

การศึกษาโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณ รอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น

The Study of Market Structure of Barbecue Restaurant in the Area Surrounding Khon Kaen University

พัชรวดี จันทพัฒน์^{1*} นรชิต จิรสัทธม²

Patcharawadee Chantapat Norachit Jirasatthum

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์วัดการกระจุกตัวของตลาดร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ด้วยการวัดการกระจุกตัวของตลาด งานวิจัยนี้ได้รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 24 ร้านผลการวิจัยปรากฏว่า ค่าดัชนี Herfindahl-Hirschman Index มีค่าเท่ากับ 0.050936 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีลักษณะเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ผลการวิจัยสอดคล้องกับสภาพการแข่งขันที่มีผู้ขายจำนวนมากต่างใช้กลยุทธ์ด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคาที่แตกต่างกันไป บทความนี้มีข้อเสนอว่าผู้ประกอบการควรดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับร้านเนื้อกระทะของตนด้วยการสร้างอัตลักษณ์เด่นเพื่อดึงดูดลูกค้าและยกระดับมาตรฐานการบริการ

คำสำคัญ: การกระจุกตัว โครงสร้างตลาด เนื้อกระทะ

Abstract

This paper aims to measure the market concentration of barbecue restaurants nearby Khon Kaen University. The paper collected data by interviewing 24 restaurant owners. Research result shows that Herfindahl-Hirschman Index is 0.050936 which intensifies the monopolistic competitive structure. This result is consistent with competitive environment in which many restaurateurs use both

¹คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*Corresponding Author e-mail: palmza_doraemon@hotmail.com

pricing and non-pricing strategy according to their product differentiation. This paper suggests that restaurateurs in this area should employ value-adding strategy by innovating distinctive identity to their restaurants and shift the standard of services.

Keywords: Concentration Market Structure Barbecue Restaurant

บทนำ

สภาพของสังคมไทยในยุคปัจจุบันมีการใช้ชีวิตความเป็นอยู่กันอย่างเร่งรีบและซีให้เห็นว่าคนในสังคมไทยในยุคปัจจุบันต้องใช้เวลากับการทำงานที่มากขึ้น จึงเป็นเหตุให้คนทำงานนั้นไม่ได้มีเวลาว่างเหมือนสมัยก่อนที่จะสามารถเข้าครัวทำอาหารรับประทานเองได้จึงทำให้คนไทยนิยมเปลี่ยนมาทานอาหารนอกบ้านแทน ซึ่งจากการสำรวจภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนภายในประเทศไทยโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) พบว่าอัตราค่าเฉลี่ยในการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้านของประชากรในประเทศไทยนั้นเพิ่มสูงขึ้นซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของประชากรในประเทศไทยมีโอกาสในการเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านสูงขึ้นจึงส่งผลให้มีการบริโภคอาหารนานาชาติมากขึ้นด้วย ซึ่งร้านอาหารที่พบเจอบ่อยนั้นจะเป็นร้านอาหารประเภทปิ้งย่างประเภทต่างๆ เช่น ร้านเนื้อย่างสไตร์เกาหลี ร้านเนื้อย่างสไตร์ญี่ปุ่น ร้านเนื้อย่าง-หมูย่างและร้านเนื้อย่าง-เนื้อโคขุน เป็นที่แพร่หลายมากนัก ดังนั้นอาหารประเภทปิ้งย่างที่คนไทยเริ่มรู้จักคือ “เนื้อกระทะ” โดยมีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลีสืบเนื่องจากในประเทศไทยมีการนำเนื้อสัตว์มาทำเป็นอาหารที่ทำให้สุกด้วยการทอด การต้ม การผัด รวมไปถึงการย่าง ซึ่งมีวิธีในการย่างแบบดั้งเดิมโดยการใช้ความร้อนจากเตาถ่าน ทำให้ประเทศไทยรู้จักเนื้อกระทะมานานตั้งแต่สมัยการใช้เตาถ่านย่างจนพัฒนามาเป็นรูปแบบที่ทันสมัยซึ่งเกิดจากการรับวัฒนธรรมเกาหลีในเรื่องของอาหารเข้ามาผสมผสานกับการรับประทานอาหารของคนไทย

ปัจจุบันกระแสความนิยมในการบริโภคอาหารประเภทปิ้งย่างเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากปริมาณร้านอาหารประเภทปิ้งย่างที่มากขึ้นสามารถพบได้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้าตลอดจนบริเวณในเมืองและนอกเมือง รวมไปถึงบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีการเติบโตของร้านอาหารประเภทปิ้งย่างจำนวน 24 ร้าน (สำรวจเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2561 ถึง 24 กันยายน 2561) มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับต้นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นแหล่งศูนย์รวมนักศึกษาเนื่องจากมีการเปิดรับนักศึกษาใหม่เข้าเรียนในแต่ละปีจำนวนมากส่งผลให้กำลังซื้อของนักศึกษามีมากขึ้น ซึ่งร้านเนื้อกระทะ

มักเป็นที่นิยมในหมู่นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานเพื่อการสังสรรค์ พุดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้บริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นเริ่มมีผู้สนใจทำธุรกิจร้านเนื้อกระทะมากขึ้น จึงเกิดการแข่งขันทางธุรกิจร้านเนื้อกระทะขึ้น จึงนำมาสู่ความสนใจของผู้จัดทำที่อยากทราบถึงโครงสร้างตลาดและสภาพการแข่งขันโดยนำเรื่องดัชนีชี้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมหรือดัชนี Herfindahl-Hirschman Index (ต่อไปนี้จะเรียกว่า HHI) มาใช้วิเคราะห์

ผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าหางานที่ใช้ค่า HHI วัดสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเพื่อเป็นแนวทาง ทำให้พบว่า ในแต่ละงานได้ค่า HHI ที่สะท้อนโครงสร้างตลาดที่แตกต่างกันไปตามประเภทของอุตสาหกรรม เช่น งานวิจัยของสมภูมิ แสงวงกุล (2559) พบว่าในผลิตภัณฑ์กาแฟพร้อมดื่มมีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย โดยการแข่งขันสูงจะเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ในตลาด ซึ่งลักษณะโครงสร้างตลาดแบบผู้แข่งขันน้อยรายยังพบได้ในอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวดที่ตามงานวิจัยของ ต้นหนาว โสพัฒน์และอดุลย์ ศุภกันท์ (2556) ที่คำนวณค่า HHI และพบว่ามีการกระจุกตัวปานกลาง โดยสภาพการแข่งขันแม้ว่าจะมีผู้ผลิตหลายรายแต่อำนาจทางการตลาดจะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายเท่านั้น อำนาจทางการตลาดพบเห็นได้ชัดเจนขึ้นในงานวิจัยของจิระพงษ์ เพชรศรีสุข (2552) ที่ศึกษาอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งพบว่าค่า HHI มีค่าค่อนข้างสูงในทางผูกขาดเป็นไปตามลักษณะของอุตสาหกรรมที่ผู้เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่แข่งขันกันเอง โดยแต่ละรายต่างเสนอสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกัน (Product Differentiation) เหมือนในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด นอกจากนี้ ลักษณะการผูกขาดแบบสมบูรณ์สามารถพบได้ในงานวิจัยของ ปทุมมา แดงสวัสดิ์และพวงเพ็ญ ชูรินทร์ (2558) ที่คำนวณ HHI วัดการแข่งขันของผู้ประกอบการขนส่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในแต่ละเส้นทางพบว่า ในหลายเส้นทางมีค่า HHI เท่ากับ 1 ซึ่งถือเป็นการที่หน่วยธุรกิจผูกขาดเส้นทางนั้นอย่างสมบูรณ์ อย่างไรก็ตามพบว่าในบางเส้นทาง เช่น บ้านช่อง-ชัยบุรี บ้านช่อง-บางสวรรค์ ฯลฯ มีค่า HHI เข้าใกล้ 0 ซึ่งสะท้อนถึงการแข่งขันที่สูงอยู่ด้วย

เมื่อพิจารณาจากผลงานงานวิจัยข้างต้นพบว่าส่วนใหญ่มักนำเอาการคำนวณค่า HHI ไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมในระดับประเทศ และใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก (ยกเว้น ปทุมมา แดงสวัสดิ์และพวงเพ็ญ ชูรินทร์, 2558) ซึ่งตรงนี้ถือเป็นช่องว่างในการวิจัยที่บทความนี้ได้นำเอาดัชนี HHI มาศึกษาในลักษณะของสภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการในระดับแบบเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) โดยพิจารณาตลาดของร้านเนื้อกระทะรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งในเบื้องต้นผู้วิจัยมีข้อสันนิษฐานไว้สองกรณีว่าการแข่งขันของผู้ประกอบการบริเวณนี้อาจเป็นแบบผู้ขายน้อยราย หรือ กึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ดังนั้นเพื่อเป็นการหาคำตอบ ผู้วิจัยจึงตั้งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยเริ่มเก็บข้อมูลจากการสำรวจเพื่อใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 24 ร้าน และในการจัดทำข้อมูลใช้การคำนวณโดยวิธีการทางคณิตศาสตร์ด้วยสูตรในการคำนวณดัชนีชี้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมเพื่อดูลักษณะของสภาพการแข่งขันแบบเศรษฐกิจท้องถิ่น จะทำให้ทราบถึงโครงสร้างตลาด สภาพการแข่งขันและการกระจุกตัวของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางแผนทางด้านการพัฒนาตลาดให้มีประสิทธิภาพต่อไป และหน่วยธุรกิจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันรวมถึงผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้าสู่ธุรกิจร้านเนื้อกระทะในอนาคตด้วย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้จะศึกษาโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ 2 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีโครงสร้างตลาด

โครงสร้างตลาดหมายถึงลักษณะการกระจายของการผลิตและจำนวนของหน่วยผลิตในตลาด เช่น ส่วนแบ่งตลาดของแต่ละหน่วยผลิต ลักษณะการกระจุกตัวของหน่วยผลิตใหญ่หรือลักษณะการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่และลักษณะความแตกต่างกันของสินค้าและบริการในตลาด (Kock, 1979) โดยในทางเศรษฐศาสตร์ได้แบ่งลักษณะโครงสร้างตลาดออกดังนี้

1.1 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition) ประกอบไปด้วยมีผู้ซื้อและผู้ผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากและแต่ละรายมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับขนาดของตลาดผู้ผลิตแต่ละรายจะเป็นผู้รับราคาตลาด (Price-Taker) ผู้ผลิตจะเลือกปริมาณการผลิตที่ทำให้ตนได้รับกำไรสูงสุด ณ ระดับราคาตลาดที่เผชิญอยู่ สินค้ามีลักษณะเหมือนกันทุกประการ เช่น เนื้อไก่ ปลาสด ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้เรื่องตลาดอย่างสมบูรณ์ เช่น ราคาตลาด ช่องทางขาย เทคโนโลยีการผลิต ผู้ผลิตสามารถเข้าออกจากตลาดได้อย่างเสรี นั่นคือต้นทุนในการเข้าออกต่ำ

1.2 ตลาดผูกขาด (Monopoly) ตลาดประเภทนี้มีผู้ผลิตรายเดียว ขายสินค้าให้กับผู้ซื้อที่มีอยู่จำนวนมาก ทำให้สินค้าเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นน้อย ผู้ผูกขาดสามารถตั้งราคาขายที่ทำให้ตนเองได้รับกำไรสูงสุดในตลาดผูกขาด ผู้ผูกขาดอาจเอาเปรียบผู้บริโภคโดยการตั้งราคาสูงหรือการนำสินค้าออกมาขายในปริมาณที่ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

1.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) เป็นตลาดที่อยู่ระหว่างตลาดแข่งขันสมบูรณ์และตลาดผูกขาด แม้ว่าจะมีผู้ขายจำนวนมาก แต่เนื่องจากสินค้ามีลักษณะบางอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ขายสามารถมีอำนาจในการตั้งราคาให้แตกต่างกันได้ และสามารถดำเนินกลยุทธ์ที่ไม่ใช้ราคาด้านอื่นเพื่อเพิ่มยอดขาย เช่น การโฆษณา เป็นต้น

1.4 ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ประกอบด้วยผู้ผลิตจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ขายแต่ละคนมีความใส่ใจต่อปฏิกิริยาของคู่แข่งในตลาด การขั้บเคี่ยวระหว่างผู้ผลิตสามารถทำให้เกิดสงครามราคา (Price War) โดยเกิดจากการที่หน่วยธุรกิจรายใดรายหนึ่งได้เริ่มทำการลดราคาสินค้าของตนจะทำให้ผู้ผลิตรายอื่นๆ ลดราคาสินค้าตาม จนนำมาสู่ความเสียหายแก่หน่วยธุรกิจทุกหน่วยที่เข้าร่วมในสงครามราคานี้ หน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีประสิทธิภาพมากพอจึงพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ราคาเป็นเครื่องมือของการแข่งขันและหันไปหาวิธีการส่งเสริมการขายอื่นๆ ที่ไม่ใช้ราคา (Non-price Competition) การแข่งขันที่ไม่ใช้ราคาอาจทำได้โดยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบตัวสินค้าเปลี่ยนแปลงวิธีการขาย แจกของแถม จั๊บฉลากรางวัล หรืออื่นๆ

การทราบถึงลักษณะโครงสร้างตลาดประเภทต่างๆ สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยการพิจารณาว่าร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีสภาพการแข่งขัน การใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคากลยุทธ์ในการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคาและใช้ราคาการตั้งกำแพงกีดขวางการเข้าหรือออกแบบใดของธุรกิจในการเปิดร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นเมื่อนำข้อมูลที่เป็นตัวกำหนดประเภทของโครงสร้างตลาดมาวิเคราะห์จะสามารถพิจารณาได้ว่าธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีลักษณะโครงสร้างตลาดประเภทใด

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

เพื่อให้การประเมินสภาพการแข่งขันมีความครอบคลุมขึ้น งานวิจัยนี้ใช้ประโยชน์จาก Herfindahl-Hirschman Index หรือ HHI ซึ่งคิดค้นโดย Orris C. Herfindahl (1950)

2.1 ความหมายของการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมของ ผาสุก พงษ์ไพจิตรและไพโรจน์ วงศ์วิภานนท์ (2518) การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมหมายถึงอัตราส่วนแบ่งการครองตลาดของธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนน้อยรายซึ่งเรียงลำดับตามขนาดของการผลิตใหญ่ที่สุดและรองลงมาเพื่อดูว่ามีส่วนแบ่งการครองตลาด คิดเป็นร้อยละเท่าใดของการผลิตทั้งหมดในอุตสาหกรรมนั้นนอกจากนี้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมยังเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของตลาดที่สำคัญคือ

- 1) ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะนั้นๆ หรือระบบเศรษฐกิจนั้นๆ ถูกครอบงำด้วยกลุ่มธุรกิจเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด
- 2) ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับอยู่ถูกจัดเข้าตลาดประเภทใด
- 3) เพื่อให้ทราบถึงตำแหน่งของธุรกิจในตลาดว่าอยู่ในฐานะใดและมีอิทธิพลเพียงใด

2.2 วิธีการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

การวัดการกระจุกตัวของจำนวนหน่วยผลิตและลักษณะการกระจายของขนาดของหน่วยผลิตที่อยู่ในตลาดเรียกว่าการกระจุกตัว (Concentration) ลักษณะการกระจุกตัวหรือสัดส่วน การกระจุกตัวของหน่วยผลิตในตลาดจะเป็นอัตราที่บอกให้รู้ถึงระดับการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ ดังนั้น การวัดการกระจุกตัวของตลาดหรืออุตสาหกรรมจะเป็นข้อมูลทางสถิติอย่างย่อๆ เกี่ยวกับลักษณะการกระจายตามขนาดของหน่วยผลิตโดยวิธีการวัดระดับการกระจุกตัวของตลาดสามารถแบ่งเป็นการวัดด้วยดัชนีรวม (Summary Index) ซึ่งเป็นการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม โดยนำเอาทุกๆ หน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมเข้ามามีพิจารณาแทนที่จะพิจารณาเฉพาะหน่วยธุรกิจเพียงบางส่วนเท่านั้น โดยดัชนีวิธีที่นิยมใช้กันมากคือ HHI ซึ่งเป็นดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมโดยคำนึงถึงทุกๆ หน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมในการคำนวณค่า ซึ่งเป็นการแก้ไขข้อบกพร่องของการวัดด้วยวิธี Concentration Ratio โดย HHI เป็นดัชนีที่แสดงถึงผลรวมกำลังสองของขนาดหน่วยธุรกิจโดยเปรียบเทียบแต่ละแห่งในตลาด (วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์, 2542) ซึ่งการคำนวณโดยใช้อัตราส่วนการกระจุกตัวก็มีทั้งข้อดี และข้อจำกัด ประกอบกัน โดยวิธีการของดัชนี HHI เป็นดัชนีที่แสดงถึงผลรวมกำลังสองของขนาดหน่วยธุรกิจโดยเปรียบเทียบแต่ละแห่งในตลาด

สรุปได้ว่าในเรื่องทฤษฎีโครงสร้างตลาดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมสามารถใช้ประกอบกับการคำนวณค่าดัชนีวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมได้ในการพิจารณาลักษณะตลาดและสภาพการแข่งขัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งวัดจากค่าดัชนีการกระจุกตัวจึงจัดทำโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับทฤษฎีโครงสร้างตลาดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจุกตัว

ของอุตสาหกรรม สำหรับข้อมูลเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการลงพื้นที่โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลมาคำนวณหาผลการศึกษาเพื่อมาใช้ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะ

ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นในรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตรทั้งหมด 24 ร้าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ เป็นแบบบันทึกการสัมภาษณ์ข้อมูลยอดขายจากผู้ประกอบการร้านเนื้อกระทะและนำมาคำนวณโดยวิธีการทางคณิตศาสตร์เพื่อการวัดหาค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์, 2542)

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{S_i}{T} \right)^2 = CR_1^2 + CR_2^2 + CR_3^2 + \dots + CR_n^2$$

โดยที่ CR = Concentration Ratio (CR)

$$CR = \sum_{i=1}^n \left(\frac{S_i}{T} \right)$$

HHI = Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

S_i = ยอดขายของแต่ละหน่วยผลิต

T = ยอดขายทั้งหมดของอุตสาหกรรม

i = 1,2,3,.....,n

n = 24 (จำนวนหน่วยผลิตทั้งหมดในอุตสาหกรรม)

ดัชนี HHI เป็นการวัดการกระจุกตัวแบบรวมผู้ผลิตที่มีอยู่ในตลาดและจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1 กับ $1/n$ นั่นคือ $1/n \leq HHI \leq 1$ ในกรณีที่ไม่มีหน่วยผลิตเดียวในตลาดค่า $HHI = 1$ หมายถึงตลาดผูกขาด ถ้าหน่วยผลิตทุกหน่วยมีขนาดเท่ากันค่า $HHI = 1/n$ หมายถึงตลาดมีการแข่งขัน ดังนั้น ค่า HHI สามารถแสดงถึงการกระจายของจำนวนและขนาดของหน่วยผลิตทั้งหมดในอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับ การกระจุกตัวระหว่างอุตสาหกรรมได้

จากสูตรข้างต้น ถ้าหากมีผู้ผลิตรายเดียวในตลาด ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตรายนี้จะเท่ากับ 1 ดังนี้

$$H = (1)^2 = 1$$

ถ้าหากมีผู้ผลิต n ราย แบ่งตลาดรายละเท่าๆ กัน จะได้ว่า

$$\begin{aligned} H &= (1/n)^2 + (1/n)^2 + \dots + (1/n)^2 \\ &= n(1/n) \\ &= 1/n \end{aligned}$$

จากสูตรผู้วิจัยหมายความว่าถ้าหาก n มีค่าสูง แปลว่าไม่มีใครมีส่วนแบ่งการตลาดเหนือผู้อื่น แสดงว่าอุตสาหกรรมมีสภาพเข้าใกล้ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งในกรณีนี้ H จะมีค่าเข้าใกล้ 0 ในทางกลับกัน ถ้าค่า n น้อย ทำให้ค่า H สูง แสดงว่าอุตสาหกรรมนี้มีระดับการผูกขาดสูง หรือ มีผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้อย

งานวิจัยใช้เกณฑ์ของ รัตนา สายคณิต (2551) ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ใช้กันแพร่หลาย เข้าใจและสะดวกต่อการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล มีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าดัชนี HHI ดังนี้

1. อุตสาหกรรมที่มีค่าดัชนี HHI เท่ากับ 0.01 แสดงว่า มีผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมากในอุตสาหกรรม เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์
 2. อุตสาหกรรมที่มีค่าดัชนี HHI น้อยกว่า 0.1 แสดงว่า อุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวต่ำ
 3. อุตสาหกรรมที่มีค่าดัชนี HHI ตั้งแต่ 0.1 ถึง 0.18 แสดงว่า อุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวปานกลาง
 4. อุตสาหกรรมที่มีค่าดัชนี HHI มากกว่า 0.18 แสดงว่า อุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวสูง
 5. อุตสาหกรรมที่มีค่าดัชนี HHI เท่ากับ 1 แสดงว่า มีผู้ผลิตรายเดียวในอุตสาหกรรม
- โดยผลคำนวณจากงานวิจัยนี้จะพิจารณาด้วยเกณฑ์ดังกล่าว

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 24 ร้าน พบว่า การประกอบธุรกิจของแต่ละร้านมียอดขายที่ไม่คงที่ เนื่องจากยอดขายมีการเปลี่ยนแปลง โดยแปรผันตามช่วงเวลาของแต่ละภาคการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งในช่วงเดือน ธันวาคมถึงเดือนมกราคมเป็นช่วงปิดภาคการศึกษาต้นและช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม เป็นช่วงปิดภาคการศึกษาปลายจะทำให้ยอดขายของร้านเนื้อกระทะมียอดขายต่ำ ส่วนในช่วง เดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายนเป็นช่วงเปิดภาคการศึกษาต้นจะทำให้ยอดขายของร้านเนื้อ กระทะมียอดขายสูง เนื่องจากมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีการรับนักศึกษาเข้าศึกษาภาคการศึกษา ต้นในทุกปี และในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายนเป็นช่วงปิดภาคการศึกษาปลายทำให้ ยอดขายของร้านเนื้อกระทะมียอดขายปกติ ดังนั้นการวิเคราะห์ในเรื่องของการวัดค่าการกระจุกตัว ของอุตสาหกรรมจึงจำเป็นที่จะต้องแบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 กรณี เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง ของผลการคำนวณค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตามยอดขายของหน่วยผลิตแต่ละหน่วยของร้านเนื้อกระทะแต่ละร้านให้การ ประเมินว่าในช่วงที่มียอดขายต่ำสุดสามารถต่ำไปถึงเท่ากับ 50,000 บาทต่อเดือน แต่ในช่วงที่ ยอดขายสูงสามารถทำยอดขายได้ถึงเท่ากับ 800,000 บาทต่อเดือน แต่โดยปกติแล้วยอดขาย จะอยู่ที่ 425,000 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการทุกรายได้ดังตารางที่ 1 โดยจะนำภูมิกำหนดไปคำนวณแบ่งตาม 3 ช่วง คือ ยอดขายต่ำ ยอดขายปกติ และยอดขายสูง เพื่อวัดค่าการกระจุกตัวของตลาดในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 1 ยอดขายของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นจากน้อยถึงมาก

ลำดับ	ยอดขายช่วงที่ต่ำ	ยอดขายปกติ	ยอดขายช่วงที่สูง
1	50,000.00	100,000.00	150,000.00
2	50,000.00	100,000.00	200,000.00
3	80,000.00	150,000.00	210,000.00
4	80,000.00	150,000.00	300,000.00
5	100,000.00	200,000.00	350,000.00
6	120,000.00	200,000.00	350,000.00
7	120,000.00	250,000.00	400,000.00
8	120,000.00	300,000.00	400,000.00

ตารางที่ 1 ยอดขายของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นจากน้อยถึงมาก (ต่อ)

ลำดับ	ยอดขายช่วงที่ต่ำ	ยอดขายปกติ	ยอดขายช่วงที่สูง
9	130,000.00	310,000.00	400,000.00
10	150,000.00	300,000.00	420,000.00
11	150,000.00	320,000.00	410,000.00
12	150,000.00	320,000.00	420,000.00
13	200,000.00	350,000.00	400,000.00
14	240,000.00	540,000.00	750,000.00
15	250,000.00	330,000.00	470,000.00
16	250,000.00	360,000.00	420,000.00
17	300,000.00	400,000.00	500,000.00
18	300,000.00	450,000.00	550,000.00
19	350,000.00	470,000.00	500,000.00
20	400,000.00	500,000.00	620,000.00
21	410,000.00	520,000.00	600,000.00
22	500,000.00	600,000.00	700,000.00
23	600,000.00	700,000.00	800,000.00
24	600,000.00	700,000.00	800,000.00
ค่าเฉลี่ย	325,000.00	400,000.00	475,000.00
รวม	5,700,000.00	8,620,000.00	11,120,000.00

ที่มา: จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านเนื้อกระทะ

การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

ผลการคำนวณค่า HHI จากยอดขายในแต่ละช่วงที่ผู้ประกอบการมียอดขายต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.060899 ซึ่งแสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่า HHI คำนวณจากช่วงที่มียอดขายต่ำ

ลำดับ	ยอดขายช่วงที่ต่ำ	CR	HHI
1	50,000.00	0.0088	0.000077
2	50,000.00	0.0088	0.000077
3	80,000.00	0.0140	0.000197
4	80,000.00	0.0140	0.000197
5	100,000.00	0.0175	0.000308
6	120,000.00	0.0211	0.000443
7	120,000.00	0.0211	0.000443
8	120,000.00	0.0211	0.000443
9	130,000.00	0.0228	0.000520
10	150,000.00	0.0263	0.000693
11	150,000.00	0.0263	0.000693
12	150,000.00	0.0263	0.000693
13	200,000.00	0.0351	0.001231
14	240,000.00	0.0421	0.001773
15	250,000.00	0.0439	0.001924
16	250,000.00	0.0439	0.001924
17	300,000.00	0.0526	0.002770
18	300,000.00	0.0526	0.002770
19	350,000.00	0.0614	0.003770
20	400,000.00	0.0702	0.004925
21	410,000.00	0.0719	0.005174
22	500,000.00	0.0877	0.007695
23	600,000.00	0.1053	0.011080
24	600,000.00	0.1053	0.011080
ผลรวม	5,700,000.00	1.0000	0.060899

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัย

ผลการคำนวณค่า HHI จากยอดขายในแต่ละช่วงที่ผู้ประกอบการมียอดขายปกติ มีค่าเท่ากับ 0.060899 ซึ่งแสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่า HHI คำนวณจากช่วงที่มียอดขายปกติ

ลำดับ	ยอดขายช่วงที่สูง	CR	HHI
1	150,000.00	0.0135	0.000182
2	200,000.00	0.0180	0.000323
3	210,000.00	0.0189	0.000357
4	300,000.00	0.0270	0.000728
5	350,000.00	0.0315	0.000991
6	350,000.00	0.0315	0.000991
7	400,000.00	0.0360	0.001294
8	400,000.00	0.0360	0.001294
9	400,000.00	0.0360	0.001294
10	400,000.00	0.0360	0.001294
11	410,000.00	0.0369	0.001359
12	420,000.00	0.0378	0.001427
13	420,000.00	0.0378	0.001427
14	420,000.00	0.0378	0.001427
15	470,000.00	0.0423	0.001786
16	500,000.00	0.0450	0.002022
17	500,000.00	0.0450	0.002022
18	550,000.00	0.0495	0.002446
19	600,000.00	0.0540	0.002911
20	620,000.00	0.0558	0.003109
21	700,000.00	0.0629	0.003963
22	750,000.00	0.0674	0.004549
23	800,000.00	0.0719	0.005176
24	800,000.00	0.0719	0.005176
ผลรวม	11,120,000.00	1.0000	0.047545

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัย

และการคำนวณการกระจุกตัวด้วยดัชนี HHI โดยคำนวณจากยอดขายเฉลี่ย ผลที่ได้คือ 0.050936 แสดงผลในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่า HHI คำนวณจากช่วงที่มียอดขายสูง

ลำดับ	ยอดขายเฉลี่ย	CR	HHI
1	100,000.00	0.0116	0.000135
2	100,000.00	0.0116	0.000135
3	150,000.00	0.0174	0.000303
4	150,000.00	0.0174	0.000303
5	200,000.00	0.0232	0.000538
6	200,000.00	0.0232	0.000538
7	250,000.00	0.0290	0.000841
8	300,000.00	0.0348	0.001211
9	300,000.00	0.0348	0.001211
10	310,000.00	0.0360	0.001293
11	320,000.00	0.0371	0.001378
12	320,000.00	0.0371	0.001378
13	330,000.00	0.0383	0.001466
14	350,000.00	0.0406	0.001649
15	360,000.00	0.0418	0.001744
16	400,000.00	0.0464	0.002153
17	450,000.00	0.0522	0.002725
18	470,000.00	0.0545	0.002973
19	500,000.00	0.0580	0.003365
20	520,000.00	0.0603	0.003639
21	540,000.00	0.0626	0.003924
22	600,000.00	0.0696	0.004845
23	700,000.00	0.0812	0.006594
24	700,000.00	0.0812	0.006594
ผลรวม	8,620,000.00	1.0000	0.050936

ที่มา : จากการคำนวณของผู้วิจัย

จากการคำนวณการวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น สรุปได้ว่า ค่าดัชนี HHI จากยอดขายในช่วงที่มียอดขายต่ำ ผลที่ได้คือ 0.060899 ยอดขายในช่วงที่มียอดขายสูง ผลที่ได้คือ 0.047545 และยอดขายปกติ ผลที่ได้คือ 0.050936 ซึ่งพบว่าค่า HHI ทั้ง 3 กรณีมีความใกล้เคียงกันมาก หมายความว่า มีการกระจุกตัวที่ต่ำ มีการแข่งขันที่สูง จึงมีความเป็นไปได้ว่า การประกอบธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีโครงสร้างตลาด กึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ซึ่งการที่จะระบุให้เกิดความชัดเจนมากขึ้นต้องพิจารณาด้วยเกณฑ์การวิเคราะห์ต่างๆ ดังนี้

จำนวนผู้ซื้อผู้ขายในตลาด

จากการศึกษาพบว่า มีผู้ประกอบการร้านเนื้อกระทะบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งหมด 24 ราย จึงทำให้โครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะไม่สอดคล้องกับลักษณะของตลาดผูกขาด เนื่องจากลักษณะของตลาดผูกขาดเป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ดังนั้น ตลาดผูกขาดจึงมีความเป็นไปได้ ทำให้การพิจารณาลักษณะของตลาดที่ยังพอเป็นไปได้ ก็คือ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดผู้ขายน้อยรายและตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ผู้วิจัยจึงมองว่า เมื่อพิจารณาถึงประเด็นของจำนวนและขนาดของผู้ประกอบการ จึงทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีอำนาจในการกำหนดราคาแตกต่างกัน (Price-Maker) ซึ่งแตกต่างจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ที่มีผู้ประกอบการรายย่อยทั้งหมดทุกรายในตลาดและมีจำนวนนับไม่ถ้วนและผู้ประกอบการแต่ละรายจะเป็นผู้รับราคาตลาด (Price-Taker) ดังนั้นโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นตลาดผู้ขายน้อยรายหรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ซึ่งจะสามารถพิจารณาเพิ่มเติมในข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดประกอบต่อไป

ข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาด

จากการวิจัยภาคสนามพบว่า การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ในการประกอบธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่นไม่ยากนัก เนื่องจากเงินทุนเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจไม่มาก เช่น การเข้าสู่ตลาดของร้านขนาดกลางอยู่ที่ประมาณ 2 ล้านบาท เป็นต้น ซึ่งต่างจากลักษณะของอุตสาหกรรมในตลาดผู้ขายน้อยรายซึ่งมักเป็นสินค้าที่ใช้ทุนมากในการเข้าสู่ตลาดแต่ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าค่อนข้างต่ำและยากที่ผู้ผลิตรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันเพราะต้องใช้ทุนมากและมีความยากลำบากที่จะขอกู้ยืมเงินจำนวนมากและต้นทุนการกู้ยืมอาจแพงมาก เช่น อุตสาหกรรมผลิตกระดาษพิมพ์เขียน โดยในปี 2552 บริษัทมีทุนจดทะเบียนมากที่สุดเท่ากับ 6,300 ล้านบาท และบริษัทมีทุนจดทะเบียนน้อยที่สุดเท่ากับ 10 ล้านบาท (รัชนิดา ทองคำ, 2554) เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการเข้าสู่ตลาดผู้ขายน้อยรายไม่ได้ง่ายต้องใช้ทุนและเทคโนโลยีที่สูงด้วย ในทางกลับกันธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบ

มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีการใช้เงินทุนในการประกอบธุรกิจไม่มาก จึงทำให้การประกอบธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีการเข้าออกของตลาดตลอดเวลา ซึ่งเห็นได้จากตอนแรกทางผู้จัดทำวิจัยต้องการจำนวนทั้งหมด 27 กลุ่มตัวอย่างแต่เมื่อช่วงเวลาที่ลงพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลพบการออกจากกิจการทั้งหมด 3 ร้านและเมื่อหลังจากเก็บข้อมูลเสร็จก็พบการเข้ามาเพิ่ม 5 ร้าน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเข้าออกของธุรกิจร้านเนื้อกระทะ ดังนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าสู่ตลาดของการประกอบธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ดังนั้นลักษณะสำคัญของตลาด กึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดคือ เรื่องลักษณะของสินค้า ซึ่งจะพิจารณาในส่วนต่อไป

ความแตกต่างของสินค้าและบริการ

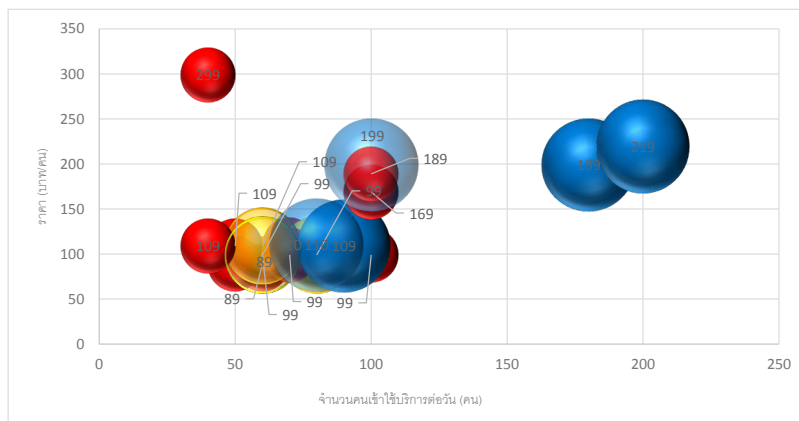
จากการศึกษาลักษณะโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดสามารถอธิบายได้ว่าสินค้าของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีลักษณะบางอย่างที่แตกต่างกันและสามารถใช้ทดแทนกันได้แต่ไม่สมบูรณ์ จากการวิจัยภาคสนามพบว่า การประกอบธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีลักษณะของสินค้าวัตถุดิบคล้ายคลึงกัน แต่ทุกร้านยังมีความแตกต่างอยู่บ้างเนื่องจากผู้ประกอบการพยายามสร้างความแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภคได้ประทับใจในแต่ละร้าน เช่น การเลือกสรรอาหารที่หลากหลาย การคำนึงถึงคุณภาพและปริมาณสินค้าวัตถุดิบที่นำมาใช้ การจัดทำรูปแบบการขายทั้งแบบชุดและแบบบุฟเฟต์ การจัดบรรยากาศและการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า เป็นต้น อีกทั้งการบริการของร้านที่แตกต่างกัน รวมถึงวิธีการนำเสนอจุดเด่นของร้านเพื่อรักษาลูกค้า อาทิ การหมักวัตถุดิบที่หลากหลาย เช่น การหมักด้วยน้ำมันงา การหมักด้วยซอสบาร์บีคิว การหมักด้วยซอสพริกไทยดำ การหมักด้วยน้ำผึ้ง และการใช้วัตถุดิบสดหรือแช่แข็งมาทำการสไลด์ซึ่งเป็นการเพิ่มความสวยงาม เป็นต้น รวมถึงรสชาติของน้ำจิ้มและน้ำซุพที่มีให้เลือกสรรตามความชอบของผู้บริโภค เช่น น้ำจิ้มซีฟู้ด น้ำจิ้มเนื้อกระทะ น้ำจิ้มซอสซีอิ๊วขาว น้ำจิ้มสุกี้ น้ำจิ้มบาร์บีคิว เป็นต้น มีการใช้เตาถ่านที่ยังคงรักษาความดั้งเดิมซึ่งที่พบมีจำนวน 7 ร้าน และยังมีการพัฒนาเพื่อให้การขายเนื้อกระทะมีความทันสมัยมากขึ้นโดยจะเปลี่ยนเป็นการใช้เตาแก๊สร่วมกับกระทะทองเหลืองจำนวน 17 ร้าน มีการเพิ่มชีสเพื่อให้มีความใกล้เคียงกับต้นตำหรับและเพิ่มอาหารทะเลด้วย จะเห็นได้ว่าสินค้าวัตถุดิบของร้านเนื้อกระทะในแต่ละร้านที่มองว่าเหมือนกันยังมีความแตกต่างของสินค้าวัตถุดิบและบริการ

ดังนั้นเมื่อพิจารณาค่าดัชนี Hirschman-Herfindahl Index ประกอบกับการวิเคราะห์จากการศึกษาโครงสร้างตลาดจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ จำนวนผู้ซื้อผู้ขายในตลาด ความแตกต่างของสินค้าและบริการ ข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาด จึงสรุปได้ว่า โครงสร้างตลาดร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีลักษณะเป็นโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ทั้งนี้

ผู้จัดทำวิจัยวิเคราะห์กลยุทธ์เรื่องของพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งลักษณะกลยุทธ์หลักของพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการก็คือ พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคาและพฤติกรรมการแข่งขันไม่ใช่ด้านราคา ดังนี้

พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีรูปแบบการขายทั้งแบบชุดและแบบบุฟเฟต์ ซึ่งในการกำหนดราคาของแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันอยู่บ้างแต่ที่เห็นได้ชัดก็คือการกำหนดราคาของการขายแบบบุฟเฟต์ จากแผนภูมิที่ 1 แสดงการกระจุกตัวของราคาและจำนวนคนเข้าใช้บริการต่อวัน จะเห็นได้ว่า มีการตั้งราคาที่หลากหลายหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มราคาระหว่าง 89-199 บาท กลุ่มราคา 219 บาท และกลุ่มราคา 299 บาท ถึงแม้ว่าจะมีหลายราคาระจุกตัวในช่วงระหว่าง 89-199 บาท แต่ยังมีกลุ่มที่กระจายแยกออกมาอย่างชัดเจน คือกลุ่มราคา 219 บาท และกลุ่มราคา 299 บาท จากที่กล่าวมาสะท้อนได้ว่า ลักษณะการตั้งราคาเป็นไปตามแต่ละหน่วยธุรกิจไม่ได้มีราคาเดียวซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด สำหรับสถานการณ์ที่เป็นการแข่งขันโดยใช้ราคาจะไม่พบในระยะยาว ยกตัวอย่างเช่น บางร้านที่อยู่ในบริเวณหลังมหาวิทยาลัยขอนแก่นฝั่งบ้านโนนม่วงเริ่มแรกมีการกำหนดราคา 99 บาทต่อคน ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าในช่วงแรก แต่ก็ปรับราคาเพิ่มขึ้นเป็น 110 บาทต่อคนในช่วงหลัง ซึ่งการที่ไม่ได้มีการแข่งขันการลดราคาจึงเป็นอีกลักษณะหนึ่งของตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดด้วยเช่นกัน เนื่องด้วยสินค้ามีความแตกต่างทำให้แต่ละร้านมีอำนาจในการสร้างกลยุทธ์ที่โดดเด่นเพื่อผูกขาดกลุ่มลูกค้าของตนเองได้ไม่มากนักน้อย จึงมีความสามารถที่จะคงราคาเอาไว้ได้



แผนภูมิ 1 การกระจุกตัวของราคาและจำนวนคนเข้าใช้บริการต่อวัน
 ที่มา: จากการศึกษาวิจัย

พฤติกรรมการแข่งขันไม่ใช่ด้านราคา

จากการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันด้านที่ไม่ใช่ของธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น คือ การโฆษณา ซึ่งการส่งเสริมการขายในธุรกิจร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายที่ใช้เงินทุนโดยมีการใช้รูปแบบการส่งเสริมการขายเป็นพฤติกรรมการแข่งขันที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการฝากผ่านกลุ่มเว็บไซต์บริการเครือข่ายสังคมของประเทศไทย และการแนะนำผ่านช่องทางการจองโต๊ะ เป็นต้น ซึ่งจากการหาข้อมูลเพิ่มเติมค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับงบประมาณของแต่ละร้าน จะเห็นได้ว่าร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นจำนวน 19 ร้านมีการโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชัน เช่น Facebook Wongnai Reviewkhonkaen เป็นต้น แต่จะมีในส่วนของการจัดทำโฆษณาที่กลุ่มลูกค้าไปรีวิวให้ เช่น ขอนแก่นแซ่บบอกต่อด้วยการลง “#รีวิวขอนแก่น” เป็นต้น และอีก 5 ร้านเป็นการส่งเสริมการขายที่ไม่ใช้เงินทุน สำหรับกลยุทธ์พัฒนาการส่งเสริมการขายที่ผู้ประกอบการใช้คือ การจัดทำโปรโมชั่น ได้แก่ การเช็คอิน การเล่นเกมเครื่องดื่ม การได้รับส่วนลดมา 4 คนจ่าย 3 คน การได้รับส่วนลดในวันเกิด การแจกส่วนลดดูภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์เมื่อทานครบ 400 บาท การซื้อเนื้อกระทะแบบชุดจำนวน 2 ชุดแถม 1 ชุด การสั่งซีส 1 แกรม 1 การสะสมคูปอง และกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางร้าน เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมการแข่งขันด้านที่ไม่ใช่ราคาถือเป็นอีกกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อเพิ่มกำไรอีกทางหนึ่งสำหรับธุรกิจ



ที่มา: <https://www.facebook.com/Mingmooyang/photos/a.329634337177816/948723711935539/?type=3&theater>



ที่มา: <https://www.facebook.com/Annii0923789411/photos/a.1034177443360583/1081966618581935/?type=3&theater>

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ดัชนีวัดค่ากระจุกตัวคือดัชนี Herfindahl-Hirschman Index ผลการศึกษาค่าดัชนี HHI ทั้ง 3 กรณีของยอดขายในช่วงที่มียอดขายต่ำ ยอดขายสูงและยอดขายเฉลี่ยพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.060899 0.047545 และ 0.050936 ตามลำดับ ซึ่งในช่วงที่มียอดขายต่ำ ยอดขายสูงและยอดขายเฉลี่ยมีความใกล้เคียงกันมาก จึงสรุปได้ว่า ร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีลักษณะโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดและคุณสมบัติต่างๆ ก็เป็นการยืนยันว่าเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดจริง เพราะมีผู้ประกอบการร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นทั้งหมด 24 ราย มีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นรายเล็กและรายใหญ่ที่แตกต่างกัน มีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่โดยใช้เงินทุนไม่มากและมีการเข้าออกของตลาดของธุรกิจร้านเนื้อกระทะที่ง่าย อีกทั้งความแตกต่างของสินค้าและบริการที่มีการทำลักษณะของสินค้าวัตถุดิบที่ความแตกต่าง ดังนั้นร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีลักษณะโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ทั้งหมดของงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะ 3 ประการคือ ประการแรก เนื่องด้วยโครงสร้างตลาดที่มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการควรสร้างอัตลักษณ์เฉพาะเพื่อให้สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้าร้านของตนเองได้ แต่ต้องระวังไม่ให้เสียลักษณะสำคัญของสินค้าคือเสน่ห์จากประสบการณ์ที่ได้ทานอาหารแบบ ปิ้งย่าง ซึ่งจะทำให้ร้านผู้ประกอบการควรคงคุณภาพของวัตถุดิบให้สอดคล้องกับราคาที่เสนอให้กับผู้บริโภค ซึ่งจากการวิจัยภาคสนามก็ได้พบเห็นกรณีตัวอย่างของร้านเนื้อกระทะที่มียอดขายสูงที่สุดนั้น เป็นร้านที่สร้างอัตลักษณ์จากการปิ้งย่างโดยใช้วัตถุดิบคุณภาพอย่างคงเส้นคงวา นอกจากนี้แต่ละร้านควรสร้างสรรค์ การผลิตสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการปิ้งย่างเพื่อสร้างช่องทางรายรับให้ตนเองมากขึ้น เช่น การทำเนื้อกระทะให้เป็นอาหารจานเดียว การทำเบนโตะจากเนื้อกระทะและการทำเค้กหน้าเนื้อกระทะ เป็นต้น

ประการที่สอง การยกระดับบริการเป็นสิ่งสำคัญภายใต้ภาวะการแข่งขันที่สูง สิ่งซึ่งผู้ประกอบการต้องดูแลตลอดคือ การให้บริการที่เป็นมืออาชีพ อาทิเช่น การเสิร์ฟ การจัดการเมื่อเกิดความเสียหายผิดพลาด การฝึกฝนพนักงานให้เอาใจใส่ การเข้าถึงผู้บริโภค สภาพแวดล้อมและบรรยากาศโดยรวม นอกจากนี้วัสดุอุปกรณ์ทุกอย่างจะต้องดูแลให้มีความใหม่มีความน่าใช้ อยู่เสมอเพื่อสร้างความไว้วางใจระหว่างร้านกับผู้บริโภคและทำให้เกิดลูกค้าประจำระยะยาว

ประการที่สาม กลยุทธ์การส่งเสริมการขายในช่วงปิดเทอมจะใช้กลยุทธ์แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบการขาย กรณีที่ขายแบบชุด จะนำเสนอการขายในรูปแบบของโปรโมชั่น อาทิ ถ้ามามีชุดพิเศษสำหรับ 2 คน ถ้ามามีชุดพิเศษสำหรับ 4 คน เป็นต้น กรณีที่ขายแบบบุฟเฟต์จะนำเสนอการขายโดยดูแนวโน้มของตลาดและนำมาปรับใช้กับการประกอบธุรกิจร้านเนื้อกระทะ อาทิ การหมักกัวยัดด้วยซอสหม่าล่าที่เป็นที่นิยมในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา เป็นการหมักด้วยซอสที่มีรสชาติเผ็ดตามแบบฉบับของมณฑลเฉสว่น เป็นต้น

จากข้อเสนอแนะทั้ง 3 ข้อนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของร้านเนื้อกระทะบริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้สูงขึ้นและทำให้รักษากลุ่มลูกค้าในระยะยาวได้

เอกสารอ้างอิง

- จิระพงษ์ เพชรศรีสุข. (2552). **การศึกษาการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธรรมการพิมพ์.
- ต้นหนาว โสพัฒน์ และอดุลย์ ศุภันท์. (2556). **โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวดในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2552). **หลักเศรษฐศาสตร์ I: จุลเศรษฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปทุมมา แดงสวัสดิ์ และพวงเพ็ญ ชูรินทร์. (2558). **การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและการแข่งขันของการขนส่งทางบกสาธารณะจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 2(2), 134-156.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และไพโรจน์ วงศ์วิมานนท์. (2518). **การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.
- รัชนิดา ทองคำ. (2554). **โครงสร้างตลาดพฤติกรรมการแข่งขันและผลการดำเนินงานอุตสาหกรรมผลิตกระดาษพิมพ์เขียนในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนา สายคณิต. (2551). **เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์. (2542). **เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม: เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- ศิวัพร ฟองทอง. (2557). เอกสารประกอบการสอนวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาคชั้นกลาง.
ขอนแก่น: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2560). การศึกษาอำนาจตลาดและการแข่งขันของ
อุตสาหกรรมกล้วยน้ำว้าของหน่วยผลิตในภาคอีสาน. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สำนักรวภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2560.
สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2561, จาก <http://www.nso.go.th>.
- สมภูมิ แสงกุล. (2559). การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาคาผลิตภัณฑ์
กาแฟพร้อมดื่ม. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 11(1), 28-41.
- อรทัย สุทัศน์. (2553). การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของโรงเรียนกวดวิชาในเขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Herfindahl, O.C. (1950). **Concentration in the U.S. steel industry**. New York:
Columbia University. (unpublished doctoral dissertation)
- Hirschman, A.O. (1945). **National power and the structure of foreign trade**.
Berkeley: University of California Press.
- Kock, J.V. (1979). **Industrial organization and price**. Hoboken, N.J: PrenticeHall.
- Shapferd, W.G. (1979). **The economics of industrial organization**. Hoboken, N.J:
PrenticeHall.