

บทที่ 1

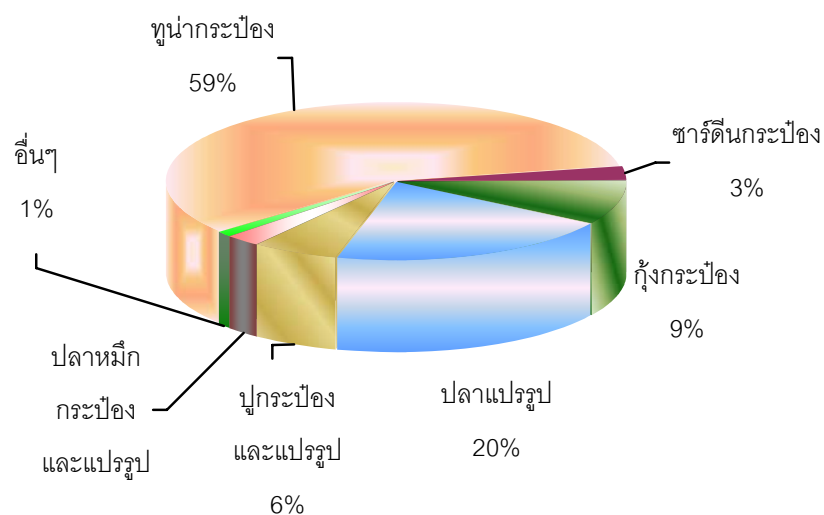
บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปเพื่อการส่งออกของประเทศไทยตามมูลค่าปี 2551 (ไม่รวมกุ้งแปรรูป) พบว่าปลาทูน่ากระป๋องมีสัดส่วนมากที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 57.95 รองลงมาคือ ปลาแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.21 กุ้งกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.18 ปูกระป๋องและแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.11 ปลาซาร์ดีนกระป๋อง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.96 ปลาหมึกกระป๋องและแปรรูป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.35 (ภาพที่ 1.1)

ภาพที่ 1.1

โครงสร้างสินค้าส่งออก (ร้อยละ) ตามมูลค่า ปี 2551



ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2551.

ดังนั้นอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องจึงเป็นสินค้าอาหารแปรรูปที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อการรายได้ประชาชาติ เพราะเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สร้างรายได้เงินตราต่างประเทศเข้าสู่

ระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะฉะนั้นหากประเทศไทยไม่สามารถรักษาสถานภาพความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ไว้ได้ นอกจากจะมีผลทำให้รายได้จากการส่งออกลดลงแล้ว ยังมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋องซึ่งปัจจุบันมีอยู่ถึง 29 ราย (ภาคผนวก ก) และยังมีผลกระทบต่อการทำงานของแรงงานที่ทำงานอยู่ในโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋อง และอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ อีกเป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 100,000 คน เนื่องจากอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องได้ก่อให้เกิดผลเชื่อมโยง (Linkage Effect) กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมหีบเย็น อุตสาหกรรมผลิตกระป๋องเปล่า อุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมผลิตซอส และเครื่องปรุงรส เป็นต้น

แต่ทว่าในภาวะปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋องทั้งรายใหญ่ และรายเล็กจะต้องเผชิญกับปัญหาที่มีความท้าทายมากเป็นอย่างยิ่งอย่างหนึ่งที่เหมือนกัน คือ การเจรจาต่อรองในการซื้อขายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งกับผู้จำหน่ายชาวต่างชาติ ซึ่งมีอำนาจต่อรองในเรื่องราคาขายวัตถุดิบที่สูง เนื่องจากอุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยต้องพึ่งพิงการนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งถึงประมาณกว่าร้อยละ 80 (มีเฉพาะบริษัท ไทยยูเนียน โฟร์เซนต์ เท่านั้นที่มีกองเรือจับเป็นของตนเองจำนวน 4 ลำ ซึ่งสามารถจับปลาทูน่าได้เฉลี่ยปีละประมาณ 30,000 – 40,000 ตัน) ดังนั้น ถ้าปีใดก็ตามที่อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องต้องประสบกับปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบปลาทูน่า อาจเนื่องมาจากปริมาณการจับปลาที่ลดลงจากภาวะโลกร้อน การควบคุมปริมาณการขายปลาทูน่าแช่แข็งมาให้แก่ผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋องในประเทศไทยจากผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งต่างชาติ และในขณะเดียวกันปริมาณปลาทูน่าบางสายพันธุ์ เช่น ปลาทูน่าครีบลำโพงมีปริมาณที่ลดลงเป็นอย่างมากจนสร้างความกังวลแก่หลายๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องว่าปลาทูน่าสายพันธุ์ดังกล่าวอาจสูญพันธุ์ได้ ซึ่งจะส่งผลให้ราคาวัตถุดิบของปลาทูน่าครีบลำโพงมีราคาสูงขึ้นเป็นอย่างมากจากภาวะขาดแคลนปริมาณวัตถุดิบของปลาทูน่าสายพันธุ์ดังกล่าว

นอกจากนั้น จำนวนผู้ขายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งให้แก่ประเทศไทยก็มีจำนวนไม่มาก และแต่ละรายก็มีส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างมาก และชัดเจน จึงอาจกล่าวได้ว่าตลาดของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทยมีลักษณะของโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) และด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด จึงกล่าวได้ว่าปัญหาที่อุตสาหกรรมผลิตปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ก็คือ การที่โรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋องต้องพึ่งพิงวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก และมีอำนาจต่อรองในการซื้อขายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งค่อนข้าง

น้อย ซึ่งปัญหานี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่ออุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยเพราะก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่ออุตสาหกรรมในหลายประการ ได้แก่

1. ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตปลาทูน่ากระป๋องขาดเสถียรภาพเพราะต้องพึ่งพาวัตถุดิบที่สำคัญต่อการผลิตจากผู้ขายต่างชาติ
2. ทำให้เสียเงินตราต่างประเทศเพื่อนำเข้าวัตถุดิบ
3. ทำให้ความสามารถในการแข่งขันส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยอาจลดลงได้ในอนาคตเพราะประเทศคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ และ อินโดนีเซีย มีอุตสาหกรรมประมงจับปลาทูน่าเป็นของตนเอง และมีแหล่งการทำประมงทูน่าของตนเองด้วย

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาและทำความเข้าใจต่อลักษณะโครงสร้างตลาดนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย พฤติกรรมการกำหนดราคา และปัจจัยที่ทำให้ผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งแต่ละรายมีอำนาจตลาดเกิดขึ้นได้ กล่าวคือ มีอำนาจต่อรองในการกำหนดราคาขายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งกับผู้ซื้อซึ่งก็คือผู้ประกอบการผลิตปลาทูน่ากระป๋องของไทย

เพราะฉะนั้น เพื่อให้อุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของไทยสามารถดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก และเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่ากระป๋องได้เป็นอันดับหนึ่งของโลกได้อย่างยั่งยืน จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาถึงตลาดนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการกำหนดราคา ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ ของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมปลาทูน่ากระป๋องของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะของโครงสร้างตลาดนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันทางราคาของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง โดยเปรียบเทียบระหว่างผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งรายใหญ่ และรายเล็ก
3. เพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งทั้งที่เป็นผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งรายใหญ่ และรายเล็ก

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. การวิจัยนี้จะศึกษาธุรกิจการจำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งซึ่งต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยศึกษาถึงโครงสร้างตลาดจากการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ จำนวนผู้ประกอบการ ลักษณะสินค้าที่ซื้อขายกันในตลาด อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ศึกษาภาพรวมของตลาด ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขัน และการกำหนดราคาของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งที่เป็นรายใหญ่ในตลาด 3 ราย คือ บริษัท FCF Fishery, Trimarine และ บริษัท Itochu Corporation ซึ่งเป็นผู้นำตลาดในการจำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งให้แก่โรงงานทูน่ากระป๋องในประเทศไทย และมีปริมาณการขายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งทั้งหมดคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 90 % ของปริมาณการนำเข้าปลาทูน่าทั้งหมดของประเทศไทย และทำการเปรียบเทียบราคาจำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งของผู้จำหน่ายรายเล็ก คือ บริษัท Mitsubishi Corporation กับผู้ประกอบการรายใหญ่อีกกล่าวเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการกำหนดราคาของผู้ประกอบการในตลาด (ผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งรายใหญ่ หมายถึงมีสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 20% ของปริมาณการนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งทั้งหมดในแต่ละปี)

2. ในส่วนของประเภทวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง การวิจัยนี้จะศึกษาการปริมาณการนำเข้าและโครงสร้างราคาของปลาทูน่าแช่แข็งซึ่งมีรหัสสินค้าแบบ Harmonized System ดังนี้

8 – Digits HS

สินค้า

03034100

Albacore (ปลาทูน่าครีบน้ำเงิน)

03034200

Yellowfin (ปลาทูน่าครีบน้ำเงิน)

03034300

Skipjack (ปลาทูน่าทองแถบ)

การเลือกศึกษาเฉพาะปลาทูน่าแช่แข็ง 3 สายพันธุ์นี้ เนื่องจากปริมาณการนำเข้าคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงมากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการนำเข้าปลาทูน่าทั้งหมดของประเทศไทย

3. สำหรับการศึกษาข้อมูลวัตถุดิบ ในประเด็นของปริมาณการนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งของประเทศไทย และ ราคาวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในครั้งนี้ เป็นการศึกษาภายในระยะเวลาระหว่างปี 2000-2008 เนื่องจากเป็นช่วงที่อุตสาหกรรมส่งออกปลาทูน่ากระป๋องของไทยมีการเติบโตมาก อีกทั้งปริมาณ และราคาวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งก็เริ่มมีความผันผวนมากด้วยเช่นกัน

4. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการที่นำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งเพื่อมาผลิตปลาทูน่ากระป๋อง (Canned Tuna) เท่านั้น

5. สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคาของผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย จะพิจารณาขอบเขตการแข่งขันการซื้อวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งจากเจ้าของเรือประมงจับปลาทูน่าที่จับปลาทูน่าในบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตก และมหาสมุทรอินเดียเท่านั้น เพราะเป็นแหล่งวัตถุดิบหลักที่ประเทศไทยนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งเพื่อนำมาแปรรูปผลิตปลาทูน่ากระป๋องในประเทศไทย

1.4 สมมุติฐานในการศึกษา

การศึกษาตลาดนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งของประเทศไทยมีสมมุติฐานของงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. ตลาดนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดที่เป็นแบบตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) โดยมีผู้ผลิตรายใหญ่จำนวน 2-3 รายอยู่ในตลาด และมีผู้ผลิตรายเล็กอยู่ในตลาดอีกจำนวนหนึ่ง

2. พฤติกรรมการกำหนดราคาของหน่วยผลิตในตลาดมีพฤติกรรมแบบ Price Leadership Model กล่าวคือ ผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งรายเล็กมีการกำหนดราคาขายตามราคาขายของผู้จำหน่ายปลาทูน่าแช่แข็งรายใหญ่

3. พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาของหน่วยผลิตในตลาดเน้นพฤติกรรมด้านผลิตภัณฑ์ และการสร้างการกีดกันการเข้าสู่ตลาด (Barriers to Entry)

1.5 กรอบการวิเคราะห์และวิธีการศึกษา

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และใช้วิธีการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของธุรกิจนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย โดยนำทฤษฎีโครงสร้างตลาดมาใช้เป็นเครื่องมือ ซึ่งพิจารณาจากจำนวนผู้ซื้อผู้ขายมีจำนวนน้อยเพียงใด สินค้าที่ขายมีความแตกต่างกันเพียงใด สามารถทดแทนกันได้เพียงใด การเข้าออกจากตลาดของผู้ประกอบการมีความยากง่ายเพียงใด (Barrier to Entry) อำนาจในการกำหนดราคาของ

ผู้ประกอบการมีอย่างน้อยเพียงใด และการรับรู้ข่าวสาร (Information) ว่ามีการเปลี่ยนแปลงจำนวนผู้ประกอบการอย่างไร และศึกษาจากพฤติกรรมการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งว่ามีพฤติกรรมการแข่งขันโดยใช้ราคา (Price Competition) และพฤติกรรมการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา (Non-Price Competition) อย่างไร

วิธีการวิจัยที่ใช้ศึกษาครั้งนี้จะเป็นการผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจะมีกรอบการพิจารณาในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี 2000-2008 โดยจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูลการนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งของไทย ราคาวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง และนำผลที่ได้มาพิจารณาร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตปลาทูน่ากระป๋อง และผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในเชิงลึก (Indepth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกเข้าสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งที่เป็นผู้ประกอบการผลิตปลาทูน่ากระป๋องขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ไม่สามารถสะท้อนจากข้อมูลทุติยภูมิทั่วไปได้ วิธีการดังกล่าวจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เป็นประโยชน์และนำมาเสริมกับการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นข้อดีของการสัมภาษณ์ในเชิงลึกที่แตกต่างจากการใช้แบบสอบถาม คือ เป็นคำถามแบบเปิด ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ผู้สัมภาษณ์มีโอกาสซักถามในกรณีที่มีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมและยังสามารถปรับเปลี่ยนคำถามได้ตามสถานการณ์ แต่วิธีการดังกล่าวก็มีข้อจำกัด คือบางกรณีผู้ถูกสัมภาษณ์อาจจะไม่ตอบในรายละเอียดที่ต้องการหรืออาจให้ข้อมูลที่บิดเบือนจากข้อเท็จจริงไป

สำหรับงานวิจัยขั้นนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ และศึกษาบริษัทผู้ส่งออกปลาทูน่ากระป๋องโดยให้ครอบคลุมทั้งบริษัทขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ ความเหมือนและความต่างของบริษัทที่มีขนาดของกำลังการผลิตต่างกันซึ่งย่อมส่งผลต่อปริมาณความต้องการวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งที่มากน้อยต่างกันไปในแต่ละเดือนว่าจะส่งผลให้มีอำนาจการต่อรองราคาซื้อวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งจากผู้ขายวัตถุดิบชาวต่างชาติได้มากน้อยต่างกันหรือไม่อย่างไร นอกจากนั้นผู้วิจัยต้องการศึกษาด้วยว่าปริมาณการขายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง ตลอดจนแหล่งที่มาของวัตถุดิบมีผลต่อความสามารถในการตั้งราคาขายของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งด้วยหรือไม่ และมากน้อยขนาดไหน ซึ่งการศึกษานี้ได้เลือกสัมภาษณ์บริษัทผู้นำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งประมาณ 6 บริษัท นอกจากนี้ยังได้มีการสัมภาษณ์สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปทูน่า) ตลอดจนบริษัท Mitsubishi Corporation ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งมายังประเทศไทย เพื่อจะได้เห็นมุมมองที่หลากหลายจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน

แนวทางการสัมภาษณ์ จะแบ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องหลักๆ 4 ประเด็น คือ ประเด็น ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และตลาด ประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง และประเด็นสุดท้ายคือข้อคิดเห็น หรือ มุมมองต่างๆของผู้ประกอบการ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการบริหารจัดการด้านการนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง

1.6 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้อาศัยแหล่งข้อมูลสำคัญ 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Indepth Interview) เช่น ผู้ประกอบการโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋อง บริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป เป็นต้น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานราชการ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมศุลกากร สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงภาพรวมของการดำเนินธุรกิจของตลาดจำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานผลิตทูน่ากระป๋องของไทย โครงสร้างตลาด ขนาดของตลาด จำนวนผู้ผลิตในตลาด ส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้เข้าใจถึงสภาวะการณ์ในปัจจุบันของธุรกิจนี้
2. เพื่อทราบถึงการใช้พฤติกรรมการแข่งขันทั้งการแข่งขันที่ใช้ราคา และการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งให้แก่ผู้ประกอบการโรงงานผลิตทูน่ากระป๋องในประเทศไทย
3. เพื่อทราบถึงปัญหา และอุปสรรคในการนำเข้าวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็ง และแนวทางในการแก้ไขเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมทูน่ากระป๋อง และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยในระยะยาว

1.8 คำโครงของงานวิจัยเฉพาะเรื่อง

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้จะมีเนื้อหาทั้งหมดจำนวน 5 บท ประกอบด้วย บทที่ 1 บทนำ , บทที่ 2 ซึ่งจะกล่าวถึงแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ และวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้อง, บทที่ 3 กล่าวถึงสถานะอุตสาหกรรมปลาทูน่าแช่แข็งของโลก และวิเคราะห์โครงสร้างตลาดปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย, บทที่ 4 จะพูดถึงการวิเคราะห์พฤติกรรม และกลยุทธ์การแข่งขันของผู้จำหน่ายวัตถุดิบปลาทูน่าแช่แข็งในประเทศไทย และ บทที่ 5 จะเป็นการสรุปผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ