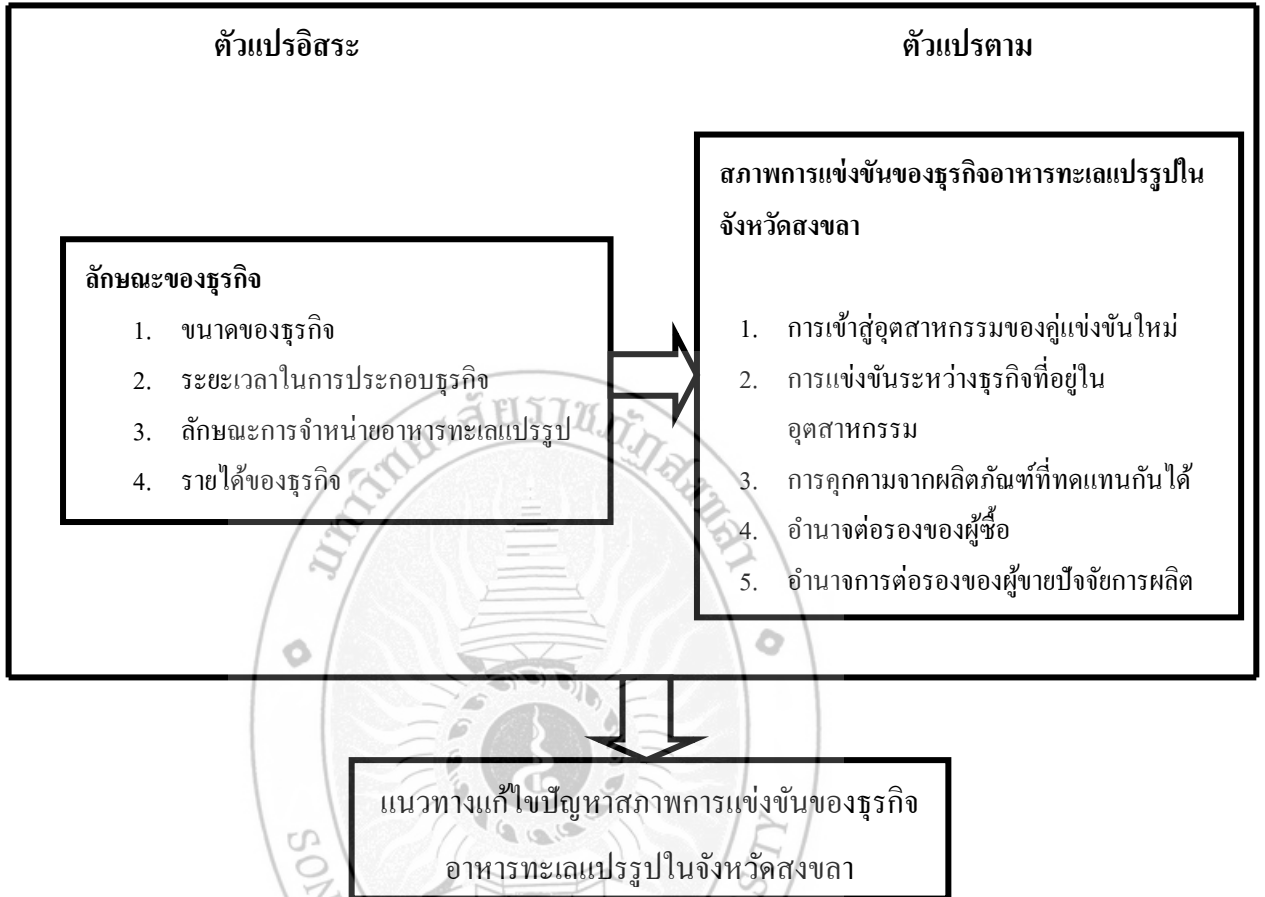
3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

4. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาดังแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2556 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป หมายถึง ดำเนินการแปรรูปสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญที่ได้มาจากการประมงทะเลและที่มาจากการเพาะเลี้ยงชายฝั่งทะเล เช่น ปลา กุ้ง ปู หอย ปลาหมึก เป็นต้น ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การตากแห้ง การต้มสุก การใช้ความร้อน การแช่แข็งอาหารปรุงสำเร็จ และบรรจุในบรรจุภัณฑ์เพื่อกระจายไปสู่ผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสามารถแบ่งธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปออกเป็น 3 ขนาด ดังนี้

1.1 ธุรกิจขนาดเล็ก หมายถึง ธุรกิจที่มีการจ้างคนงานน้อยกว่า 50 คน ใช้เงินทุนดำเนินการไม่เกิน 10 ล้านบาท ในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดเล็กมีขบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ใช้แรงงานที่มีฝีมือไม่มากนัก

1.2 ธุรกิจขนาดกลาง หมายถึง ธุรกิจที่มีการจ้างคนงานมากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน ใช้เงินทุนดำเนินการมากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท การดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง ต้องมีการจัดการที่ดี แรงงานที่ใช้ ต้องมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการผลิตเป็นอย่างดี เพื่อที่จะได้สินค้าที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน

1.3 ธุรกิจขนาดใหญ่ หมายถึง ธุรกิจที่มีการจ้างคนงานมากกว่า 200 คนขึ้นไป ใช้เงินทุนในการดำเนินการมากกว่า 200 ล้านบาท ธุรกิจขนาดใหญ่มีระบบการจัดการที่ดี ใช้คนที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถเฉพาะด้านหลายสาขา

2. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป หมายถึง ปัจจัยที่กระทบต่อการกำหนดราคา และผลกำไรของธุรกิจ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ผลจากการศึกษาที่ได้รับใช้เป็นแนวทางปฏิบัติด้านการแข่งขัน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจอาหารในการเตรียมความพร้อม ปรับปรุง และสร้างกลยุทธ์ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปอย่างได้เหมาะสม

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา และพัฒนาธุรกิจด้านการแข่งขันของอาหารทะเลแปรรูปจังหวัดสงขลา ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ
2. สภาพทั่วไปของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป
3. ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ

การแข่งขันในธุรกิจมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขัน ทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันเหล่านี้ มาทำการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการเพื่อการแลกเปลี่ยนซื้อขายโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรม คือ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุดและจากการศึกษาครั้งนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของธุรกิจไว้ ดังนี้

สมยศ นาวิการ (2540: 3) ได้ให้ความหมายของธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์ ที่มีเป้าหมายทางด้านกำไร ในการจัดหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546: 557) ได้ให้ความหมายของธุรกิจ หมายถึง การงานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจกรรมอย่างอื่นที่สำคัญและไม่ใช่งานราชการ การประกอบกิจการในทางการเกษตร อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการหรือกิจการอย่างอื่นเป็นการค้า

สมคิด บางโม (2547: 11) ได้ให้ความหมายของธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยนซื้อขายซึ่งกัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจนั้น ๆ

พรพรม พรหมเทศ (2548: 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจ หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่พยายามสร้างกำไรโดยจัดหาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจโดยการสนองความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์

Griffin & Ebert (1991: 5) ได้ให้ความหมายของธุรกิจ หมายถึง กิจการที่ทำการผลิตสินค้าขึ้นมา มีการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ โดยมีมุ่งหวังกำไร

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการ ซึ่งเริ่มจากกระบวนการผลิต การจำหน่าย และการบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อหวังผลกำไร และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

ความหมายของการแข่งขันในธุรกิจ

การแข่งขันเกิดจากสถานะที่ผู้ผลิตสินค้าและบริการ พยายามต่อสู้เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดบนพื้นฐานของราคา ผ่านความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด การแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตจะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นและสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาที่ต่ำลง ซึ่งการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และจากการศึกษาครั้งนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการแข่งขันในธุรกิจไว้ดังนี้

เสนาะ ดิยาว์ (2546: 42) ได้ให้ความหมายของการแข่งขัน หมายถึง ปัจจัยที่กระทบต่อการกำหนดราคาและผลกำไร หากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันสร้างโอกาสที่ทำให้กำไรเพิ่มขึ้น หากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเป็นอุปสรรคก็ทำให้กำไรลดลง สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันจะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อสภาพของอุตสาหกรรมนั้นเปลี่ยนแปลง

วิทยา สุหฤตดำรง (2546: 25) ได้ให้ความหมายของการแข่งขัน หมายถึง การระบุดึงความต้องการของลูกค้าต่าง ๆ ซึ่งต้องพยายามตอบสนองความต้องการนั้น เพื่อที่จะให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546: 9) ได้ให้ความหมายของการแข่งขัน หมายถึง ทุกอย่างที่เป็นสิ่งเสนอขายที่แข่งขันกันจริง ๆ หรือสิ่งที่เสนอขายที่มีศักยภาพพอที่จะมาแข่งขันกันได้หรือสิ่งที่ทดแทนได้ที่ผู้ซื้ออาจให้การพิจารณาในผลิตภัณฑ์ที่ต่างก็เป็นคู่แข่ง

ซุมพร คุรุพิพัฒน์ (2548: 3) ได้ให้ความหมายของการแข่งขัน หมายถึง การที่มีการเปรียบเทียบระหว่างองค์การเกิดขึ้น โดยมีหลักเกณฑ์หรือกติกาเกิดขึ้นและมีผู้ตัดสิน ซึ่งในธุรกิจมักจะเป็นตัวลูกค้าทุกองค์การจะพยายามสร้างความได้เปรียบให้กับตนเอง ซึ่งสามารถทำได้สองทาง คือ การใช้ช่องโหว่ของกติกา หรือใช้ความสามารถที่แท้จริง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน คือการสร้างความสามารถให้ดีขึ้นกว่าคู่แข่งอย่างแท้จริง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของการแข่งขันในธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจแข่งขันกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้า หรือบริการ และเป็นผลกระทบต่อ การกำหนดราคา และผลกำไรต่อธุรกิจ

ความหมายของทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ

ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ความรุนแรงในการแข่งขัน และอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขัน มาใช้ในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542: 29-30) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ หมายถึง ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 ประการ ซึ่งเป็นตัวบ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจภายในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงส่วนประกอบย่อย ๆ ของแต่ละปัจจัยอย่างละเอียด เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ถึงโอกาสและความเสี่ยงของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้

พัคตร์พอง วัชรณสินธุ์ และคณะ (2542: 125) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาวะการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันเหล่านี้ การวิเคราะห์นี้มีความจำเป็นสำหรับการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรเนื่องจากผู้บริหารไม่สามารถที่จะจัดทำกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จโดยไม่มี ความเข้าใจถึงลักษณะที่สำคัญของการแข่งขันได้

นัญพร แซ่จั้ง (2543: 10) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ หมายถึง การดำเนินงานขององค์กรที่มีผลิตผลและบริการคล้ายคลึงกัน หรือ กลุ่มธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกัน สภาพแวดล้อม การดำเนินงานจะประกอบไปด้วยปัจจัยที่เฉพาะเจาะจง และ กระทบต่อการบริหารงานขององค์กรในพื้นที่ เช่น คู่แข่งขัน ลูกค้า แรงงาน และ ผู้จัดการจำหน่าย

อภิวัดน์ ทรัพย์ไพฑูรย์ (2545: 125) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ รวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการ ซึ่งบ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้ มีความเข้มแข็งมากเท่าใดย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การสร้างกำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นข้อจำกัดของธุรกิจในขณะเดียวกันถ้าปัจจัยนั้น ๆ มีความอ่อนแอย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในธุรกิจนั้น ๆ เนื่องจากสามารถหากำไรได้มากขึ้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่ เป้าหมายหลักของธุรกิจก็คือเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและการสร้างผลกำไร ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการธุรกิจจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์เพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม

ซึ่งลักษณะที่สำคัญของปัจจัยทั้งห้าประการของทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการแข่งขันในธุรกิจ ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่

การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ เป็นการวิเคราะห์ว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ไว้ ดังนี้

พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และคณะ (2542: 130) ได้กล่าวว่า การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง สภาวะการแข่งขันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ จะทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามจากการกระทำขององค์กรอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ปกรณั ปรีชากร (2544: 103) ได้กล่าวว่า การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง ความเข้มข้นของการต่อสู้เพื่อช่วงชิงตำแหน่งในการแข่งขัน จะเป็นการใช้ชั้นเชิงในการราคา โฆษณา วิธีการขาย วิธีการบริหารลูกค้าและการประกันตัวสินค้า การต่อสู้กันในบางกรณีเหมือนกับการสงคราม แต่ในบางกรณีก็สุภาพ นุ่มนวล และเป็นมิตร

เสนาะ ดิยาว (2546: 42) ได้กล่าวไว้ว่า การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง บริษัทที่ขายสินค้าหรือให้บริการอย่างเดียวกันแข่งขันกัน โดยตรงอย่างรุนแรงในปัจจุบัน และรวมถึงขีดความสามารถที่จะแข่งขันกันต่อไปในอนาคตด้วย เช่น นอกจากบริษัทที่ขายอุปกรณ์การสื่อสารในตลาดที่ปัจจุบันแล้วบริษัทต่าง ๆ เหล่านี้ยังมีขีดความสามารถที่จะแข่งขันกับบริษัท

ที่อุปสรรคการสื่อสารในการตลาดที่ให้บริการด้านโทรศัพท์และบริการด้านอินเทอร์เน็ตอีกด้วย ระดับหรือขนาดการแข่งขันจะกระทบโดยตรงระหว่างบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพราะในการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทนั้นจะมุ่งการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสำคัญ และเป็นหัวใจของกลยุทธ์ทางธุรกิจ การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจหรือทำกำไรให้สูงกว่าคู่แข่ง หรือสูงกว่าอัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน การแข่งขันจะเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความรุนแรงเพิ่มขึ้นหากบริษัทใดบริษัทหนึ่งรู้สึกว่าบริษัทอื่นมากกดดันหรือเห็นว่าการกระทำของกลุ่มแข่งมากระทบฐานะทางการตลาด

จินตนา บุญงการ และคณะ (2547: 89) ได้กล่าวว่า การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง การแข่งขันในอุตสาหกรรมเกิดขึ้น โดยมีองค์การหนึ่งหรือหลายองค์การริเริ่มเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของตนเพื่อต้องการให้ได้รับความได้เปรียบและผลประโยชน์เหนือกว่าองค์การอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อองค์การอื่น และอาจทำให้เกิดการตอบโต้

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ (2549: 55) ได้กล่าวว่า การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง องค์การในธุรกิจประเภทเดียวกันแตกต่างกันในด้านทรัพยากรและความแตกต่างจากคู่แข่งโดยทั่วไป องค์การพยายามผลิตสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งในมุมมองของลูกค้าและความได้เปรียบในการแข่งขัน มุมมองที่มองเห็นได้ เช่น ราคา คุณภาพ และความแปลกใหม่

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ที่จะเป็นภัยคุกคามต่อการดำเนินงานของธุรกิจเดิม ซึ่งหากคู่แข่งรายใหม่เข้ามาแย่งส่วนครองตลาด คู่แข่งรายใหม่ทำให้ธุรกิจรายเดิมต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่มขึ้น ทำให้กำไรของธุรกิจลดลงหรือคู่แข่งรายใหม่เข้ามาแย่งทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ แรงงาน หรือความร่วมมือจากคนกลางในอุตสาหกรรมนั้น

ความหมายองค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่

องค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ที่ใช้พิจารณาความรุนแรงของการแข่งขัน ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542: 31-32) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่จะทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมรายเดิมประสบปัญหาได้ ดังนั้นยังมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่มากเท่าใดก็จะเป็นผลดีต่อผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอยู่แล้วมากเท่านั้น โดยปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดประกอบด้วย

1. การประหยัดเนื่องจากขนาด (Economics of Scale) การเข้ามาแข่งขันทำธุรกิจในตลาดใหม่ จะต้องพบกับแรงกดดันอันเนื่องมาจากการประหยัดด้านต้นทุนการผลิตในปริมาณที่มาก เพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมที่มีความได้เปรียบในด้านการผลิตรวมทั้งในด้านงานวิจัย งานสั่งซื้อ งานตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้น ยิ่งอุตสาหกรรมที่มีการประหยัดจากขนาดมากเท่าใด ก็จะทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาแข่งขันยากขึ้น เพราะได้ช่วยให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดต่ำลง แต่การที่คู่แข่งรายใหม่จะเริ่มทำการผลิตในปริมาณมาก ๆ ในทันทีที่เข้าสู่อุตสาหกรรมนั้น นับว่าไม่ใช่ง่ายนัก

2. ความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Product Differentiation) คู่แข่งรายใหม่จะพบกับอุปสรรค ในการทำตลาดสินค้าตนเองและต้องลงทุนด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมากเพื่อแนะนำสินค้า และจงใจให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตนเอง เนื่องจากสินค้าของตนนั้นมี Brand Name ต่างจากคู่แข่งรายเดิม และไม่เป็นที่รู้จักในตลาดแข่งขันนี้ จึงเป็นการยากและต้องใช้เวลาในการรณรงค์ให้เป็นที่รู้จักกันดี นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างด้านสินค้าที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ซึ่งก็เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้คู่แข่งรายใหม่ ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่ายนัก และหากลูกค้ายึดติดกับสินค้าที่มีการจดลิขสิทธิ์แล้ว คู่แข่งรายใหม่ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อสามารถทำการผลิตสินค้านี้ซึ่งก่อให้เกิดความเสียเปรียบ ด้านต้นทุนด้วย

3. เงินลงทุน (Capital Requirement) คู่แข่งรายใหม่ต้องเสียต่อการลงทุนต่าง ๆ อาทิ การสร้างโรงงาน การประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด การพัฒนาและวิจัยตลาดสินค้า ปริมาณวัตถุดิบหรือสินค้าคงเหลือเป็นต้น สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดต้นทุนการดำเนินงานทั้งสิ้น และหากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงก็อาจทำให้ ผู้ที่จะเข้ามาแข่งขันรายใหม่ไม่กล้าตัดสินใจเข้ามาลงทุน เพราะต้องเสียต่อการดำเนินงานที่ไม่คุ้มทุนหรือขาดทุน

4. ต้นทุนในการปรับเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่น (Switching Costs) คู่แข่งรายใหม่จะมีอุปสรรค ในการเสนอขายสินค้าแข่งขันกับผู้ขายรายเดิม เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการที่จะหันไปใช้สินค้าอื่น ที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่ต้องการเสียเงินเพื่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการบางอย่างอันเนื่องมาจากสินค้า ที่ผลิตใหม่มีลักษณะการใช้งานไม่เหมือนกัน หรือบางกรณีลูกค้าที่ซื้อสินค้าใหม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่าย ในการทดสอบประสิทธิภาพหรือต้องการคำแนะนำด้านเทคนิค ฯลฯ หากมีความยุ่งยากในเรื่องเหล่านี้ ลูกค้าจะไม่หันมาซื้อสินค้าที่คู่แข่งรายใหม่ผลิต ดังนั้นคู่แข่งรายใหม่อาจต้องใช้เงินลงทุนมากกว่าเดิม เพื่อชักจูงให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าตนเองด้วยการลดราคาให้ต่ำกว่าหรือปรับเปลี่ยนคุณภาพสินค้า ของตนเองให้ดีกว่าคู่แข่งรายเดิม

5. การเข้าถึงช่องทางการจำหน่าย (Access to Distribution Channels) คู่แข่งรายใหม่จะต้องใช้ ความพยายามที่จะเข้าไปแทรกแซงช่องทางการจัดจำหน่ายโดยชักจูงหรือให้ข้อเสนอที่ดีกว่าเพื่อให้พ่อค้าส่ง (Wholesale) และพ่อค้าปลีก (Retailer) จัดวางสินค้าของตนเองเพื่อการจำหน่ายต่อให้ลูกค้าด้วย

เพราะคู่แข่งรายเดิมย่อมมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกที่อยู่แล้ว หากว่าสินค้าเดิมมีคุณภาพดี และมี Brand เป็นที่รู้จักกันในตลาด จึงเป็นการยากที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามีส่วนแบ่งในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมที่มีอยู่ และในบางครั้งอาจต้องหาช่องทางจัดจำหน่ายใหม่เสียเลย

6. ความเสียเปรียบด้านต้นทุน (Cost Disadvantages) คู่แข่งรายใหม่จะมีข้อจำกัดด้านต้นทุน การดำเนินงานซึ่งมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง อาทิ การเสียเงินลงทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์การผลิตหรือซื้อความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและอื่น ๆ การที่ต้องซื้อวัตถุดิบในราคาที่สูง รวมทั้งสาเหตุจากการมีประสบการณ์ในการบริหารงานและความชำนาญ ซึ่งมีปัจจัยนี้มากก็จะยิ่งเป็นผลดีกับผู้ประกอบการรายเดิม

7. นโยบายของรัฐบาล เช่น การให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ต้องมีการขอสัมปทานจากภาครัฐจะเป็น Barrier to Entry ต่อผู้ให้บริการรายใหม่ขณะเดียวกันก็จะสร้างประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการรายเดิมในทางตรงกันข้ามหากในระยะต่อไปรัฐบาลมีการเปิดเสรีการบริการ นโยบายของภาครัฐก็จะกลายเป็นแรงกดดันต่อผู้ประกอบการรายเดิมแทน

อภิวัดน์ ทรัพย์ไพฑูรย์ (2545: 130-132) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ หมายถึง คู่แข่งขันใหม่ในอุตสาหกรรมจะเป็นอุปสรรคทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจเดิม การเพิ่มขึ้นของสมรรถภาพ และศักยภาพที่จะแย่งส่วนครองตลาดของคู่แข่งเดิม คู่แข่งขันใหม่จะทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรมากขึ้น เช่น งบประมาณการโฆษณาและการวิจัยซึ่งในอดีตอาจจะไม่จำเป็นที่ต้องใช้ เพื่อลดอุปสรรคผู้บริหารจำเป็นต้องแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคแก่ปัญหาการเข้ามาของอุตสาหกรรมรายใหม่ อุปสรรคที่สำคัญมีดังนี้

1. การประหยัดจากขนาดการผลิต การลดลงของภาระต้นทุนในการผลิตมีปริมาณมาก
2. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ เป็นลักษณะการแตกต่างด้านกายภาพและการรับรู้ ซึ่งจะนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ในสายตาผู้บริโภค
3. ความต้องการเงินทุน จำนวนของการลงทุนที่ต้องใช้ในการเข้าสู่อุตสาหกรรม ประกอบด้วย โรงงานและเครื่องมือต่าง ๆ ตลอดจนเครื่องมือหมุนเวียน
4. การเปลี่ยนแปลงงบต้นทุน ต้นทุนซึ่งเกิดโดยผู้ใช้จ่ายจะเปลี่ยนแปลงจากผู้ขายปัจจัยการผลิตหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง สิ่งนี้จะประกอบด้วย ต้นทุนด้านจิตวิทยาและต้นทุนด้านจำนวนเงิน
5. การประเมินช่องทางการจัดจำหน่าย ต้นทุนเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการที่จะกระจายผลิตภัณฑ์หรือบริการ
6. ข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนจากขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่สร้างข้อได้เปรียบสำหรับคู่แข่งรายเดิม แม้ว่าอุตสาหกรรมใหม่จะประหยัดจากขนาดการผลิต
7. นโยบายของรัฐจะมีอิทธิพลต่อการประกอบการแข่งขันของธุรกิจ โดยรัฐบาลสามารถจำกัดและควบคุมผู้เข้ามาในอุตสาหกรรมได้ด้วยการให้ใบอนุญาตและจำกัดแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ

ณัฐพันธ์ เชนันนันทน์ (2552: 76-78) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งชั้นใหม่ หมายถึง การวิเคราะห์ว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยการวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งชั้นใหม่มาประกอบเพื่อให้ได้ประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 7 ประการ ดังนี้

1. การประหยัดโดยขนาด (Economy of Scale) การขยายตัวกำลังการผลิตสร้างกำลัง ความประหยัดโดยขนาด ซึ่งจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางต้นทุนแก่องค์กร เนื่องจากการผลิต ในปริมาณมากทำให้ต้นทุนของวัตถุดิบและราคาถูกลง ส่งผลให้สามารถตั้งราคาผลิตภัณฑ์ถูกลงทำให้กำไรไม่เป็นที่จูงใจ ธุรกิจที่มีศักยภาพในการเป็นคู่แข่งใน การเข้าสู่อุตสาหกรรมส่วนมากธุรกิจที่ใช้นโยบาย การประหยัดโดยขนาดจะเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และอุตสาหกรรมหนัก เช่น คอมพิวเตอร์ ปูนซีเมนต์ อิเล็กทรอนิกส์ หรืออาหารสัตว์ เป็นต้น

2. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) การสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและสร้างความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค ปกติการสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่จริงหรือจากการสร้าง ภาพลักษณ์ ให้เกิดในสายตาผู้บริโภค ซึ่งสามารถสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้หลายมิติ ความแตกต่างและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จะทำให้ผู้เข้ามารายใหม่ต้องใช้ความพยายามและค่าใช้จ่ายอย่างมาก เพื่อดึงลูกค้าที่มีความพอใจต่อสินค้าที่มีอยู่ในตลาดให้เปลี่ยนไปใช้หรือ ทดลองสินค้าหรือบริการของตน ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันจะเห็นตัวอย่าง ของสินค้าเกษตรหลายประเภท ที่สร้างความแตกต่างของตนทำให้ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและตั้งราคาได้สูงขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาและผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป็นรายแรก แล้วพัฒนาให้เป็นที่พึงพอใจ จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีในราคาสินค้า ภาพลักษณ์ที่เด่นเรื่องคุณภาพ และความไว้วางใจของลูกค้า และการที่ผู้เข้ามารายใหม่จะแข่งขันต้องทุ่มเททั้งเงินทุนและเวลาเพื่อทอนความภักดีของลูกค้าที่มีต่อสินค้าเดิม ซึ่งก็ไม่แน่ว่าประสบความสำเร็จเสมอไป สำหรับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดิมที่สามารถครองตลาดส่วนใหญ่ได้ ก็ยังต้องทำการพัฒนายิ่งขึ้นเพื่อสร้าง ความประทับใจของลูกค้าอันจะก่อให้เกิดการเป็นลูกค้าตลอดชีวิตต่อไปในอนาคต

3. ความต้องการเงินทุน (Capital Requirements) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมบางประเภทมีสูงมาก โดยเฉพาะสินค้าประเภทเทคโนโลยีที่ต้องมีการวิจัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ และต้องใช้เงินลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ ทำให้ผู้มีจำนวนเงินลงทุนไม่พอ หรือแหล่งสนับสนุนทางการเงินไม่แข็งแกร่งก็ยากที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมได้

4. ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ขาย (Switching Costs) ต้นทุนของผู้ซื้อที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผู้ขายจากรายหนึ่งไปสู่อีกรายหนึ่งซึ่งเป็นอุปสรรคอีกอย่างหนึ่งที่ผู้เข้ามารายใหม่ต้องเผชิญ โดยเฉพาะหากต้นทุน

ในการเปลี่ยนผู้ขายสูง ผู้เข้ามาใหม่ต้องเสนอคุณสมบัติหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่โดดเด่นทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจว่าคุ้มค่าที่จะเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้เข้ามาใหม่ได้

5. การเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Access to Distribution Channels) เป็นการหาช่องทางที่เหมาะสมแก่ตัวผลิตภัณฑ์เป็นงานสำคัญของผู้เข้ามาใหม่เนื่องจากมีผู้อยู่ในอุตสาหกรรมเดิม ครอบครองช่องทางจัดจำหน่ายนั้นอยู่ ทำให้ผู้เข้ามาใหม่อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือต้องพยายามมองหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ ที่อุตสาหกรรมเดิมยังไม่ใช้ หรือยังมองไม่เห็นความสำคัญ สำหรับผู้อยู่ในอุตสาหกรรมเดิมที่ต้องพยายามสร้างความเข้มแข็งของตนเพื่อป้องกันการเข้าสู่ตลาดของผู้เข้าตลาดรายใหม่

6. ข้อเสียทางต้นทุนที่ไม่ขึ้นอยู่กับขนาด (Cost Disadvantages Independent of Scale) ผู้เข้าใหม่อาจมีข้อเสียเปรียบต่อผู้ที่อยู่ในตลาดเดิม ที่มีบิ๊จจัยในการดำเนินงานที่เป็นจุดแข็งและส่งเสริมศักยภาพขององค์กร และมีโอกาสอันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมอื่น เช่น การเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับสิทธิบัตรแหล่งวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากนี้การได้เปรียบทางต้นทุนที่ไม่ขึ้นอยู่กับขนาดอาจมาจากการมีประสบการณ์หรือการเรียนรู้เพิ่มขึ้น โดยหลายองค์กรจะมีการเรียนรู้เมื่อ ธุรกิจมีประสบการณ์และมีการเรียนรู้มากขึ้น ย่อมทำให้เกิดความผิดพลาดน้อยลงและทราบความต้องการของตลาดมากขึ้น ซึ่งสร้างความเชื่อถือต่อผู้ซื้อด้วย ดังนั้นผู้เข้าใหม่ที่มีประสบการณ์น้อยย่อมเสียเปรียบ และต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่า จะสร้างสมประสบการณ์และความเชื่อถือได้

7. นโยบายของรัฐ (Government Policy) จะมีอิทธิพลต่อการประกอบการแข่งขันของธุรกิจ ได้แก่ จำนวนผู้แข่งขันในอุตสาหกรรม ผู้เข้าตลาดรายใหม่ หรือแม้กระทั่งการออกตลาดในบางอุตสาหกรรม โดยรัฐบาลสามารถจำกัดและควบคุมผู้เข้ามาในอุตสาหกรรม ได้ด้วยการให้ใบอนุญาตและจำกัดแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของอุปสรรคของการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ หมายถึง การแข่งขันของธุรกิจด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วย องค์กรประกอบ 7 ประการ ประกอบด้วย การประหยัดโดยขนาด ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ความต้องการเงินทุน ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ขาย การเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อเสียทางต้นทุนที่ไม่ขึ้นอยู่กับขนาด นโยบายของรัฐ เพื่อใช้เป็นกลไกในการดำเนินการตามแผนงานและเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน

ความหมายของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม

การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกัน โดยอาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะกลไกการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่ง กำหนดการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมไว้ ดังนี้

คีริวรณ์ เสรีรัตน์ (2542: 63) ได้กล่าวว่าการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึงระดับความเข้มข้นของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมด้วยตนเอง ซึ่งต้องมีการได้ตอบการแข่งขันกันในการค้าและกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลาตามระดับการแข่งขันที่แตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม โดยผลของการที่ตลาดมีระดับการแข่งขันที่สูงอาจมีสาเหตุจากหลายประการ

พัศตร์พวง วัฒนสินธุ์ และคณะ (2542: 125) ได้กล่าวว่าการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึง สถานะการแข่งขันของระหว่างธุรกิจต่างๆ จะทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อองค์กรธุรกิจหนึ่งมองเห็นช่องทางในการได้กำไรมากขึ้น หรือถูกคุกคามจากการกระทำขององค์กรธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคา การต่อสู้ทางด้านการตลาด การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด หรือ การเพิ่มการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า ถ้าสถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่รุนแรง โอกาสที่องค์กรธุรกิจต่างๆ จะขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรที่มากขึ้นก็จะมีมาก

เอกชัย อภิศักดิ์ และคณะ (2549: 55) ได้กล่าวว่าการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึง การแข่งขันที่รุนแรงซึ่งไม่เป็นผลดีต่อผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรม เพราะนั่นหมายถึงส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง นอกจากนี้การแข่งขันกันลดราคาก็จะนำไปสู่การลดลงของ Margin และผลกำไรที่จะต้องหดหายไปมากที่สุด

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ และคณะ (2545: 27) ได้กล่าวว่าการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึง ระดับความรุนแรงของการแข่งขันจะมีผลต่อศักยภาพแห่งการทำกำไรภายในอุตสาหกรรม โดยส่วนรวม ดังนั้น การวิเคราะห์ปัจจัยที่จะเป็นสาเหตุของสงครามการแข่งขันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักธุรกิจ

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึง การแข่งขันในอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้น โดยมีองค์กรใดองค์กรหนึ่งหรือหลายองค์กรการริเริ่มเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของตนเพื่อต้องการให้รับความได้เปรียบและผลประโยชน์เหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ

ในอุตสาหกรรมซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อองค์กรอื่น และอาจทำให้เกิดการตอบโต้ซึ่งสามารถพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงของการแข่งขันได้

ความหมายขององค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม

องค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ใช้พิจารณาความรุนแรงของการแข่งขัน ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ไว้ดังนี้

พัคตร์ผอง วัฒนสิทธิ์ และคณะ (2542: 130) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ไว้ดังนี้

1. จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม จำนวนคู่แข่งในแต่ละอุตสาหกรรมรวมทั้งความแตกต่างในเรื่องของขนาดและความสามารถในการดำเนินงานของแต่ละองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรม มีส่วนอย่างยิ่งในการกำหนดสภาวะการแข่งขัน อุตสาหกรรมที่มีจำนวนคู่แข่งน้อยจะมีการแข่งขันที่ไม่ค่อยรุนแรง
2. อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดโอกาส สำหรับธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นที่จะเติบโตตามสภาวะอุตสาหกรรมไปด้วย
3. ความเหมือนหรือความต่างของสินค้าและบริการ ในอุตสาหกรรมใด ๆ ถ้าสินค้าในอุตสาหกรรมนั้นมีความแตกต่างกันมาก การแข่งขันจะไม่รุนแรง เนื่องจากผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการหรือความภักดีที่มีต่อตราสินค้า
4. มูลค่าของต้นทุนคงที่ ถ้าต้นทุนคงที่หรือต้นทุนที่องค์กรธุรกิจลงทุนในอุตสาหกรรมนั้นสูง องค์กรธุรกิจย่อมต้องการที่จะทำการผลิตสินค้าออกมาในปริมาณที่มาก
5. ข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรม ในอุตสาหกรรมใดที่มีข้อจำกัดในการออกจากอุตสาหกรรมมีสูง การออกจากอุตสาหกรรมย่อมทำได้ยาก ทำให้องค์กรธุรกิจจำต้องทนอยู่ในอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถให้ผลตอบแทนที่ดี
6. อุปสรรคกีดขวางการออกจากอุตสาหกรรม หากมีอุปสรรคมากก็ส่งผลให้การออกจากอุตสาหกรรมออกได้ยาก การแข่งขันก็จะสูง
7. การเพิ่มกำลังการผลิต การที่องค์กรจะเพิ่มปริมาณการผลิตโดยการสร้างโรงงานใหม่ ศูนย์บริการ หรือซื้อเครื่องจักรใหม่ โดยองค์กรต้องบริหารกำลังการผลิตที่มีอย่างเต็มกำลังการผลิตเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำที่สุด

จินตนา บุญบงการ และคณะ (2547: 89) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ไว้ดังนี้

1. จำนวนคู่แข่ง คู่แข่งขันที่มีอยู่อย่างมากมายในแต่ละอุตสาหกรรมมีทั้งที่ประกอบการธุรกิจรายใหญ่และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก หรือที่เรียกว่า SMEs โดยที่ธุรกิจจะมีอำนาจและศักยภาพแตกต่างกันตั้งแต่ที่มีอำนาจมากกว่า เท่าเทียมกัน หรือน้อยกว่า เมื่อมีคู่แข่งอยู่จำนวนมาก แต่ละองค์กรย่อมมีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ ออกมาต่อสู้แข่งขัน เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งทำให้ยิ่งก่อให้เกิดการต่อสู้แข่งขันกันรุนแรงยิ่งขึ้น

2. อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม นอกจากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมจะเป็นโอกาสให้แก่ธุรกิจแล้ว ยังเป็นการดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม แต่ถ้าหากอุตสาหกรรมมีการเจริญเติบโตช้าลง ธุรกิจก็จะไม่สามารถเพิ่มการเติบโตของยอดขายและกำไรขึ้นตลอดจนส่งผลให้ต้องแย่งยอดขายมาจากคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงขึ้น

3. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณสมบัติพื้นฐานที่ใกล้เคียงกันแล้ว การแข่งขันที่ธุรกิจนิยมทำ คือ การพยายามลดต้นทุนและตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคาหรือที่เรียกว่าสงครามราคา ซึ่งถ้าหากการตัดราคาทวีความรุนแรงขึ้นก็จะส่งผลร้ายต่อองค์กร ดังนั้นธุรกิจควรใช้รูปแบบอื่นนอกจากการลดต้นทุนและลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า

4. ปริมาณของต้นทุนคงที่ ต้นทุนคงที่ส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจต้องดึงลูกค้าให้ได้จำนวนมากที่จะคุ้มทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีต้นทุนคงที่สูง เช่น สายการบินที่ต้องบินตามเวลา เป็นต้น

5. กำลังการผลิต ปกติองค์กรจะเพิ่มปริมาณการผลิตโดยเพิ่มกำลังการผลิตด้วยการสร้างโรงงานใหม่หรือซื้อเครื่องจักรใหม่ โดยองค์กรต้องบริหารกำลังการผลิตที่มีอย่างเต็มกำลังการผลิตเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำที่สุด

6. อุปสรรคของการออกไปสู่อุตสาหกรรมอื่น เช่น การมีเทคโนโลยี เครื่องจักร และความรู้เฉพาะด้าน ทำให้องค์กรไม่สามารถขยายไปสู่ธุรกิจอื่นด้วยพื้นฐานเทคโนโลยีเดิม การเข้าสู่อุตสาหกรรมอื่นต้องลงทุนใหม่ทั้งหมดซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงสูง

7. ความหลากหลายของคู่แข่ง คู่แข่งขันแต่ละรายก็จะมีลักษณะเฉพาะของตน เช่น วัฒนธรรมในการดำเนินงาน หรือการวางแผนกลยุทธ์ โดยแต่ละองค์กรจะมีมุมมองที่แตกต่างกันในการสรรหากลยุทธ์ที่จะมาแข่งขัน

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2552: 79-80) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึง การวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกัน โดยอาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ประการ ดังนี้

1. จำนวนและคุณภาพของคู่แข่ง (Numerous or Equally Balanced Competitors) คู่แข่งที่มีอยู่อย่างมากมายในแต่ละอุตสาหกรรมมีทั้งประกอบการธุรกิจรายใหญ่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดเล็กหรือที่เรียกว่า SMEs โดยที่ธุรกิจประเภทนี้จะมีอำนาจและศักยภาพแตกต่างกัน ตั้งแต่ที่มีอำนาจมากกว่าเท่าเทียมกัน หรือน้อยกว่า เมื่อคู่แข่งอยู่จำนวนมาก แต่ละองค์กรย่อมมีการพัฒนากลยุทธ์ ใหม่ ๆ ออกมาต่อสู้คู่แข่งเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้ตนเอง ซึ่งยิ่งทำให้อำนาจในการต่อสู้แข่งขันกันรุนแรงยิ่งขึ้น

2. อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม (Slow Industry Growth) นอกจากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมจะเป็นโอกาสให้แก่ธุรกิจแล้ว ยังเป็นการดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม แต่ถ้าหากอุตสาหกรรมมีอัตราเจริญเติบโต ธุรกิจก็จะไม่สามารถเพิ่มการเติบโตของยอดขายและกำไรขึ้น ตลอดจนส่งผลให้ต้องแย่งยอดขายมาจากคู่แข่งซึ่งจะทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงขึ้น

3. ปริมาณของต้นทุนคงที่ (High Fixed or Storage Costs) ต้นทุนคงที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจต้องดึงดูดให้ได้จำนวนมากพอที่จะคุ้มทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีต้นทุนคงที่สูง เช่น สายการบินต้องบินตามตารางบินเพื่อรักษาภาพลักษณ์และเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า แม้ว่าในบางเที่ยวจะมีผู้โดยสารไม่ถึงจำนวนจุดคุ้มทุนก็ตามทำให้สายการบินจะต้องขายตั๋วโดยสารราคาพิเศษ และให้ผู้โดยสารสำรองขึ้นเครื่องบินเมื่อมีที่ว่างทิ้งที่ตั๋วมีราคาต่ำไม่คุ้มกับต้นทุนแต่เพื่อให้มีรายได้ในเที่ยวบินนั้นคุ้มกับต้นทุนคงที่เป็นต้น

4. ผลิตกัณฑ์ในตลาดไม่มีความแตกต่าง (Lack of Differentiation of Switch Costs) หากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือการบริการมีคุณสมบัติพื้นฐานที่ใกล้เคียงกัน การแข่งขันที่ธุรกิจนิยมทำคือการพยายามลดต้นทุนและตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งเพราะผู้ซื้อก็จะเลือกสินค้าหรือบริการที่ราคาต่ำกว่า ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา หรือ สงครามราคาซึ่งการตัดราคาก็จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ทำให้ส่งผลร้ายต่อองค์กร ดังนั้นธุรกิจควรใช้รูปแบบอื่นนอกเหนือจากการลดต้นทุนและการลดต้นทุนและการลดราคาดึงดูดลูกค้า

5. การเพิ่มกำลังการผลิต (Capacity Augmented in Large Increment) ปกติองค์กรจะเพิ่มปริมาณการผลิตโดยการเพิ่มกำลังการผลิตด้วยการสร้างโรงงานใหม่ ศูนย์บริการ หรือซื้อเครื่องจักรใหม่ โดยองค์กรต้องบริหารกำลังการผลิตที่มีอย่างเต็มกำลังการผลิตเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำที่สุด

ดังนั้นเมื่อกำลังการผลิตสูงกว่าความต้องการของตลาดจึงส่งผลให้องค์กรต้องทำการลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้าซึ่งจะก่อให้เกิดการแข่งขันรุนแรงได้

6. ความหลากหลายกลยุทธ์ของคู่แข่ง (Competitors with Diverse Strategies) คู่แข่งขันแต่ละรายก็จะมีลักษณะเฉพาะของตน เช่น วัฒนธรรมในการดำเนินงาน หรือ การวางแผนกลยุทธ์ โดยแต่ละองค์กรจะมีมุมมองที่แตกต่างกันในการสรรหากลยุทธ์ที่จะมาแข่งขัน ซึ่งบางครั้งอาจก่อให้เกิดการทำทลายโดยไม่รู้ตัวซึ่งจะทำให้การแข่งขันรุนแรงยิ่งขึ้น

7. อุปสรรคของการออกไปสู่อุตสาหกรรมอื่น (High Exit Barriers) ยกกรณีตัวอย่าง เช่น การมีเทคโนโลยี เครื่องจักร และความรู้เฉพาะด้านทำให้องค์กรไม่สามารถขยายไปสู่ธุรกิจอื่นด้วยพื้นฐานเทคโนโลยี เดิม การเข้าสู่อุตสาหกรรมอื่นต้องลงทุนใหม่ทั้งหมด ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงสูง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายขององค์ประกอบของการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม หมายถึง การแข่งขันระหว่างธุรกิจซึ่งจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้อง ประกอบด้วย องค์ประกอบ 7 ประการ คือ จำนวนและคุณภาพของคู่แข่ง อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม ปริมาณของต้นทุนคงที่ ผลกระทบในตลาด ไม่มีความแตกต่าง การเพิ่มกำลังการผลิต ความหลากหลายกลยุทธ์ของคู่แข่ง อุปสรรคของการออกไปสู่อุตสาหกรรมอื่น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการและเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันของธุรกิจ

ความหมายของการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้

การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้เป็นการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ไว้ ดังนี้

พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และคณะ (2542: 133) ได้กล่าวว่า การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ หมายถึง ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจจะมีการแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่นที่ผลิตสินค้าที่มีลักษณะที่ทดแทนกันได้ ซึ่งอาจเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหมือนกัน การมีสินค้าทดแทนในอุตสาหกรรมอื่นย่อมก่อให้เกิดข้อจำกัดในการตั้งราคาสินค้าไม่ให้สูงเกินไปเนื่องจากลูกค้าอาจจะหันไปใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้ และถ้าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ต่ำ

ปกรณั ปรียากร (2544: 105) ได้กล่าวว่า การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสามารถใช้ทดแทนได้ ทำให้กิจการต่าง ๆ ต้องระมัดระวังในเรื่องคุณภาพสินค้า ราคา และบริการที่ได้เปรียบตลอดเวลา

สุพานี สฤษฏ์วานิช (2546: 165) ได้กล่าวว่า การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ หมายถึง สินค้าอุตสาหกรรมที่มีสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนได้ อุตสาหกรรมนี้ก็อาจถูกคุกคามได้ง่ายผลกำไรก็อาจลดลงได้ง่าย

สุวิชัย สุภรานนท์ (2549: 33) ได้กล่าวว่า การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ หมายถึง ทุกบริษัทจะต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทดแทนกัน การทดแทนกันได้จะนำไปสู่การจำกัดรายได้และกำไรของบริษัท หากราคาสูงขึ้นระดับหนึ่ง ผู้ใช้จะหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมาใช้แทนผลิตภัณฑ์เดิม ยิ่งราคาของผลิตภัณฑ์ทดแทนเป็นที่น่าดึงดูดใจเท่าไร กำไรของผลิตภัณฑ์เดิมก็ลดลงเท่านั้น

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ (2549: 55) ได้กล่าวว่า การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีหน้าที่เดียวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ หมายถึง ความสามารถในการค้นหาผลิตภัณฑ์มาทดแทนกันจะทำให้มีผลต่อความต้องการและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ซึ่งในบางครั้งองค์กรอาจประสบปัญหาการคุกคามของสินค้าหรือ บริการทดแทนจากอุตสาหกรรมอื่น ซึ่งการทดแทนอาจเป็นเพียงชั่วคราว

ความหมายของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อเป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อไว้ ดังนี้

สมยศ นาวิการ (2544: 106) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองในการกดราคา หรือเพิ่มบริการต่าง ๆ ได้ ดังนั้นธุรกิจใดมีอำนาจต่อรองมาก ก็ได้เปรียบในเชิงแข่งขันมากกว่าสามารถหาวัตถุดิบได้ต้นทุนที่ต่ำกว่าทำให้การตั้งราคาขายต่ำกว่าได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546: 91) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง ภัยจากการเพิ่มพูนของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อตลาดส่วนนี้ไม่น่าสนใจ ผู้ซื้อจะบีบบังคับราคาให้ลดลง มีความต้องการสินค้าคุณภาพสูงขึ้นหรือบริการมากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันระหว่างคู่แข่งทั้งหลายทั้งหมดนี้ทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดลง อำนาจการต่อรองเพิ่มขึ้นได้บางกรณี เช่น สินค้าไม่มีความแตกต่างกันเพื่อต่อรองและเพื่อป้องกันตนเอง ผู้ขายอาจเลือกผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบน้อยที่สุด หรือไม่มีพลังพอจะเปลี่ยนไปสู่รายอื่น การป้องกันที่ดี คือสร้างสิ่งเสนอขายที่ดีเลิศจนผู้ซื้อรายที่แข็งแกร่งไม่อาจปฏิเสธได้

สุวิชัย ศุภรานนท์ (2549: 32) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ซื้อสามารถต่อรอง ให้ได้ราคาที่ลดต่ำลง หรือต่อรองเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการ หรือทั้งสองประการอำนาจการต่อรอง ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของตลาดในขณะนั้น และสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเมื่อเทียบกับธุรกิจทั้งหมดรวมกัน

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ (2549: 54) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง องค์กรหาทางให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนสูงสุดอีกทางเลือกหนึ่งผู้ซื้อต้องการสินค้าที่ถูกต้อง ณ จุดที่องค์กร ได้เพียงผลตอบแทนต่ำที่สุดพอที่จะได้รับ เพื่อลดต้นทุนการต่อรองของผู้ซื้อ คือ สินค้าคุณภาพดี การบริการดีเลิศในราคาที่ถูกต้อง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ต่อธุรกิจว่ามีมากน้อยแค่ไหน ซึ่งหากผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองสูงกว่าธุรกิจก็เป็นการยากที่ธุรกิจ จะสามารถขึ้นราคาสินค้าได้ตามใจชอบหากธุรกิจขึ้นราคาสินค้าผู้ซื้ออาจหันไปซื้อสินค้าจากธุรกิจรายอื่นแทน

ความหมายขององค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อที่ใช้พิจารณาความรุนแรงของการแข่งขัน ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อไว้ ดังนี้

พิบูล ทิปะปาล (2546: 41) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อไว้ ดังนี้

1. ผู้ซื้อจะซื้อในสัดส่วนที่มาก เมื่อเทียบกับยอดขายรวมทั้งหมดของผู้ขาย
2. ผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มาก เพราะผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์มาตรฐาน และไม่แตกต่างกัน เช่น ผู้จับซื้อสามารถเลือกซื้อน้ำมันได้จากหลายปั้ม เป็นต้น
3. ต้นทุนในการเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายอื่นน้อยมาก
4. ผู้ซื้อมีข้อมูลอย่างดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย เช่น ราคาและต้นทุน ผู้ซื้อยังมีข้อมูลมากเท่าไร ก็จะมีการต่อรองเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น
5. ผู้ซื้อมีกำไรต่ำ จึงถือความแตกต่างด้านราคาและบริการของผู้ขายเป็นสิ่งสำคัญ ตัวอย่างเช่น ราคานายของชำจะมีผลกำไรน้อยมาก

จินตนา บุญบงการ และคณะ (2547: 91-92) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อไว้ ดังนี้

1. ผู้ซื้อซื้อสินค้าในสัดส่วนปริมาณมาก
2. ผู้ซื้อ มีศักยภาพในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการไปข้างหลัง เช่น ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้า เกษตรกรมีศักยภาพในการขยายธุรกิจแบบรวมตัวไปด้านหลัง โดยเริ่มต้นการทำการเกษตรกร

เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์สู่โรงงาน เป็นต้น ซึ่งทำให้ธุรกิจที่เป็นผู้ขายวัตถุดิบสูญเสียลูกค้าไป นอกจากนี้ถ้าลูกค้าที่บูรณาการธุรกิจย้อนหลังและทำการผลิตสินค้าในปริมาณมากก็อาจจะเป็นคู่แข่งกับองค์กรธุรกิจได้

3. ผู้ขายมีจำนวนมาก ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ คุณภาพ และราคาได้จากผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลายราย เมื่อผู้ซื้อไม่พึงพอใจต่อผู้ขายรายใดก็สามารถเปลี่ยนไปพิจารณาจัดซื้อจากผู้ขายรายอื่น ทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกและมีอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้ขาย

4. มีสินค้า หรือบริการทดแทน นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแล้ว ธุรกิจต้องคำนึงถึงสินค้าหรือบริการอื่นที่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์ของตน เพราะถึงแม้สินค้าทดแทนจะมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของตน เพราะถึงแม้สินค้าทดแทนจะมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจนำเสนอ แต่สินค้าทดแทนก็จะทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกอื่นในการพิจารณา จึงมีอำนาจการต่อรองมากกว่า

5. ต้นทุนการเปลี่ยนแปลงผู้ขายต่ำ นอกจากพิจารณาเปรียบเทียบคุณสมบัติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์กับคู่แข่งกันแล้ว นักกลยุทธ์จะต้องคำนึงถึงต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ขายผู้ซื้อมีต้นทุนในการเปลี่ยนไปในสินค้าหรือบริการของกลุ่มต่ำ ก็จะทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกใช้จากแหล่งใดก็ได้ ซึ่งส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้ขาย

ณัฐพันธ์ เชนนันท์ (2552: 81-82) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคนั้นมีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูง และผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง โดยการวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ มาประกอบเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้ซื้อซื้อสินค้าในสัดส่วนปริมาณมาก (Large Volume Purchasers) เมื่อผู้ซื้อ ซื้อสินค้าในปริมาณที่มากจะทำสามารถต่อรองและกำหนดเงื่อนไขกับผู้ขายได้ เช่น การจัดส่งวัตถุดิบให้ตรงเวลา ซึ่งจะช่วยให้ผู้ซื้อประหยัดค่าใช้จ่ายการบริหารการผลิตแบบทันเวลาพอดี ทำให้ลดค่าใช้จ่ายลงได้

2. ผู้ซื้อ มีศักยภาพในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการไปข้างหลัง (Backward Integration by Buyers) ผู้ซื้อ มีนโยบายและแนวโน้มที่จะขยายตัวไปสู่ธุรกิจการจัดจำหน่ายวัตถุดิบ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจที่เป็นผู้ขายวัตถุดิบสูญเสียลูกค้าไป นอกจากนี้ถ้าลูกค้าที่บูรณาการธุรกิจย้อนหลังและทำการผลิตสินค้าในปริมาณมากก็อาจจะเป็นคู่แข่งกับองค์กรธุรกิจได้

3. ผู้ขายมีจำนวนมาก (Most Sellers) ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ทั้งรูปแบบคุณภาพ และราคาได้จากผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลายรายเมื่อผู้ซื้อไม่พึงพอใจต่อผู้ขายรายใดก็สามารถเปลี่ยนไปพิจารณาจัดซื้อจากผู้ขายรายอื่นทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกและมีอำนาจการต่อรองมากกว่าผู้ขาย

4. มีสินค้าหรือบริการทดแทน (Substitute Goods or Service) นอกจากผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแล้วธุรกิจต้องคำนึงถึงสินค้าหรือบริการอื่นที่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์ของตน เพราะแม้สินค้าทดแทนจะมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจนำเสนอแต่สินค้าทดแทนก็จะทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกอื่นในการพิจารณาจึงมีอำนาจต่อรองมากกว่า

5. ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ขายต่ำ (Switching Cost) ถ้าผู้ซื้อมีต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการของกลุ่มคู่แข่งต่ำก็จะทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกใช้จากแหล่งใดก็ได้ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองมากกว่าผู้ขาย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายขององค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หมายถึง การแข่งขันของธุรกิจด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ คือ ผู้ซื้อซื้อสินค้าในสัดส่วนปริมาณมาก ผู้ซื้อมีศักยภาพในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการไปข้างหน้า ผู้ขายมีจำนวนมาก มีสินค้าหรือบริการทดแทน ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ขายต่ำ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการแก้ไขและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ความหมายของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่บริษัท โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็จะมีความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้าผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ก็จะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตไว้ดังนี้

พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และคณะ (2542: 133) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง ผู้ขายวัตถุดิบจะมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรม เนื่องจากสามารถกำหนดให้สินค้ามีราคาสูงหรือต่ำได้หรือเพิ่มหรือลดคุณภาพของสินค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและกำไรขององค์กรธุรกิจ ในกรณีที่ผู้ขายมีความอ่อนแอหรือมีอำนาจต่อรองต่ำย่อมถูกผู้ซื้อกดราคา และเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นได้

มัลลิกา ต้นสอน (2544: 58) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง ผู้ขายวัตถุดิบเป็นกลุ่มบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อธุรกิจโดยผู้ขายวัตถุดิบอาจกำหนดราคาปัจจัยการผลิตให้สูงขึ้น ลดคุณภาพของปัจจัยนั้น ๆ ลง หรือทำให้กระบวนการผลิตล่าช้ากว่ากำหนด

สุมน มาลาสิทธิ์ (2546: 40) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง คู่ค้า (suppliers) มีอำนาจการต่อรองราคาวัตถุดิบหรือกำหนดระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการได้

จินตนาบุญบงการ และคณะ (2547: 95) ได้กล่าวว่าอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ขายวัตถุดิบจะมีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า หรือบริการ เพราะคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบและความล่าช้าของการส่งมอบล้วนก่อให้เกิดผลกระทบต่อองค์การ

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ (2549: 54) ได้กล่าวว่า อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง การลดคุณภาพแต่เพิ่มราคาเป็นวิธีการหนึ่งซึ่งผู้ขายวัตถุดิบสามารถทำได้หากองค์กรไม่สามารถแบกรับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการปรับโครงสร้างราคาของผู้ขายวัตถุดิบทำไรก็ลดลงด้วย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง ระดับของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตที่มีต่อธุรกิจว่ามีมากน้อยแค่ไหนอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ขายวัตถุดิบจะมีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหรือบริการ

ความหมายขององค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตที่ใช้พิจารณาความรุนแรงของการแข่งขัน ซึ่งมีนักวิชาการ ได้ให้ความหมายขององค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตไว้ ดังนี้

มัลลิกา ต้นสอน (2544: 58) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตไว้ ดังนี้

1. ผู้ขายวัตถุดิบจำนวนน้อย ขณะที่ผู้ซื้อวัตถุดิบมีจำนวนค่อนข้างมาก
2. ปัจจัยการผลิตมีคุณลักษณะเฉพาะตัวสูง หรือหากผู้ซื้อต้องการเปลี่ยน ไปใช้ปัจจัยการผลิตอื่น ก็จะมีต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงที่สูง
3. การปัจจัยการผลิตอื่นมาทดแทน เป็นไปได้ยากในช่วงระยะเวลาอันสั้น
4. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีความสามารถในการทำธุรกรรม การไปข้างหน้า โดยการนำปัจจัยการผลิตไปผลิตสินค้าต่อเนื่องได้เอง
5. ผู้ซื้อสั่งซื้อปัจจัยการผลิตในสัดส่วนที่ไม่มาก เมื่อเทียบกับปริมาณวัตถุดิบที่ผู้ขายจำหน่ายอยู่ทั้งหมด

พิบูล ทีปะปาล (2546: 41) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตไว้ ดังนี้

1. ผู้ขายวัตถุดิบมีน้อยราย จึงมีอำนาจการต่อรองสูงกว่า
2. ผลิตภัณฑ์ของผู้ขายมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ หรืออย่างน้อยที่สุดเป็นองค์ประกอบสำคัญ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง

3. ค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อหากเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายอื่นสูงจึงจำเป็นต้องซื้อจากผู้ขายรายเดิม
4. ไม่มีสินค้าอื่นทดแทนได้
5. อุตสาหกรรมที่ซื้อวัตถุดิบนั้น ซื้อในสัดส่วนหรือปริมาณน้อย จึงไม่มีความสำคัญต่อผู้ขายวัตถุดิบ

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ (2552: 83-84) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่บริษัท โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็就会有ความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น โดยการวิเคราะห์จำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตมาประกอบเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้มีการแบ่งองค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้ซื้อสินค้าในสัดส่วนปริมาณน้อย (Small Portion of Buyers) เมื่อยอดซื้อวัตถุดิบและรายได้จากการขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อที่ซื้อในปริมาณน้อยทำให้สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นส่วนมากของผู้ขายวัตถุดิบ จึงทำให้ผู้ขายวัตถุดิบให้ความสำคัญต่างจากผู้ซื้อในปริมาณมาก

2. ผู้ขายวัตถุดิบมีศักยภาพในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการตัวไปข้างหน้า (Forward Integration by Suppliers) เมื่อความพร้อมด้านทรัพยากรของผู้ขาย และการเติบโตไปข้างหน้าไม่ได้มีความซับซ้อนทำให้ผู้ขายมีการตัดสินใจขยายขอบเขตการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ซื้อเดิม เพราะนอกจากจะต้องแข่งขันกับคู่แข่งเดิมในตลาดแล้วยังต้องแข่งขันกับผู้ขายวัตถุดิบซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

3. ผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนน้อยแต่จำหน่ายไปยังผู้ซื้อจำนวนมาก (Dominance by a Suppliers) ทำให้ผู้ขายวัตถุดิบมีความได้เปรียบในการต่อรองเนื่องจากผู้ซื้อไม่มีทางเลือกในการซื้อวัตถุดิบมากนัก ขณะที่ผู้ขายสามารถขายสินค้าของตนได้อย่างกว้างขวางนอกจากนี้ผู้ขายในบางอุตสาหกรรมอาจจะรวมกลุ่มกันในการกำหนดแนวทางปฏิบัติ ซึ่งจะลดความเสี่ยงในการแข่งขันและสร้างอำนาจในการต่อรองของตนได้มากขึ้น

4. ไม่มีสินค้าหรือบริการทดแทน (Non Availability of Substitute Products) ถ้าวัตถุดิบนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความสำคัญต่อผู้ซื้อและไม่สามารถหาสินค้าทดแทนได้ผู้ขายวัตถุดิบย่อมจะได้เปรียบในการต่อรอง

5. ต้นทุนการเปลี่ยนผู้จำหน่ายวัตถุดิบสูง (High Suppliers Switching Cost) ถึงแม้ผู้ซื้อจะสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่นได้แต่ถ้าการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมแล้วก็จะเป็อุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ความหมายขององค์ประกอบของอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต หมายถึง การแข่งขันของธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วย องค์ประกอบ 5 ประการ คือ ผู้ซื้อสินค้าในสัดส่วนปริมาณน้อย ผู้ขายวัตถุดิบมีศักยภาพในการขยายธุรกิจแบบบูรณาการตัวไปข้างหน้า

ผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนน้อยแต่จำหน่ายไปยังผู้ซื้อจำนวนมาก ไม่มีสินค้าหรือบริการทดแทน ต้นทุนการเปลี่ยนผู้จำหน่ายวัตถุดิบสูง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการการค้าตัดสินใจและเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันของธุรกิจ

สภาพทั่วไปของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

อาหารทะเลแปรรูปมีความสำคัญต่อการส่งออกของไทยเป็นอย่างมาก สำหรับประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารเป็นอันดับ 5 ของโลก นอกจากนั้นประเทศในกลุ่มอาเซียนได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปค่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย เมื่อพิจารณาจากมูลค่าตลาดของอาหารแปรรูปแช่แข็ง ประเทศฟิลิปปินส์ มีมูลค่าตลาดสูงสุด 19,379.37 ล้านบาท รองลงมาคือ อินโดนีเซีย 15,893.27 ล้านบาท มาเลเซีย 5,040.96 ล้านบาท และสิงคโปร์ 2,383.67 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออก และผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้จากการส่งออกมากที่สุด และเป็นอันดับ 1 ของโลก ได้แก่ ปลาหมึกกระป๋อง กุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง นอกจากนั้นสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น เช่น กุ้งแปรรูป ชาร์ดินกระป๋อง หอยสเนลสดหรือแช่เย็น ปูแห้งใส่เกลือ และ ปูในน้ำเกลือ (สถาบันอาหาร, 2555: 138-139)

ตารางแสดงการเปรียบเทียบการส่งออกอาหารทะเลของไทย ปี 2553 และ 2554

หน่วย : ตัน มูลค่า : ล้านบาท

| ประเทศ / กลุ่มประเทศ | 2553 | | 2554 | | อัตราการเปลี่ยนแปลง | |
|----------------------|------------|-----------|------------|-----------|---------------------|--------|
| | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า |
| USA | 402,059.76 | 71,555.95 | 359,168.38 | 74,714.52 | -10.67 | 4.41 |
| JAPAN | 288,382.08 | 48,945.18 | 297,609.36 | 68,941.05 | 3.20 | 40.85 |
| EU27 | 251,443.58 | 34,969.88 | 236,068.61 | 37,268.90 | -6.11 | 6.57 |
| ASEAN10* | 306,331.24 | 11,950.93 | 318,027.62 | 13,518.77 | 3.82 | 13.12 |
| VIET NAM | 54,680.84 | 3,312.16 | 64,687.30 | 3,968.44 | 18.30 | 19.81 |
| MALAYSIA | 134,701.69 | 2,839.75 | 136,745.49 | 3,113.08 | 1.52 | 9.62 |
| SINGAPORE | 24,798.23 | 1,619.64 | 24,893.43 | 1,804.84 | 0.38 | 11.43 |
| PHILIPPINES | 22,483.15 | 1,697.98 | 26,414.29 | 1,786.55 | 17.48 | 5.22 |
| KAMPUCHEA | 15,742.31 | 836.49 | 17,224.15 | 970.13 | 9.41 | 15.98 |
| Other | 53,925.02 | 1,644.89 | 48,062.96 | 1,875.73 | -10.87 | 14.03 |
| AFRICA47 | 154,030.22 | 12,062.24 | 144,008.05 | 12,638.21 | -6.51 | 4.77 |

ที่มา: กรมประมง, 2554

จากตารางแสดงการเปรียบเทียบการส่งออกอาหารทะเลของไทย ปี 2553 และ 2554 พบว่า ตลาดการส่งออกหลักยังคงเป็นสหรัฐฯ ร้อยละ 27 รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่นร้อยละ 25 กลุ่มสหภาพยุโรปร้อยละ 14 กลุ่มอาเซียนและกลุ่มแอฟริการ้อยละ 5 (กรมประมง, 2554: 1 - 6) ซึ่งแบ่งรายละเอียดเป็นรายประเทศ ดังนี้

สหรัฐอเมริกา ยังเป็นตลาดหลักในการส่งออกอาหารทะเลของไทยมีสัดส่วนลดลงจากร้อยละ 30 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 27 ในปี 2554 โดยมีปริมาณการส่งออก 359,168 ตัน มูลค่า 74,715 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11 โดยปริมาณ ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 และมูลค่าการส่งออกดังกล่าวสูงสุดในรอบ 15 ปี กุ้งปรุงแต่งเป็นสินค้าประมงที่ทำรายได้มากที่สุด 27,785 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28 ของมูลค่าการส่งออกรวมไปสหรัฐฯ และเป็นกลุ่มสินค้าเพียงไม่กี่กลุ่มที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เพราะส่วนใหญ่จะลดลงเมื่อเทียบกับปี 2553 โดยปริมาณส่งออก 91,570 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งทำรายได้เป็นอันดับที่ 2 มูลค่า 21,805 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29 (การส่งออกกุ้งรวมของไทยมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 68 ของมูลค่าการส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ) ปริมาณการส่งออก 82,324 ตัน ลดลงร้อยละ 20 มูลค่าลดลงร้อยละ 9 หน้่ากระป๋องทำรายได้ อันดับที่ 3 มีมูลค่า 12,215 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16 (หากรวมกับหน้่าปรุงแต่งอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21) ญี่ปุ่น ยังเป็นตลาดส่งออกอาหารทะเลของไทยที่สำคัญอีกตลาดหนึ่ง

ปี 2554 การส่งออกเพิ่มขึ้นสูงสุดในกลุ่มประเทศที่เป็นตลาดส่งออกหลัก (สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป) ทำให้มีสัดส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21 ในปี 2553 เป็นร้อยละ 25 ของมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลทั้งหมดของไทย โดยส่วนหนึ่งอาจมีผลมาจากการเกิดแผ่นดินไหวในช่วงต้นปี 2554 ทำให้เรือประมงและอุตสาหกรรมด้านอาหารทะเลได้รับความเสียหาย รวมถึงความกังวลในการรั่วไหลของสารกัมมันตรังสีลงทะเล จึงจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นจากเหตุดังกล่าว ปี 2554 ไทยส่งออกอาหารทะเลไปญี่ปุ่น ปริมาณ 297,609 ตัน มูลค่า 68,941 ล้านบาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 41 มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 มูลค่าการส่งออกสูงสุดในรอบ 15 ปี สินค้าส่งออกหลักได้แก่ ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง กุ้งปรุงแต่ง กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง และ เนื้อปลาสดแช่เย็น แช่แข็ง เป็นต้น **สหภาพยุโรป** เป็นตลาดส่งออกอาหารทะเลอันดับที่ 3 ของไทย ในปี 2554 ปริมาณการส่งออก 236,069 ตัน มูลค่า 37,269 ล้านบาท ปริมาณลดลงร้อยละ 6 ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเปรียบเทียบกับ ปี 2553 โดยมีสัดส่วนร้อยละ 14 ของมูลค่าปัจจุบันสหภาพยุโรปประสบปัญหาวิกฤตหนี้ โดยเริ่มจากกรีซ และต่อเนื่องไปยัง อิตาลี สเปน โปรตุเกส ทำให้บริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือ Standard & Poor's (S&P) ได้ปรับลดอันดับความน่าเชื่อถือระยะยาวของ 9 ประเทศในเขตยูโรโซนที่มีทั้งหมด 27 ประเทศ โดยมีประเทศที่ถูกปรับลดอันดับความน่าเชื่อถือลดลง 1 ระดับ (1 Notch) ได้แก่ ฝรั่งเศส ออสเตรีย มอลต้า สโลวาเนีย และสโลวาเกีย และประเทศที่ถูกปรับลดลง 2 ระดับ (2 Notches) ได้แก่ อิตาลี โปรตุเกส สเปน และไซปรัส ทำให้เหลือแค่ 4 ประเทศ คือ เยอรมันนี เนเธอร์แลนด์ ฟินแลนด์ ลักเซมเบิร์กที่มีอันดับความน่าเชื่อถืออยู่ที่ระดับ AAA (ประกาศเมื่อ 13 มกราคม 2555) อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกในระยะสั้น ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปยัง อังกฤษ อิตาลี เยอรมันนี และฝรั่งเศส สินค้าอาหารทะเลส่งออกหลัก ๆ ได้แก่ กุ้งปรุงแต่ง กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง หนุ่นำกระป๋อง และหมึกสดแช่เย็นแช่แข็ง เป็นต้น **กลุ่มอาเซียน** ปี 2554 ปริมาณการส่งออก 318,028 ตัน มูลค่า 13,519 ล้านบาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 มีสัดส่วนการส่งออกทั้งปริมาณและมูลค่าร้อยละ 5 ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปประเทศเวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ สินค้าประมงส่งออกหลักได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป เป็นต้น **กลุ่มแอฟริกา** ปี 2554 ปริมาณการส่งออก 144,008 ตัน มูลค่า 12,638 ล้านบาท ปริมาณลดลงร้อยละ 7 ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 มีสัดส่วนการส่งออกทั้งปริมาณและมูลค่าร้อยละ 5 ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปประเทศอียิปต์ แอฟริกาใต้ และลิเบีย สินค้าอาหารทะเลส่งออกหลักได้แก่ หนุ่นำกระป๋อง ชาร์ดินกระป๋อง และปลากระป๋องอื่นๆ เป็นต้น ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเป็นอาหารที่ผลิตจากสัตว์น้ำเค็ม น้ำกร่อยที่ได้มาจากการทำประมงทางทะเล หรือเพาะเลี้ยงตามชายฝั่ง ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา และปลาหมึก โดยผ่านการ แปรรูป ด้วยกรรมวิธีเยือกแข็ง หรือถนอมอาหารในแบบอื่น โดยมีกระบวนการแปรรูปสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย (สาธิตา คำสุวรรณ, 2554: 138-139)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าอาหารทะเลแปรรูปมีความสำคัญต่อการส่งออกของไทยเป็นอย่างมาก สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารเป็นอันดับ 5 ของโลก นอกจากนั้นประเทศในกลุ่มอาเซียนได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปค่อนข้างมาก โดยเฉพาะประเทศ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย เมื่อพิจารณาจากมูลค่าตลาดของอาหารแปรรูปแช่แข็งประเทศฟิลิปปินส์มีมูลค่าตลาดสูงสุด รองลงมาคือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ตลาดการส่งออกหลักยังคงเป็นสหรัฐฯ ร้อยละ 27 รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่นร้อยละ 25 กลุ่มสหภาพยุโรป ร้อยละ 14 กลุ่มอาเซียนและกลุ่มอัฟริการ้อยละ 5 ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป เป็นอาหารที่ผลิตจากสัตว์น้ำเค็ม น้ำกร่อยที่ได้มาจากการทำประมงทางทะเลโดยผ่านการแปรรูปด้วยกรรมวิธีเยือกแข็งหรือถนอมอาหารในแบบอื่น โดยมีกระบวนการแปรรูปสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สินค้าประมงส่งออกหลักที่ผลิตกันอาหารทะเลแปรรูปแช่เย็นและแช่แข็งได้แก่ ปลา กุ้ง ปลาหมึก หอย และปู

ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับชายฝั่งทะเล 2 ด้านคือด้านตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทยมีความยาว 154.60 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอชายทะเล 6 อำเภอ คือ อำเภอระโนด อำเภอสทิงพระ อำเภอสิงหนคร อำเภอเมือง อำเภอจะนะ และอำเภอเทพา และด้านตะวันตกติดต่อกับทะเลสาบสงขลาทำให้อาชีพการประมงเป็นอาชีพที่สำคัญและสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสงขลาเป็นอย่างมาก ซึ่งการประมงในจังหวัดสงขลา (แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสงขลา, 2557: 8-9) สามารถแบ่งออกได้เป็น

1. การประมงในทะเลสาบสงขลาเป็นการทำการประมงของชาวประมงรอบ ๆ ทะเลสาบสงขลา มีความแตกต่างกันบ้างขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ โดยชาวประมงส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ดั้งเดิม และทำการประมงในทะเลสาบสงขลามาดั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษซึ่งโดยภาพรวมสามารถแบ่งชาวประมงตามลักษณะประกอบอาชีพออกได้ 3 ประเภทคือ

1.1 ประเภทที่มีอาชีพหลักทำการประมงอย่างเดียวซึ่งแต่ละครัวเรือนจะทำการประมงด้วยเครื่องมือหลายชนิด เช่น ลอบยื่น โพงพาง และอวนลอย กลุ่มนี้จะเป็นชาวมุสลิมเสียส่วนใหญ่อาศัยอยู่บริเวณทะเลสาบตอนนอกและทะเลหลวงตอนล่างมาก เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีทรัพยากรสัตว์น้ำที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจหลายชนิด เช่น กุ้งชนิดต่าง ๆ ปลากระบอก ปลากะพง เป็นต้น

1.2 ประเภทที่ทำการประมงเป็นอาชีพหลักและมีอาชีพรองร่วมด้วยหลังเสร็จจากภารกิจทางด้านการประมงโดยอาชีพรองที่พบทั่วไป เช่น การรับจ้าง

1.3 ประเภทที่มีอาชีพประมงร่วมกับอาชีพอื่นโดยทำไปด้วยกันและมีรายได้จากทั้ง 2 ทางใกล้เคียงกัน เช่น ทำการประมงคู่กับค้าขาย การประมงคู่กับรับจ้าง การประมงคู่กับทำสวน และการประมงคู่กับหัตถกรรมโดยจะพบมากบริเวณทะเลน้อย และทะเลหลวงสำหรับเครื่องมือจับสัตว์น้ำที่สำคัญที่พบมากในทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย เครื่องมือประจำที่ประเภท โพงพางและไชนั่ง โดยมีผู้ประกอบอาชีพจับสัตว์น้ำโดยใช้เครื่องมือโพงพางจำนวน 255 ราย 2,124 ช่องและไชนั่งจำนวน 1,398 ราย 24,023 ลูก

2. การประมงทะเลจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีท่าเทียบเรือที่มีขนาดใหญ่ทำให้เรือประมงจำนวนมาก หมุนเวียนเข้ามาเทียบท่าเพื่อขนถ่ายสินค้าภายในปี 2554 จังหวัดสงขลาผลิตผลจากการประมงทางทะเล ปริมาณ 88,050.77 ตันคิดเป็นมูลค่า 2,022.56 ล้านบาท ประกอบด้วยชนิดสัตว์น้ำที่สำคัญคือ ปลาหู ปลาเคย กุ้ง กุ้ง หมีก ปู ปลาหลังเขียว และปลาเป็ด โดยเมื่อเปรียบเทียบผลผลิตจากการประมงทะเลในปี 2554 กับปี 2553 พบว่า ผลผลิตจากการประมงทะเลในปี 2554 ลดลงจำนวน 21,840.95 ตัน เนื่องจากเรือประมงที่ทำการประมงในน่านน้ำมาเลเซียนำสัตว์น้ำมาขึ้นท่าเทียบเรือสงขลาลดลง นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังมีธุรกิจต่อเนื่องเกี่ยวกับการประมงทะเลที่สำคัญประกอบด้วย โรงน้ำแข็ง โรงงานผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแช่เยือกแข็ง โรงงานปลากระป๋อง และโรงงานปลาป่น

3. การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งจังหวัดสงขลาที่มีสัตว์น้ำเศรษฐกิจที่สำคัญที่เกษตรกรนิยมเลี้ยง ได้แก่ กุ้งทะเลและปลากะพงขาว การเลี้ยงกุ้งทะเลในปี 2555 มีพื้นที่เพาะเลี้ยงทั้งหมด 11,460.98 ไร่ ในเขตอำเภอระโนด อำเภอจะนะ อำเภอลิขังนครอำเภอเทพาอำเภอหาดใหญ่ อำเภอกวนเนียง อำเภอสติงพระ อำเภอกระแสดินธุ์ และอำเภอเมือง ซึ่งชนิดกุ้งทะเลที่นิยมเลี้ยงจะเป็นกุ้งขาวร็อยละ 99.25 โดยในปี 2555 มีผลผลิตกุ้งขาวรวม 39,265.36 ตัน คิดเป็นมูลค่า 5,072.22 ล้านบาท

ด้านอุตสาหกรรมและการลงทุน ในปี 2554 มีโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการใหม่จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 51 แห่งเงินลงทุน 1,183.18 ล้านบาทเกิดการจ้างงานจำนวน 844 คน ส่วนโครงการที่ได้รับการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีจำนวน 26 โครงการเงินลงทุน 3,910.50 ล้านบาทมีการจ้างงานคนไทยจำนวน 2,778 คน จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดเดียวในภาคใต้ที่รายได้หลักมาจากอุตสาหกรรม โดยมีจำนวน โรงงาน อุตสาหกรรมเงินลงทุนแรงงาน และจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมแยกตามขนาดอุตสาหกรรม จำนวน โรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมดจำนวน 1,883 โรง เงินลงทุนทั้งหมดจำนวน 68,009.67 ล้านบาท สามารถจ้างแรงงานทั้งสิ้น 77,037 คน จำนวน โรงงานอุตสาหกรรมเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่

1. อุตสาหกรรมอาหารจำนวน 171 โรง (เงินลงทุน 6,850 ล้านบาท)
2. อุตสาหกรรมยางจำนวน 157 โรง (เงินลงทุน 11,028 ล้านบาท)
3. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะจำนวน 134 โรง (เงินลงทุน 1,689 ล้านบาท)

4. อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ จำนวน 119 โรง (เงินลงทุน 8,742 ล้านบาท)

เมื่อพิจารณาตามหมวดและแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร และอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องจากการเกษตรเป็นหลัก เช่น ยางพาราไม้ยางพารา เฟอร์นิเจอร์ รองลงมา เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสมัยสามอุตสาหกรรมหลัก เช่น อุตสาหกรรมโลหะอุตสาหกรรม อโลหะอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักนั่นเอง (แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสงขลา, 2557: 9-10)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจแห่งหนึ่งในภาคใต้ ที่มีพื้นที่ติดต่อกับชายฝั่งทะเล 2 ด้าน คือ ด้านตะวันออกติดต่อกับอ่าวไทย มีความยาว 154.60 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอชายทะเล 6 อำเภอ และด้านตะวันตกติดต่อกับทะเลสาบสงขลา ทำให้อาชีพการประมงเป็นอาชีพที่สำคัญและสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสงขลาเป็นอย่างมาก กลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเป็นธุรกิจที่มี Supply Chain ใหญ่มาก ในจังหวัดสงขลาตั้งแต่ธุรกิจเรือประมงแปปลา ห้องเย็น ตัดแต่งแปรรูปอาหารทะเล โลจิสติกส์ ค้าส่ง-ค้าปลีก การผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องนั้นมีทั้งธุรกิจขนาดเล็กในระดับครอบครัว การประมงแบบพื้นบ้าน จนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ระดับสากลที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา สามารถแบ่งงานวิจัยออกเป็น 2 ประเภท คือ งานวิจัยในประเทศ และงานวิจัยในต่างประเทศ โดยมีความสอดคล้องในด้าน ทฤษฎี และคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. งานวิจัยในประเทศ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปญญาภรณ์ ปันทองงาม (2546) ศึกษาปัญหาและวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่รูปแบบต่างๆ ที่มีต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม และเพื่อศึกษาการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตนครลำปาง จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ สินค้าขนาดเล็กและขนาดกลางที่มีราคาถูกจะขายดี มีกระแสต่อต้านธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ซึ่งเป็นคู่แข่งมีลูกค้าประจำชื่นชอบใช้บริการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

แต่ด้วยวิธีการดำเนินชีวิตและทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคนิยมใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการนำเทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานมากขึ้น ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ได้ ลูกค้าสามารถไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ทดแทนร้านค้าปลีกดั้งเดิมได้ นอกจากนี้ผู้บริโภคและซัพพลายเออร์มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นเรื่อย ๆ ผลการศึกษาสิ่งแวดล้อมภายในพบจุดแข็งของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหลายประการ ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดีใกล้แหล่งชุมชนและผู้บริโภค ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาต่างได้ดีและรวดเร็ว ผู้ประกอบการสามารถจัดจํารายละเอียดลูกค้าได้ดี แม้ว่าจะไม่มีการบันทึกข้อมูลลูกค้า และจุดอ่อนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ต้องแข่งขันกันเพื่อลูกค้ากลุ่มเดียวกันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านมีการบริการที่ไม่หลากหลาย สินค้ามีราคาแพง รูปแบบการตกแต่งหน้าร้านไม่ทันสมัยเงินทุนน้อยไม่สามารถขยายร้านได้ นอกจากนี้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรหลีกเลี่ยงข้อจำกัด และใช้กลยุทธ์ของตนเองโดยใช้กลยุทธ์การปรับตัว ได้แก่ ควรเจาะตลาดเฉพาะ และให้บริการที่ดีตลอดจนการรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองและขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ

วรรณดี ผสมพงษ์ (2548) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสถานการณ์ทั่วไปด้านการผลิตและการตลาดในปัจจุบันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา และศึกษาแนวทางเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษพบว่า อาหารทะเลที่ผลิตเพื่อส่งออกที่สำคัญมี 3 ชนิด คือ อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลแปรรูป และอาหารทะเลกระป๋อง ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมอาหารทะเลอยู่ในช่วงเติบโต ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดสหภาพยุโรป ตลาดเกาหลีใต้ ตลาดออสเตรเลียและตลาดตะวันออกกลาง ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คือ ผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งออกเอง และส่งออกโดยผ่านตัวแทน (Broker) และจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งมีจำนวนน้อย โดยส่วนใหญ่จะส่งออกโดยผ่านทางท่าเรือน้ำลึก จังหวัดสงขลา ปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งที่สำคัญ คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัท การผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เป็นต้น จุดอ่อนที่สำคัญ คือ ต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนแรงงาน การบริหารด้านการส่งออกและการตลาดส่งออกที่ยังไม่ดี ประสิทธิภาพของระบบข้อมูลข่าวสารของบริษัทยังไม่ทั่วถึง และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสที่สำคัญคือ ความต้องการสินค้าอาหารทะเลในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น ความช่วยเหลือจากรัฐบาลในรูปแบบต่าง ๆ และการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศต่าง ๆ ของรัฐบาล ผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดโลกมีไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น และอุปสรรคที่สำคัญคือ วัตถุดิบขาดแคลน และราคาสูง คู่แข่งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีมากขึ้น จากการวัตถุดิบขาดแคลนทำให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรอง ด้านราคา คุณภาพ และขนาดของวัตถุดิบ สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ชะลอตัว ปัจจัยเสี่ยง จากสภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า และมีการแข่งขันสูงจากประเทศคู่แข่ง

จิราวัฒน์ มันทรา (2550) ศึกษาการเปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกไทย ในจังหวัดขอนแก่น มีความมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบสภาวะการแข่งขันของธุรกิจและเพื่อการบริหารธุรกิจ ค้าปลีกไทยขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีสภาวะการแข่งขันของธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านอุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจ ด้านอำนาจต่อรองของผู้จัดส่ง ด้านระดับการแข่งขันระหว่างธุรกิจและด้านอุปสรรคจากการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการเงินและการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทยที่มีกิจการขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีสภาวะการแข่งขัน ของธุรกิจโดยรวม ด้านอุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจ ด้านระดับการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ปัจจุบันและด้านอุปสรรคจากการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ แตกต่างกัน ($P < .05$) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีสภาวะการแข่งขัน ของธุรกิจโดยรวม ด้านอุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อและด้านอุปสรรค จากการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ แตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทยที่มีกำไรของกิจการ ต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีสภาวะการแข่งขันของธุรกิจโดยรวม ด้านอุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ ในธุรกิจ ด้านอำนาจต่อรองของผู้จัดส่ง ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ด้านระดับการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ปัจจุบันและด้านอุปสรรคจากการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ แตกต่างกัน ($P < .05$) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทยที่มีขนาดธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหารธุรกิจ โดยรวมและด้านการตลาดต่างกันและผู้ประกอบการธุรกิจที่มีรายได้และกำไรต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ เรื่องดังกล่าว โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านความสามารถทางการเงินและด้านการบริหารจัดการ แตกต่างกัน ($P < .05$) สรุปการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกไทยในจังหวัดขอนแก่นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย ควรให้ความสำคัญกับการนำสินค้าที่ผ่านการผลิตเองหรือจากชุมชนมาขายในร้านเพื่อจะสร้างรายได้ ให้กับธุรกิจของตนเอง และชุมชน และยังต้องพัฒนาศักยภาพในการบริหารธุรกิจให้เกิดความรู้ใหม่ให้ทันสมัย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจค้าปลีกไทยสามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกอื่น ๆ ได้โดยนำข้อมูลที่ได้ออกการวิจัยนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของธุรกิจค้าปลีกไทย ให้มีความทันสมัย

นิตยา เลหากุลวิวัฒน์ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจจกักรสานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจเครื่องจักรสานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจเครื่องจักรสานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบกิจการ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ รายได้ในการผลิตต่อเดือน แหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจเครื่องจักรสานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง ด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิต ด้านสินค้าทดแทน และด้านภาพลักษณ์ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจเครื่องจักรสานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามเพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อจำแนกตามอายุ ลักษณะการประกอบกิจการ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ รายได้ในการผลิตต่อเดือน แหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน และวัตถุดิบในการผลิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

พิชญา จุฑาภรณ์ นิล (2551) ศึกษาแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมตามทัศนคติของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ตามทัศนคติของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า 1) ลูกค้าที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวทางการตลาดแตกต่างกันทุกด้าน 2) สภาพการแข่งขันทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าให้ความสำคัญด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมากที่สุด โดยลูกค้าเห็นว่าร้านค้าปลีกมีมากขึ้น ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกร้านที่ให้บริการดีที่สุดได้ 3) ความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าเห็นว่าร้านค้าปลีกควรจำหน่ายสินค้าที่สะอาด สด และใหม่ ปราศจากสารปนเปื้อน

นราวุฒิ สังข์รักษา (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้ประกอบการในจังหวัดราชบุรี 2) เปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนรายด้าน ได้แก่ คู่แข่งขันที่เข้ามาลงทุน ด้านอำนาจการต่อรองของลูกค้า ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายสินค้า ด้านสินค้าทดแทน และด้านความเข้มแข็งภายในอุตสาหกรรมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด กลยุทธ์การปรับตัว

ทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนรายด้านสินค้าและบริการ ด้านกลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับมาก 2) การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียวของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดจำแนกตามอายุ เพศ การสมรส การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น ต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนเพศ ไม่แตกต่างกัน 3) การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสภาพการแข่งขัน และปัจจัยด้านการสนับสนุนมีประสิทธิภาพ ในการทำงานร่วมกัน ต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ร้อยละ 39.80 และมีค่าความ คลาดเคลื่อน มาตรฐานในการทำนายเท่ากับ .038

จิรประภา สุขดี (2555) ศึกษาวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยา โดย Five Force Model มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการศึกษา ปัญหาและความต้องการในการดำเนินธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ ในจังหวัดพะเยาและการวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันการดำเนินงานของธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยา โดยใช้หลักการ Five Force Model จากฟาร์มไก่ไข่นาต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ ในจังหวัดพะเยาจะประสบปัญหาและความต้องการที่คล้ายคลึงกันกล่าวคือ ฟาร์มแต่ละขนาดมักประสบปัญหา เกี่ยวกับวัตถุดิบมีราคาสูงและมีความขาดแคลน ขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสมอันเนื่องมาจากปัญหา การขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่มีอำนาจ การต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย และยังประสบกับปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียน และการรับภาระหนี้สิน จากดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนกิจการ อีกทั้งปัญหาที่ทุกกิจการประสบคือ ปัญหาด้านราคาไข่ที่ไม่เสถียรภาพปรับตัวสูงขึ้นและลดลงมีความผันผวนและเกิดขึ้นเร็ว จนเกษตรกรบางรายที่มีทุนน้อยต้องเลิกกิจการ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยา คือ การรวมกลุ่มเป็นชมรม หรือสหกรณ์ ผู้เลี้ยงไก่ไข่ในพะเยา เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรอง และการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทบทวนงานวิจัยในต่างประเทศจำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย

Knut, B. L (2012) ศึกษาความไม่ไว้วางใจและการขาดนวัตกรรมกรณีศึกษาตลาดที่สูญเสีย ความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารทะเล พบว่าปัญหาพื้นฐาน คือการขาดความสอดคล้อง ระหว่าง การปรับตัวของตลาดและ การผลิตแบบดั้งเดิมซึ่งอาจส่งผลต่อการสูญเสียการแข่งขันในอุตสาหกรรม บางประเภท เหตุผลที่ผู้บริโภครูปปลาเค็มในสเปนตลาดที่สำคัญในประเทศนอร์เวย์ ได้ทำการผลิตปลาเค็ม แต่ดูเหมือนจะไม่สามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมปลาในประเทศ นอร์เวย์ได้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดอย่างมีนัยสำคัญในสเปนเพราะความล้มเหลวของพวกเขา

ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งต้องมีวิธีการผลิตที่แตกต่างกัน และอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์วิวัฒนาการและมุ่งเน้นกระบวนการผลิต ความแข็งแกร่งของธุรกิจ และการพึ่งพาของเส้นทางในการกระจายสินค้า สาเหตุของความล้มเหลวของตลาด คือ การปรับตัวของโครงสร้างอุตสาหกรรม และความไม่ไว้วางใจของผู้บริโภค ในอุตสาหกรรมปลาในประเทศนอร์เวย์ ความไม่ไว้วางใจ เป็นหนึ่งในเหตุผลที่สำคัญสำหรับความล้มเหลว ในการขยายสาขา และกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพพร้อมกัน เพื่อที่จะปรับให้เข้ากับความต้องการของตลาด สรุปว่า ผู้ผลิตอุตสาหกรรมอาหารทะเลที่พัฒนาระบบนวัตกรรมในสิ่งที่พวกเขา เชื่อว่าพวกเขามีนวัตกรรมและการแข่งขันในขณะที่ในความเป็นจริงพวกเขาได้รับการปกป้องจากบุคคล ตำแหน่งภายในการผลิตแบบดั้งเดิม

Shakil, A & Daud, A (2012) ศึกษารูปแบบการแข่งขันและการเข้าถึงตลาดการศึกษาในอุตสาหกรรมอาหารทะเลอินเดียการศึกษาครั้งนี้ พยายามประมาณการผลกระทบในด้านมาตรการในแง่ของความยืดหยุ่นของกฎระเบียบทางการค้าและการแข่งขัน การส่งออก เพื่อสร้างการรับรู้ในการเปิดเสรีที่เพิ่มขึ้นของการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งยังคงมีอุปสรรคทางการค้ามากขึ้นของประเภทที่ไม่ใช่ภาษี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบในเชิงปริมาณของเศรษฐกิจ ด้านกฎระเบียบ ด้านสุขภาพ และด้านสิ่งแวดล้อมที่แสดงในรูปแบบของมาตรการ SPS เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรโดยการส่งออกอาหารทะเลในอินเดีย เป็นกรณีศึกษาการวิเคราะห์แนวโน้มที่ครบถ้วนด้วยส่วนแบ่งการตลาดซึ่งรูปแบบจะช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลได้รับข้อมูลเชิงลึกในการเจริญเติบโตโดยรวมของตลาดส่งออก กระแสการค้า และการแข่งขันของอาหารทะเล และการประมง ภาคการส่งออกอาหารทะเลที่ได้รับการดำเนินการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับอุตสาหกรรมส่งผลให้ประสบการณ์ในการปกครองช่วงนี้ มีความเข้มงวดในความปลอดภัยของอาหาร

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสรุปการศึกษาครั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจังหวัดสงขลา ตามทฤษฎีการแข่งขันในอุตสาหกรรมของ Michael E. Porter 5 ประการ ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งจะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยภายในประเทศที่น่าสนใจ ประกอบด้วย งานวิจัยของ ปญญฎ่างค์ ปันกองงาม ทำการศึกษาปัญหาและวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยการศึกษาทำให้ทราบถึงวิธีการดำเนินชีวิตและทัศนคติเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค การเพิ่มจำนวนของกลุ่มคู่แข่ง ตลอดจนการจัดทากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ซึ่งงานวิจัยได้ใช้ทฤษฎีการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ของ Michael E. Porter 5 ประการ ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อและอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต และงานวิจัยของ จีราวัฒน์ มั่นทรา ศึกษาการเปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกไทยในจังหวัดขอนแก่น โดยการศึกษาทำให้ทราบถึงสภาวะการแข่งขันของธุรกิจและการบริหารธุรกิจค้าปลีกไทยทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งงานวิจัยได้ใช้ทฤษฎีการแข่งขันในอุตสาหกรรมของ Michael E. Porter 5 ประการ ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อและอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดก็ตามย่อมขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรธุรกิจนั้นอยู่ และสภาวะการแข่งขันในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ เช่นกัน ซึ่งจะบ่งบอกถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ยิ่งปัจจัยเหล่านี้มีความเข้มแข็งมากเท่าใดย่อมส่งผลเสียต่อการขึ้นราคาซึ่งนำไปสู่การได้กำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจในขณะเดียวกันถ้าปัจจัยนั้น ๆ มีความอ่อนแอย่อมเป็นโอกาสอันดีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากธุรกิจสามารถได้กำไร แต่เนื่องจากสภาวะอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอยู่เสมอ ดังนั้นความเข้มแข็งหรือปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ และจากการศึกษาเรื่องสภาวะการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ข้อมูลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านต่างๆ ของธุรกิจให้เกิดความทันสมัยในด้านกระบวนการต่างๆ และใช้เป็นแนวทางปฏิบัติด้านการแข่งขัน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจอาหารในการรับมือ เตรียมความพร้อม ปรับปรุง และสร้างกลยุทธ์รองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปอย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา เพื่อเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ และเพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีวิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 22 แห่ง ขนาดกลาง 18 แห่ง และขนาดเล็ก 20 แห่ง ทั้งหมด 60 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2556)

2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำนวน 52 แห่ง แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 19 แห่ง ขนาดกลาง 18 แห่ง และขนาดเล็ก 15 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ, 2542 อ้างอิงจาก Hunter and Schmidt, 1990) ตามอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 86.67 (ภาคผนวก จ)

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

โดยผู้จัดการฝ่ายการผลิตมีหน้าที่ วางแผนงาน ประสานงาน ร่วมกับเจ้าหน้าที่บริหารขององค์กร วิเคราะห์แนวโน้มทางเศรษฐกิจ การพยากรณ์เกี่ยวกับการขาย ปัญหาการตลาด ปัญหาการจำหน่าย และประมาณการเวลาและต้นทุนการผลิตเพื่อวางแผนงานพัฒนาระเบียบ วิธีการผลิตให้ทันสมัย จึงถือว่าสามารถให้ข้อมูลต่อผู้วิจัยได้ครบทุกประเด็น

และเลือกสอบถามธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 5 แห่ง ขนาดกลาง 2 แห่ง และขนาดเล็ก 3 แห่ง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ, 2542 อ้างอิงจาก Hunter and Schmidt, 1990) ซึ่งผู้วิจัยได้ติดต่อสอบถามถึงความสะดวกในการให้ข้อมูลของผู้จัดการฝ่ายการผลิตในแต่ละขนาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาโดยตรง ก่อนจะทำการสัมภาษณ์จริง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจเชิงปริมาณแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะของธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ข้อ ได้แก่ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป รายได้ของธุรกิจ (ปี 2555)

ตอนที่ 2 สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป โดยกำหนดระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจออกเป็น 5 ระดับและได้กำหนดลักษณะที่ในการให้คะแนน เพื่อวัดระดับสภาพการแข่งขันของปัจจัยต่างๆ มากน้อยเพียงใด สำหรับเกณฑ์ในการวัดข้อคำถามแบบประมาณค่า (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 68) มีดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับสภาพการแข่งขันมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับสภาพการแข่งขันมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับสภาพการแข่งขันปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับสภาพการแข่งขันน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับสภาพการแข่งขันน้อยที่สุด

โดยนำคะแนนที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของสภาพของธุรกิจมาแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 69) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง มีระดับสภาพการแข่งขันมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.40 – 4.20 หมายถึง มีระดับสภาพการแข่งขันมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.60 – 3.40 หมายถึง มีระดับสภาพการแข่งขันปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.80 – 2.60 หมายถึง มีระดับสภาพการแข่งขันน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับสภาพการแข่งขันน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับแนวทางแก้ไขปัญหาการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open – ended Questionnaires)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์, 2550) ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรอง ของผู้ขายปัจจัยการผลิต

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ เมื่อผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแล้วได้ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ดังนี้

1.1 นำแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่านเพื่อพิจารณาตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance: IOC) หรือการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) โดยใช้เกณฑ์ 0.8 (ภาคผนวก ข) ซึ่งมีค่าความน่าเชื่อถือที่ยอมรับได้ และนำเครื่องมือไปใช้ (พิสนุ พงศรี, 2549: 142)

1.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มธุรกิจที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อนำผลการทดลองมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งและหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ 0.846 ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม 0.837 ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ 0.842 ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ 0.816 และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต 0.818 และด้านภาพรวมทั้ง 5 ด้าน มีค่าความเชื่อมั่น 0.918 ซึ่งต้องมีค่าความน่าเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ ≥ 0.8 (ภาคผนวก ค) จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและยอมรับได้ (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552: 139)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์, 2550: 8) โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือบางครั้งนิยมเรียกว่าการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided interview) คือ อยู่ระหว่างการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างโดยการสัมภาษณ์สองประเภทแรกดูเหมือนจะเป็นการสุดขั้วสุดโต่งไปสองทาง และแต่ละประเภทก็มีจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งสิ้น การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างดูหยาบและแข็งกระด้าง ขณะเดียวกันการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างยืดหยุ่น

และเปิดกว้างมาก ต้องอาศัยนักวิจัยหรือผู้สัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์ความชำนาญพอสมควร การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือแบบชี้นำนี้ โดยปกตินักวิจัยจะกำหนดคำถามที่พอจะตัดสินใจได้ว่า จะถามอะไรบ้าง หรือใช้คำสำคัญ (Keywords) เป็นเครื่องชี้นำการสัมภาษณ์ ขณะเดียวกันก็ไม่ได้ใช้ การสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างนักวิจัยไม่ได้ร่างคำถามที่ชัดเจนแน่นอนในแต่ละประเด็น ทว่าสิ่งที่นักวิจัยดำเนินการก่อนการสัมภาษณ์คือการเตรียมหัวข้อคำถามอย่างหลวมๆ ในลักษณะกึ่งโครงสร้าง คือการร่างคำถามปลายเปิดที่มีคำสำคัญที่ต้องการพร้อมกับมีความยืดหยุ่นพร้อมจะปรับเปลี่ยนถ้อยคำ ให้สอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยแต่ละคนและสถานการณ์การสัมภาษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ที่มีประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ (ภาคผนวก จ) ซึ่งคำถามผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนถ้อยคำให้สอดคล้อง กับผู้สัมภาษณ์ในแต่ละสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารถจะทำการสัมภาษณ์ได้ คือ ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำนวน 10 แห่ง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือผู้วิจัยได้ดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการเชิงปริมาณมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 สร้างหนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลถึงผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจังหวัดสงขลา

1.3 นำหนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัยประสานงานกับธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดสงขลา

1.4 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองตามขนาดของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดสงขลา แบ่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ จำนวน 19 แห่ง ธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 18 แห่ง และขนาดเล็ก 15 แห่งรวม 52 แห่ง (ภาคผนวก ฉ)

1.5 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาตรวจคัดเลือกรูปแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จัดหมวดหมู่ตามลักษณะตามตัวแปรที่ศึกษา เพื่อให้คะแนนตามค่าคะแนนที่กำหนด และนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

2. วิธีการเชิงคุณภาพมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการที่ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูล การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Macintyre, 2000: 2) กล่าวคือ ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์ ผู้จัดการฝ่ายการผลิต ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็น ขนาดใหญ่ 5 แห่ง ขนาดกลาง 2 แห่ง และขนาดเล็ก 3 แห่ง สัมภาษณ์ข้อมูลและสร้างข้อสรุปจากผู้ให้ข้อมูลพร้อมกับศึกษาข้อมูล จากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือ หลังจากการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลง เป็นรหัสตัวเลข (Code) บนที่กรหัสลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และเขียน โปรแกรมสั่งงานโดยใช้สถิติ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 10-25) ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) ในการทดสอบ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 65-71)

1.2 การวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา โดยใช้สถิติค่าความถี่ และร้อยละ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 59-60)

1.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) โดยการทดสอบค่าเอฟ F-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffé ในการทดสอบ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 109-120)

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเล แปรรูปในจังหวัดสงขลา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open - ended Questionnaires) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ, 2542 อ้างอิงจาก Hunter and Schmidt, 1990)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์การเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ, 2542 อ้างอิงจาก Hunter and Schmidt, 1990)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาผู้วิจัยได้เสนอผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

2. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลของการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาสภาพการแข่งขันและลักษณะธุรกิจที่มีต่อสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 52 แห่ง จากประชากรทั้งหมด 60 แห่ง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งใช้แบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าเอฟและเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffé ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ 2) ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม 3) ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ 4) ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ 5) ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่

| การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ | \bar{X} | S.D. | สภาพการแข่งขัน |
|---|-------------|--------------|----------------|
| 1. ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูงทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่ง | 3.56 | 0.938 | มาก |
| 2. ธุรกิจเน้นการสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง | 3.29 | 0.776 | ปานกลาง |
| 3. สินค้าได้รับการยอมรับในต่างประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | 3.23 | 1.198 | ปานกลาง |
| 4. ธุรกิจมีการส่งเสริมการขายที่มีจุดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง | 3.21 | 0.800 | ปานกลาง |
| 5. ธุรกิจใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง | 3.08 | 0.763 | ปานกลาง |
| 6. สินค้าได้รับการยอมรับภายในประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | 2.40 | 1.241 | น้อย |
| รวม | 3.13 | 0.953 | ปานกลาง |

จากตาราง 1 พบว่าธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.953) เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่าค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูงทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่ง ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.938) รองลงมาคือธุรกิจเน้นการสร้าง ความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.776) และน้อยที่สุดคือ สินค้าได้รับการยอมรับภายในประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน ($\bar{X} = 2.40$, S.D. = 1.241)

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขัน
ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม

| การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม | \bar{X} | S.D. | สภาพการแข่งขัน |
|--|-----------|-------|----------------|
| 1. จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน | 3.96 | 0.839 | มาก |
| 2. ความไม่แน่นอนในการผลิตสินค้า เช่น ผลิตตามจำนวน ปริมาณการสั่งซื้อ | 3.81 | 0.817 | มาก |
| 3. ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า | 3.81 | 0.742 | มาก |
| 4. การแข่งขันด้านราคา เช่น มีการลดราคาสินค้า | 3.69 | 0.612 | มาก |
| 5. การเจริญเติบโตของสินค้า เช่น มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น | 3.62 | 0.796 | ปานกลาง |
| 6. ความแตกต่างของสินค้า เช่น รูปแบบของอาหาร | 3.58 | 0.750 | มาก |
| 7. เทคโนโลยีการผลิต เช่น ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ช่วยในการผลิต | 3.48 | 0.779 | มาก |
| 8. ท่าเลที่ตั้งของการจำหน่ายสินค้า เช่น เส้นทางคมนาคมสะดวก | 3.48 | 0.727 | มาก |
| 9. คุณสมบัติของอาหารทะเลแปรรูป เช่น สามารถเก็บสินค้า ไว้ได้นาน | 3.37 | 0.886 | ปานกลาง |
| 10. ความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีอาหาร ทะเลแปรรูปวางจำหน่ายทั่วไป | 3.29 | 0.977 | ปานกลาง |
| 11. การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า | 2.94 | 0.850 | ปานกลาง |
| รวม | 3.54 | 0.817 | มาก |

จากตาราง 2 พบว่าธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.817) เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.804) รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพมาตรฐานของสินค้า ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.742) และน้อยที่สุด คือ การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 2.94$, S.D. = 0.850)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้

| ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ | \bar{X} | S.D. | สภาพการแข่งขัน |
|--|-----------|-------|----------------|
| 1. การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า เช่น การให้บริการเสริมต่าง ๆ | 3.08 | 0.967 | ปานกลาง |
| 2. สินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่า สินค้าจากสัตว์ทะเล | 2.81 | 0.742 | ปานกลาง |
| 3. ความง่ายต่อการหาซื้อสินค้าทดแทน | 2.77 | 2.948 | ปานกลาง |
| 4. มีผู้นิยมใช้สินค้าทดแทนมากกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | 2.65 | 0.711 | ปานกลาง |
| 5. สินค้าทดแทนมีรูปแบบให้เลือกหลากหลายมากกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | 2.65 | 0.683 | ปานกลาง |
| 6. ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทน | 2.50 | 0.642 | น้อย |
| รวม | 2.79 | 1.094 | ปานกลาง |

ตาราง 3 พบว่าธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, S.D. = 1.094) เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.967) รองลงมาคือสินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่า สินค้าจากสัตว์ทะเล ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 0.742) และน้อยที่สุดคือ ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทน ($\bar{X} = 2.50$, S.D. = 0.642)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขัน
ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

| อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | \bar{X} | S.D. | สภาพการแข่งขัน |
|--|-----------|-------|----------------|
| 1. ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า | 3.69 | 0.579 | มาก |
| 2. ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย | 3.62 | 0.718 | มาก |
| 3. ลูกค้าสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ | 3.56 | 0.725 | มาก |
| 4. ปริมาณการซื้อสินค้า หากลูกค้าซื้อมากส่งผลให้มีอำนาจการต่อรองสูง | 3.56 | 0.608 | มาก |
| 5. สินค้าไม่แตกต่างกันทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้ากับผู้ขายรายใดก็ได้ | 3.52 | 0.671 | มาก |
| 6. ลูกค้ามีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ต้นทุน เพื่อใช้ในการต่อรองราคา | 3.38 | 0.745 | ปานกลาง |
| รวม | 3.55 | 0.671 | มาก |

ตาราง 4 พบว่าธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.671) เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.579) รองลงมาคือ ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.718) และน้อยที่สุดคือ ลูกค้ามีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ต้นทุน เพื่อใช้ในการต่อรองด้านราคา ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.745)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขัน
ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

| ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต | \bar{X} | S.D. | สภาพการแข่งขัน |
|---|-------------|--------------|----------------|
| 1. วัตถุดิบของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต | 4.06 | 0.574 | มาก |
| 2. ผู้ขายวัตถุดิบสามารถกำหนดราคาต้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ | 4.00 | 0.560 | มาก |
| 3. ผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนน้อยราย ส่งผลให้อำนาจการต่อรองสูง | 3.94 | 0.574 | มาก |
| 4. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายวัตถุดิบ | 3.79 | 0.776 | มาก |
| รวม | 3.95 | 0.621 | มาก |

ตาราง 5 พบว่าธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับสภาพการแข่งขันด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.621) เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ วัตถุดิบของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.574) รองลงมาคือ ผู้ขายวัตถุดิบสามารถกำหนดราคาต้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.560) และ น้อยที่สุดคือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายวัตถุดิบ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.776)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน

| สภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | \bar{X} | S.D. | สภาพการแข่งขัน |
|---|-------------|--------------|----------------|
| 1. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต | 3.95 | 0.621 | มาก |
| 2. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | 3.55 | 0.671 | มาก |
| 3. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม | 3.54 | 0.817 | มาก |
| 4. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ | 3.13 | 0.953 | ปานกลาง |
| 5. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ | 2.79 | 1.094 | ปานกลาง |
| รวม | 3.39 | 0.831 | ปานกลาง |

จากตาราง 6 พบว่าสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.831) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.621) รองลงมา คือ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.671) และน้อยที่สุด คือ ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ($\bar{X} = 2.79$, S.D. = 1.094)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปและรายได้ของธุรกิจ (ปี 2555)

ตาราง 7 แสดงความถี่และร้อยละของผลการวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจ

| ลักษณะของธุรกิจ | จำนวน (n=52) | ร้อยละ |
|--|--------------|--------|
| ขนาดของธุรกิจ | | |
| ขนาดเล็ก | 15 | 28.8 |
| ขนาดกลาง | 18 | 34.6 |
| ขนาดใหญ่ | 19 | 36.6 |
| ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ | | |
| น้อยกว่า 5 ปี | 2 | 3.8 |
| 5 ปี - 10 ปี | 16 | 30.8 |
| มากกว่า 10 ปีขึ้นไป | 34 | 65.4 |
| ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป | | |
| จำหน่ายในท้องถิ่นหรือภายในจังหวัด | 5 | 9.6 |
| จำหน่ายภายในประเทศ | 21 | 40.4 |
| จำหน่ายในต่างประเทศ | 26 | 50.0 |
| รายได้ของธุรกิจ (ปี 2555) | | |
| น้อยกว่า 50 ล้านบาท | 7 | 13.4 |
| 51 - 200 ล้านบาท | 17 | 32.7 |
| 201 - 500 ล้านบาท | 12 | 23.1 |
| มากกว่า 500 ล้านบาท | 16 | 30.8 |

จากตาราง 7 พบว่าลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่ จำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมามีขนาดกลางจำนวน 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 34.6 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 34 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมามีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 5 ปี – 10 ปี จำนวน 16 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.8 มีลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปในต่างประเทศ จำนวน 26 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมามีลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปภายในประเทศ จำนวน 21 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.4 มีรายได้ของธุรกิจ (ปี 2555) ระหว่าง 51 – 200 ล้านบาท จำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมามีรายได้ปีล่าสุดของธุรกิจ (ปี 2555) มากกว่า 500 ล้านบาท จำนวน 16 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.8

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ประกอบด้วย ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเล และรายได้ของธุรกิจ

ตาราง 8 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดธุรกิจ

| สภาพการแข่งขันของ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | P-Value |
|---|----------------------|----|--------|-------|-------|---------|
| 1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของ คู่แข่งขั้นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.919 | 0.460 | 2.648 | 0.081 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 8.504 | 0.174 | | |
| | รวม | 51 | 9.423 | | | |
| 2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.029 | 0.015 | 0.104 | 0.902 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 6.888 | 0.141 | | |
| | รวม | 51 | 6.917 | | | |
| 3. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ ที่ทดแทนกันได้ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 3.460 | 1.730 | 5.369 | 0.008** |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 15.788 | 0.322 | | |
| | รวม | 51 | 19.248 | | | |
| 4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.538 | 0.269 | 2.028 | 0.142 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 6.502 | 0.133 | | |
| | รวม | 51 | 7.040 | | | |

ตาราง 8 (ต่อ)

| สภาพการแข่งขันของ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | P-Value |
|---|----------------------|----|--------|-------|-------|---------|
| 5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิต | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.106 | 0.053 | 0.323 | 0.725 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 8.061 | 0.165 | | |
| | รวม | 51 | 8.167 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 1.010 | 0.505 | 2.094 | 0.372 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 9.149 | 0.187 | | |
| | รวม | 51 | 10.159 | | | |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 8 พบว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามขนาดธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านพบว่า ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ มีระดับสภาพการแข่งขันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วน โดยภาพรวมและรายด้านที่เหลือ ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé)

ตาราง 9 การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามขนาดของธุรกิจเป็นรายคู่

| ขนาดของธุรกิจ | \bar{X} | ขนาดเล็ก | ขนาดกลาง | ขนาดใหญ่ |
|---------------|-----------|----------|----------|----------|
| ขนาดเล็ก | 2.78 | - | 0.36 | 0.25 |
| ขนาดกลาง | 2.42 | | - | 0.61* |
| ขนาดใหญ่ | 3.03 | | | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปด้านการคุณภาพจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามขนาดของธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน มีจำนวน 1 คู่ คือ ธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 10 การวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจที่มีผลต่อสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

| สภาพการแข่งขันของ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | P-Value |
|---|----------------------|----|---------------|--------------|--------------|--------------|
| 1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของ คู่แข่งชั้นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 1.440 | 0.720 | 4.418 | 0.017* |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 7.984 | 0.163 | | |
| | รวม | 51 | 9.423 | | | |
| 2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.038 | 0.019 | 0.135 | 0.874 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 6.879 | 0.140 | | |
| | รวม | 51 | 6.917 | | | |
| 3. ด้านการคุณภาพจากผลิตภัณฑ์ ที่ทดแทนกันได้ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 2.284 | 1.142 | 3.299 | 0.045* |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 16.964 | 0.346 | | |
| | รวม | 51 | 19.248 | | | |
| 4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.585 | 0.293 | 2.222 | 0.119 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 6.455 | 0.132 | | |
| | รวม | 51 | 7.040 | | | |
| 5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิต | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.327 | 0.164 | 1.023 | 0.367 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 7.840 | 0.160 | | |
| | รวม | 51 | 8.167 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.935 | 0.468 | 2.219 | 0.177 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 9.224 | 0.188 | | |
| | รวม | 51 | 10.159 | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านพบว่า ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ และด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ มีระดับสภาพการแข่งขันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนโดยภาพรวมและรายด้านที่เหลือ ได้แก่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé)

ตาราง 11 การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการเข้าสู่ อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่

| ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ | \bar{X} | น้อยกว่า 5 ปี | 5 ปี – 10 ปี | มากกว่า 10 ปี |
|---------------------------|-----------|---------------|--------------|---------------|
| น้อยกว่า 5 ปี | 3.83 | - | 0.86* | 0.67 |
| 5 ปี – 10 ปี | 2.97 | - | - | 0.19 |
| มากกว่า 10 ปี | 3.16 | - | - | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกันมีจำนวน 1 คู่ คือ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 ปี – 10 ปี และระยะเวลา ในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการคุกคาม จากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่

| ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ | \bar{X} | น้อยกว่า 5 ปี | 5 ปี – 10 ปี | มากกว่า 10 ปี |
|---------------------------|-----------|---------------|--------------|---------------|
| น้อยกว่า 5 ปี | 3.67 | - | 0.82 | 1.03* |
| 5 ปี – 10 ปี | 2.85 | - | - | 0.21 |
| มากกว่า 10 ปี | 2.64 | - | - | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกันมีจำนวน 1 คู่ คือระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป

| สภาพการแข่งขันของ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | P-Value |
|---|----------------------|----|--------|-------|-------|---------|
| 1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของ คู่แข่งชั้นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.175 | 0.088 | 0.465 | 0.631 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 9.248 | 0.189 | | |
| | รวม | 51 | 9.423 | | | |
| 2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.014 | 0.007 | 0.050 | 0.951 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 6.903 | 0.141 | | |
| | รวม | 51 | 6.917 | | | |
| 3. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ ที่ทดแทนกันได้ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.440 | 0.220 | 0.573 | 0.568 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 18.808 | 0.384 | | |
| | รวม | 51 | 19.248 | | | |
| 4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.134 | 0.067 | 0.476 | 0.624 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 6.906 | 0.141 | | |
| | รวม | 51 | 7.040 | | | |
| 5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิต | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.121 | 0.060 | 0.368 | 0.694 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 8.046 | 0.164 | | |
| | รวม | 51 | 8.167 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 2 | 0.177 | 0.088 | 0.368 | 0.694 |
| | ภายในกลุ่ม | 49 | 9.982 | 0.204 | | |
| | รวม | 51 | 10.159 | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อและด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตาราง 14 การวิเคราะห์เปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้ของธุรกิจ

| สภาพการแข่งขันของ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | P-Value |
|---|----------------------|----|--------|-------|-------|---------|
| 1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของ คู่แข่งชั้นใหม่ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 1.248 | 0.416 | 2.443 | 0.075 |
| | ภายในกลุ่ม | 48 | 8.175 | 0.170 | | |
| | รวม | 51 | 9.423 | | | |
| 2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ที่อยู่ในอุตสาหกรรม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.258 | 0.086 | 0.620 | 0.606 |
| | ภายในกลุ่ม | 48 | 6.659 | 0.139 | | |
| | รวม | 51 | 6.917 | | | |
| 3. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ ที่ทดแทนกันได้ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.551 | 0.184 | 0.471 | 0.704 |
| | ภายในกลุ่ม | 48 | 18.697 | 0.390 | | |
| | รวม | 51 | 19.248 | | | |
| 4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.555 | 0.185 | 1.369 | 0.264 |
| | ภายในกลุ่ม | 48 | 6.485 | 0.135 | | |
| | รวม | 51 | 7.040 | | | |
| 5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิต | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.015 | 0.005 | 0.030 | 0.993 |
| | ภายในกลุ่ม | 48 | 8.152 | 0.170 | | |
| | รวม | 51 | 8.167 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.525 | 0.175 | 0.987 | 0.528 |
| | ภายในกลุ่ม | 48 | 9.634 | 0.201 | | |
| | รวม | 51 | 10.159 | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามรายได้ของธุรกิจ (ปี 2555) เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สรุปภาพรวมผลการวิเคราะห์ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา พบว่า

1. สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับมากเรียงลำดับ 3 อันดับแรกพบว่าเป็น ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูง ทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่ง รองลงมาคือ ธุรกิจเน้นการสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง และ น้อยที่สุดคือ สินค้าได้รับการยอมรับภายในประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน

ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับมากเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า และน้อยที่สุด คือ การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า

ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับปานกลางเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ การใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า เช่น การให้บริการเสริมต่าง ๆ รองลงมาคือ สินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่า สินค้าจากสัตว์ทะเล และน้อยที่สุด คือ ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทน

ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับมากเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า รองลงมาคือ ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายและน้อยที่สุดคือ ลูกค้ามีข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ต้นทุน เพื่อใช้ในการต่อรองราคา

ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับมากเรียงลำดับ 3 อันดับแรก คือ วัตถุดิบของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต รองลงมาคือ ผู้ขายวัตถุดิบสามารถกำหนดราคาค้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ และน้อยที่สุดคือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายวัตถุดิบ

สภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่าสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในภาพรวมอยู่ระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ รองลงมา คือ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และน้อยที่สุดคือ ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้

2. ลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป รายได้ของบริษัท

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่ จำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 35 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 67.3 ส่วนใหญ่ธุรกิจจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปในต่างประเทศ จำนวน 26 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50.0 และส่วนใหญ่มีรายได้ปีล่าสุดของธุรกิจ (ปี 2555) ระหว่าง 51 – 200 ล้านบาท จำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.7

3. การเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ

จำแนกตามขนาดธุรกิจในบริษัท พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามขนาดธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านพบว่า ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ มีระดับสภาพการแข่งขันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนโดยภาพรวมและรายด้านที่เหลือ ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามขนาดของธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านพบว่า ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่และ ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ มีระดับสภาพการแข่งขันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนโดยภาพรวมรายด้านที่เหลือ ได้แก่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

การทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 ปี–10 ปี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปีมี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จำแนกตามรายได้ปีล่าสุดของธุรกิจ (ปี 2555) พบว่าระดับ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามรายได้ของธุรกิจ (ปี 2555) เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขัน ระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบพบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลของการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 10 แห่ง คือ ผู้จัดการฝ่ายการผลิต ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบตามวัตถุประสงค์ ซึ่งมีคำถามตามประเด็นในแต่ละด้าน (ภาคผนวก ง) ดังนี้

1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่
2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจให้อุตสาหกรรม
3. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้
4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ
5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายการผลิตจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง และธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง ซึ่งสามารถสรุปประเด็นในแต่ละขนาดธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจขนาดใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...การที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ธุรกิจรายใหม่ต้องมีความพยายามเป็นอย่างสูง เพราะต้นทุนในการผลิตในปัจจุบันนี้สูงกว่าเดิมมาก การที่จะสร้างธุรกิจใหม่ ควรทำการวิเคราะห์ให้ดีกว่าก่อน...”

(สุชานันท์ ศรีสวนแก้ว, สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ถ้าจะเข้ามาแล้วธุรกิจต้องมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยต้องเน้นการสร้าง ความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่งจึงทำให้ยากต่อการเข้ามา ของคู่แข่งรายใหม่...”

(จิตติมา มิ่งทอง , สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ต้นทุนในตอนนี้มีราคาสูง หากธุรกิจรายใหม่จะเข้ามาก็ควรพิจารณาถึงความคุ้มทุน ในการผลิต เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปก็ประสบปัญหาเช่นกัน ทั้งในด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน โดยเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการทำการผลิต...”

(รัชฎา ยิ้มประเสริฐ , สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...คู่แข่งรายใหม่ต้องใช้ต้นทุนในการผลิตมาก เนื่องจากต้องเร่งให้สินค้าติดตลาด ทำให้ผู้บริหารก็รู้จักรัก ผู้ผลิตรายใหม่ต้องใช้ความพยายามในการที่จะผ่านจุดนี้ไป...”

(จุลธิภรณ์ เอียดกลาย , สัมภาษณ์ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“การขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากต้องนำเข้าวัตถุดิบเข้ามาจากต่างประเทศ วัตถุดิบบางรายการในประเทศไทย มีจำนวนน้อย ผู้ผลิตจำเป็นต้องแบกรับต้นทุนที่จะต้องนำเข้าวัตถุดิบ”

(รุ่งทิวา สุขขวัญ , สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์ พบว่าการเข้าสู่อุตสาหกรรมรายใหม่ ธุรกิจประสบปัญหาด้านวัตถุดิบ มีราคาสูงและขาดแคลนขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสมเนื่องจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจควรหาแนวทางในการเน้น การสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง จึงทำให้ยากต่อการเข้ามาของคู่แข่ง รายใหม่ หากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายใหม่จะเข้ามาก็ควรพิจารณาถึงความคุ้มทุนในการผลิต เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายเก่าก็ประสบปัญหาเช่นกัน

ธุรกิจขนาดกลาง

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...การแลกเปลี่ยนปัญหา เป็นการสร้างแนวทางการป้องกันเพื่อเพิ่มจุดแข็งต่อธุรกิจเพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นแนวทางที่ดี...”

(ศรีอัมพร แหลมทองสมบัติ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ถ้าเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปควรที่หาเวลา มารวมกลุ่มกันเพื่อหาทางออกไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด...”

(พิชาติ ศิวบางกุล, สัมภาษณ์ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปประสบปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบธุรกิจ ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรมีการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเพื่อแลกเปลี่ยนปัญหาและสร้างแนวทางการป้องกันเพื่อเพิ่มจุดแข็งต่อธุรกิจให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

ธุรกิจขนาดเล็ก

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...คู่แข่งเพิ่มขึ้น ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบในการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ในด้านการบริการที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ...”

(อาณิก สุระสร้างค์, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีจำนวนมากขึ้น และมีจำนวนลดลงเช่นกันเมื่อเกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ ธุรกิจก็ควรหาทางออกไปพร้อมกัน...”

(กฤษณะ แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...การหาทางออกในธุรกิจ เมื่อเกิดปัญหาที่หนักก็ไม่อาจแก้ไขได้ แต่ควรนำปัญหาที่เกิดขึ้น หรือปัญหาที่เผชิญเหมือนกันมาแลกเปลี่ยนในกลุ่มธุรกิจเพื่อให้ได้แนวทางที่ตรงจุด...”

(เสถียร วังวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรเพิ่มการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ และการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเพื่อแลกเปลี่ยนปัญหา

2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายการผลิตจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง และธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง ซึ่งสามารถสรุปประเด็นในแต่ละขนาดธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจขนาดใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรมของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีการเจริญเติบโตของผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป เช่น มีการผลิตมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์มากขึ้น...”

(สุชานันท์ ศรีสวนแก้ว, สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ควรส่งเสริมให้แปปลาสถานแปรรูปขึ้นต้นเพิ่มความชำนาญในการแปรรูปขึ้นต้นก่อนส่งโรงงาน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต...”

(ฐิติมา มิ่งทอง, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...จำนวนคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ธุรกิจจึงควรสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ การบริการ ...”

(รัชฎา ยิ้มประเสริฐ, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...คู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่ต่างพยายามขยายตลาด เนื่องจากธุรกิจต้องรักษา ส่วนครองตลาดเอาไว้ และเป็นการสร้างความแข็งแกร่งต่อธุรกิจ...”

(จุลธิภรณ์ เอียดกลาย , สัมภาษณ์ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างเพื่อความอยู่รอด เพราะตอนนี้ธุรกิจทุกธุรกิจในต่างประเทศประสบปัญหาด้านการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้น ธุรกิจควรพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน...”

(รุ่งทิวา สุขขวัญ , สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีแรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรส่งเสริมให้แปรรูปสถานแปรรูปขั้นต้นเพิ่มความชำนาญในการแปรรูปขั้นต้นก่อนส่งโรงงาน นอกจากนี้คู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่ต่างพยายามขยายตลาดมากขึ้น เนื่องจากอาหารแปรรูปพร้อมรับประทานเป็นอาหารที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างทำให้คู่แข่งแต่ละรายต่างต้องสร้างความแตกต่างในด้านการออกเมนูใหม่ ๆ พัฒนาคุณภาพ รสชาติ และ ความสะอาดให้เหนือคู่แข่งอยู่เสมอ

ธุรกิจขนาดกลาง

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของ ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ในอุตสาหกรรมของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...ธุรกิจควรเพิ่มแนวทางการตรวจสอบระบบติดตามอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ในด้านต้นทุน หรือด้านอื่นที่ประสบปัญหาเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ...”

(ศรียัมพร แหลมทองสมบัติ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ราคาสินค้าไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เพราะไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบ
บางรายการจากต่างประเทศ ทำให้ราคาสินค้าที่ไทยส่งออกสูงกว่าในต่างประเทศ...”

(พิชาติ ผิวบางกุล, สัมภาษณ์ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ต้นทุนการผลิตในต่างประเทศ เช่น เวียดนาม ต่ำกว่าไทย
ส่งผลให้ไทยสู้เรื่องราคาไม่ได้ ธุรกิจควรเพิ่มแนวทางการตรวจสอบระบบติดตามอย่างจริงจัง
และต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

ธุรกิจขนาดเล็ก

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่
5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า “ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรม
ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร” โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...ธุรกิจควรให้หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาตรวจสอบในกระบวนการต่าง ๆ
ที่สามารถตรวจสอบได้...”

(อาณิก สุระสร้างค์, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...จากการที่วัตถุดิบในไทยมีน้อย ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ราคาสินค้า
สูงไปด้วย ธุรกิจจึงควรสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ...”

(กฤษณะ แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ผู้ประกอบการเองต้องระมัดระวังเรื่องต้นทุนการผลิตอย่างเข้มข้น เพราะราคาพลังงาน
ในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น...”

(เสถียร วังวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ต้นทุนการผลิตของไทยสูงมาก ส่งผลให้ราคาสินค้าสูงไปด้วย
ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และควรให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจสอบ
ในกระบวนการต่าง ๆ ที่สามารถตรวจสอบได้

3. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายการผลิตจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง และธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง ซึ่งสามารถสรุปประเด็นในแต่ละขนาดธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจขนาดใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไข ปัญหาด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น เพราะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่ สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก...”

(สุชานันท์ ศรีสวนแก้ว, สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าอื่นที่ใกล้เคียงกับอาหารแปรรูปได้ เนื่องจากในตลาด ปัจจุบันมีสินค้าที่ใกล้เคียงกับอาหารทะเลแปรรูปขาย และให้เลือกเป็นจำนวนมาก...”

(จิตติมา มิ่งทอง, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันมีมากสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเล แปรรูปได้...”

(รัชฎา ยิมประเสริฐ, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองสูงมากในตอนนี้ ธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างของตัวสินค้า และควรสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพมาตรฐานและการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า...”

(จุลธิภรณ์ เอียดกลาย, สัมภาษณ์ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ควรเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค และควรสร้างความได้เปรียบ ด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ...”

(รุ่งทิwa สุขขวัญ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านสินค้าทดแทน พบว่า ปัจจุบันผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่ สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนา

คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมาตรฐานการส่งออก และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับ ผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุด

ธุรกิจขนาดกลาง

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของ ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไข ปัญหาด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...รูปแบบและรสชาติผลิตภัณฑ์มีการปรับเปลี่ยนบ่อยครั้ง และต้องถามผู้บริโภค ว่าเค้าต้องการอะไร แบบไหน...”

(ศรีอัมพร แหลมทองสมบัติ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...สินค้าทดแทนของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งนั้นจะพบว่ามีมากมายในท้องตลาด เช่น อาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต่าง ๆ ซึ่งอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจะได้เปรียบ ในด้านคุณภาพที่เหนือกว่า อาหารเหล่านั้น...”

(พิชาติ พิฆางกุล, สัมภาษณ์ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเล วางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้า ทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ สินค้าทดแทนที่มีความแตกต่างกันสามารถตอบสนอง ความต้องการได้คล้ายหรือทดแทนกันได้ เช่น สินค้าจากสัตว์เนื้อแดง เช่น ไก่ เนื้อจำนวนผู้ขายหรือ วัตถุดิบที่มีอยู่ ถ้ามีผู้ขายน้อยรายอำนาจต่อรองของผู้ขายจะสูงระดับการรวมตัวกันของผู้ขายวัตถุดิบ ถ้าผู้ขายรวมตัวกันได้ อำนาจการต่อรองก็จะสูงจำนวนวัตถุดิบหรือแหล่งวัตถุดิบที่มีถ้าวัตถุดิบ มีน้อย อำนาจต่อรองจะสูงความแตกต่างและเหมือนกันของวัตถุดิบ ถ้าวัตถุดิบมีความแตกต่างกันมาก อำนาจต่อรองผู้ขายจะสูง ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ธุรกิจขนาดเล็ก

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไข ปัญหาด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...ธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมาตรฐาน การส่งออกให้มากขึ้น...”

(อาณิก สุระสร้างศรี, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...สินค้าจากสัตว์ประเภทอื่นมีวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก ธุรกิจจำเป็นต้องเร่งปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นพอที่จะแข่งขันกับคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ทดแทนได้ในตลาด...”

(กฤษณะ แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ควรเพิ่มการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค ธุรกิจควร จะต้องพยายามสร้างความผูกพันกับลูกค้าให้เกิดความรู้สึกว่า การที่เขาจะหันไปใช้สินค้า ทดแทนนั้น เขาจะต้องสูญเสียบางอย่างไป ซึ่งอาจถือเป็นต้นทุนที่เขาต้องประสบ...”

(เสถียร วังวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่หลากหลายซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม กับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายการผลิตจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง และธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง ซึ่งสามารถสรุปประเด็นในแต่ละขนาดธุรกิจได้ดังนี้

ธุรกิจขนาดใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...สินค้ามีจำนวนมากและรูปแบบก็หลากหลาย ทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการเลือกมากขึ้น...”

(สุชานันท์ ศรีสวนแก้ว, สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ธุรกิจนี้ในขณะนี้จำนวนเพิ่มมากขึ้นนะ แต่ถ้าจะให้บอกว่าจะขนาดไหนเพิ่มมากกว่ากันคงบอกไม่ได้ เพราะแต่ละขนาดจะมีปัญหาที่ใกล้เคียงกัน...”

(จิตติมา มิ่งทอง, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...อาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่จะส่งไปขายยังต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ธุรกิจจึงควรสร้างจุดแข็งในด้านคุณภาพและมาตรฐานในสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค...”

(รัชฎา ยิ้มประเสริฐ, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ผู้ผลิตควรบริหารจัดการต้นทุนให้ลดลง เพื่อให้ราคาสินค้าลดลงจากเดิม เพื่อสร้างแรงจูงในการขายสินค้าต่อกลุ่มลูกค้า...”

(จุลธิภรณ์ เอียดกลาย, สัมภาษณ์ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...การทำตลาดที่ตั้งที่สะดวกต่อการซื้อขายสินค้าก็เป็นทางออกที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้คนในสังคมปัจจุบันต้องการความสะดวกเป็นอย่างมากเลย...”

(รุ่งทิwa สุขขวัญ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีอำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ธุรกิจควรมีการบริหารต้นทุนการผลิตให้ลดลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

ธุรกิจขนาดกลาง

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของ ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

"...ผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปในตอนนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ หรือเพิ่มขึ้นกว่าเดิม ส่งผลให้ลูกค้ามีสินค้าให้เลือกเพิ่มขึ้น และลูกค้ารายย่อยทั่วไปที่ซื้อในปริมาณน้อย จะมีอำนาจต่อรองในการซื้อต่ำกว่าลูกค้าที่ทันสมัย ลูกค้าจำพวกนี้จะซื้อในปริมาณมาก ทำให้มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากลูกค้าเหล่านี้ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ..."

(ศรีอัมพร แหลมทองสมบัติ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

"...ควรหาจุดแข็งหรือจุดที่แตกต่างที่ไม่เหมือนใคร เช่น คุณภาพมาตรฐานของสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า..."

(พิชาติ ผิวบางกุล, สัมภาษณ์ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น ธุรกิจควรสร้างความแตกต่าง เช่น ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า

ธุรกิจขนาดเล็ก

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของ ธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

"...คู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศมีจำนวนมากส่งผลให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจการต่อรองสูง ..."

(อาณิก สุระสร้างค์, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...หากเกิดสถานการณ์แบบนี้ธุรกิจควรหาวิธีการสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า ด้วยการสร้างความแตกต่าง ด้านทำเลที่ตั้งของบริษัท การผลิตที่มีประสิทธิภาพ...”

(กฤษณะ แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ถ้าลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง เราในฐานะผู้ผลิตควรหาความแตกต่างของเราเพื่อใช้เป็นตัวเด่นกว่าสินค้าประเภทอื่น...”

(เสถียร วังวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในต่างประเทศ และภายในประเทศ มีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองสูง ธุรกิจควรสร้างความแตกต่าง ด้านทำเลที่ตั้งของบริษัท การผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า

5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายการผลิตจำนวน 10 แห่ง แบ่งเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง และธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง ซึ่งสามารถสรุปประเด็นในแต่ละขนาดธุรกิจได้ ดังนี้

ธุรกิจขนาดใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่ 5 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...ผู้ขายวัตถุดิบมีน้อยทำให้มีการต่อรองสูง ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาเราเข้าใจเขาและหากเป็นธุรกิจรายใหญ่จะมีอำนาจต่อรองในการซื้อวัตถุดิบที่สูงขึ้น...”

(สุชานันท์ ศรีสวนแก้ว, สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...สิ่งที่ขาดไม่ได้ในกระบวนการผลิตคือวัตถุดิบ ถ้าเราต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เราก็ต้องเสี่ยงเรื่องราคา...”

(จูติมา มิ่งทอง, สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...การต่อรองเรื่องราคาของผู้ขายวัตถุดิบมีสูง และราคาสินค้าในบางครั้งก็จะแตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการผันผวนของราคาในต่างประเทศและในประเทศ...”

(รัชฎา ยิ้มประเสริฐ , สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ควรทำการติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด ควรมีแนวทาง ในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดปัญหาการเงินของธุรกิจ...”

(จุลิศรณ เอียดกลาย , สัมภาษณ์ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...การบริหารการเงินให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จะเกิดผลดีต่อธุรกิจในการเผชิญหน้า กับภาวะการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจในปัจจุบัน...”

(รุ่งทิwa สุขขวัญ , สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลาปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบ นำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ขายวัตถุดิบจึงมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง สืบเนื่องจากการผันผวน ด้านราคาสินค้า ผู้ขายมีจำนวนน้อยราย และวัตถุดิบเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิตของธุรกิจ อาหารทะเลแปรรูป ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดปัญหาการเงินของธุรกิจ

ธุรกิจขนาดกลาง

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของ ธุรกิจขนาดกลาง 2 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...หากอำนาจการต่อรองของผู้ขายสูง ควรหาแนวทางป้องกัน เช่น ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดปัญหาการเงินของธุรกิจ...”

(ศรีอัมพร แหลมทองสมบัติ, สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ธุรกิจแปรรูปส่วนใหญ่ในตอนนี้อยู่ต้องพึ่งการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไทยมีน้อย...”

(พิชาติ ผิวบางกุล, สัมภาษณ์ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า วัตถุประสงค์ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไทยมีน้อย ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และควรติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

ธุรกิจขนาดเล็ก

ผู้จัดการฝ่ายการผลิตของธุรกิจขนาดเล็ก 3 แห่ง โดยมีประเด็นคำถามว่า "ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจที่มีการบริหารจัดการอย่างไร" โดยมีผู้ให้ข้อมูลตอบว่า

“...วัตถุดิบมีน้อยต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และราคาก็สูง เป็นผลให้การจำหน่ายสินค้ากระทบไปด้วย เนื่องจากต้องขึ้นราคาสินค้า...”

(อาณิก สุระศรางค์, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ถ้าประสบปัญหาเช่นนี้ควรหาทางออก เช่น การรวมกลุ่มกันของธุรกิจเพื่อหาทางออกร่วมกัน...”

(กฤษณะ แซ่ตั้ง, สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

“...ในตอนนี้วัตถุดิบในประเทศไทยมีน้อยลงทุกวัน วัตถุดิบบางอย่างอาจไม่ค่อยมีจึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ...”

(เสถียร วังวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ.2556)

สรุปผลการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ธุรกิจจึงควรเพิ่มทางออกโดยการรวมกลุ่มกันของธุรกิจเพื่อหาทางออกร่วมกัน

สรุปภาพรวมของผลการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาค่าการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา พบว่า

ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ การเข้าสู่อุตสาหกรรมรายใหม่ของธุรกิจจะประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมีราคาสูงและขาดแคลนขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม เนื่องจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจควรหาแนวทางในการเน้นการสร้าง ความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง จึงทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ หากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายใหม่

จะเข้ามาที่ควรพิจารณาถึงความคุ้มทุนในการผลิต เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายเก่าที่ประสบปัญหาเช่นกัน ธุรกิจขนาดกลาง ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปประสบปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรมีการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป เพื่อแลกเปลี่ยนปัญหา และสร้างแนวทางการป้องกันเพื่อเพิ่มจุดแข็งต่อธุรกิจให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรเพิ่มการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ และการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเพื่อแลกเปลี่ยนปัญหา

ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจในอนาคต พบว่าธุรกิจขนาดใหญ่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีแรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอนาคตเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรส่งเสริมให้แปปลาสดแปรรูปขึ้นต้นเพิ่มความชำนาญในการแปรรูปขึ้นต้นก่อนส่งโรงงาน นอกจากนี้คู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่ต่างพยายามขยายตลาดมากขึ้น เนื่องจากอาหารแปรรูปหรือรับประทานเป็นอาหารที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างทำให้คู่แข่งแต่ละรายต่างต้องสร้างความแตกต่างในด้านการออกเมนูใหม่ ๆ พัฒนาคุณภาพ รสชาติ และ ความสะอาด ให้เหนือคู่แข่งอยู่เสมอ ธุรกิจขนาดกลาง ต้นทุนการผลิตในต่างประเทศ เช่น เวียดนาม ต่ำกว่าไทย ส่งผลให้ไทยผู้เรื่องราคาไม่ได้ ธุรกิจควรเพิ่มแนวทางการตรวจสอบระบบติดตามอย่างจริงจัง และต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและธุรกิจขนาดเล็ก ต้นทุนการผลิตของไทยสูงมาก ส่งผลให้ราคาสินค้าสูงไปด้วย ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และควรให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจสอบในกระบวนการต่าง ๆ ที่สามารถตรวจสอบได้

ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านสินค้าทดแทนพบว่า ปัจจุบันผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมาตรฐานการส่งออก และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ธุรกิจขนาดกลาง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ สินค้าทดแทนที่มีความแตกต่างกันสามารถตอบสนองความต้องการได้คล้ายหรือทดแทนกันได้ เช่น สินค้าจากสัตว์เนื้อแดง เช่น ไก่ เนื้อจำนวนผู้ขายหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ ถ้ามีผู้ขายน้อยรายอำนาจต่อรองของผู้ขายจะสูง ระดับการรวมตัวกันของผู้ขายวัตถุดิบ ถ้าผู้ขายรวมตัวกันได้ อำนาจการต่อรองก็จะสูงจำนวนวัตถุดิบหรือแหล่งวัตถุดิบที่มีถ้าวัตถุดิบมีน้อย อำนาจต่อรองจะสูงความแตกต่างและเหมือนกันของวัตถุดิบ ถ้าวัตถุดิบ

มีความแตกต่างกันมากอำนาจต่อรองผู้ขายจะสูง ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และธุรกิจขนาดเล็ก ปัจจุบันผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีอำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ธุรกิจควรมีการบริหารต้นทุนการผลิตให้ลดลง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน ธุรกิจขนาดกลาง อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น ธุรกิจควรสร้างความแตกต่าง เช่นผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า และธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในต่างประเทศ และภายในประเทศ มีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองสูง ธุรกิจควรสร้างความแตกต่าง ด้านทำเลที่ตั้งของธุรกิจ การผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า

และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดสงขลาปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ขายวัตถุดิบจึงมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง สืบเนื่องจากการผันผวนด้านราคาสินค้า ผู้ขายมีจำนวนน้อยราย และวัตถุดิบเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดปัญหาการเงินของธุรกิจ ธุรกิจขนาดกลาง วัตถุดิบต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไทยมีน้อย ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และควรติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และธุรกิจขนาดเล็ก ปัจจุบันวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ธุรกิจจึงควรเพิ่มทางเลือกโดยการรวมกลุ่มกันของธุรกิจเพื่อหาทางออกร่วมกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา 2) เพื่อเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ และ 3) เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข ปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาสภาพการแข่งขันและลักษณะธุรกิจที่มีผลต่อสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา รวมประชากรทั้งหมด 60 แห่ง ใช้กลุ่มตัวอย่าง 52 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ได้รับคืน คิดเป็นร้อยละ 86.67 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สถิติค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) โดยการทดสอบค่าเอฟ F-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffé

และการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบตามวัตถุประสงค์ ซึ่งมีคำถามตามประเด็นในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ในอุตสาหกรรม ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ปัจจัยการผลิตรวิเคราะห์ข้อมูลด้วย การวิเคราะห์เนื้อหา และการตีความ เพื่อสรุปข้อมูล

สรุป

สรุปผลจากคำถามการวิจัย เรื่อง สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

สรุปผลสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา มีสภาพการแข่งขัน พบว่า สภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยสภาพการแข่งขันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ อำนาจการต่อรอง

ของผู้ขายวัตถุดิบ รองลงมา คือ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และน้อยที่สุดคือ ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้

สรุปผลสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจพบว่า

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามขนาดธุรกิจในบริษัท พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามขนาดธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่าด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ มีระดับสภาพการแข่งขันที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนโดยภาพรวมและรายด้านที่เหลือ ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามขนาดของธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่และ ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ มีระดับสภาพการแข่งขันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนโดยภาพรวมรายด้านที่เหลือ ได้แก่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบความแตกต่างของสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 ปี – 10 ปี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปีมี และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจการต่อรอง

ของผู้ซื้อ และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีความแตกต่างกันตามรายได้ปีล่าสุดของธุรกิจ (ปี 2555) พบว่าระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามรายได้ของธุรกิจ (ปี 2555) เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของ คู่แข่งขันรายใหม่ ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขัน ระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบพบว่าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สรุปผลของแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจพบว่า

ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งขันใหม่ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ การเข้าสู่อุตสาหกรรมรายใหม่ ของธุรกิจจะประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมีราคาสูงและขาดแคลนขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม อันเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจควรหาแนวทางในการเน้นการสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง จึงทำให้ยากต่อการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ หากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายใหม่จะเข้ามา ก็ควรพิจารณาถึงความคุ้มทุนในการผลิต เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายเก่าก็ประสบปัญหา เช่นกัน ธุรกิจขนาดกลาง ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปประสบปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรมีการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป เพื่อแลกเปลี่ยนปัญหา และสร้างแนวทางการป้องกันเพื่อเพิ่มจุดแข็งต่อธุรกิจให้เกิดผลการดำเนินงาน ที่มีประสิทธิภาพ และธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรเพิ่มการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ และการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเพื่อแลกเปลี่ยนปัญหา

ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ในอุตสาหกรรม พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีแรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรส่งเสริมให้แปปลาสถานแปรรูปขึ้นต้นเพิ่มความชำนาญในการแปรรูปขึ้นต้นก่อนส่งโรงงาน นอกจากนี้คู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่ต่างพยายามขยายตลาดมากขึ้น เนื่องจากอาหารแปรรูปพร้อมรับประทานเป็นอาหารที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างทำให้คู่แข่งแต่ละรายต่างต้องสร้างความแตกต่างในด้านการออกเมนูใหม่ ๆ พัฒนาคูณภาพรสชาติ และ ความสะอาดให้เหนือคู่แข่งอยู่เสมอ ธุรกิจขนาดกลาง ต้นทุนการผลิตในต่างประเทศ เช่น เวียดนาม ต่ำกว่าไทย ส่งผลให้ไทย คู่แข่งราคาไม่ได้ ธุรกิจควรเพิ่มแนวทางการตรวจสอบระบบติดตามอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และธุรกิจขนาดเล็ก ต้นทุนการผลิตของไทยสูงมาก ส่งผลให้ราคาสินค้าสูงไปด้วย ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และควรให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจสอบในกระบวนการต่าง ๆ ที่สามารถตรวจสอบได้

ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ด้านสินค้าทดแทน พบว่า ปัจจุบันผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมาตรฐานการส่งออก และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ธุรกิจขนาดกลาง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ สินค้าทดแทนที่มีความแตกต่างกันสามารถตอบสนองความต้องการได้คล้ายหรือทดแทนกันได้ เช่น สินค้าจากสัตว์เนื้อแดง เช่น ไก่ เนื้อจำนวนผู้ขายหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ ถ้ามีผู้ขายน้อยรายอำนาจต่อรองของผู้ขายจะสูงระดับการรวมตัวกันของผู้ขายวัตถุดิบ ถ้าผู้ขายรวมตัวกันได้ อำนาจการต่อรองก็จะสูงจำนวนวัตถุดิบหรือแหล่งวัตถุดิบที่มีถ้าวัตถุดิบมีน้อย อำนาจต่อรองจะสูงความแตกต่างและเหมือนกันของวัตถุดิบ ถ้าวัตถุดิบมีความแตกต่างกันมากอำนาจต่อรองผู้ขายจะสูง ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และธุรกิจขนาดเล็ก ปัจจุบันผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีอำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ธุรกิจควรมีการบริหารต้นทุนการผลิตให้ลดลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน ธุรกิจขนาดกลาง อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น ธุรกิจควรสร้างความแตกต่าง เช่น ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า และธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในต่างประเทศ และภายในประเทศ มีจำนวนมากขึ้นส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองสูง ธุรกิจควรสร้างความแตกต่าง ด้านทำเลที่ตั้งของบริษัท การผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า

และด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดสงขลาปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ขายวัตถุดิบจึงมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง สืบเนื่องจากการผันผวนด้านราคาสินค้า ผู้ขายมีจำนวนน้อยราย และวัตถุดิบเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดปัญหาการเงินของธุรกิจ ธุรกิจขนาดกลาง วัตถุดิบต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไทยมีน้อย ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และควรติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และธุรกิจขนาดเล็ก ปัจจุบันวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ธุรกิจจึงควรเพิ่มทางออกโดยการรวมกลุ่มกันของธุรกิจเพื่อหาทางออกร่วมกัน

ทฤษฎีสันับสนุนผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีสันสนับสนุนผลการวิจัย ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

การวิจัยเรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎีการแข่งขันในอุตสาหกรรมของ Michael E. Porter 5 ประการ ประกอบด้วย การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

อภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอภิปรายผล ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา พบว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจิรวัดน์ มันทรา (2550) ศึกษาการเปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกไทยในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีสภาพการแข่งขันของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

1. ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

ในระดับสูงสุดคือ ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูงทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่ง รองลงมาคือธุรกิจเน้นการสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวรรณดี ผสมพงษ์ (2548) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลา มีปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งที่สำคัญ คือ ทำเลที่ตั้งของธุรกิจการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เป็นต้น จุดอ่อนที่สำคัญคือ ต้นทุนการผลิตสูงขาดแคลนแรงงาน การบริหารด้านการส่งออกและการตลาดส่งออกที่ยังไม่ดี ประสิทธิภาพของระบบข้อมูลข่าวสารของบริษัทยังไม่ทั่วถึง และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และยังมีผลสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระประภา สุขดี (2555) ศึกษาวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยาโดย Five Force Mode ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจประสบปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบมีราคาสูงและมีความขาดแคลน ขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสมอันเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา และเช่นเดียวกันธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปรายเก่าในปัจจุบันประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกันคือ ธุรกิจแต่ละขนาดมักประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมีราคาสูงและขาดแคลน ขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสมอันเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นการสร้างข้อจำกัดของอุตสาหกรรมรายใหม่ การเข้าสู่อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป และธุรกิจควรหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ คือควรมีการรวมกลุ่มกันของกลุ่มธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเพื่อแลกเปลี่ยนปัญหาและสร้างแนวทางการป้องกันเพื่อเพิ่มจุดแข็งต่อธุรกิจให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราวุฒิ สังข์รักษา (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสภาพการแข่งขัน และปัจจัยด้านการสนับสนุนมีประสิทธิภาพ ในการทำนายร่วมกันต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนการประหยัดจากขนาด เนื่องจากผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐานจำนวนมากซึ่งทำให้ต้นทุนของสินค้าลดต่ำลงสามารถลดต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลงการผูกพันในตรयीที่หือเงินลงทุนถ้าต้องลงทุนสูง ก็จะเป็นอุปสรรคต่อรายใหม่ การเข้าถึงช่องจัดจำหน่ายนโยบายของรัฐบาลถ้ารัฐบาลไม่มีนโยบายส่งเสริมหรือมีข้อห้ามสัมปทาน ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าถ้าลูกค้าต้องมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในส่วนนี้สูง ต้นทุนเหล่านี้ซึ่งอาจได้แก่ ต้นทุนของอุปกรณ์เครื่องจักรที่ต้องปรับเปลี่ยนเพิ่ม หรืออาจจะเป็นระบบงานที่ต้องจัดรูปแบบใหม่ ค่าฝึกอบรมแลสอนงานให้กับพนักงานเพื่อให้ทำงานตามระบบใหม่ เป็นต้น ข้อได้เปรียบต้นทุนในด้านอื่นๆ เช่น เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเฉพาะ มีวัตถุดิบราคาถูกมีทำเลที่ตั้งดีกว่ามีแหล่งเงินทุนที่ต้นทุนถูกและทำมานานจนเกิดการเรียนรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Knut, B. L (2012) ศึกษาความไม่ไว้วางใจและการขาดนวัตกรรมกรณีศึกษาตลาดที่สูญเสียความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารทะเล พบว่า ปัญหาพื้นฐาน คือการขาดความสอดคล้องระหว่างการปรับตัวของตลาดและ การผลิตแบบดั้งเดิมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการสูญเสียการแข่งขันในอุตสาหกรรมบางประเภท เหตุผลที่ผู้บริ โภคปลาเค็มในสเปน ตลาดที่สำคัญในประเทศนอร์เวย์ ได้ทำการผลิตปลาเค็มแต่ดูเหมือนจะไม่สามารถที่จะมีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมปลาในประเทศนอร์เวย์ ได้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดอย่างมีนัยสำคัญในสเปน เพราะความล้มเหลวของพวกเขาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริ โภค สำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งต้องมีวิธีการผลิตที่แตกต่างกันและอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์วิวัฒนาการและมุ่งเน้นกระบวนการผลิต ความแข็งแกร่งของธุรกิจ และการพึ่งพาของเส้นทางในการกระจายสินค้า สาเหตุของความล้มเหลวของตลาดคือ การปรับตัวของโครงสร้างอุตสาหกรรม และ ความไม่ไว้วางใจของผู้บริ โภค ในอุตสาหกรรมปลาในประเทศนอร์เวย์ ความไม่ไว้วางใจ เป็นหนึ่งในเหตุผลที่สำคัญสำหรับความล้มเหลว ในการขยายสาขาและกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพพร้อมกัน เพื่อที่จะปรับให้เข้ากับความต้องการของตลาดสรุปว่า ผู้ผลิตอุตสาหกรรมอาหารทะเลที่พัฒนาระบบนวัตกรรมในสิ่งที่พวกเขา เชื่อว่าพวกเขามี นวัตกรรมและการแข่งขัน ในขณะที่ในความเป็นจริงพวกเขาได้รับการปกป้องจากบุคคลตำแหน่งภายในการผลิตแบบดั้งเดิม

2. ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือจำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพมาตรฐานของสินค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปญญาดวงค์ ปั่นทองงาม (2546) ศึกษาปัญหาและวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจของกลุ่มรายใหม่ได้ และยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณดี ผสมพงษ์ (2548) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา มีปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งที่สำคัญ คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัท การผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ ส่วนใหญ่อาหารทะเลจะผลิตเพื่อส่งออก และจำหน่ายภายในประเทศซึ่งมีจำนวนน้อย และในปัจจุบันตลาดอาหารทะเลในต่างประเทศมีการแข่งขันสูง

ผลการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรม พบว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีแรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทย

ค่อนข้างเสียเปรียบธุรกิจในประเทศด้านต้นทุน เนื่องจากต้นทุนของต่างประเทศเช่น เวียดนามต่ำกว่าไทย ส่งผลให้ไทยสู้เรื่องราคาไม่ได้ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมประมง/อุตสาหกรรมจังหวัด ควรส่งเสริมให้แปปลาสดตามแปรรูปขั้นต้นเพิ่มความชำนาญในการแปรรูปขั้นต้นก่อนส่งโรงงาน โดยมีการอบรมและส่งเสริมงบการลงทุนพร้อมเพิ่มการตรวจสอบระบบติดตามอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญา จุฑามณีนิล (2551) ศึกษาแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมตามทัศนคติของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ตามทัศนคติของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายพบว่าลูกค้าที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวทางการตลาดแตกต่างกันทุกด้าน 2) สภาพการแข่งขันทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าให้ความสำคัญด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อมากที่สุด โดยลูกค้าเห็นว่าร้านค้าปลีกมีมากขึ้นทำให้ลูกค้าสามารถเลือกร้านที่ให้บริการดีที่สุดได้ 3) ความต้องการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าเห็นว่าร้านค้าปลีกควรจำหน่ายสินค้าที่สะอาด สด และใหม่ปราศจากสารปนเปื้อนจำนวนคู่แข่งด้านคู่แข่งจำนวนมากหรือมีขีดความสามารถพอๆกันจะทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรงอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมถ้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโตการแข่งขันจะไม่รุนแรงมากนักความแตกต่างของสินค้าถ้าสินค้ามีความแตกต่างกันไปการแข่งขันก็จะน้อยลงความผูกพันในตรयीหรือกำลังการผลิตส่วนเกินถ้าอุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตส่วนเกินการแข่งขันจะรุนแรงต้นทุนคงที่ของธุรกิจและต้นทุนในการเก็บรักษาอุปสรรคก็คืองวง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shakil, A & Daud, A (2012) ศึกษารูปแบบการแข่งขันและการเข้าถึงตลาด การศึกษาในอุตสาหกรรมอาหารทะเลอินเดียการศึกษาครั้งนี้ พยายามประมาณการผลกระทบในด้านมาตรการ ในแง่ของความยืดหยุ่นของกฎระเบียบทางการค้าและการแข่งขัน การส่งออก เพื่อสร้างการรับรู้ในการเปิดเสรี ที่เพิ่มขึ้น ของการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งยังคงมีอุปสรรคทางการค้ามากขึ้นของประเภทที่ไม่ใช่ภาษี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบในเชิงปริมาณของเศรษฐกิจ ด้านกฎระเบียบ ด้านสุขภาพ และด้านสิ่งแวดล้อมที่แสดงในรูปแบบของมาตรการ SPS เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ ในด้านผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรโดยการส่งออกอาหารทะเลในอินเดีย เป็นกรณีศึกษาการวิเคราะห์แนวโน้มที่ครบถ้วน ด้วยส่วนแบ่งการตลาดคงที่รูปแบบจะช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลได้รับข้อมูลเชิงลึกในการเจริญเติบโต โดยรวมของตลาดส่งออก กระแสการค้า และการแข่งขันของอาหารทะเล และการประมง ภาคการส่งออก อาหารทะเลที่ได้รับการดำเนินการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับอุตสาหกรรม ส่งผลให้ประสบการณ์ในการปกครองช่วงนี้ มีความเข้มงวดในความปลอดภัยของอาหาร

3. ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า รองลงมาคือ สินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่า สินค้าจากสัตว์ทะเล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนราวุฒิ สังข์รักษา (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ พบว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปด้านสินค้าทดแทนพบว่า ปัจจุบันผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสัตว์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่สัตว์ทะเลวางจำหน่ายในตลาดเป็นจำนวนมาก และมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายซึ่งสามารถใช้เป็นสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปได้ ธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมาตรฐานการส่งออกและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคภายในประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณดี ผสมพงษ์ (2548) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ทั่วไปด้านการผลิตและการตลาดในปัจจุบันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา และศึกษาแนวทางเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า อาหารทะเลที่ผลิตเพื่อส่งออกที่สำคัญมี 3 ชนิด คือ อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลแปรรูป และอาหารทะเลกระป๋อง ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารทะเลอยู่ในช่วงเติบโต ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดสหภาพยุโรป ตลาดเกาหลีใต้ ตลาดออสเตรเลียและตลาดตะวันออกกลาง ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คือผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งออกเอง และส่งออกโดยผ่านตัวแทน (Broker) และจำหน่ายภายในประเทศซึ่งมีจำนวนน้อย โดยส่วนใหญ่จะส่งออกโดยผ่านทางท่าเรือน้ำลึก จังหวัดสงขลา ปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งที่สำคัญคือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เป็นต้น จุดอ่อนที่สำคัญคือ ต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนแรงงาน การบริหารด้านการส่งออกและการตลาดส่งออกที่ยังไม่ดี ประสิทธิภาพของระบบข้อมูลข่าวสารของบริษัทยังไม่ทั่วถึง และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสที่สำคัญคือ ความต้องการสินค้าอาหารทะเลในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น ความช่วยเหลือจากรัฐบาลในรูปแบบต่างๆ และการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศต่างๆ ของรัฐบาล ผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดโลกมีไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น

และอุปสรรคที่สำคัญ คือ วัตถุดิบขาดแคลน และราคาสูง คู่แข่งภายในประเทศและภายนอกประเทศ และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีมากขึ้น

4. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ ผู้ซื้อที่มีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า รองลงมาคือ ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย เพื่อใช้ในการต่อรองราคา ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา เลหากุลวิวัฒน์ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจจกสถานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับมาก และยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณดี ผสมพงษ์ (2548) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรคที่สำคัญ คือ วัตถุดิบขาดแคลน ราคาสูง คู่แข่งภายในประเทศและภายนอกประเทศเพิ่มขึ้น และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีมากขึ้น

ผลการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ พบว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปมีอำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศซึ่งประเทศไทยมีจุดแข็งที่สำคัญคือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัท การผลิตที่มีประสิทธิภาพผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพ จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มลูกค้า สืบเนื่องจากคู่แข่งในประเทศและต่างประเทศมีจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองสูง ธุรกิจควรมีการบริหารต้นทุนการผลิตให้ลดลง เพื่อลดอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวิวัฒน์ มันทรา (2550) การเปรียบเทียบการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกไทยในจังหวัดขอนแก่น มีความมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบสภาวะการแข่งขันของธุรกิจและเพื่อการบริหารธุรกิจค้าปลีกไทย ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทยที่มีขนาดธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหารธุรกิจโดยรวมและด้านการตลาดต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจที่มีรายได้และกำไรต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านความสามารถทางการเงินและด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน ($P < .05$) สรุปการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกไทยในจังหวัดขอนแก่นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทยควรให้ความสำคัญกับการนำสินค้าที่ผ่านการผลิตเองหรือจากชุมชนมาขายในร้าน เพื่อจะสร้างรายได้ให้กับธุรกิจของตนเอง และชุมชน และยังคงต้องพัฒนาศักยภาพในการบริหารธุรกิจให้เกิดความรู้ใหม่ให้ทันสมัย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจค้าปลีกไทยสามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกอื่น ๆ ได้ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้

ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของธุรกิจค้าปลีกไทยให้มีความทันสมัย

5. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า ระดับสภาพการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อเรียงตามค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในระดับสูงสุดคือ วัตถุประสงค์ของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต รองลงมาคือ ผู้ขายวัตถุประสงค์สามารถกำหนดราคาต้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนิติยา เลหากุลวิวัฒน์ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจจกสานตามทัศนคติของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันของธุรกิจด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับมากและยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรประภา สุขดี (2555) ศึกษาวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยา โดย Five Force Mode ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่มีอำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่าย

ผลการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ผู้ขายวัตถุดิบจึงมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง สืบเนื่องจากการผันผวนด้านราคาสินค้า ผู้ขายมีจำนวนน้อยราย และวัตถุดิบเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิตของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ธุรกิจจึงควรมีแนวทางในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า และควรติดตามแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อลดต้นทุนทางการเงินและบริหารการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรประภา สุขดี (2555) ศึกษาวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยา โดย Five Force Mode มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการศึกษาปัญหาและความต้องการในการดำเนินธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยาและการวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันการดำเนินงานของธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยาโดยใช้หลักการ Five Force Model จากฟาร์มไก่ไข่นาต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ในจังหวัดพะเยาจะประสบปัญหาและความต้องการที่คล้ายคลึงกันกล่าวคือ ฟาร์มแต่ละขนาดมักประสบปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบมีราคาสูงและมีความขาดแคลน ขาดการวางแผนการผลิตที่เหมาะสมอันเนื่องมาจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้ไม่สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและไม่มีอำนาจการต่อรองกับตัวแทนจำหน่ายและยังประสบกับปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียนและการรับภาระหนี้สินจากดอกเบี้ยเงินกู้ยืม ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนกิจการอีกทั้งปัญหาที่ทุกกิจการประสบ คือ ปัญหาด้านราคาไข่ที่ไม่เสถียรภาพปรับตัวสูงขึ้นและลดลงมีความผันผวนและเกิดขึ้นเร็ว จนเกษตรกรบางรายที่มีทุนน้อย

ต้องเลิกกิจการ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยาคือ การรวมกลุ่มเป็นชมรม หรือสหกรณ์ ผู้เลี้ยงไก่ไข่ในพะเยา เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองและการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลานั้น มีข้อเสนอแนะในการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา ธุรกิจขนาดใหญ่ จะประสบปัญหา ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ เนื่องจากธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปของไทย ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะประสบกับปัญหาต่าง ๆ มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ โดยเฉพาะปัญหาทางด้านการผลิต การตลาด ทั้งในส่วนของการควบคุมคุณภาพ บุคลากรและการวิจัยพัฒนา เพื่อให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ธุรกิจขนาดใหญ่จะผลิตเพื่อส่งออก การส่งออกของไทย มีคู่แข่งจากประเทศอเมริกากลาง และ อเมริกาใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มการค้ากลุ่มเดียวกันและได้สิทธิประโยชน์จากการส่งออกดีกว่าประเทศไทย นอกจากนี้ การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปไปสหภาพยุโรปของไทยยังได้รับผลกระทบจากการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร หรือ GSP ทำให้ต้นทุนสินค้าที่ส่งไปสหภาพยุโรปสูงขึ้นประมาณ ร้อยละ 10-20 ได้แก่ สินค้าประเภท กุ้ง ทั้งส่วนของกุ้งสด กุ้งแช่เย็น แช่แข็งและกุ้งแปรรูป ดังนั้นภาครัฐควรรีบบริหารการสนับสนุน ธุรกิจขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการส่งออก

ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี จะประสบปัญหา ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ และด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ เนื่องจากธุรกิจมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจน้อย ดังนั้นธุรกิจควรให้ความสำคัญด้านปัจจัยต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญ สืบเนื่องจากการที่ธุรกิจจะประสบผลสำเร็จได้จะต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์จากผู้ประกอบการ และการร่วมแรงร่วมใจ รวมทั้ง ความรู้ความสามารถของพนักงานในองค์กร คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการ คือ ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างทั้งในส่วนของคุณภาพ รสชาติ และการบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อสร้างความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการวางแผนการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่สูงสุด

2. ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลามีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรมีการศึกษาศภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ให้ครอบคลุมในจังหวัดอื่นหรือทั้งภาคใต้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

2.3 ควรมีการศึกษาการบริหารสินค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบและเกิดศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- เกียรติสุตา ศรีสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช่าง.
- กิติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์. (2550). **การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2553). **แผนยุทธศาสตร์ด้านการประมงจังหวัดสงขลา ปี 2555-2558**. สงขลา: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2556). **รายชื่อธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา**. (Online). <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=dataservice&tabid=1>, 18 มกราคม 2556.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2550). **กลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ กองประมงต่างประเทศ. (2555). **การค้าสินค้าประมงของไทย ปี 2554**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ครรชิต พุทธิโกษา. (2555). **กรอบประเด็นการวิจัยของประเทศไทยให้พร้อมรับสถานการณ์การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- จินตนา บุญบงการ และคณะ. (2547). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิรประภา สุขดี. (2555). **ศึกษาวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ในจังหวัดพะเยาโดย Five Force Mode**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา.
- จีราวัฒน์ มั่นตรา. (2550). **การเปรียบเทียบการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกไทยในจังหวัดขอนแก่น**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชุมพร คุรุพัฒน์. (2548). **การวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม**. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2552). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทวีศักดิ์ สุทกวาทิน. (2550). **การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร: บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสม์: สถิติวิเคราะห์สำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัฐพร แซ่จ้ง. (2543). ลักษณะของห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลนครขอนแก่นที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิตยา เลาคกุลวิวัฒน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจจกสถานตามทัศนะของผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี.
- นราวุฒิ สังข์รักษา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- ปกรณ์ ปรียากร. (2544). การวางแผนกลยุทธ์ : แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์. ครั้งที่พิมพ์ 2. กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.
- ปฎิภาณณ์ ปั่นกองงาม. (2546). ปัญหาและวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสงขลา. (2557). แผนพัฒนาสถิติระดับกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน: นคริวาส ปัตตานี ยะลา สงขลา สตูล. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- พัทตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และคณะ. (2542). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. (2546). กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์.
- พิชญา จุฑามณีนิล. (2551). ศึกษาแนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมตามทัศนคติของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พิบูล ทีปะปาล. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรพรหม พรหมเทศ. (2548). **ธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- พิสนุ พงศ์ศรี. (2549). **วิจัยทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพมหานคร: เทียมฟ้าการพิมพ์.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เบอร์เน็ต.
- วิทยา สุหฤทดำรง. (2546). **ลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- วรรณดี ผสมพงษ์. (2548). **ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในจังหวัดสงขลา**.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลาราชนครินทร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). **การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: ซีระ
ฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถาบันอาหาร. (2555). **ตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็งใน 4 ประเทศอาเซียนแนวโน้มโตได้ดี**.
กรุงเทพมหานคร: สถาบันอาหาร.
- เสนาะ ดิยาวี. (2546). **หลักการบริหาร**. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .
- สมคิด จาคูศรีพิทักษ์ และคณะ. (2545). **ยุทธวิธีการแข่งขัน Competitive Strategy**. กรุงเทพมหานคร:
ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สมคิด บางโม. (2547). **การประกอบธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: จูนพับลิชซิ่ง.
- สุมน มาลาสิทธิ์. (2546). **การจัดการผลิต/การดำเนินงาน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- สมยศ นาวิการ. (2540). **ธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า.
- _____. (2544). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- สำนักงานประมงจังหวัดสงขลา. (2555). **สภาพเศรษฐกิจจังหวัดสงขลา**. สงขลา: สำนักงานประมง
จังหวัดสงขลา.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). **สภาพภาพ SMEs ประเทศไทย**.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- _____. (2555). **การแบ่งขนาดกิจการ**. (Online). <http://www.sme.go.th>, 23 พฤศจิกายน 2555.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). **แผนพัฒนาสถิติจังหวัดสงขลา**. สงขลา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุวิชัย สุภรานนท์. (2549). **ยุทธศาสตร์การแข่งขัน**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2546). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์. (2545). **6 อภิมหาอาณาจักรธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง**. กรุงเทพมหานคร: ฟิงตง.
- Griffin, R. W. & Ebert, R.J. (1991). **Business** (2nd ed). New Jersey : Prentice-Hall.
- Knut, B. L. (2012). “A Case Study of Loss of Competitiveness in a Seafood Industry”. **European Urban and Regional**. 17 (January), 31-43.
- Macintyre, C. (2000). **The art of action research in the school**. London: David Fultol Publishers.
- Othman, Y. A. (2014). “The Business Competitiveness of Thailand in the ASEAN Region”. **Business and Economic Research**. 4 (March), 48-70.
- Shakil, A and Daud, A. (2012). “Efficiency Variation of Manufacturing Firms: A Case Study of Seafood Processing Firms in Bangladesh”. **Review of Economics & Finance**. 27 (July), 45-56.

บุคลากรกรม

1. คุณสุชานันท์ ศรีสวนแก้ว

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัทสยามอินเตอร์เนชั่นแนลฟู้ด จำกัด ที่อยู่ 88 หมู่ 10 ตำบลนาทับ อำเภอจะนะ

จังหวัดสงขลา 90130

2. คุณฉัฐติมา มิ่งทอง

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัท ซีฮอर्स อินเตอร์เทรด จำกัด ที่อยู่ 199 หมู่ 3 จะนะ-สงขลา ตำบลทุ่งหวัง

อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา 90000

3. คุณรัชฎา ยิ้มประเสริฐ

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ 333 หมู่ที่ 2 กาญจนวนิช ตำบลพะวง

อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา 90100

4. คุณจุฬิภรณ์ เอียดกลาย

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัท เอ็น เอส โคลด์ สโตร์ จำกัด ที่อยู่ 150/2 หมู่ 3 ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง

จังหวัดสงขลา 90000

5. คุณรุ่งทิวา สุขขวัญ

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัท เอส เอส โฟรสเซนฟู้ด จำกัด ที่อยู่ 70/5 หมู่ 3 ถนนเก้าแสน ตำบลเขารูปช้าง

อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

6. คุณศรีอัมพร แหลมทองสมบัติ

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัทอุตสาหกรรมทวิวงษ์ หาดใหญ่ จำกัด ที่อยู่ 85 หมู่ 4 ถ.เอเชีย-จะนะ ต.นาหม่อม

อ.นาหม่อม จ.สงขลา 90310

7. คุณพิชาติ ผิวบางกุล

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัท จะนะอุตสาหกรรมประมง จำกัด ที่อยู่ 200 หมู่ 11 สงขลา-นาทวี ตำบลจะโหนด

อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา 90130

8. คุณอาณิก สุระสรารักษ์

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

บริษัท ไทยอินเตอร์ฟิชเชอรี เทรดิง จำกัด ที่อยู่ 88 หมู่ที่ 7 ตำบลพะวง อำเภอเมือง

จังหวัดสงขลา 90000

9. คุณกฤษณะ แซ่ตั้ง

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

ไลท์แปรรูปอาหารทะเล ที่อยู่ 9,11 ซอย 1 สงขลาพลาซ่า ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา

จังหวัดสงขลา 90000

10. คุณเสถียร วังวิวัฒน์

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

ห้างหุ้นส่วนสามัญ สงขลาอุตสาหกรรมข้าวเกรียบ ที่อยู่ 93/4 หมู่ 2 กาญจนวนิช

ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา 90000



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา บัณฑิตวิทยาลัย โทร. 246

ที่ บวส. 0831 / 2556

วันที่ 15 กันยายน 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ประภาพร แสงทอง

ด้วย นางสาววิสา ปริงเจอร์ รหัสนักศึกษา ๕4G4001011 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา”

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. ดร.ชุตานันท์ ประเสริฐศรี | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก |
| 2. ผศ.ดร.นันทิยา ขจรกิตติยา | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |
| 3. ผศ.นิตยา จิตรรัชนีธรรม | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนันท์ ชาติทอง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา บัณฑิตวิทยาลัย โทร. 246

ที่ บวส. 0927 / 2556

วันที่ 1 ตุลาคม 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สถิตย์ ประสิทธิ์ภรณ์

ด้วย นางสาววิสา ประังเงะ รหัสนักศึกษา ๕4G4001011 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา”

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. ดร.ชุตานันท์ ประมงนิย | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก |
| 2. ผศ.ดร.นันทิชา ขจรกิตติยา | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |
| 3. ผศ.นิตยา จิตรรักษ์ธรรม | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันท ชาตุดอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา บัณฑิตวิทยาลัย โทร. 246

ที่ บวส. 0832 / 2556

วันที่ 15 กันยายน 2556

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ

ด้วย นางสาววิสา ปรังเจะ รหัสนักศึกษา ๕4G4001011 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา”

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

- | | | |
|-----------------------------|----------|---------------------------------|
| 1. ดร.ชุตานันท์ ประเสริฐ | ประโมจน์ | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก |
| 2. ผศ.ดร.นันทิยา ขจรกิตติยา | | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |
| 3. ผศ.นิตยา จิตรรัชนีธรรม | | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม |

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนันท์ ชาติทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 0560.06 / 0175

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

15 กันยายน 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน นางสาวรุ่งทิพย์ พินัยกุล

ด้วย นางสาววิสา ประังจะ รหัสนักศึกษา ๕4G4001011 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา”

โดยมีคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ดร.ชุตตา ประโมจน์ย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
2. ผศ.ดร.นันทิ ขจรกิตติยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
3. ผศ.นิตยา จิตรรัชธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือในการวิจัย ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา หวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันท ชาติทอง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดี โทรศัพท์/โทรสาร 0 7433 6948

<http://bundit.skru.ac.th/>

www.facebook.com/gsskru



ภาคผนวก ข

การหาความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์

ตาราง 15 แสดงความสอดคล้องระหว่างข้อกำหนดกับวัตถุประสงค์และนิยามของแบบสอบถาม
ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน

| ด้าน/รายการ | คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ | | | | รวม | ค่า IOC |
|--|-------------------------------------|----|----|----|-----|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| ลักษณะของธุรกิจ | | | | | | |
| 1. ขนาดของธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 2. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 3. ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 4. รายได้ของธุรกิจ (ปี 2555) | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ | | | | | | |
| 5. ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูง ทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่งขัน | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 6. ธุรกิจเน้นการสร้างแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 7. ธุรกิจมีการส่งเสริมการขายที่มีจุดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 8. ธุรกิจใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 9. สินค้าได้รับการยอมรับภายในประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 10. สินค้าได้รับการยอมรับในต่างประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม | | | | | | |
| 11. จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 12. ความแตกต่างของสินค้า เช่น รูปแบบของอาหาร | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 13. การแข่งขันด้านราคา เช่น มีการลดราคาสินค้า | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 14. คุณสมบัติของอาหารทะเลแปรรูป เช่น สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นาน | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 15. เทคโนโลยีการผลิต เช่น ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิต | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 16. ความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีอาหารทะเลแปรรูปวางจำหน่ายทั่วไป | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |

ตาราง 15 (ต่อ)

| ด้าน/รายการ | คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ | | | | รวม | ค่า IOC |
|--|-------------------------------------|----|----|----|-----|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| 17. การเจริญเติบโตของสินค้า เช่น มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 18. ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 19. ท่าเลที่ตั้งของการจำหน่ายสินค้า เช่น เส้นทางคมนาคมสะดวก | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 20. การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 21. ความไม่แน่นอนในการผลิตสินค้า เช่น ผลิตตามจำนวนปริมาณ การสั่งซื้อ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ | | | | | | |
| 22. การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า เช่น การให้บริการเสริมต่าง ๆ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 23. ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทน | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 24. ความง่ายต่อการหาซื้อสินค้าทดแทน เช่น สินค้าจากสัตว์เนื้อแดง ไก่ วัว ฯลฯ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 25. สินค้าทดแทนมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มากกว่าสินค้าจาก สัตว์ทะเล | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 26. มีผู้นิยมใช้สินค้าทดแทนมากกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 27. สินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่า สินค้าจากสัตว์ ทะเล | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | | | | | | |
| 28. ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 29. ปริมาณการซื้อสินค้า หากลูกค้าซื้อมากส่งผลให้มีอำนาจการ ต่อรองสูง | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 30. ลูกค้าสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 31. ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ หลากหลาย | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต | | | | | | |

ตาราง 15 (ต่อ)

| ด้าน/รายการ | คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ | | | | รวม | ค่า IOC |
|--|-------------------------------------|----|----|----|-----|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| 32. ลูกคามีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ต้นทุน เพื่อใช้ในการ ต่อรองราคา | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 33. สินค้าไม่แตกต่างกันทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้ากับผู้ขาย รายใดก็ได้ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต | | | | | | |
| 34. วัตถุดิบของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 35. ผู้ขายวัตถุดิบสามารถกำหนดราคาต้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 36. ผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนน้อยราย ส่งผลให้อำนาจการต่อรองสูง | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |
| 37. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายวัตถุดิบ | +1 | +1 | +1 | +1 | 4 | 1.0 |



ภาคผนวก ค
การหาคุณภาพเครื่องมือ

Reliability

*****Method 1(space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Item-total Statistics

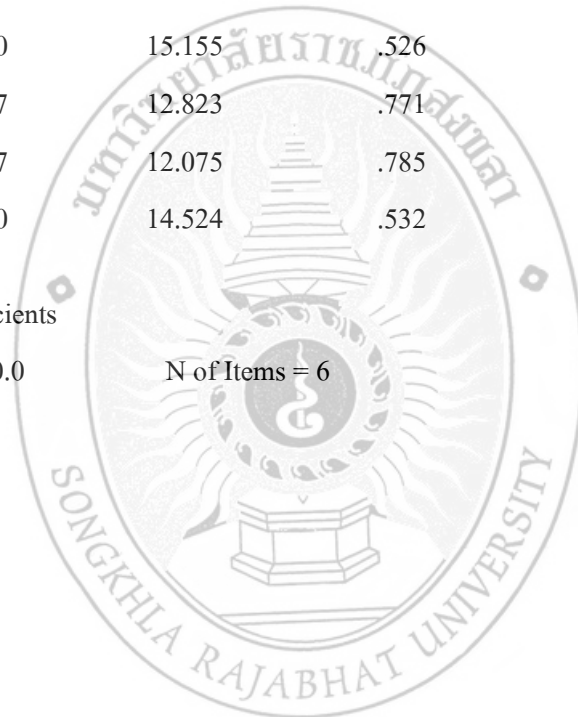
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| F1 | 16.30 | 14.079 | .607 | .825 |
| F2 | 16.37 | 15.344 | .554 | .835 |
| F3 | 16.50 | 15.155 | .526 | .839 |
| F4 | 16.27 | 12.823 | .771 | .791 |
| F5 | 16.17 | 12.075 | .785 | .787 |
| F6 | 16.40 | 14.524 | .532 | .839 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .846



Reliability

*****Method 1(space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| F1 | 33.23 | 25.082 | .598 | .817 |
| F2 | 33.13 | 25.430 | .568 | .820 |
| F3 | 33.40 | 25.421 | .575 | .819 |
| F4 | 33.33 | 25.057 | .523 | .823 |
| F5 | 33.47 | 24.947 | .637 | .814 |
| F6 | 33.00 | 26.276 | .442 | .830 |
| F7 | 33.37 | 25.826 | .503 | .825 |
| F8 | 32.83 | 26.764 | .360 | .836 |
| F9 | 32.93 | 26.892 | .311 | .842 |
| F10 | 33.27 | 25.237 | .456 | .830 |
| F11 | 33.03 | 23.895 | .728 | .805 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 11

Alpha = .837

Reliability

*****Method 1(space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

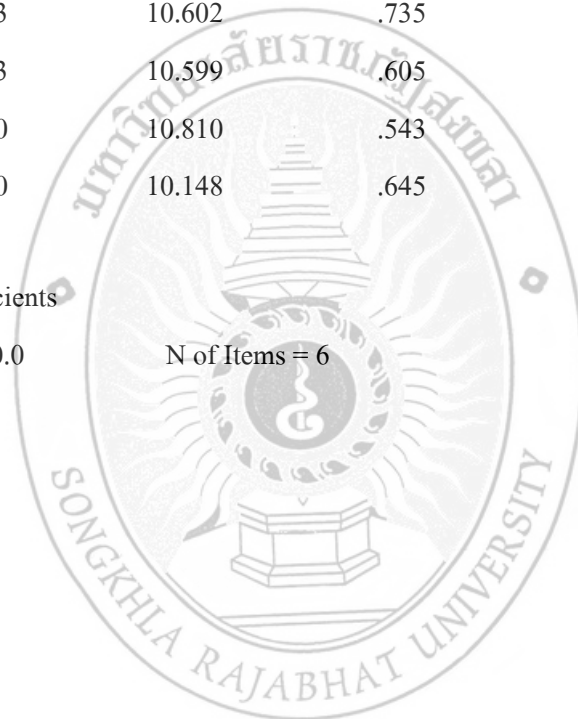
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| F1 | 16.27 | 11.513 | .514 | .835 |
| F2 | 16.23 | 10.047 | .695 | .800 |
| F3 | 16.53 | 10.602 | .735 | .796 |
| F4 | 16.43 | 10.599 | .605 | .819 |
| F5 | 16.50 | 10.810 | .543 | .831 |
| F6 | 16.70 | 10.148 | .645 | .811 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .842



Reliability

*****Method 1(space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

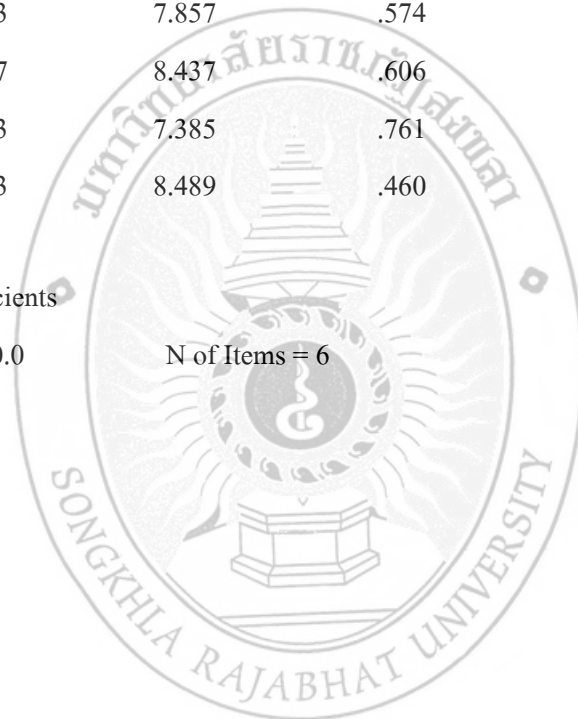
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| F1 | 15.77 | 7.771 | .665 | .769 |
| F2 | 15.83 | 8.006 | .461 | .818 |
| F3 | 15.73 | 7.857 | .574 | .788 |
| F4 | 15.67 | 8.437 | .606 | .785 |
| F5 | 15.83 | 7.385 | .761 | .747 |
| F6 | 15.83 | 8.489 | .460 | .812 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .816



Reliability

*****Method 1(space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| F1 | 9.30 | 5.045 | .650 | .766 |
| F2 | 9.27 | 5.237 | .664 | .761 |
| F3 | 9.23 | 5.151 | .630 | .775 |
| F4 | 9.40 | 5.076 | .614 | .783 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .818

Reliability

*****Method 1(space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 33

Alpha = .918



ภาคผนวก ง

การหาความสอดคล้องระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

ตาราง 16 แสดงความสอดคล้องระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ จากการให้สัมภาษณ์จำนวน 10 ราย

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | ระดับความคิดเห็นของให้การสัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย | | | | | | | | | | ความสอดคล้อง | |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------------|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | |
| ด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ | | | | | | | | | | | | |
| 1. ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูง ทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่งขัน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 2. ธุรกิจเน้นการสร้างความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง | | | | | | | | | | | | 0 |
| 3. ธุรกิจมีการส่งเสริมการขายที่มีจุดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง | | | | | | | | | | | | 0 |
| 4. ธุรกิจใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง | | | | | | | | | | | | 0 |
| 5. สินค้าได้รับการยอมรับภายในประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | | | | | | | | | | | | 0 |
| 6. สินค้าได้รับการยอมรับในต่างประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | | | | | | | | | | | | 0 |

ตาราง 16 (ต่อ)

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | ระดับความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย | | | | | | | | | | ความสอดคล้อง |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม | | | | | | | | | | | |
| 7. จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| 8. ความแตกต่างของสินค้า เช่น รูปแบบของอาหาร | | | | | | | | | | | 0 |
| 9. การแข่งขันด้านราคา เช่น มีการลดราคาสินค้า | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | 7 |
| 10. คุณสมบัติของอาหารทะเลแปรรูป เช่น สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นาน | | | | | | | | | | | 0 |
| 11. เทคโนโลยีการผลิต เช่น ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิต | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 12. ความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีอาหารทะเลแปรรูปวางจำหน่ายทั่วไป | | | | | | | | | | | 0 |
| 13. การเจริญเติบโตของสินค้า เช่น มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | 8 |
| 14. ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | 9 |
| 15. ท่าเลที่ตั้งของการจำหน่ายสินค้า เช่น เส้นทางคมนาคมสะดวก | | | | | | | | | | | 0 |
| 16. การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า | | | | | | | | | | | 0 |
| 17. ความไม่แน่นอนในการผลิตสินค้า เช่น ผลิตตามจำนวนปริมาณการสั่งซื้อ | | | | | | | | | | | 0 |

ตาราง 16 (ต่อ)

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | ระดับความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย | | | | | | | | | | ความสอดคล้อง | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------------|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | |
| ด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ | | | | | | | | | | | | |
| 18. การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า | | | | | | | | | | | | 0 |
| 19. ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทน | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | 7 |
| 20. ความง่ายต่อการหาซื้อสินค้าทดแทน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | 9 |
| 21. สินค้าทดแทนมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มากกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | 8 |
| 22. มีผู้นิยมใช้สินค้าทดแทนมากกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | | | | | | | | | | | | 0 |
| 23. สินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | | | | | | | | | | | | 0 |
| ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | | | | | | | | | | | | |
| 24. ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 25. ปริมาณการซื้อสินค้า หากลูกค้าซื้อจำนวนมากส่งผลให้มีอำนาจการต่อรองสูง | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 26. ลูกค้าสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |

ตาราง 16 (ต่อ)

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป | ระดับความคิดเห็นของการสัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย | | | | | | | | | | ความสอดคล้อง |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 27. ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 28. ลูกค้ามีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ต้นทุน เพื่อใช้ในการต่อรองราคา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 29. สินค้าไม่แตกต่างกันทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้ากับผู้ขายรายใดก็ได้ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต | | | | | | | | | | | |
| 30. วัตถุดิบของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 31. ผู้ขายวัตถุดิบสามารถกำหนดราคาต้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 32. ผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนน้อยราย ส่งผลให้อำนาจการต่อรองสูง | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |
| 33. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายวัตถุดิบ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 10 |



ภาคผนวก จ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง

สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา และเพื่อเปรียบเทียบสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ ซึ่งข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้จะนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการวิเคราะห์ในเชิงวิชาการ และไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ดังนั้นจึงขอความกรุณาให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ท่านตอบจะเป็นความลับ และนำไปใช้ในเชิงวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ลักษณะของธุรกิจ

ตอนที่ 2 สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับประเด็นปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหาร

ทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

นางสาววิสา ปริงใจะ

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ตอนที่ 1 ลักษณะของธุรกิจ

38. ขนาดของธุรกิจ

1. () ขนาดเล็ก (จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน ใช้เงินทุนดำเนินการไม่เกิน 10 ล้านบาท)
2. () ขนาดกลาง (จำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน ใช้เงินทุนดำเนินการมากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท)
3. () ขนาดใหญ่ (จำนวนพนักงานมากกว่า 200 คน ใช้เงินทุนดำเนินการมากกว่า 200 ล้านบาท)

39. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

1. () น้อยกว่า 5 ปี
2. () 5 ปี - 10 ปี
3. () มากกว่า 10 ปี

40. ลักษณะการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () จำหน่ายในท้องถิ่นหรือภายในจังหวัด
2. () จำหน่ายเฉพาะในภูมิภาค
3. () จำหน่ายภายในประเทศ
4. () จำหน่ายในต่างประเทศ

41. รายได้ของธุรกิจ (ปี 2555)

1. () น้อยกว่า 50 ล้านบาท
2. () 51 - 200 ล้านบาท
3. () 201 - 500 ล้านบาท
4. () มากกว่า 500 ล้านบาท

ตอนที่ 2 สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป 5 ประการ | ระดับสภาพการแข่งขัน | | | | |
|--|---------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ | | | | | |
| 1. ธุรกิจใช้ต้นทุนในการผลิตสูง ทำให้ยากต่อการเข้ามาของกลุ่มแข่งขัน | | | | | |
| 2. ธุรกิจเน้นการสร้าง ความแตกต่างในสินค้าหรือบริการที่ต่างจากคู่แข่ง | | | | | |
| 3. ธุรกิจมีการส่งเสริมการขายที่มีจุดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง | | | | | |
| 4. ธุรกิจใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง | | | | | |
| 5. สินค้าได้รับการยอมรับภายในประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | | | | | |
| 6. สินค้าได้รับการยอมรับในต่างประเทศทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน | | | | | |
| การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม | | | | | |
| 7. จำนวนผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน | | | | | |
| 8. ความแตกต่างของสินค้า เช่น รูปแบบของอาหาร | | | | | |
| 9. การแข่งขันด้านราคา เช่น มีการลดราคาสินค้า | | | | | |

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป 5 ประการ | ระดับสภาพการแข่งขัน | | | | |
|---|---------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 10. คุณสมบัติของอาหารทะเลแปรรูป เช่น สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นาน | | | | | |
| 11. เทคโนโลยีการผลิต เช่น ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิต | | | | | |
| 12. ความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีอาหารทะเลแปรรูปวางจำหน่ายทั่วไป | | | | | |
| 13. การเจริญเติบโตของสินค้า เช่น มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น | | | | | |
| 14. ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อต่อคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า | | | | | |
| 15. ท่าเลที่ตั้งของการจำหน่ายสินค้า เช่น เส้นทางคมนาคมสะดวก | | | | | |
| 16. การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า | | | | | |
| 17. ความไม่แน่นอนในการผลิตสินค้า เช่น ผลิตตามจำนวนปริมาณการสั่งซื้อ | | | | | |
| การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ | | | | | |
| 18. การใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า เช่น การให้บริการเสริมต่าง ๆ | | | | | |
| 19. ความสามารถในการทำกำไรของสินค้าทดแทน | | | | | |
| 20. ความง่ายต่อการหาซื้อสินค้าทดแทน เช่น สินค้าจากสัตว์ | | | | | |

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป 5 ประการ | ระดับสภาพการแข่งขัน | | | | |
|---|---------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| เนื้อแดง ไก่ วัว ฯลฯ | | | | | |
| 21. สินค้าทดแทนมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มากกว่า สินค้าจากสัตว์ทะเล | | | | | |
| 22. มีผู้นิยมใช้สินค้าทดแทนมากกว่าสินค้าจากสัตว์ทะเล | | | | | |
| 23. สินค้าทดแทนใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่า สินค้า จากสัตว์ทะเล | | | | | |
| อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ | | | | | |
| 24. ลูกค้ามีความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า | | | | | |
| 25. ปริมาณการซื้อสินค้า หากลูกค้าซื้อมากส่งผลให้มีอำนาจ การต่อรองสูง | | | | | |
| 26. ลูกค้าสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ | | | | | |
| 27. ผู้ขายมีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้หลากหลาย | | | | | |
| 28. ลูกค้ามีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ต้นทุน เพื่อ ใช้ในการต่อรองราคา | | | | | |
| 29. สินค้าไม่แตกต่างกันทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้า กับผู้ขายรายใดก็ได้ | | | | | |
| อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต | | | | | |

| สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป 5 ประการ | ระดับสภาพการแข่งขัน | | | | |
|--|---------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 30. วัตถุดิบของผู้ขายเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการผลิต | | | | | |
| 31. ผู้ขายวัตถุดิบสามารถกำหนดราคาต้นทุนให้เพิ่มหรือลดลงได้ | | | | | |
| 32. ผู้ขายวัตถุดิบมีจำนวนน้อยราย ส่งผลให้อำนาจการต่อรองสูง | | | | | |
| 33. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือบริการของผู้ขายวัตถุดิบ | | | | | |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับประเด็นปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป
ในจังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาตอบแบบสอบถาม



แบบประเด็นคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่องสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบ

วัน เดือน ปี

สถานที่.....

ชื่อผู้รับการสัมภาษณ์ อายุ.....ปี

ผู้จัดการฝ่ายการผลิต อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาสภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 5 ข้อดังนี้

1. ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการคุกคามจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในบริบทของธุรกิจมีการบริหารจัดการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านมีแนวทางแก้ไขปัญหาด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตของธุรกิจอาหารทะเล
แปรรูปในบริบทของธุรกิจที่มีการบริหารจัดการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ฉ

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตาราง 17 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

| จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (แห่ง) | อำเภอ |
|---|------------|
| ธุรกิจขนาดใหญ่ | |
| 1. บริษัท คิงฟิชเชอร์ โฮลดิ้งส์ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด แพปลาเบอร์ 11 | เมืองสงขลา |
| 3. บริษัท ไทยอินเตอร์เนชั่นแนลซีฟู้ดส์ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 4. บริษัท 11 วงจร เทรดดิ้ง แอนด์ โคลดส์ สตอเวจ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 5. บริษัท แมนเอโฟรสเซนฟู้ดส์ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 6. บริษัท แปซิฟิกแปรรูปสัตว์น้ำ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 7. บริษัท เอส. เอส. โฟรสเซนฟู้ด จำกัด | เมืองสงขลา |
| 8. บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด | เมืองสงขลา |
| 9. บริษัท ซีฮอร์ส อินเตอร์เทรด จำกัด | เมืองสงขลา |
| 10. บริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนลฟู้ด จำกัด | จะนะ |
| 11. บริษัท เอส ทู เค มารีน โปรดักส์ จำกัด | จะนะ |
| 12. บริษัท จะนะอุตสาหกรรมประมง จำกัด | จะนะ |
| 13. บริษัท ณรงค์ซีฟู้ด จำกัด | หาดใหญ่ |
| 14. บริษัท โชติวัฒน์อุตสาหกรรมการผลิต จำกัด | หาดใหญ่ |
| 15. บริษัท เอ็น เค ซีฟริช จำกัด | หาดใหญ่ |
| 16. บริษัท ทropicคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) | หาดใหญ่ |

ตาราง 17 (ต่อ)

| | |
|---|------------|
| 17. บริษัท นิสซุข (ประเทศไทย) จำกัด | หาดใหญ่ |
| 18. บริษัท ซี เวลท์ โพรเซ่น ฟู๊ด จำกัด | สิงหนคร |
| 19. บริษัท ไทยยูเนี่ยนซีฟู๊ด จำกัด | สิงหนคร |
| ธุรกิจขนาดกลาง | |
| 1. บริษัท เอส.ซี.ซี. โพรเซ่น ซีฟู๊ด จำกัด | เมืองสงขลา |
| 2. บริษัท สุขญา ฟู๊ด จำกัด | เมืองสงขลา |
| 3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยูเนี่ยน เอฟ | เมืองสงขลา |
| 4. บริษัท พีวีพี มารีน โปรดักส์ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 5. บริษัท เอ็น เอส โคลด์ สโตร์จ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 6. บริษัท ที.พี.เชอร์ จำกัด | เมืองสงขลา |
| 7. บริษัท ไอнос จำกัด | เมืองสงขลา |
| 8. บริษัท บุญอง เจนเนอรัล จำกัด | จะนะ |
| 9. บริษัท หลีเฮงซีฟู๊ด จำกัด | จะนะ |
| 10. บริษัท ไฮไทซีฟู๊ด จำกัด | จะนะ |
| 11. บริษัท เซาท์เทอร์น ซีฟู๊ด โปรดักส์ จำกัด | หาดใหญ่ |
| 12. บริษัท วงศ์สวัสดิ์ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ จำกัด | หาดใหญ่ |

ตาราง 17 (ต่อ)

| | |
|---|------------|
| 13. บริษัท สงขลามารีน โปรดักส์ จำกัด | หาดใหญ่ |
| 14. บริษัท โรงงานปลาป่นภาคใต้(1969) จำกัด | หาดใหญ่ |
| 15. บริษัท ทวีชัย ฟู้ด แมนูแฟกเจอร์ริง จำกัด | รัตภูมิ |
| 16. บริษัท อุตสาหกรรมทิวังษ์ หาดใหญ่ จำกัด | นาหม่อม |
| 17. บริษัท พิชรินทร์ อุตสาหกรรม จำกัด | สิงหนคร |
| 18. บริษัท ปีกาซัส ฟู้ด จำกัด | สิงหนคร |
| ธุรกิจขนาดเล็ก | |
| 1. ไลท์แปรรูปอาหารทะเล | เมืองสงขลา |
| 2. แพวีเชียร | เมืองสงขลา |
| 3. บริษัท อะมิโน ครีเอชั่น จำกัด | เมืองสงขลา |
| 4. ห้างหุ้นส่วนสามัญ สงขลาอุตสาหกรรมข้าวเกรียบ | เมืองสงขลา |
| 5. ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงงานปลาป่นพัฒนาเจริญ สงขลา | เมืองสงขลา |
| 6. ห้างหุ้นส่วนจำกัด อุตสาหกรรมปลาป่นการทักษ์สิน | เมืองสงขลา |
| 7. บริษัท แสงเจริญพัฒนาการประมง จำกัด | เมืองสงขลา |
| 8. บริษัท อภินุคคอร์ปอเรชั่น จำกัด | เมืองสงขลา |
| 9. บริษัท ไทยอินเตอร์ ฟิชเชอร์รี่เทรดดิ้ง จำกัด | เมืองสงขลา |
| 10. ทักษิณรุ่งเรืองปลากรอบ | สติงพระ |

ตาราง 17 (ต่อ)

| | |
|---|---------|
| 11. บริษัท สมิหลาปลาปน จำกัด | จะนะ |
| 12. บริษัท ที.เอ.ฟู้ด จำกัด | เทพา |
| 13. ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงงานปลาปนศรีนคร | หาดใหญ่ |
| 14. บริษัท ไทยเจริญอาหารสัตว์ จำกัด | หาดใหญ่ |
| 15. บริษัท เอส.ซี. โซคูฮิน จำกัด | สิงหนคร |
| รวม 52 แห่ง | |

ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2556



ประวัติผู้วิจัย

| | |
|------------------------|---|
| ชื่อ – สกุล | นางสาววิสา ปริงजे |
| วัน เดือน ปี | 11 พฤษภาคม 2530 |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 16/3 หมู่ที่ 4 ตำบลทุ่งยาว อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง 92180 |
| ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน | ธุรกิจส่วนตัว |
| สถานที่ทำงานปัจจุบัน | อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง |
| ประวัติการศึกษา | |
| พ.ศ. 2546 | มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนแสงประทีปวิทยา อำเภอเมือง จังหวัดสตูล |
| พ.ศ. 2549 | มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนแสงประทีปวิทยา อำเภอเมือง จังหวัดสตูล |
| พ.ศ. 2551 | ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ป.ว.ส.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ โรงเรียนสงขลาเทคโนโลยี อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา |
| พ.ศ. 2554 | บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา |
| พ.ศ. 2556 | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา |