



มหาวิทยาลัยทักษิณ

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเหื่อไก่
ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ณณา ขวัญมณี ชินศักดิ์ สุวรรณอัจฉริย
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการวิจัย
จากงบประมาณทุนอุดหนุนการวิจัยเงินรายได้
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยความร่วมมือของผู้ส่งมอบไก่ ผู้ดำไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ที่ให้ข้อมูลการวิจัย การสนทนากลุ่ม และสัมภาษณ์รายบุคคล คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณกลาโสม ละเต๊ะ นักวิจัยในโครงการที่ใช้ความอุตสาหะในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลให้แก่โครงการวิจัยอย่างไม่ย่อท้อ ตลอดจนทำให้โครงการนี้สำเร็จและใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าในการตอบโจทย์วิจัยในโครงการนี้

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบคุณคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยประจำปีงบประมาณ 2558

ณภาพ ชวัลภมณี
หัวหน้าโครงการวิจัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีเป้าหมายเพื่อการค้นหาเงื่อนไขความผูกพันของการคัดเลือกผู้ส่งมอบของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยแบ่งแยกออกเป็นผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันและไม่มี ความผูกพันกับผู้ค้าไก่ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ต้นทุนธุรกรรม ต้นทุนโลจิสติกส์ และกำไรหน่วยสุดท้ายของการดำเนินกิจการการค้าไก่เพื่อค้นหาตัวแบบที่จะสามารถทำให้การค้าไก่สามารถที่จะทำกำไรหน่วยสุดท้ายได้มากที่สุดผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45 ตัวอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์ 1) การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ พบว่าขนาดของการค้าเนื้อไก่ของตลาดทั้ง 3 ตลาดนั้นมีขนาดการค้าที่ไม่แตกต่างกัน และประเภทของการค้าตามสัดส่วนของลูกค้าที่ไม่แตกต่างกัน แต่ขนาดและสัดส่วนถูกกำหนดมาจากสถานที่ตั้งของแผง ซึ่งหากแผงจัดวางอยู่ภายในตลาดจำเป็นจะต้องมีการประกันลูกค้าประจำมากกว่าร้อยละ 50 ของสัดส่วนเนื้อไก่ทั้งหมด ในขณะที่แผงตลาดที่จัดวางอยู่ด้านนอกตลาดมีการประกันลูกค้าประจำ สัดส่วนที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของ สัดส่วนเนื้อไก่ทั้งหมด

2) การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ พบว่าเงื่อนไขของการค้าไก่นั้นแบ่งออกเป็น 2 ประการ ประการแรกคือการค้าเลือกตามหลักการฮาลาลที่มีความเชื่อมั่นของผู้ซื้อทำให้ผู้ค้าไก่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบและฆ่าไก่ด้วยการฆ่าจ้างของตนเองเนื่องจากไม่มั่นใจในการฆ่าไก่ของผู้ส่งมอบว่าฮาลาล และผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่จากมาจากผู้ส่งมอบซึ่งเป็นผู้ที่มั่นใจในความฮาลาลของการฆ่าไก่จากโรงเชือด/บริษัท โดยผู้ส่งมอบทั้งหมดแบ่งออกเป็น ผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพันและไม่ผูกพัน ,ผู้ส่งมอบ 2 รายแบบผูกพันและไม่ผูกพันและผู้ส่งมอบ 3 แบบผูกพันและไม่ผูกพัน จากการศึกษาพบว่าผู้ค้าไก่ไม่ว่าจะเป็น การเลือกแบบ 1 ราย,2ราย หรือ 3 ราย หากผู้ค้ามีความผูกพันกับผู้ส่งมอบไก่แล้วจะคัดเลือกให้ผู้ส่งมอบแบบผูกพันเป็นรายที่ 1 ที่จะต้องมีการส่งมอบสินค้าทุกวงรอบให้แก่ผู้ค้า โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบจะสามารถได้ราคาซื้อที่ต่ำกว่าราคาที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบโดยเฉลี่ย ในขณะที่ผู้ค้าที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบนั้นจะสามารถซื้อได้ในราคาที่สูงกว่าเมื่อคัดเลือกผู้ส่งมอบมากกว่า 1 ราย เพื่อการเปิดราคาจากผู้ส่งมอบทั้งหมด จึงจะทำให้มีการต่อรองราคาได้ การชำระเงินนั้นพบว่าชำระเงินแบ่งออกเป็นลักษณะที่เป็นทางการ ไม่เป็นทางการ และกึ่งทางการ โดยไม่มีความเกี่ยวกับความผูกพันหรือไม่ผูกพัน แต่มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของการดำเนินธุรกิจและวิธีการชำระคือ หากการชำระแบบสดการซื้อไก่จะเป็นลักษณะที่ไม่เป็นทางการแต่มีการซื้อต่อเนื่องจากผู้ส่งมอบคนเดิมและมีการสั่งซื้อรอบใหม่ ส่วนผู้ค้าไก่ที่มีการจ่ายเชื่อจะมีความเกี่ยวพันมากกว่า 2 วงรอบนั้นพบว่าสำหรับสถานประกอบการประเภทบริษัทจะมีการทำสัญญาระยะยาวแบบเป็นทางการโดยมีการประกันการส่งมอบด้วยการวางมัดจำ และผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือดหรือห้องเย็นจะไม่มีมีการประกันการส่งมอบและมี

3) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ พบว่าขนาดต้นทุนธุรกรรมเป็นต้นทุนที่เกิดจากการไม่รับผิดชอบในตัวสินค้า(ไก่) คือไม่มีการรับคืนสินค้า และไม่ลดราคา ในขณะที่ต้นทุนโลจิสติกส์นั้นประกอบด้วยต้นทุนโลจิสติกส์การสั่งซื้อเป็น

ต้นทุนที่เกิดจากขนาดของการสั่งซื้อที่ไม่มั่นคงทุกวงรอบ ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองเป็นต้นทุนที่มีความเกี่ยวข้องกับการรักษาคุณภาพสินค้าที่สำรอง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับแพ่งสินค้า, ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเชือด ต้นทุนโลจิสติกส์การผลิตเป็นต้นทุนที่เกิดจากการแปรสภาพไก่และต้นทุนการเชือดไก่ และต้นทุนการขนส่งเป็นต้นทุนที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายจากโรงเชือดไปยังแพ่งขายสินค้าสำหรับผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบและเชือดเอง โดยจากผลการคำนวณขนาดต้นทุน/กก./วงรอบ นั้นพบว่าขนาดต้นทุนที่สูงนั้นไม่ได้เกี่ยวกับการคัดเลือกผู้ส่งมอบ แต่เกิดจากการสำรองและการดำเนินการ ส่วนทางกับกำไรหน่วยสุดท้ายเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการคัดเลือกผู้ส่งมอบคือ ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 รายนั้น ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบแบบผูกพันมีกำไรหน่วยสุดท้ายมากกว่าผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ส่วนผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบมากกว่า 1 รายสามารถทำกำไรหน่วยสุดท้ายได้สูงกว่าผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 รายแบบไม่ผูกพัน ทั้งนี้เนื่องจากราคาเป็นตัวกำหนดกำไรหน่วยสุดท้าย ในขณะที่เดียวกันราคาที่ต่ำถูกกำหนดมาจากความผูกพันทางสังคมระหว่างผู้ค้าไก่(ผู้ซื้อ)และผู้ส่งมอบ(ผู้ขาย)นั่นเอง นอกจากนี้แล้วพบว่าซื้อไก่เป็นมาฆ่าด้วยตนเองของผู้ค้าไคนั้นถึงแม้จะมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าไก่ซากแต่มีกำไรหน่วยสุดท้ายที่มากกว่า

4) การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ สำหรับการประเมินการแก้ไขปัญหาที่พบว่าเมื่อผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบแล้วจะไม่มีความแน่นอนในด้านคุณภาพ แต่มีการรับแก้ไขปัญหาจากผู้ส่งมอบคือการลดราคา และการรับคืน หรือไม่มี การแก้ไขปัญหาที่ เป็นข้อตกลงในลักษณะที่ไม่เป็นทางการระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย ส่วนผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบสามารถได้ราคาซื้อที่สูงกว่านั้นจะมีปัญหาในด้านคุณภาพน้อยกว่าผู้ส่งมอบที่มีความผูกพัน ดังนั้นสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ผู้ค้าไก่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันกับผู้ค้ามากกว่าคัดเลือกผู้ส่งมอบที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ค้านั้นเอง

คำหลัก ต้นทุนธุรกรรม ต้นทุนโลจิสติกส์ ผู้ค้าไก่

Abstract

This research is aim to find a binding condition of traders and supplier chicken in Hat Yai Municipality. Divided by the supplier that relation and non-relation with traders to lead the transaction cost, logistics cost analysis and marginal profit of traders commercial chickens to find a model that can make chicken trade can be profitable unit last the most. The researchers used a sample of 45 samples with the objective of 1) an analysis the size of trade and type of sale of chicken meat trader in Hat Yai Municipality. The size of the commercial broiler market is a small market for the third trading is no different. And the proportion of commercial customers is no different. But the size and proportions are determined by the location of the panel. If the panel is placed on the market to be guaranteed regular customers more than 50 percent of the portion of meat, all while panel market place outside the market is guaranteed regular customers lower than 50percent of the proportion of all poultry.

2) Analysis of the terms of relation for the selection of suppliers of chicken meat trader in Hat Yai Municipality. Found that the condition of trade chickens are divided into two part .Firstly, a selection don't based on halal brand on production . Trader would buy the chicken that has not been killed .Second, a selection don't based on halal brand on production the principles of halal has the confidence of buyers who trade chickens are divided into two groups: those who trade a chicken for the chicken is from delivery and commissioning of the slaughtered chickens with no confidence in the slaughter of poultry suppliers that halal. Traders bought chickens and chicken carcasses from suppliers who ensure the halal slaughter of chickens from slaughter / company. The whole delivery into the delivery of the first series of binding and nonbinding, the delivery of the second series of binding and non-binding. , And the delivery of a third-binding and non-binding. , The study found that the chicken trade, whether to choose 1, 2 or 3, if the trade ties with the delivery of the chickens to be selected for the delivery of a bond is the one that will. All products must be delivered to the trade cycle. It was found that the poultry trade ties with suppliers will be able to buy at a lower price, the trader is not bound to deliver, on average. It will make a bargain. The payment was paid into a formal manner. Informal and semi-formal Without the bond or no bond. But there is more to do with the nature of the business and how it is paid. If the payment of the purchase live chickens to look casual, but with the purchase due to the delivery of existing and new orders. And deliver a slaughterhouse or cold, no insurance, and delivery are known as the Bill of renewable different.

3) Size analysis transaction costs and the cost of logistics between suppliers chicken. Chicken vendors in Hat Yai Municipality. Found that transaction costs are costs resulting from non-responsible products (chicken) is no return and lower prices, while the cost of logistics that includes cost logistics ordering costs resulting from the size of the order, unstable in all cycles. Cost logistics backup is a cost associated with maintaining product quality backup. , Expenses on its panel, costs about slaughter. Cost, logistics, production costs resulting from the processing of chicken and chicken cut costs. And transportation costs as the cost of moving from slaughter to stall for traders who buy chickens from the chicken and cut it delivered. The calculation of the cost / kg / cycle. It found that the high cost is not about qualifying suppliers. However, due to the back-up and operation. Part of the profit is in line with

the final selection of suppliers. The chicken traders trade the selection to deliver more than one individual can make a profit higher than the final qualifying chicken vendors, suppliers, and the first non-binding. This is because the price is determined by earnings, while the final price is determined by the social bond between chicken traders (buyers) and suppliers (vendors) itself. In addition, it was found that chicken is a chicken, kill it with the traders that despite a higher unit cost of chicken carcasses but profitable than the last.

4) Analysis of the commercial broiler chicken traders in Hat Yai Municipality. For the evaluation of the solutions is found on chicken traders with ties to suppliers, there is no certainty in terms of quality. But there was a problem of delivery is to reduce the cost and recoverable or not to fix it. Thus, consistent with the hypothesis that chicken vendors selected suppliers with ties to traders rather than selecting suppliers with no ties to the trade itself

Keywords: transaction costs, Logistic costs ,Chicken traders

สารบัญเรื่อง

	หน้า
คำรับรองคุณภาพ	
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
บทที่ 1	บทนำ
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา 1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2
	1.3 ขอบเขตการวิจัย 2
	1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย 3
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3
	1.6 นิยามศัพท์ 4
บทที่ 2	แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 5
	2.1.1 ความผูกพันทางสังคมทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านธุรกิจ 5-7
	2.1.2 ทฤษฎีต้นธุรกรรม 7-8
	2.1.3 ทฤษฎีโลจิสติกส์การจัดซื้อ 8-9
	2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 10-12
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย
	3.1 รูปแบบของการวิจัย 13
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 13
	3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง 13
	3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล 14
	3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล 14
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์
	4.1. การวิเคราะห์ข้อมูล 16-18
	4.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
	4.2.1. การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่าย
	เนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 18-24
	4.2.2. การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ
	เนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 24-48
	4.2.3. การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์
	ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 48-66
	4.2.4. การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนคร
	หาดใหญ่ 66-71
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ
	5.1. สรุปผลการวิจัย 72
	5.1.1 การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่
	ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 72-73
	5.1.2. การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อ
	ไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 73-76

5.1.3.การวิเคราะห์ปัญหาการดำไก่ของผู้ดำไก่ในเขตเทศบาลนคร หาดใหญ่	76-77
5.1.4.การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ดำเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่	77-80
5.2.อภิปรายผล	
5.2.1.การวิเคราะห์ขนาดของการดำและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่	80
5.2.2.การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อ ไก่	80-83
5.2.3.การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ ส่งมอบเนื้อไก่	83-85
5.3.ข้อเสนอแนะงานวิจัย	
5.3.1.ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการดำไก่	85
5.3.2.ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	86
บรรณานุกรม	87-89

บทที่ 1

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมการค้าไก่เป็นกิจกรรมประเภทการค้าอย่างหนึ่งในระบบเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการกระจายรายได้ในสังคม เนื่องจากสินค้าไก่มีความจำเป็นต่อการบริโภคไม่น้อยไปกว่าเนื้อสัตว์ประเภทอื่น ๆ และมีความเป็นเฉพาะในกระบวนการทางการค้า ตั้งแต่การรักษามาตรฐานในขั้นตอนการเลี้ยงดู อายุไก่ โรงฆ่าสัตว์ ผู้ค้าคนกลางค้าส่ง ผู้ค้าคนกลางทั้งค้าปลีกและค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ที่เป็นโซุ่ปทานของลักษณะทางการค้าและมีความซับซ้อนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันในลักษณะของการประกันลูกค้าให้คงอยู่ของผู้ค้าจากผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่เป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญที่จะแสดงถึงคุณภาพของการส่งมอบ ที่ประกอบไปด้วย ราคาการส่งมอบ การชำระเงิน คุณภาพไก่(สี ขนาดไก่ ราคา แหล่งที่มาของไก่) การใช้บริการผู้ขายในระยะยาว ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญการส่งผลต่อการแข่งขันที่จะแสดงถึงปริมาณการส่งมอบคือการสร้างความผูกพันทางด้านสังคมที่ส่งผลต่อการค้าทำให้เป็นผู้ส่งมอบในระยะยาวในที่สุด

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของบริษัทเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดของบริษัทผู้ค้าไก่เนื่องจากการตัดสินใจซื่อนั้นขึ้นอยู่กับด้านพนักงาน/บุคลากรด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านราคา (สรวิร์ ลีลาภานต์, 2554) อย่างไรก็ตามงานวิจัยดังกล่าวไม่ได้สะท้อนลักษณะตลาดของผู้ค้าไก่เป็นสำคัญ เนื่องจากการซื้อไก่เพื่อการค้าของผู้ค้าไคนั้นเป็นการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเป็นคำถามว่าทำไมผู้ค้าไก่ไม่ใช้บริการของผู้ขายรายอื่น ๆ ทั้งที่มีคุณภาพราคาและปัจจัยด้านอื่น ๆ คล้ายคลึงกัน กระบวนการทำงานตรงนี้มีเงื่อนไขที่มีความแตกต่างต่อส่งผลต่อการคัดเลือกผู้ขายเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ ท้ายที่สุดทางด้านการค้าซึ่งให้ผลตอบแทนน้อยสุดท้ายหรือกำไรน้อยสุดท้ายจากการจำหน่ายเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ที่ซื้อจากคัดเลือกผู้ขายที่แตกต่างกันเนื่องจากความสัมพันธ์ด้านธุรกิจได้ถูกก่อตัวขึ้นมาจากการทำสัญญาการซื้อขายหลาย ๆ ครั้งจนเป็นความผูกพันกันทางธุรกิจทำให้ตลาดแต่ละตลาดกำหนดโครงสร้างที่แตกต่างกัน

การคัดเลือกผู้ส่งมอบของผู้ค้าไก่จึงสามารถสะท้อนถึงรูปแบบทางการค้า และการตอบสนองต่อต้นทุนโลจิสติกส์และต้นทุนธุรกรรมอันเนื่องมาจากความผูกพันทางการค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ฉะนั้นช่องว่างระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายคือค่าใช้จ่ายที่สะท้อนถึงรูปแบบของความผูกพันและไม่ผูกพันซึ่งตัวเลขดังกล่าวนั้นคือต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ การศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์และต้นทุนธุรกรรมของการส่งมอบเนื้อไก่อังไม่มีการศึกษาในประเทศไทยมาก่อน แต่เป็นต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับกำไรน้อยสุดท้ายของการค้า ฉะนั้นลักษณะการค้าตรงนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการศึกษา เนื่องจากเป็นตลาดที่ดำเนินกิจกรรมอยู่อย่างต่อเนื่องและปัญหาทางวิชาการที่ยังไม่มีการให้คำตอบว่าการดำเนินธุรกรรมทางการค้าใช้ปัจจัยใดในการทำงานร่วมกันที่ส่งผลต่อการทำงานในระยะยาวและการเกิดกำไรอย่างต่อเนื่อง

นั่นเองจึงเป็นที่มาของงานวิจัยการวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ดังนั้นเป้าหมายของการศึกษานี้คือการศึกษาเงื่อนไขของการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ที่มีผลต่อการกำหนดขนาดของกำไรในรูปแบบที่แตกต่างกัน

1.2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1.2.2. การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1.2.3. การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1.2.4. การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1.3. ขอบเขตการวิจัย

1.3.1.ขอบเขตของเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย

การศึกษาประเภทของการค้าไก่ ไก่ซาก และไก่เป็นประเภทของลูกค้าและการจำหน่าย การศึกษาความผูกพันระหว่าง ความผูกพันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายกับการคัดเลือกผู้ค้าโดยการคัดเลือกผู้ค้าไก่แบบ 1 ราย และผู้ค้าไก่อีกมากกว่า 1 ราย และการวิเคราะห์ชนิดของความผูกพันรูปแบบของการจัดซื้อ ช่องทางของการจัดซื้อ คุณภาพของเนื้อไก่ เงื่อนไขการชำระ ราคา การศึกษาขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ของการจัดซื้อ จุดของการสำรอง ปริมาณการสำรองเนื้อไก่ ค่าใช้จ่ายในการสำรอง ค่ามัดจำ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่สะท้อนถึงขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์จากผลของการคัดเลือกผู้ค้าแบบ 1 ราย และมากกว่า 1 ราย ภายใต้การประเมินทางการค้าโดยการให้คะแนนตามทฤษฎีโลจิสติกส์การจัดซื้อ และการศึกษาปัญหาของการค้าไก่ของผู้ค้าได้แก่ ปัญหาในด้านคุณภาพ ปัญหาในด้านราคา ปัญหาในด้าน การชำระเงิน และอื่น ๆ

1.3.2. ขอบเขตของประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ค้าไกรายย่อย (ปลีก/ส่ง) โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องเป็นผู้ที่ค้าเนื้อไก่ซึ่งเป็นเนื้อไก่ที่ผู้ส่งมอบทั้งรูปแบบของไก่ที่ฆ่าและไก่ที่นำมาฆ่าเอง และต้องมีการซื้อขายไก่ทุกวัน ในพื้นที่ตลาดอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากพื้นที่ที่มีประชากรตามเงื่อนไขดังกล่าวมี 3 ตลาด คือ ตลาดกิมทอง ตลาดสดหาดใหญ่ และตลาดหาดใหญ่ โดยประมาณการประชากรในตลาดกิมทองประมาณ 8 ราย ตลาดสดหาดใหญ่ 35 ราย และตลาดหาดใหญ่ใน 2 ราย ทั้งหมด 45 กลุ่มตัวอย่าง

1.5.2.จัดการประชุมและอบรมเรื่อง การเข้าสู่ตลาดของผู้ค้าประกอบธุรกิจ SME สำหรับการค้นหาและการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีขนาดในระยะยาว

1.5.3.นำเอามาเป็นเนื้อหาประกอบในรายวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการความรู้แก่นิสิตระดับปริญญาตรีสาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ และขยายผลการศึกษาไปพื้นที่ต่างๆในรูปวิทยานิพนธ์แก่นิสิตระดับปริญญาโทสาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ และการถ่ายทอดรูปแบบของโครงสร้างตลาดของการคัดเลือกซัพพลายเออร์ในธุรกิจ SME การค้าไก่เนื้อ

1.6.นิยามศัพท์

1.6.1.ความผูกพันทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีประสบการณ์ทางด้านสังคมก่อนการดำเนินกิจการ ได้แก่ ญาติ เครือข่าย หุ่นส่วน คนในท้องถิ่นเดียวกัน

1.6.2.การคัดเลือกผู้ส่งมอบ หมายถึง จำนวนผู้ส่งมอบที่ผู้ค้าได้คัดเลือก และทั้งแบบผูกพันและไม่ผูกพันทางสังคมมาก่อน

1.6.3.ขนาดการค้า หมายถึง ผลรวมปริมาณการจำหน่าย และปริมาณการสำรอง

1.6.4.ต้นทุนธุรกรรม หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการค้าภายในข้อตกลงของสัญญาที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นผลที่แสดงออกถึงพฤติกรรมและไม่แสดงออกในวงรอบที่อาจจะเกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้ ได้แก่ การสูญเสียคุณภาพไก่ที่อาจจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้น

1.6.5.ต้นทุนโลจิสติกส์การจัดซื้อ หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการประกันการสั่งซื้ออย่างค้ำมัดจำซึ่งเป็นต้นทุนถาวร และต้นทุนที่เกิดขึ้นภายหลังจากการกำหนดขนาดของการสั่งซื้อ ซึ่งเป็นต้นทุนการสื่อสารเพื่อกำหนดขนาดการสั่งซื้อของอีกฝ่าย

1.6.6.ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรอง หมายถึง ต้นทุนในขั้นตอนของการสำรองค่าน้ำค่าไฟ ค่าโรงเชือด ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับแพ่ง ซึ่งมีทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนถาวร

1.6.7.ต้นทุนโลจิสติกส์การผลิต(การแปรรูปไก่) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากการแปรรูปไก่ของผู้ค้าไก่จากไก่เป็น ผ่านการเชือด ซึ่งจะทำให้สูญเสียมูลค่าน้ำหนักในราคาไก่เป็นและไก่ซากแตกต่างกัน และต้นทุนในด้านแรงงานในการว่าจ้างการฆ่าไก่

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันด้านการค้าไถ่ระหว่างผู้ซื้อและผู้ส่งมอบเนื้อไก่ ประกอบไปด้วย ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมที่ทำให้เกิดความผูกพันทางธุรกิจ ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม ที่มีผลต่อการวัดเงื่อนไขทางการค้าที่สะท้อนให้เห็นถึงหน่วยสุดท้ายของกิจการการค้าเนื้อไก่ที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

2.1.1. ความผูกพันทางสังคมทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านธุรกิจ

2.1.2. ต้นทุนธุรกรรม

2.1.3.ทฤษฎีโลจิสติกส์ในกระบวนการจัดซื้อ

2.1.1. ความผูกพันทางสังคมทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านธุรกิจ

ความผูกพันทางสังคมที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านธุรกิจ สำหรับธุรกิจค้าเนื้อไก่ในตลาด ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสำหรับการนำมาใช้ในการอธิบายด้วยกันหลายทฤษฎีสำหรับนักคิดความสัมพันธ์ทางสังคมในการก่อรูปของเงื่อนไขในการเกิดธุรกิจในความร่วมมือกันดังต่อไปนี้

ความเข้าใจในต้นความสัมพันธ์ทางธุรกิจก่อตัวขึ้นมาจากความผูกพันทางสังคมมาจากแนวคิดด้านสังคมวิทยาโลจิสติกส์โดยให้ความสนใจกับการตอบคำถามว่าความสัมพันธ์ทางธุรกิจเกิดขึ้นมาได้อย่างไร ซึ่งในเรื่องนี้ได้มีการบรรยายถึงการกระทำทางเศรษฐกิจว่าเป็นความสัมพันธ์ทางสังคม (Weber, 2004, 59-64; Radaev, 2005, 70, 77) ซึ่งเป็นแนวทางของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ไม่ได้มีการรับรู้กันส่วนใหญ่ด้านวิชาการและหัวข้อในการศึกษาความสัมพันธ์ในตลาด

เนื่องจากระยะเวลาที่กระทำอย่างต่อเนื่องที่ผ่านมานั้นพบว่าเป็นความสัมพันธ์ทางธุรกิจไวที่ได้อธิบายว่าอุปทานเท่ากับอุปสงค์ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความหมายและหน้าที่ของตลาด เพราะเป็นการให้ความสำคัญกับการติดตามผู้ที่มีส่วนร่วมในตลาดซึ่งกันและ (White H.C.1981,543-544)ไวที่คิดว่าตลาดได้กำหนดว่าโครงสร้างของแต่ละตลาดนั้นมีความแตกต่างกัน Radaev(2003,69) ได้อธิบายว่าการก่อตัวของความสัมพันธ์ทางธุรกิจนั้นได้มีความสัมพันธ์กับการคัดเลือกที่ถาวรซึ่งมีหลักการว่ากิจกรรมนั้นมาจากความผูกพันของผู้เล่นพฤติกรรมทางเศรษฐกิจจำเป็นจะต้องมีความสัมพันธ์ทางสังคมอยู่โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานทางสังคมของแต่ละคนและเครือข่ายที่จะก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและป้องกันพฤติกรรมทรยศหักหลังซึ่งกันและกันได้ เนื่องจากได้ผ่านการขัดเกลาส่วนตัว ซึ่งได้ถูกนำมาใช้ในขอบเขตของแบบจำลองของความยืดหยุ่นของมนุษย์ทางสังคมวิทยาเศรษฐกิจ (Granovetter ,2004,139-141) ฉะนั้นความสัมพันธ์ตรงนี้เมื่อนำมาวิเคราะห์กลไกความสัมพันธ์ทางธุรกิจ(เครือข่าย)

ด้วยผลงานจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับผู้เล่นและความผูกพันระหว่างกัน (Paujell , Smit-Dor L ,2003]

โครงสร้างของตลาดสามารถกำหนดเป็นเครือข่ายทางสังคมที่มีความเชื่อมโยงกัน และนำไปสู่การสร้างความแข็งแกร่งของความร่วมมือกันในตลาด(Radaev , 2008, 31) สิ่งแรกคือผลประโยชน์ส่วนส่วนตัวที่เกิดจากความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการทำงานกับคู่สัญญา ที่สะท้อนให้เห็นได้ว่าควรร่วมมือหรือไม่ บทบาทของเครือข่ายได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางธุรกิจบนหลักการความสัมพันธ์ส่วนตัว จากตรงนี้สรุปได้ว่าแนวคิดทางสังคมวิทยาด้านความสัมพันธ์ทางธุรกิจได้ก่อตัวขึ้นมาจากความสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วมในตลาดที่มีประสิทธิภาพความสัมพันธ์ส่วนตัวกันมาก่อน

เมื่อได้มีการศึกษาแนวทางของความสัมพันธ์ทางธุรกิจในการประเมินค่าทางในปริมาณการค้าสำหรับการซื้อและขายรวมไปถึงราคาของสินค้าทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่เสร็จสิ้น (Wilson , 1995, 339)ตัวแปรในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ได้มีการคัดเลือกเกณฑ์ของผู้ค้าปลีกในตลาดผู้บริโภคเพื่อบรรลุของเป้าหมายสัญญาดังต่อไปนี้

- 1.การกระจายของผู้สัญญาในตลาด
- 2.ความแตกต่างของผู้ส่งมอบในเงื่อนไขของความสัมพันธ์ทางธุรกิจ
- 3.เงื่อนไขของความสัมพันธ์ทางสังคมและกลยุทธ์ของการกระจายสินค้าของผู้ส่งมอบแต่ละราย

แสดงเหตุผลของการคัดเลือกผู้ส่งมอบบนความสัมพันธ์ทางสังคมของการก่อตัวทางธุรกิจสู่กลยุทธ์ของการเสนอขายสินค้าอันเนื่องมาจากความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ความสอดคล้องกับสถานการณ์ของผู้ค้าในตลาดในความสัมพันธ์ของธุรกิจทั้งสองฝ่ายที่จะได้รับ กระบวนการทั้งหมดได้พัฒนามาจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ(Dwyer et al, 1987, 15-20) ได้แก่การรับซื้อซึ่งแสดงให้เห็นว่าฝ่ายหนึ่งได้มีการรับรู้พันธมิตรที่เหมาะสมต่อการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน สะท้อนให้เห็นถึงกรรมสิทธิ์ หน้าที่ และขั้นตอนของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน การขยายความสัมพันธ์ออกไป ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากสิทธิประโยชน์ของผู้สัญญาและสามารถพึ่งพาอาศัยต่อไปในอนาคต การเกิดภาระหน้าที่ ที่สะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานตามสัญญาทั้งการเพิ่มและการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าทางธุรกิจ และช่องว่าง ที่สะท้อนมาจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการปลดปล่อยจากผู้สัญญาเดิมจากความล้มเหลวหรือความสำเร็จ

เมื่อการเลือกคู่ทางธุรกิจได้สะท้อนมาจากการคัดเลือกดังกล่าวทำให้ง่ายมากกว่าต่อการแลกเปลี่ยนกับคู่สัญญา อีกด้านหนึ่งตามแนวคิดแบบจำลองที่แตกต่างกันของโครงสร้างในตลาด (Wilson , 1995, 340)ขั้นตอนของการเกิดความสัมพันธ์ทางธุรกิจสามารถแบ่งตัวแปรได้แก่ การเปรียบเทียบทางเลือกจากผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของผู้สัญญา มาตรฐานของการทำธุรกรรมทางธุรกิจ ความคาดหวังที่สอดคล้องกับคู่ค้า ความน่าเชื่อถือต่อกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจได้ให้ความหมายในมุมมองผู้ซื้อและผู้ขายที่ได้เผชิญหน้าต่อกันและได้มีการรู้จักกันดีที่เป็นจุดกำหนดของความสัมพันธ์ทางธุรกิจและผลประโยชน์เฉพาะทาง

(Hingley, 2005, 871) วิธีการสร้างความสัมพันธ์คือการสร้างประโยชน์ให้แก่ฝ่ายตรงกันในเชิงตัวเลขอาจจะเป็นผลประโยชน์ด้านการเงิน และไม่ใช้การเงิน ในระดับที่สามารถเพิ่มมูลค่าในสมการของอรรถประโยชน์จากการซื้อและประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ทำให้สะท้อนผลที่ตามมาคือฝ่ายตรงข้ามหรือคู่ค้าจะพิจารณาผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับทางธุรกิจ (Wilson, 1995, 336) ตามลำดับ ประการแรกคือการพิจารณาจากความคาดหวังของคู่ค้า ประการที่สองคือการเพิ่มโอกาสทางความสัมพันธ์ของธุรกิจ (Gulati, Gargiulo, 1999, 1473) ประการที่สามโปรแกรมควบคุมภายนอกที่สำคัญของความปรารถนาที่อยู่ภายในจะทำงานร่วมกับคู่สัญญากับใครก็ได้

การขาดการไว้วางใจนำไปสู่ความล้มเหลวในด้านสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจแล้วยังนำไปสู่การขาดศักยภาพคู่ค้าทางธุรกิจ (Wilson, 1995, 341) แต่อีกทางหนึ่งหากมีความร่วมมือกันอยู่บนพื้นฐานความไว้วางใจจะทำให้เกิดการป้องกันการแข่งขันของคู่แข่ง (Wathne et al., 2001, 55) นำไปสู่ประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิมในด้านความร่วมมือและยากที่จะทำลายความสัมพันธ์ และมีความคล่องตัวในด้านการดำเนินการ

งานวิจัยนี้วิเคราะห์เงื่อนไขของความสัมพันธ์ทางสังคมที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องด้านธุรกรรมในด้านการดำเนินการอันเนื่องมาจากความร่วมมือที่แสดงถึงขนาดในด้านความผูกพัน ความน่าเชื่อถือ การประกันการคาดหวังในอนาคตในด้านการบิดพลิ้วของคู่สัญญา แม้ว่าการร่วมมือกันของทั้งสองฝ่ายจะนำไปสู่การความล้มเหลวหรือความสำเร็จในอนาคตก็จะมีทางเลือกของการดำเนินกิจกรรมต่อไป

2.1.2. ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม

ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรมเป็นทฤษฎีที่สำคัญต่อการวิเคราะห์เงื่อนไขของความสัมพันธ์ทางสังคมที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ด้านธุรกิจที่สะท้อนให้เห็นถึงสิทธิในด้านความเป็นเฉพาะที่จะสะท้อนตัวเลขที่สูญเสียจากความร่วมมือ

การวิเคราะห์ต้นทุนธุรกรรมในด้านเศรษฐศาสตร์คือการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่ในความสัมพันธ์ด้านสัญญาาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ค่าใช้จ่ายของการแลกเปลี่ยนของคู่สัญญาเป็นบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนระหว่างคู่สัญญา และแลกเปลี่ยนอย่างสมัครใจ โดยทฤษฎีของโดวส์นั้นกำหนดว่า “กำหนดสิทธิปรากฏขึ้นล่วงหน้าในสัญญา(สิทธิ)” อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกรรมในสัญญานั้นจะไม่เท่ากับศูนย์ แต่เป็นตัวเลขที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานที่ต่ำที่สุด ต้นทุนธุรกรรมได้เข้ามาทำลายการอธิบายซ้ำซากของทฤษฎีนีโอคลาสสิก ในด้านอุปสงค์และอุปทานในด้านความสัมพันธ์ของข้อมูลที่อยู่นอกเหนืออุปสงค์และอุปทานนั้น ปรากฏในงานของวิลเลียมสัน (Williamson, 1996, 123-127) โดยเป็นบรรทัดฐานทางด้านกฎหมาย และยังเป็นพฤติกรรมส่วนตัวที่ต้องปฏิบัติตามกฎ กติกาของกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน(ผู้ซื้อ-ผู้ขาย) ทำให้เกิดสัญญาการทำงานร่วมกัน (Alchian, 1977, 123) ซึ่งแสดงในสิทธิในกรรมสิทธิ์ของการครอบครองในแง่ของนิติบัญญัติ และพฤติกรรม นั้นคือการโอนกรรมสิทธิ์ซึ่งกันและกันในสัญญาทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

การยืนยันในสิทธิกรรมสิทธิ์ภายใต้สัญญาของข้อตกลงทางการค้าแน่นอนว่าทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในธุรกรรม นั่นคือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการค้นหาผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด นอกจากจะเป็น

การค้นหา ยังรวมไปถึงขั้นตอนของการเจรจา ขั้นตอนของการกำหนดข้อตกลงร่วมกันในด้านกรรมสิทธิ์ที่ต่างฝ่ายจะได้รับ ชนิดของการทำงานร่วมกันที่มีความหลากหลาย (Aleksejev , 1997,127) ฉะนั้นข้อตกลงในด้านธุรกรรมจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันของเงื่อนไขคู่สัญญาและเกิดประโยชน์ในข้อตกลงกันทุกฝ่ายระหว่างผู้ทำสัญญา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์คือการผลิตที่ได้โอนสิทธิในสินค้าจากมือผู้หนึ่งไปสู่อีกมือผู้หนึ่ง หรือว่าการส่งผลต่อสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีข้อตกลงอย่างไรในด้านความเป็นผลประโยชน์ร่วมกัน (Commons , 1934,67) ค่าใช้จ่ายในการประเมินคุณสมบัติของเศรษฐกิจภายในการแลกเปลี่ยน และค่าใช้จ่ายในการให้การประกันสิทธิและบังคับการใช้สิทธิในเศรษฐกิจต่อผู้ขายอื่นเนื่องจากประโยชน์ที่จะได้รับจากเศรษฐกิจนั้น เป็นต้นทุนธุรกรรมในการประเมินผลประโยชน์ของคู่ทางสัญญา (Nort , 1997,45)

ความสัมพันธ์ต้นทุนธุรกรรมระหว่างคู่ค้านั้นเป็นค่าใช้จ่ายและเป็นความสัมพันธ์ทั้งในความเป็นส่วนตัวหรือแบบไม่เป็นทางการและเป็นทางการตามแนวคิดของ วิลเลียมสัน (Williamson , 1996,41-42) ว่าธุรกรรมนั้นมีความแตกต่างกันในด้านของคุณลักษณะได้ 3 แบบ ดังต่อไปนี้

1. ธุรกรรมในความสัมพันธ์ที่ไม่ใกล้ชิดเดียวกันในชนิดของธุรกรรมที่ไม่ซ้ำกันของการผลิตซ้ำก็จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สูง เนื่องจากไม่มีความไว้วางใจหรือไม่มีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน

2. ธุรกรรมแบบเฉพาะเจาะจง นำมาสู่ค่าใช้จ่ายที่ต่ำหากมีความเชื่อถือ หากมีการผลิตซ้ำมากเท่าไรผลลัพธ์ของการเกิดขึ้นยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น ผลที่มากคือความเชื่อถือในระดับที่สูงยิ่งมีมากขึ้นเช่นกัน สำหรับความสัมพันธ์ในระยะยาวของคู่ค้า

3. ธุรกรรมที่มีความเป็นเหตุผลของการจัดการ ธุรกรรมภายในและภายนอกในการแลกเปลี่ยนของการบริการ (รวมถึงการผลิต) เกิดขึ้นในขอบเขตของสถานประกอบการ คือ ธุรกรรมภายในและธุรกรรมภายนอกซึ่งมีการประกันสินค้าและบริการของสถานประกอบการว่ามาจากกระบวนการแลกเปลี่ยนในวงจรการผลิตการซื้อขายระหว่างผู้ส่งมอบสินค้าของผู้ซื้อและผู้ขาย

ดังนั้นในความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ขายนั้นได้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะของธุรกรรมในด้านความร่วมมือภายในสัญญาาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายต่อการค้นหา ข้อตกลง ชนิดของสัญญา ชนิดของการเปลี่ยนแปลง ความมั่นคงในด้านการจัดวางบนเงื่อนไขของการคู่ค้าในระยะยาวต่อไป

2.1.3. ทฤษฎีโลจิสติกส์การจัดซื้อ

ทฤษฎีโลจิสติกส์การจัดซื้อเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้มีการเชื่อมโยงในทางเข้าของการคัดเลือกผู้ส่งมอบอันเนื่องจากเงื่อนไขของทางการค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในขอบเขตตั้งแต่จัดซื้อสินค้า การเก็บสินค้า การขนส่งภายใน การเคลื่อนย้ายสินค้า การสำรองและการส่งมอบ โดยที่การแบ่งกิจกรรมดังกล่าวนั้นจะมีการแบ่งให้มีความเหมาะสมกับห่วงโซ่โลจิสติกส์อย่างเป็นรูปธรรมนั้นคือสะท้อนให้เห็นถึงการเกิดต้นทุนโลจิสติกส์ทั่วไป ทำให้เกิดรายจ่ายในด้านการสนับสนุน การผลิต การตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในด้านการสนับสนุนข้อมูล ค่าใช้จ่ายในด้านการ

จัดการปฏิบัติการการเงิน ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดหน้าที่ของค่าใช้จ่ายในการบริการโลจิสติกส์ โดยมีเป้าหมายให้มีค่าใช้จ่ายที่ต่ำและมีคุณภาพที่สูง

รายจ่ายในโลจิสติกส์การสั่งซื้อนั้นเป็นรายจ่ายที่สะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติการในการสั่งซื้อสินค้าตลอดจนถึงการส่งมอบสินค้าในรอบใหม่ ระหว่างขั้นตอนในกระบวนการของ การคลังสินค้า การหมุนเวียน การผลิต การสำรองไปจนถึงการส่งมอบของสินค้ารอบใหม่(Chinasak and ,Kalasom. 2012).

ฉะนั้นการคำนวณการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์กระบวนการจัดซื้อคือค่าใช้จ่ายที่มีความสัมพันธ์กับปฏิบัติการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้มีการส่งมอบได้ตามขนาดปริมาณ คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ราคาในด้าน การส่งมอบ โดยสิ่งแรกนั้นคือการติดตามการอนุญาตในระบบโลจิสติกส์ คือการวิเคราะห์สาเหตุที่ไม่ได้กำไร และเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันอย่างไร โดยการกำหนดแนวทางดังต่อไปนี้

1.วิธีที่สัมพันธ์กับกระบวนการโลจิสติกส์ เป็นการวิเคราะห์กิจกรรมในรายจ่ายโดยตรงของกระบวนการสั่งซื้อโดยมีความสัมพันธ์กับผลผลิตที่ได้รับที่เป็นรูปธรรม ในขณะที่รายจ่ายทางอ้อมนั้นมีความสัมพันธ์กิจกรรมอื่น ๆที่มีความเชื่อมโยงในกิจกรรมหลักของการจัดซื้อ ได้แก่ กิจกรรมของการสำรอง กิจกรรมของสินค้าคงคลัง การรักษา จุดสั่งซื้อ ขนาดการสำรอง และรวมไปถึงการขนส่ง

2.สัญลักษณ์ของการจัดการ แบ่งออกเป็น 2 กรณีคือ ค่าใช้จ่ายในด้านการจัดการสั่งซื้อ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในแผนกย่อยของการสั่งซื้อที่รับผิดชอบอยู่ และค่าใช้จ่ายสำหรับการกำกับ รายจ่ายนี้จะถูกกำกับโดยภายนอก เช่น ค่าใช้จ่ายในปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในด้านการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการจองสินค้า เป็นต้น

3.การแก้ไขปัญหาในกิจกรรมรายจ่ายโลจิสติกส์ นั้นเป็นเสมือนค่าใช้จ่ายเพิ่มการสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นคือเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบริโภค และเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายในขณะเดียวกัน อีกประเด็นหนึ่งในด้านการแก้ไขปัญหาคือค่าใช้จ่ายสำหรับการสนับสนุนกิจกรรมในโซ่โลจิสติกส์โดยตนเอง ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการจ่ายมูลค่าในการขนส่ง การเตรียมเอกสารในด้านการตรวจสอบเพื่อการทำงานที่ราบรื่นสำหรับผู้ร่วมงาน การคำนวณปริมาณการผลิตที่เหมาะสม เป็นต้น อย่างไรก็ตามการควบคุมรายจ่ายนั้นสามารถที่จะกระทำได้หากค่าใช้จ่ายในด้านการสนับสนุนนั้นไม่เป็นที่ต้องกาของผู้บริโภค เช่น การส่งมอบโดยการบริการขนส่ง

4.การวิเคราะห์ความคาดหวังในประสิทธิภาพอันเนื่องมาจากการคาดหวังค่าใช้จ่ายสำหรับการทำงานที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์จะมีการกระทำอย่างเป็นรูปธรรม

5.การค้นพบสาเหตุของรายจ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดกำไรอันเนื่องมาจากมีทางเลือกอื่นที่ดีกว่าในการคัดเลือกหรือเหมาะสมกว่าในกิจกรรมการสั่งซื้อสำหรับการคัดเลือกผู้ส่งมอบ

ทั้งนี้ในกิจกรรมของรายจ่ายในแต่ละกระบวนการนั้นได้มีการแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ สำหรับการกำหนดการผลิต การสั่งซื้อ โดยกำหนดเป็นค่าใช้จ่ายเชิงสัญลักษณ์

6.การใช้จ่ายมาซึ่งการได้รับข้อมูลในกิจกรรมโลจิสติกส์นั้นถือเป็นค่าใช้จ่ายในกิจกรรมซึ่งอยู่ในขอบเขตของการพิจารณาในช่วงของปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมของการปริมาณการผลิตใก้นั้นเอง

2.2.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมของการศึกษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจบนพื้นฐานความสัมพันธ์ทางสังคมโดยผู้วิจัยได้ให้นัยของการตีความในความหมายของเงื่อนไขใดที่ทำให้มีการร่วมมือทำงานในระยะยาวระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

การตีความความเข้าใจตรงนี้คือ การค้นหาผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดบนความสัมพันธ์ทางสังคมก่อนหน้าของการทำธุรกิจได้หลากหลายวิธีการที่แตกต่างกัน นำไปสู่ระบบการคัดเลือกตัวบุคคลในการเป็นคู่ค้าในตลาด การสร้างเงื่อนไขที่เกิดการดำรงการสร้างเงื่อนไขทางการค้าของแต่ละบุคคลนั้นย่อมมีความแตกต่างกันทั้งด้านภาวะความผูกพัน ความเชื่อมั่น กระบวนการทำงาน รวมไปถึงระยะเวลาส่วนร่วมกัน ฉะนั้นจากสถานะความสัมพันธ์ทางสังคมสู่การร่วมมือทางธุรกิจ ในขณะเดียวกันเกิดการหมุนเวียนทรัพยากรทางการค้าที่ก่อให้เกิดกำไรทำให้การคัดเลือกการทำงานจึงเป็นการร่วมมือกับคู่ค้าระยะยาวในที่สุด

งานวิจัยก่อนหน้าในด้านการศึกษาการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมบนพื้นฐานทางธุรกิจเกี่ยวกับการคัดเลือกคู่ค้าใต้นั้นยังไม่ปรากฏ อย่างไรก็ตามการใช้ความสัมพันธ์ทางสังคมมาใช้เป็นแรงขับเคลื่อนของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นได้มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากในงานก่อนหน้านี้วรรณกรรมในตลาดได้ศึกษาในแนวคิดของนีโอคลาสสิกในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจได้ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์แบบองค์รวมของตลาดโดยตลาดได้แสดงให้เห็นถึงกฎเกณฑ์ด้านราคาที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานซึ่งนำมาสู่ดุลยภาพทางการแข่งขัน

การตอบคำถามดังกล่าวไม่ได้เป็นคำตอบของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเมื่อกิจกรรมของการสั่งซื้อนั้นมีผู้ส่งมอบหลายราย ทำให้การคัดเลือกคู่ค้าทางธุรกิจนั้นเป็นการคัดเลือกตัวบุคคลมีความแปลกแยกในด้านความแตกต่างความสัมพันธ์ทางสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งได้อาศัยอยู่ในส่วนแยกย่อยของตลาดในการดำเนินธุรกิจ ฉะนั้นการตีความของอุปสงค์และอุปทานโดยรวมในเรื่องของราคานั้นถึงใช้ไม่ได้ในระบบการคัดเลือก

สิ่งที่นำมาใช้ในเวลาที่ต่อมาคือการวิเคราะห์ระบบการคัดเลือกโดยนำเอาข้อมูลทางด้านสถิติเข้ามาใช้ในการศึกษาตลาด และแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ ในขณะเดียวกันได้เสนอรูปแบบการวิเคราะห์แบบใหม่ที่เรียกว่าการวิเคราะห์แนวทางของสังคมวิทยาว่าบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนในตลาด(ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย) เห็นว่าการเข้าร่วมของทั้งสองฝ่าย(ผู้ซื้อ-ผู้ขาย)ในตลาดอย่างสมัครใจ เนื่องจากการแลกเปลี่ยนนั้นนำมาซึ่งผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย () ซึ่งแตกต่างจาก สำนักนีโอคลาสสิก นั่นคือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการศึกษาในองค์รวมของความสัมพันธ์มาเป็นการศึกษาการแลกเปลี่ยนโดยใช้รูปแบบการแลกเปลี่ยนในสังคมเนื่องจาก

ประการ 1 การแลกเปลี่ยนความผูกพันทางสังคมจากความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคม

ประการที่ 2 ผู้ที่มีส่วนร่วมในตลาดโดยธรรมชาติจะไม่เข้าร่วมหากไม่มีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ

ประการที่ 3 การให้ความสนใจในเรื่องของผลงานต่าง ๆ ที่ผ่านมาต่อสังคมโดยรวม

เห็นด้วยว่า การแลกเปลี่ยนในสังคมนั้นเกิดขึ้นจากการเผชิญหน้าในด้านผลประโยชน์ส่วนตัว รูปแบบของปฏิสัมพันธ์ในสังคมนั้นที่นำมาใช้ในการควบคุมการแลกเปลี่ยน โดยมีรูปแบบตั้งแต่บรรทัดฐานแรกเริ่ม และการคาดการณ์ต่างๆ ปฏิสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วมในการแลกเปลี่ยนและการดำเนินการ จึงกลายเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่ถูกออกแบบมาเพื่อการจัดการแลกเปลี่ยนจนเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดเป็นภาระผูกพันของการลงโทษของกลุ่ม (Blau, 2009, 88-114) สำหรับ ในมุมมองการทำงานของแมคเนล (Macneil, 1980) การวิเคราะห์และการพัฒนาในการแลกเปลี่ยนในตลาดในรูปแบบความสัมพันธ์แบบสัญญา กลายเป็นแรงกระตุ้นของการวิจัยในองค์กรและค้นหาวิธีการจัดการทำงานร่วมกันของผู้สัญญา

ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงานผ่านการคัดเลือกจากการเผชิญหน้าในรูปแบบของผลประโยชน์ส่วนตัวโดยรูปแบบของสัญญา โดยในที่นี้การคลี่คลายปัญหาในสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ได้ถูกแบ่งเป็น 3 แนวทางตามวิถีกฎหมายแนวเศรษฐศาสตร์ คือ สัญญาแบบคลาสสิก สัญญาแบบนีโอคลาสสิก สัญญาชนิดของความผูกพัน จะเน้นในจุดยืนของผู้วิจัยที่จะให้ความสนใจในการศึกษาด้านความสัมพันธ์ทางสังคมสู่ความสัมพันธ์ทางด้านธุรกิจซึ่งเป็นชนิดของสัญญาประเภทความผูกพันในด้านของการจัดการคัดเลือกผู้ส่งมอบสินค้าเนื้อไก่ โดยการเปลี่ยนผ่านในคุณลักษณะของการแลกเปลี่ยนที่อาศัยความผูกพัน จากการศึกษาค้นพบว่าธุรกิจที่พึ่งพาความผูกพันมีระดับอัตราการอยู่รอดสูงกว่าธุรกิจทั่วไป (Uci, 2007, 208-252)

การศึกษาด้านการแลกเปลี่ยนสินค้าจึงได้ให้ความสนใจไปในเรื่องของตัวแปรความผูกพันทางสังคมโดยกำหนดตัวแปรด้านเวลาต่อการวัดระดับความสัมพันธ์ว่าเวลา เป็นตัวบ่งบอกความไม่แน่นอน การลดความไว้วางใจ การตกลงสัญญา ซึ่งเป็นแผนผังทางด้านความคิดในงานของ บิกการ์ท, ได้สร้างค่าน้ำหนักของกฎกติกาในตลาดและมีความผูกพันกับต้นทุนธุรกรรม การฉวยโอกาส ความสัมพันธ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Kjerroll, 2004) การใช้แนวทางของเครือข่ายในการวัดและแสดงเป้าหมายให้มีการแลกเปลี่ยนความผูกพันในตลาดกว้างกว่าความสัมพันธ์ที่ไม่ได้ทำสัญญา โดยเห็นว่าตลาดแบบเครือข่ายมีความสำคัญต่อการเข้าสู่กิจกรรมในตลาด เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือต่อกันระหว่างตัวบุคคล และได้พยายามชี้เห็นว่าเครือข่ายและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นได้ถูกกำหนดจากบรรทัดฐานของสังคม เวลาเป็นตัวกำหนดความผูกพัน ความเชื่อมโยงกันในโครงสร้างของสถาบันกับตลาดคือสำหรับการแลกเปลี่ยนการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Baker, 1990) ซึ่งทำให้เกิดความมั่นคงและลดแรงกดดันด้านการแข่งขัน

การศึกษานี้ปัญหาความสัมพันธ์ร่วมกันของเครือข่ายการค้าของตลาดเฉพาะยังมีให้เห็นน้อยมากในประเทศไทย การศึกษาในภาคใต้เครือข่ายการค้าปลีกของสหกรณ์ค้นพบว่าเกณฑ์การคัดเลือกหุ้นส่วนขึ้นกับประสบการณ์ที่เคยทำงาน และมีการละเมิดในการทำงานที่ตกลงโดยวาจาของผู้ส่งมอบต่อสหกรณ์แต่เป็นแค่ข้อจำกัดเล็กน้อยที่มีผลน้อยมากในการยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพราะธรรมชาติขององค์กรแบบสหกรณ์นั้นไม่ได้เน้นระบบโลจิสติกส์ โดยมีฐานลูกค้าที่แน่นอนทำให้ยังยึดกับการทำงานแบบธรรมเนียมปฏิบัติที่เคยทำงาน ดังนั้นความสัมพันธ์ของร้านค้าปลีกและผู้ส่งมอบสินค้าได้รับการจัดตั้งขึ้นไม่ได้แสดงให้เห็นถึง

การแข่งขันพัฒนาที่รุนแรงในแต่ละพื้นที่ นอกจากเปลี่ยนฐานลูกค้าจึงจะนำเอาหลักการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานมาใช้ซึ่งยังต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน(chinasak and Piyapong ,2014,78) แต่ในงานที่ศึกษาในโครงการวิจัยได้ศึกษาขอบเขตเครือข่ายผู้ค้าไก่ซึ่งมีความแตกต่างกันเนื่องจากเป็นความสัมพันธ์ที่เน้นวาจาและรูปแบบที่ไม่เป็นทางการซึ่งถือว่าต้องอาศัยความผูกพันและความไว้วางใจกันระดับสูง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาการวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่เนื้อ ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยเป็นการวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันทางสังคมที่นำไปสู่การให้คะแนนคัดเลือกผู้ส่งมอบ และการวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการดำเนินกิจการการค้าของผู้ประกอบการไก่

- 3.1.รูปแบบของการวิจัย
- 3.2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3.ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5.การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1.1.การวิจัยภาคสนาม ซึ่งเป็นข้อมูลของผู้ประกอบการค้าไก่เนื้อในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยเป็นการสอบถามขนาดของการค้าประเภทของการค้า ประเภทของการคัดเลือกผู้ส่งมอบโดยความผูกพันและไม่ผูกพันเพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายที่ดีที่สุด จากเงื่อนไขทางสังคมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

3.1.2.การวิจัยเอกสาร ซึ่งเป็นเอกสารหรือตำราเป็นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา และนำมาเป็นเอกสารในการอ้างอิงทฤษฎีและแนวคิดได้แก่ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

3.2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์

3.3.ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ค้าไก่รายย่อย (ปลีก/ส่ง) โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องเป็นผู้ที่ค้าเนื้อไก่ซึ่งเป็นเนื้อไก่ที่ผู้ส่งมอบทั้งรูปแบบของไก่ที่ชำแหละและไก่ที่นำมาชำแหละเอง และต้องมีการซื้อขายไก่ทุกวัน ในพื้นที่ตลาดอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากพื้นที่มีประชากรตามเงื่อนไขดังกล่าวมี 3 ตลาด คือ ตลาดกิมทอง ตลาดสดหาดใหญ่ และตลาดหาดใหญ่ใน โดยประมาณการประชากรในตลาดกิมทองประมาณ 8 ราย ตลาดสดหาดใหญ่ 35 ราย และตลาดหาดใหญ่ใน 2 ราย ทั้งหมด 45 กลุ่มตัวอย่าง

3.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับขนาดของการค้าของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ประจำวัน ได้แก่จำนวนตัวของการสั่งซื้อ จำนวนกิโลกรัม การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อสินค้าไก่ จากจุดของการสำรอง และปริมาณของการค้าของผู้ส่งมอบที่คัดเลือก

ส่วนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ จำนวนผู้ค้าเนื้อไก่ที่ผู้ส่งมอบคัดเลือก ชนิดของความผูกพันในด้านส่งมอบ ราคาที่ส่งมอบ รูปแบบการชำระเงิน สิทธิระหว่างการค้าไก่แบบมีความผูกพันและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ

ส่วนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนธุรกรรมที่เกิดจากสัญญา ระหว่าง และหลังทำสัญญาในการประสานงานเพื่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบไก่ที่มีคุณภาพ ต้นทุนโลจิสติกส์ของการสำรอง การหมุนเวียนทรัพยากรที่มีความแตกต่างกัน ต้นทุนในแง่ของการสั่งซื้อ ต้นทุนของการสำรอง และอื่น ๆ ที่สะท้อนถึงคุณภาพการส่งมอบไก่ของผู้ค้า

ส่วนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาของผู้ค้าเนื้อไก่ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ ได้แก่ ปัญหาในด้านคุณภาพเนื้อไก่ ปัญหาด้านคุณภาพการส่งมอบ และอื่น ๆ

3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ขนาดของการค้าผู้ขายแต่ละราย จากจำนวนตัว จำนวนกิโลกรัมที่จำหน่ายต่อวงรอบหรือจำหน่ายต่อวัน การวิเคราะห์ปริมาณการขาย ยอดการขายประจำ ยอดการขายปลีกประจำวัน โดยมีหน่วยเป็น กก.,ตัว,ชิ้น,% เพื่อศึกษาปริมาณที่พอเหมาะในด้านของการสำรองและความหลงเหลือของไก่ และการกำหนดปริมาณการสำรองที่ไม่ก่อให้เกิดการเสียหาย และสูญเสียทรัพยากรด้านการสำรองเกินความจำเป็น

2.การวิเคราะห์ความผูกพันระหว่างผู้ค้าไก่ และผู้ส่งมอบเนื้อไก่ บนเงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจต่อกัน ในฐานะของ ญาติ คนรู้จัก พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าค้าปลีกในท้องถิ่น ฟาร์มไก่ ที่สะท้อนให้เห็นถึงการทำงานระหว่างกัน และเงื่อนไขที่เป็นตัวกลางด้านการค้าที่ก่อให้เกิดการค้าขายในระยะยาวระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในตลาดในฐานะของเงินสด เงินเชื่อ ประเภทของเนื้อไก่ที่สะท้อนถึงความต้องการของลูกค้า เงื่อนไขของขั้นตอนการสั่งซื้อตามโปรแกรมสั่งซื้อ เงื่อนไขของการสั่งซื้อประจำ เงื่อนไขของการสั่งซื้อแบบไม่ประจำ เงื่อนไขในด้านของขนาดราคา คุณภาพของไก่ที่แตกต่างกัน การส่งมอบ จำนวนตรงตามความต้องการ คุณภาพเป็นที่ต้องการของลูกค้า และอื่น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเงื่อนไขของความผูกพันการทำงานของหุ้นส่วนระยะยาวโดยสะท้อนให้เห็นในรูปของต้นทุน

3.การวิเคราะห์ต้นทุนธุรกรรมระหว่างและหลังสัญญาของการสั่งซื้อ ซึ่งต้นทุนธุรกรรมของการสั่งซื้อคือการติดต่อประสานงาน การร่วมงานในระยะยาว(ลูกค้าประจำ) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนในการประสานงาน และต้นทุนธุรกรรมหลังทำสัญญาเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากความเสื่อมค่าของไก่ เช่น สีของไก่ไม่ได้ตามคุณภาพ การขายไก่เป็นการขายต่างวงรอบก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนในมูลค่าและความเสื่อมค่าของมูลค่าไก่ รวมไปถึงต้นทุนโลจิสติกส์ด้านการจัดซื้อ ในด้านต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนในการเคลื่อนย้าย การกำหนดขนาดการสั่งซื้อที่ไม่ส่งผลต่อต้นทุน

ในด้านการสำรอง รวมไปถึงต้นทุนในแง่ของการหมุนเวียนทรัพยากร และอื่นที่สะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ของการทำงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

4.การวิเคราะห์ปัญหาของผู้ค้าไม้จากการคัดเลือกผู้ส่งมอบที่ผู้ค้าไม้ได้เผชิญ ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งมอบ ปัญหาในด้านคุณภาพ และปัญหาอื่น ๆ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเงื่อนไขของการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ดังต่อไปนี้

4.1.การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.1.การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

- 1)ข้อมูลของผู้ค้าไก่
 - 1.1)ข้อมูลทั่วไปผู้ค้าไก่
 - 1.2)การเข้ามาดำเนินกิจการ
 - 1.3)ระยะเวลาดำเนินการ
- 2)ขนาดการค้าไก่
 - 2.1)ขนาดการค้าซื้อ
 - 2.2)ขนาดการค้าจำหน่าย
 - 2.3)ขนาดการค้าสำรอง

3)ประเภทของการจำหน่าย

4.1.2. . การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

- 1) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย
 - 1.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย
 - 1.2) การสั่งซื้อ
 - 1.3) ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบ
 - 1.4) การชำระ
- 2) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย
 - 2.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย
 - 2.2) การสั่งซื้อ
 - 2.3) ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบ
 - 2.4) การชำระ
- 3) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย
 - 3.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย
 - 3.2) การสั่งซื้อ
 - 3.3) ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบ
 - 3.4) การชำระ

4.1.3.การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

1.1) การวิเคราะห์ต้นทุนการสั่งซื้อ

1.2) การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิต และต้นทุนธุรกรรมของการ

แปรสภาพไก่

1.3) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(1) การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง

(2) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

1.4) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง

1.5) ต้นทุนธุรกรรมในการแก้ไขปัญหาคุณภาพไก่ต่อวัน

1.6) การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายไก่เนื้อ

2) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

2.1) การวิเคราะห์ต้นทุนการสั่งซื้อ

2.2) การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิต และต้นทุนธุรกรรมของการ

แปรสภาพไก่

2.3) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(1) การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง

(2) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

2.4) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง

2.5) ต้นทุนธุรกรรมในการแก้ไขปัญหาคุณภาพไก่ต่อวัน

2.6) การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายไก่เนื้อ

3) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

3.1) การวิเคราะห์ต้นทุนการสั่งซื้อ

3.2) การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิต และต้นทุนธุรกรรมของการ

แปรสภาพไก่

3.3) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(1) การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง

(2) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

3.4) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง

3.5) ต้นทุนธุรกรรมในการแก้ไขปัญหาคุณภาพไก่ต่อวัน

3.6) การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายไก่เนื้อ

4.1.4.การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1) ปัญหาผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

2) ปัญหาผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

3) ปัญหาผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

4.2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีหัวข้อดังต่อไปนี้

4.2.1.การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1) ข้อมูลของผู้ค้าไก่

1.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้า

ตารางที่ 4.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้า (หน่วย : คน)

	จำนวนผู้ค้าเนื้อไก่			รวม
	ตลาดกิมทอง	ตลาดสด	ตลาดหาดใหญ่ใน	
จำนวน(ราย)	8	35	2	45
ร้อยละ	17.78	77.78	4.44	100

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารังนี้มีทั้งหมด 35 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ค้าไก่ตลาดกิมทอง 8 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.78 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ค้าไก่ตลาดสด 35 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77.78 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และผู้ค้าไก่ตลาดหาดใหญ่ใน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 4.44 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยผู้ค้าไก่ทุกรายเป็นผู้นับถือศาสนาอิสลาม

1.2) การเข้ามาดำเนินกิจการ

ตารางที่ 4.2 การเข้ามาดำเนินกิจการ (หน่วย : คน)

ตลาด		เครือข่าย	เพื่อนร่วมอาชีพ	รู้จักกับ คนขาย โดยตรง	สืบทอด กิจการ	รวม
กิมทอง	จำนวน(ราย)			1	7	8
	ร้อยละ	-	-	2.22	15.56	17.78
สด	จำนวน(ราย)	1	3	6	25	35
	ร้อยละ	2.22	6.67	13.33	55.56	77.78
หาดใหญ่ ใน	จำนวน(ราย)				2	2
	ร้อยละ	-	-	-	4.44	4.44
รวม	จำนวน(ราย)	1	3	7	34	45
	ร้อยละ	2.22	6.67	15.56	75.56	100

การเข้ามาดำเนินกิจการของผู้ค้าเนื้อไก่ของผู้ค้าในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ การเข้ามาโดยอาศัยเครือข่ายกับผู้ค้าโดยผ่านธุรกิจอื่นมาก่อน , การเข้ามาโดยอาศัยเพื่อนร่วมอาชีพ, การเข้ามาโดยการรู้จักกับผู้ส่งมอบหรือผู้ขายสินค้าโดยตรง และ การเข้ามาโดยอาศัยการสืบทอดกิจการจากรุ่นสู่รุ่น

การเข้ามาโดยอาศัยเครือข่ายคือเป็นเครือข่ายกับผู้ขายหรือผู้ส่งมอบในด้านการค้ามาก่อน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.22 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งเป็นผู้ค้าอยู่ในตลาดสดทั้งหมด การเข้ามาดำเนินกิจการเนื่องจากเป็นผู้รวมอาชีพกับผู้ค้าไก่ในตลาดมาก่อนแล้วมาแยกแผงจำหน่ายเป็นของตนเองจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซึ่งเป็นผู้ค้าในตลาดสดทั้งหมด การเข้ามาดำเนินกิจการของผู้ค้าไก่เนื่องจากรู้จักผู้ค้าโดยตรงจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.56 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งเป็นผู้ค้าในตลาดกิมหยง 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.22 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด และตลาดสด 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด และการเข้ามาดำเนินกิจกรรมโดยการสืบทอดกิจการจากพ่อ แม่ ญาติ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้แก่ผู้ค้าในตลาดกิมหยง 7 รายคิดเป็นร้อยละ 15.56 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ผู้ค้าไก่ในตลาดสด 25 รายคิดเป็นร้อยละ 55.56 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด และตลาดหาดใหญ่ใน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.44 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด

1.3) ระยะเวลาดำเนินการ

ตารางที่ 4.3 ระยะเวลาดำเนินการ

(หน่วย : คน)

ตลาด		ระยะเวลาดำเนินการ			รวม
		5-10 ปี	15-20 ปี	มากกว่า 20 ปี	
กิมหยง	จำนวน(ราย)	-	3	5	8
	ร้อยละ	-	6.67	11.11	17.78
สด	จำนวน(ราย)	16	11	8	35.00
	ร้อยละ	35.56	24.44	17.78	77.78
หาดใหญ่ใน	จำนวน(ราย)	-	2	-	2
	ร้อยละ	-	4.44	-	4.44
รวม	จำนวน(ราย)	16	16	13	45
	ร้อยละ	35.56	35.56	28.89	100

ระยะเวลาของการเข้ามาดำเนินกิจการผู้วิจัยได้แบ่งแยกตามช่วง 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงผู้ค้าไก่ระยะเวลา 5 ปี - 10 ปี ,ผู้ค้าไก่ระยะเวลา 15 ปี -20 ปี ,ผู้ค้าไก่ระยะเวลา และผู้ค้าไก่ระยะเวลา มากกว่า 20 ปี

ผู้ค้าไก่ที่ได้ดำเนินการระยะเวลา 5 ปี -10 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.56 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ซึ่งเป็นผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด ผู้ค้าที่ดำเนินการ 15ปี -20 ปีมีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.56 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ได้แก่ ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง 3 รายคิดเป็นร้อยละ 6.67 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ตลาดสด 11 รายคิดเป็นร้อยละ 24.44 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง ตลาดหาดใหญ่ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.44 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด และผู้ค้าที่ที่ดำเนินการเป็นระยะเวลา มากกว่า 20 ปีมีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.89 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยแบ่งเป็นผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง 5 รายคิดเป็นร้อยละ 11.11 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ผู้ค้าไก่ในตลาดสด 8 รายคิดเป็นร้อยละ 17.78 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด

2) ขนาดของการค้าไก่

2.1)ขนาดของการซื้อ

ตารางที่4.4 ขนาดของการค้าไก่/วัน

(หน่วย : คน)

ตลาด		ขนาดของการสั่งซื้อ/วัน(กก.)					รวม(กก.)
		30-50	60-80	100-120	130-150	300	
กิมทอง	จำนวน(ราย)	4	2	2	-	-	8
	ร้อยละ	50	25	25	-	-	100
สด	จำนวน(ราย)	5	10	14	5	1	35
	ร้อยละ	14.29	28.57	40	14.29	2.86	100
หาดใหญ่ใน	จำนวน(ราย)	-	-	1	1	-	2
	ร้อยละ	-	-	50	50	-	100
รวม	จำนวน(ราย)	9	12	17	6	1	45
	ร้อยละ	20	26.67	37.78	13.33	2.22	100

ขนาดของการสั่งซื้อไก่ของผู้ส่งมอบไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่นั้นผู้วิจัยได้แบ่งแยกตามช่วงของเท็จจริงของขนาดของการสั่งซื้อในแต่ละวัน ได้แก่ ขนาดของการสั่งซื้อ 30-50 กก จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 20ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ,ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 60-80 กก.มีจำนวน12 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ,ขนาดของการสั่งซื้อ100-120 กก.มีจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.78 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ,ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 130-150 กก.มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด เนื่องจากผู้ค้าไก่ได้สั่งซื้อจากผู้ส่งมอบมีหน่วยเป็นจำนวนตัวไก่ ทำให้ขนาดของการค้าจึงมีความไม่แน่นอนเมื่อพิจารณาตามน้ำหนัก และผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 300 กก. มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.22 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ซึ่งมีการสั่งซื้อเป็นกิโลกรัม

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองมีขนาดของการสั่งซื้อระหว่าง 30-50 กก.,60-80 กก. และ 100-120 กก. เนื่องจากช่วงเวลาการจำหน่ายเป็นช่วงเวลาที่สันดิ่งวันเท่านั้น ซึ่งพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 30-50 กก.เป็นผู้ค้าที่แพงค้าไก่อยู่ภายในตลาดมีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองทั้งหมด ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 60-80 กก. เนื่องจากมีตำแหน่งของแพงระหว่างทางเข้าตลาด มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองทั้งหมด และผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 100-120 กก. ซึ่งตำแหน่งของแพงอยู่นอกตลาด มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีขนาดของการสั่งซื้อทุกช่วงการค้าเนื่องจากการละของขนาดการขายที่แตกต่างกันเนื่องจากการจำหน่ายตามขนาดของการสั่งซื้อการสั่งซื้อในแต่ละวัน และความ

มันคงของลูกค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 30-50 กก.มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.24 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 60-80 กก.มีจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 100-120 กก. มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 130-150 กก. มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด และผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 300 กก.มีจำนวน 1 ราย

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดขนาดใหญ่ในมีการจำหน่ายตลอดทั้งวันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีขนาดของการสั่งซื้อ 100 -1 20 กก. จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดขนาดใหญ่ทั้งหมด และผู้ค้าไก่ที่มีขนาดของการสั่งซื้อ 130-150 ราย มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดขนาดใหญ่ทั้งหมด

2.2) ขนาดของการจำหน่าย

ตารางที่ 4.5 ขนาดของการจำหน่ายเฉลี่ย/วัน ณ ช่วงชั้นการค้า (หน่วย : กก.)

ตลาด	ขนาดของการจำหน่ายเฉลี่ย/วัน ณ ช่วงชั้นการค้า				
	30-50	60-80	100-120	130-150	300
กิมทอง	36.25	60	100	-	-
สด	38	69	111.43	146	240
หาดใหญ่	-	-	100.00	150.00	-
รวม	37.22	67.50	109.41	146.67	240

จากตารางขนาดการจำหน่ายในแต่ละวันนั้นจะไม่มีมีความแตกต่างกันมากนัก ผู้วิจัยจึงได้ใช้การอธิบายขนาดของการจำหน่ายโดยค่าเฉลี่ยในแต่ละวัน จากช่วงของขนาดการค้าไก่ 30-50 กก.,ขนาดการค้า 60-80 กก. ขนาดการค้า 100-120 กก.ขนาดการค้า 130-150 กก.และขนาดการค้า 300 กก.ดังนี้

ขนาดการค้าไก่ 30-50 กก.มีขนาดของการจำหน่ายทั้ง 3 ตลาด เฉลี่ย 37.22 กก.โดยผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 36.25 กก.ผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 28.00 กก. ขนาดการค้าไก่ 60-80 กก.มีขนาดการจำหน่ายทั้ง 3 ตลาด เฉลี่ย 67.50 กก. โดยผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 60.00 กก. และผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 69 กก. ขนาดการค้าไก่ 100-120 กก.มีขนาดการจำหน่ายทั้ง 3 ตลาด เฉลี่ย 109.41 กก.โดยผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 100 กก. ผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 111.43 กก.และผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่มีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 100 กก. ขนาดการค้าไก่ 130-150 กก.มีขนาดการจำหน่ายทั้ง 3 ตลาด เฉลี่ย 146.67 กก.โดย ผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 146 กก.และผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่มีขนาดการจำหน่ายเฉลี่ย 150.00 กก. ขนาดการค้าไก่ 300 กก.ซึ่งมีเฉพาะผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีขนาดการค้าเฉลี่ย 240 กก.

2.1) ขนาดการสำรองประจำวัน

ตารางที่ 4.6 ขนาดการสำรองเฉลี่ย/วัน ณ ช่วงการดำ

(หน่วย : กก.)

ตลาด	ขนาดการสำรองเฉลี่ย/วัน ณ ช่วงการดำ				
	30-50	60-80	100-120	130-150	300
กิมหยง	3.75	3.50	10	-	-
สด	13.00	6.25	8.93	7	60
หาดใหญ่ใบ	-	-	10	10	-
รวม	8.89	5.79	9.12	7.50	60

จากตารางขนาดของการสำรองเฉลี่ยต่อวันจากขนาดการดำ 30 -50 กก, ขนาดการดำ 60-80 กก.,ขนาดการดำ 100-120 กก.,ขนาดการดำ 130-150 กก.และขนาดการดำ 300 กก.ดังต่อไปนี้

ขนาดการดำ 30 -50 กก.มีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ยทั้ง 2 ตลาดคือตลาด กิมหยง และตลาดสด 8.89 กก. โดยผู้ดำในตลาดกิมหยงมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 3.75 กก.และ ผู้ดำในตลาดสดมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 13 กก.

ขนาดการดำ 60 -80 กก.มีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ยทั้ง 2 ตลาดคือตลาดกิมหยง และตลาดสด 5.79 กก. โดยผู้ดำไก่ในตลาดกิมหยงมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 3.50 กก. และ ผู้ดำไก่ในตลาดสดมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 6.25 กก.

ขนาดการดำ 100-120 กก.มีขนาดการดำสำรองต่อวันเฉลี่ยทั้ง 3 ตลาด 9.12 กก. โดยผู้ดำไก่ในตลาดกิมหยงและตลาดหาดใหญ่มีขนาดการสำรองต่อวันเท่ากันคือมีขนาดการสำรองเฉลี่ย 10 กก.,ผู้ดำไก่ในตลาดสดมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 8.93 กก.

ขนาดการดำ 130-150 กก.มีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ยทั้ง 2 ตลาดคือตลาด หาดใหญ่ใบและตลาดสด 7.50 กก.โดยผู้ดำไก่ในตลาดสดมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 7 กก. และผู้ดำไก่ในตลาดหาดใหญ่ใบมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 10 กก.

และขนาดการดำ 300 กก.ซึ่งเป็นผู้ดำไก่ในตลาดสดมีขนาดการสำรองต่อวันเฉลี่ย 60 กก.

จากการอธิบายการดำ ขนาดของการจำหน่าย(จำหน่าย) และและขนาดของการสำรองที่ หลงเหลืออยู่นั้น จึงเป็นขนาดของการดำประจำวงรอบหรือประจำวันดังสมการดังต่อไปนี้

$$TD - TS = R \quad \dots (4.1)$$

กำหนดให้
 TD = ขนาดการดำ
 TS = จำหน่ายของการจำหน่าย
 R = ขนาดของการสำรอง

3) ประเภทของการจำหน่าย

ตารางที่ 4.7 จำนวนผู้ค้า ณ ขนาดการค้า และสัดส่วนของการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า(หน่วย : คน)

สัดส่วนประเภทการจำหน่าย	จำนวนผู้ซื้อ ณ ขนาดการค้า					รวม	ร้อยละ
	30-50	60-80	100-120	130-150	300		
ลูกค้าประจำ : ชาวกร							
กิมหยง							
20%:80%	1		2			3	37.5
50%:50%	1					1	12.5
60%:40%	1					1	12.5
80%:20%		1				1	12.5
90%:10%		1				1	12.5
100%:0%	1					1	12.5
รวม	4	2	2	-	-	8	100
สด							
25%:75%			1			1	2.86
30%:70%	2					2	5.71
50%:50%		4	4	2		10	28.57
60%:40%		3	1			4	11.43
70%:30%					1.00	1	2.86
80%:20%	3		5	3		11	31.43
100%:0%		3	3			6	17.14
รวม	5	10	14	5	1.00	35	100
หาดใหญ่ใ							
50%:50%			1	1		2	100
รวม			1	1		2	100
รวมทั้งหมด	9	12	17	6	1	45	
ร้อยละ	20	26.67	37.78	13.33	2.22	100	

จากตารางเห็นได้ว่าขนาดการค้าใ้ของผู้ค้าใ้มีสัดส่วนที่แตกต่างกันตามขนาดการค้า โดยช่วงขนาดการค้า 30-50 กก.มีสัดส่วนร้อยละ 20.00 ของผู้ค้าใ้ทั้งหมด ช่วงขนาดการค้า 60-80 มีสัดส่วนร้อยละ 26.67 ของผู้ค้าใ้ทั้งหมด ช่วงขนาดการค้า 100-120 กก.มีสัดส่วนร้อยละ 37.78 ของผู้ค้าใ้ทั้งหมด ช่วงขนาดการค้า 130-150 กก.มีสัดส่วนร้อยละ 13.33 กก.ของผู้ค้าใ้ทั้งหมด ซึ่งแต่ละตลาดมีประเภทของการจำหน่ายที่แบ่งตามสัดส่วนลูกค้าประจำ และลูกค้าชาวกรดังต่อไปนี้

ผู้ค้าใ้ในตลาดกิมหยง 8 ราย มีผู้ค้าใ้ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาวกร ร้อยละ 20 : 80 จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 ของผู้ค้าใ้ในตลาดกิมหยงทั้งหมด และผู้ค้าใ้ที่มีผู้ค้าใ้ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาวกร ร้อยละ 50 : 50 ,ร้อยละ 60:40,ร้อยละ 80:20 และ ลูกค้าประจำทั้งหมด จำนวนสัดส่วนละ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ของผู้ค้าใ้ในตลาดกิมหยงทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ในตลาดสด 35 ราย มีผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำมีผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร ร้อยละ 25 : 75 จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร ร้อยละ 30 : 70 จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.71 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร ร้อยละ 50 : 50 จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร ร้อยละ 60 : 40 จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.43 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร ร้อยละ 70 : 30 จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร ร้อยละ 80 : 20 จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.43 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำทั้งหมด จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.43 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสดทั้งหมด

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ 2 ราย มีผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำมีผู้ค้าไก่ที่มีประเภทของลูกค้าประจำ :ลูกค้าชาจร :ชาจร เท่ากันคือร้อยละ 50 : 50 ทั้งหมด

4.2.2. การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

เนื่องจากพบว่าผู้ค้าไก่ทั้งหมดในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นผู้ค้าไ้ที่นับถือศาสนาอิสลาม จึงมีการบริโภคในด้านความสะอาดตามหลักการศาสนาทำให้การค้าไก่จึงมีการคัดเลือกผู้ขายหรือผู้ส่งมอบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อการบริโภค (หน่วย :คน)

ตลาด		ข้อมูลที่มีความจำเป็นในการบริโภค			รวม
		ไก่ซาก		ไก่เป็น	
		มีฮาดราลาล	มุสลิมต้องเป็นคนเชือด	เชือดด้วยตนเอง	
กิมทอง	จำนวน(คน)		8		8
	ร้อยละ	-	100	-	100
สด	จำนวน(คน)	2	31	2	35
	ร้อยละ	5.71	88.57	5.71	100
หาดใหญ่ใน	จำนวน(คน)		1	1	2
	ร้อยละ	-	50	50	100
รวมทั้งหมด		จำนวน(คน)	40	3	45

	ร้อยละ	4.44	88.89	6.67	100
--	--------	------	-------	------	-----

จากตารางเห็นได้ว่าข้อมูลที่มีความจำเป็นต้องอนุญาตในการบริโภคตามหลักการศาสนาอิสลามที่ผู้ค้าไก่คัดเลือกได้แก่ข้อมูล 3 ประการ ได้แก่ มีตราฮาลาล มุสลิมต้องเป็นผู้เชือด และการเชือดด้วยตนเอง โดยผู้ค้าทั้ง 3 ตลาดนี้พบว่าไม่มีความแตกต่างกันในด้านการคัดเลือกเกี่ยวกับข้อมูลที่อนุญาตให้มุสลิมบริโภคได้

ผู้ค้าไก่ในตลาดตลาดกิมหยงพบว่าผู้ค้าไก่ 8 คน ใช้บริการไก่ซากจากผู้ส่งมอบทั้งหมด และคัดเลือกโดยใช้ข้อมูลมุสลิมจะต้องเป็นผู้เชือดคือกรับรู้ว่าโรงฆ่าสัตว์ที่ตนใช้บริการจะต้องมีมุสลิมเท่านั้นที่ทำการเชือดไก่ และมีขั้นตอนที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดพบว่าผู้ค้าไก่ทั้งหมด 35 คน ใช้บริการไก่ซาก 33 คน และ ไก่เป็นจากฟาร์ม 2 คน โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการไก่ซากมีการใช้บริการที่เป็นโรงเชือดและฟาร์มโดยข้อมูลที่ใช้สำหรับการประกันการอนุญาตในการบริโภคคือมีตราฮาลาลที่ได้รับการรับรองจากสำนักกิจการทางศาสนาซึ่งหมายถึง มุสลิมเป็นผู้เชือดและมีการเชือดตามขั้นตอนที่ศาสนาอิสลามอนุญาตให้บริโภคได้

การคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่

การคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ประกอบด้วยการคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบ 1 คน ผู้ส่งมอบ 2 คน และผู้ส่งมอบ 3 คน โดยการคัดเลือกผู้ส่งมอบแต่ละคนมีเงื่อนไขด้านการค้าที่มีความผู้พันธ์กับผู้ค้าไก่ การกำหนดเงื่อนไขระยะเวลา การกำหนดวิธีการสั่งซื้อ ราคา ปริมาณ การชำระเงิน และคุณภาพดังต่อไปนี้

จำนวนผู้ส่งมอบ

ผู้ค้าไก่ที่มีการคัดเลือกจำนวนผู้ส่งมอบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 จำนวนผู้ส่งมอบที่ผู้ค้าไก่ใช้บริการ

ตลาด		จำนวนผู้ส่งมอบเนื้อไก่(ราย)			รวม
		1	2	3	
กิมหยง	จำนวน(คน)	4	2	2	8
	ร้อยละ	50	25	25	100
สด	จำนวน(คน)	28	5	2	35
	ร้อยละ	80	14.29	5.71	100
หาดใหญ่	จำนวน(คน)	2	-	-	2
	ร้อยละ	100	-	-	100
รวมทั้งหมด	จำนวน(คน)	34	7	4	45
	ร้อยละ	75.56	15.56	8.89	100

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ได้มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ 1 คน , 2 คน และ 3 คนโดยพบว่าผู้ค้าไก่ได้คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 75.56 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด และผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 ของผู้ค้าไก่ทั้งหมด

ตลาดกิมหยงพบว่ามีผู้ค้าไก่ได้คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง

ตลาดสดพบว่ามีผู้ค้าไก่ได้คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสด ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสด ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ของผู้ค้าไก่ในตลาดสด

ตลาดหาดใหญ่พบว่ามีผู้ค้าไก่ได้คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 2 คน ซึ่งเป็นทั้งหมดของผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ใน

1) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

1.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

จากการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ 1 รายมีความผูกพันกับผู้ค้าไก่ดังต่อไปนี้ตารางที่ 4.10 การแบ่งแยกความผูกพันและประเภทของความผูกพัน

ตลาด		มีความผูกพัน					ไม่มี	รวม	ทั้งหมด
		ความผูกพัน ¹ ท้องถิ่นเดียวกัน	เครือข่าย ²	ญาติ ³	หุ้นส่วน ⁴	รวม			
กิมหยง	จำนวน(คน)	-	-	3	-	3	1	1	4
	ร้อยละ	-	-	100	-	75	100	25	100

¹ ความผูกพันท้องถิ่นเดียวกัน คือ ผู้ค้าไก่มีความผูกพันกับผู้ชายหรือผู้ส่งมอบโดยเป็นผู้ที่อาศัยในหมู่บ้านหรือท้องถิ่นเดียวกันซึ่งเป็นผู้ที่รู้จักมาก่อนที่จะจัดตั้งกิจการค้าไก่เนื้อ

² เครือข่าย คือ ผู้ค้าไก่มีความผูกพันกับผู้ชายหรือผู้ส่งมอบโดยเป็นผู้ที่รู้จักมาก่อนแต่ไม่เคยร่วมธุรกิจ และไม่ใช่อาศัยพื้นที่เดียวกัน เช่น เพื่อน

³ ญาติ คือ ผู้ค้าไก่มีความผูกพันกับผู้ชายหรือผู้ส่งมอบโดยมีความผูกพันเป็นญาติมาก่อน

⁴ หุ้นส่วน คือ ผู้ค้าไก่มีความผูกพันกับผู้ชายหรือผู้ส่งมอบมาก่อนโดยการทำธุรกิจร่วมกัน เช่น การทำธุรกิจไก่ด้วยกันแล้วมาแบ่งแยกขายภายหลัง

ตลาด		มีความผูกพัน					ไม่มี	รวม	ทั้งหมด
		ความ ผูกพัน ¹ ท้องถิ่น เดียวกัน	เครือข่าย ²	ญาติ ³	หุ้นส่วน ⁴	รวม			
โรงเชือด	จำนวน(คน)	-	-	3		3	1	1	4
	ร้อยละ	-	-	4		75	100	25	100
สด	จำนวน(คน)	2	5	11	2	20	8	8	28
	ร้อยละ	10	25	55	10	71.43	100	28.57	100
บริษัท:ซีพี	จำนวน(คน)	-	-	-	-	-	1	1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	3.57	3.57	3.57
บริษัท:เบทาโกร	จำนวน(คน)	-	-	-	-	-	1	1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	100	3.57	3.57
บริษัท:ภาคใต้ ค้าเนื้อสัตว์	จำนวน(คน)	-	1	-	-	1	-	-	1
	ร้อยละ	-	5	-	-	3.57	-	-	3.57
บริษัท: ลดาวัลย์ฟาร์ม โคกโพธิ์ปัตตานี	จำนวน(คน)	-	1	-	-	1	3	3	4
	ร้อยละ	-	5	-	-	3.57	100	10.71	14.29
บริษัท:ลูกปลา ฟาร์ม จำกัด	จำนวน(คน)	-	-	2	-	2	-	-	2
	ร้อยละ	-	-	10	-	7.14	-	-	7.14
โรงเชือด	จำนวน(คน)	2	3	9	2	16	2	2	18
	ร้อยละ	10	15	45	10	57.14	100	7.14	64.29
ห้องเย็น	จำนวน(คน)	-	-	-	-	-	1	1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	100	3.57	3.57
หาดใหญ่ใน	จำนวน(คน)	-	-	-	-	-	2	2	2
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	100	100	100
บริษัท:ภาคใต้ ค้าเนื้อสัตว์	จำนวน(คน)	-	-	-	-	-	1	1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	50	50	100
โรงเชือด	จำนวน(คน)	-	-	-	-	-	1	1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	50	50	100
รวมทั้งหมด	จำนวน(คน)	2	5	14	2	23	11	11	34
	ร้อยละ	18.18	45.45	127.27	18.18	67.65	100	32.35	100

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 34 คน โดยแบ่งเป็นผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 67.65 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย และผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่ไม่มีความผูกพันจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 32.35 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย โดยมีรายละเอียดของความผูกพันระหว่างผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 4 คน เป็นผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ในตลาดกิมหยง โดยผู้ส่งมอบทั้งหมดนั้นเป็นโรงเชือดไก่ชนิดญาติ และผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่ไม่มีความผูกพันจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ในตลาดกิมหยง

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 28 คน เป็นผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ในตลาดสด โดยผู้ค้าไก่มีชนิดความผูกพันแบบท้องถิ่นเดียวกันกับผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งเป็นผู้ส่งมอบแบบโรงเชือด คิดเป็นร้อยละ 10 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ในตลาดสด โดยมีชนิดความผูกพันในท้องถิ่นเดียวกัน แบบเครือข่าย แบบญาติ และแบบหุ้นส่วนดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันในท้องถิ่นเดียวกันกับผู้ส่งมอบ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย แบบผูกพัน ซึ่งเป็นโรงเชือด

ความผูกพันแบบเครือข่ายกับผู้ส่งมอบ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย แบบผูกพันในตลาดสด ได้แก่ผู้ส่งมอบบริษัท:ภาคใต้ต้าเนื้อสัตว์ (พนักงานชาย) 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย แบบผูกพันในตลาดสด,ผู้ส่งมอบบริษัท:ลาดวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี(พนักงานชาย) 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพันในตลาดสด,ผู้ส่งมอบโรงเชือด 3 คน ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพันในตลาดสด

ความผูกพันแบบญาติกับผู้ส่งมอบจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพันในตลาดสด ได้แก่ ผู้ส่งมอบ บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพันในตลาดสด ,ผู้ส่งมอบโรงเชือด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 คิดเป็นร้อยละ 45 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพันในตลาดสด

ความผูกพันแบบหุ้นส่วนกับผู้ส่งมอบจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบผูกพัน ได้แก่ผู้ส่งมอบโรงเชือด

และผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบแบบไม่ผูกพัน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายในตลาดสด

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 2 คน เป็นผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ค้า

1.2) การสั่งซื้อ

การสั่งซื้อเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่กับผู้ส่งมอบนั้นมีทั้งรูปแบบของการโทรศัพท์ การแจ้งระหว่างวันต่อวัน และการสั่งซื้อโดยไม่มีออเดอร์หรือไม่มีคำสั่งซื้อเนื่องจากเป็นปริมาณการสั่งซื้อที่มีทุกวันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีวิธีการสั่งซื้อดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 วิธีการสั่งซื้อของผู้ค้าไก่และชนิดของความผูกพัน ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย(หน่วย : คน)

ตลาด/ผูกพันหรือไม่/ชื่อผู้ส่งมอบ		ผู้ขาย		ผู้ซื้อ		รวมผู้ซื้อ	ไม่มีคำสั่งซื้อ	รวม
		โทรศัพท์	แจ้ง	โทรศัพท์				
กิมทอง				3		3	1	4
มี	จำนวน (คน)			2		2	1	3
	ร้อยละ	-	-	75		75	25	100
โรงเชือด	จำนวน (คน)			2		2	1	3
	ร้อยละ	-	-	66.67		66.67	33.33	100
ไม่มี	จำนวน (คน)			1		1		1
	ร้อยละ	-	-	25		25	-	25
โรงเชือด	จำนวน (คน)			1		1		1
	ร้อยละ	-	-	100		100	-	100
สด		11	1	4		5	12	28
มี	จำนวน (คน)	6	1	2		3	11	20
	ร้อยละ	21.43	3.57	7.14		10.71	39.29	71.43
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	จำนวน (คน)						1	1
	ร้อยละ	-	-	-		-	5	5
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์ม โดกโพธิ์ปัตตานี	จำนวน (คน)	1						1
	ร้อยละ	5	-	-		-	-	5
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	จำนวน (คน)						2	2

ตลาด/ผูกพันหรือไม่/ชื่อผู้ส่งมอบ		ผู้ชาย	ผู้ซื้อ		รวมผู้ซื้อ	ไม่มีคำสั่งซื้อ	รวม
		โทรศัพท์	แจ้ง	โทรศัพท์			
	ร้อยละ	-	-	-	-	10	10
โรงเชือด	จำนวน (คน)	5	1	2	3	8	16
	ร้อยละ	25	5	10	15	40	80
ไม่มี	จำนวน (คน)	5		2	2	1	8
	ร้อยละ	17.86	-	7.14	7.14	3.57	28.57
บริษัท:ซีพี	จำนวน (คน)	1					1
	ร้อยละ	12.50	-	-	-	-	12.50
บริษัท:เบทาโกร	จำนวน (คน)	1					1
	ร้อยละ	12.50	-	-	-	-	12.50
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์ม โดกโพธิ์ปัตตานี	จำนวน (คน)	2		1	1		3
	ร้อยละ	25	-	12.50	12.50	-	37.50
โรงเชือด	จำนวน (คน)	1				1	2
	ร้อยละ	12.50	-	-	-	12.50	25.00
ห้องเย็น	จำนวน (คน)			1	1		1
	ร้อยละ	-	-	12.50	12.50	-	12.50
หาดใหญ่ใบ				2	2		2
ไม่มี	จำนวน (คน)			2	2		2
	ร้อยละ	-	-	100	100	-	100
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	จำนวน (คน)			1	1		1
	ร้อยละ	-	-	50	50	-	50
โรงเชือด	จำนวน (คน)			1	1		1
	ร้อยละ	-	-	50	50	-	50
รวม		11	1	9	10	13	34

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย มีวิธีการสั่งซื้อ 3 รูปแบบคือ การสั่งซื้อโดยผู้ซื้อหรือผู้ค้าไก่ การสั่งซื้อโดยผู้ส่งมอบรับคำสั่งซื้อจากผู้ค้าไก่ และไม่มีคำสั่งซื้อ

ภายในวิธีการ 3 แบบ คือ การแจ้ง การโทรศัพท์ และไม่มีคำสั่งซื้อ ทำให้มีค่าใช้จ่ายต้นทุนธุรกรรมในการสั่งซื้อดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่ใช้บริการผู้ส่งมอบเนื้อไก่ 1 ราย พบว่าจากผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง 4 รายนั้นพบว่าผู้ค้าไก่จำเป็นจะต้องโทรปริมาณเนื้อไก่ที่ต้องการตามความต้องการแต่ละวัน ซึ่งจากการสอบถามนั้นพบว่าขนาดความต้องการเนื้อไก่ของผู้ค้าไคนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของการสำรองหรือขนาดของการหลงเหลือเมื่อวาน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ชาย 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่มีความผูกพันกับผู้ชาย และผู้ค้าไก่ที่ไม่ออร์เดอร์จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่มีความผูกพันกับผู้ชาย ได้แก่ โรงเชือด ในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบมีจำนวน 1 ราย ซึ่งมีการสั่งซื้อโดยผู้ซื้อไก่ และมีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดหรือตลาดปลาที่ใช้บริการผู้ส่งมอบเนื้อไก่ 1 ราย พบว่าจากจำนวนผู้ค้าไก่ 28 ราย แบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.42 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย แบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ โดยแบ่งออกเป็นคำสั่งซื้อโดยผู้ชายทางโทรศัพท์ซึ่งจะโทรลูกค้าทุกวัน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.43 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายทั้งหมด ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ บริษัทลดาวัลย์ฟาร์ม 1 ราย , และผู้ส่งมอบที่เป็น โรงเชือด 5 ราย สำหรับผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบซึ่งมีการสั่งซื้อโดยตนเองผ่านโทรศัพท์จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.71 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ แบ่งเป็นผู้ค้าไก่ที่สั่งซื้อผ่านโทรศัพท์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ได้แก่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือด และผู้ค้าไก่ที่สั่งซื้อโดยการแจ้งให้แก่ผู้ส่งมอบประจำวันจำนวน 1 รายได้แก่ผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือด คิดเป็นร้อยละ 3.57 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ และผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบนั้นพบว่า มีผู้ค้าไก่ 1 รายที่ไม่มีการสั่งซื้อคือ คำสั่งซื้อมีการดงที่ทุกๆวงรอบ จำนวนผู้ค้าไก่จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.29 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบนั้นพบว่ามีจำนวน 8 ราย แบ่งเป็นการสั่งซื้อสินค้าโดยผู้ชายด้วยวิธีการโทรศัพท์สอบถามความต้องการเนื้อไก่ของลูกค้าจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.80 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบบริษัท ซีพี 1 ราย ,ผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท เบทาโกร 1 ราย ผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการบริษัทลดาวัลย์ฟาร์ม 2 ราย และผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการโรงเชือด 1 ราย สำหรับผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบไม่ผูกพันกับผู้ส่งมอบด้วยตนเองโดยวิธีการโทรศัพท์ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ได้แก่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัทลดาวัลย์ฟาร์ม 1 ราย ,และผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบห้องเย็น 1 ราย และสำหรับผู้ค้าไก่ที่ไม่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบบไม่ผูกพันที่มีวิธีการสั่งซื้อที่ไม่มี

ออร์เดอร์หรือไม่มีคำสั่งซื้อจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.57 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายที่ไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ได้แก่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการโรงเชือด(ไก่)

สำหรับตลาดขนาดใหญ่ในผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย แบ่งเป็นผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบที่มีการสั่งซื้อด้วยผู้ขายไม่มี แต่มีการสั่งซื้อโดยผู้ค้าไก่เองโดยการโทรศัพท์โดยไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.88 ของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ได้แก่ ผู้ส่งมอบบริษัทภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ 1 ราย และผู้ส่งมอบโรงเชือด 1 ราย

1.3)ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบ

ราคาการรับซื้อและการส่งมอบเป็นไปตามขนาดของการสั่งซื้อและขนาดของการส่งมอบตามช่วงชั้นของปริมาณการสั่งซื้อดังต่อไปนี้ตารางที่ 4.12 ราคาเฉลี่ยของการจัดซื้อและราคาการส่งมอบตามความผูกพันและผู้ส่งมอบ ไก่ซาก (หน่วย : บาท)

ตลาด/ ชื่อผู้ส่ง มอบ	ปริมาณการสั่งซื้อต่อวัน/ต่อรอบ(กก.)										รวม	
	30-50		60-80		100-120		130-150		300			
	จำนวน	ราคาเฉลี่ย	จำนวน	ราคาเฉลี่ย	จำนวน	ราคาเฉลี่ย	จำนวน	ราคาเฉลี่ย	จำนวน	ราคาเฉลี่ย	จำนวน	ราคาเฉลี่ย
กิมทอง	1	55	2	60.50	1	55					4	57.75
มี			2	60.50	1	55					3	58.67
โรงเชือด			2	60.50	1	55					3	58.67
ไม่มี	1	55									1	55
โรงเชือด	1	55									1	55
สด	3	56.6	9	51.71	11	54.6	2	51.5	1	70	26	54.41
มี	2	58	9	51.71	7	56	1	50			19	53.87
บริษัท: ภาคใต้ ค้า เนื้อสัตว์					1	58					1	58
บริษัท: ลูกปลา ฟาร์ม จำกัด			2	50							2	50
โรงเชือด	2	58	7	52.4	6	55.5	1	50			16	54.17
ไม่มี	1	54			4	53	1	53	1	70	7	55.57

บริษัท:ซีพี	1	54									1	54
บริษัท:เบทาโกร					1	50					1	50
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์ม โดกโพธิ์ปัตตานี					2	54					2	54
โรงเชือด							1	53	1	70	2	61.50
ห้องเย็น					1	54					1	54
หาดใหญ่							1	55			1	55
ไม่มี							1	55			1	55
โรงเชือด							1	55			1	55
รวม	4	56.2	11	53.6	12	54.7	3	52.6	1	70	31	54.93

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายในเทศบาลนครหาดใหญ่ ได้มีปริมาณการสั่งซื้อต่อวัน 30-50 กก.,60-80 กก.,100-120 กก. ,130-150 กก.,และ 300 กก. ในลักษณะของไก่ซากโดยแบ่งแยกตามตลาดและความผูกพันดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่ได้มีการคัดเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย มีจำนวนผู้ขาย 4 คน ซึ่งแบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบจำนวน 3 ราย โดยได้ใช้บริการผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือดได้มีการสั่งซื้อต่อวัน 60-80 กก.จำนวน 2 รายโดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 60.55 บาท และผู้ค้าไก่ที่ไม่ได้มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบจำนวน 1 คนซึ่งใช้บริการผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือดซึ่งได้ในราคา 55 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดสด(ตัวเมืองเทศบาลนครหาดใหญ่) มีผู้ค้าไก่ที่ให้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 26 คน ซึ่งแบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบจำนวน 19 คน ได้แก่ ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันซึ่งสั่งซื้อในปริมาณ 30-50 กก.โดยได้สั่งซื้อกับโรงเชือด จำนวน 1 คน สามารถซื้อได้ในราคา 58 บาท ผู้ค้าไก่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อ 60-80 กก.โดยได้สั่งซื้อกับบริษัท ลูกปลาฟาร์มจำนวน 2 คน สามารถซื้อได้ในราคาเฉลี่ย 50บาท ในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการโรงเชือดจำนวน 7 คน สามารถซื้อได้ในราคาเฉลี่ยกก. 52.40 บาท ,ผู้ค้าไก่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อ 100-120 กก.โดยได้สั่งซื้อโรงเชือดจำนวน 6 คน สามารถซื้อได้ในราคาเฉลี่ยกก. 55.50 บาท และผู้ค้าไก่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อ 130-150 กก.มีจำนวน 1 คน โดยได้สั่งซื้อกับโรงเชือดสามารถซื้อได้ในราคา 50 บาท สำหรับผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบที่มีปริมาณการสั่งซื้อ จำนวน 30-50 กก.จำนวน 1 คน ซึ่งใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัทซีพี สามารถซื้อได้ในราคา 54 บาท ,ผู้ส่งมอบที่มีปริมาณการสั่งซื้อ 100-120 กก.ซึ่งใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท เบทาโกร 1 ราย สามารถสั่งซื้อได้ในราคา 50.00 บาท แต่ผู้ค้าไก่ที่สั่งซื้อกับ

บริษัท ลดาวัลย์ฟาร์ม จำนวน 2 คน สามารถซื้อได้ในราคาเฉลี่ย 54 บาท และในขณะเดียวกัน ผู้ค้าไก่ที่ได้ใช้บริการห้องเย็นจำนวน 1 คน สามารถซื้อได้ในราคา 54 บาท เช่นกัน สำหรับผู้ค้าไก่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อ 130-150 กก. ซึ่งได้สั่งซื้อผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือดจำนวน 1 ราย สามารถซื้อได้ในราคา กก.ละ 53 บาท สำหรับผู้ค้าไก่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อ 300 กก. ซึ่งได้ซื้อกับผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือดซึ่งเป็นการซื้อกับสินค้าที่มีเกรดชั้นดีซื้อได้ในราคา กก.ละ 70 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่ได้มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบซึ่งได้สั่งซื้อในปริมาณ 130-150 ทั้ง 2 คน และสั่งซื้อจากโรงเชือด สั่งซื้อในราคาเดียวกันคือ 55.00 บาท

ตารางที่ 4.13 ราคาเฉลี่ยของการจัดซื้อและราคาการส่งมอบตามความผูกพันและผู้ส่งมอบ ไก่ เป็น(หน่วย : บาท)

ตลาด/ชื่อผู้ส่งมอบ	ปริมาณการสั่งซื้อต่อวัน/ต่อรอบ(กก.)		รวม	
	100-120 กก.		จำนวน (คน)	ราคาเฉลี่ย (บาท)
	จำนวน(คน)	ราคาเฉลี่ย(บาท)		
สด	2	42	2	42
มี	1	42	1	42
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานี	1	42	1	42
ไม่มี	1	42	1	42
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานี	1	42	1	42
หาดใหญ่ใน	1	45	1	45
ไม่มี	1	45	1	45
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	45	1	45
รวม	3	43	3	43

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้ผู้ส่งมอบ 1 รายในเทศบาลนครหาดใหญ่ ได้มีปริมาณการสั่งซื้อต่อวัน 100-120 กก. , 130-150 กก. ในลักษณะของไก่เป็นโดยแบ่งแยกตามตลาดและความผูกพันดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่มีความผูกพัน และไม่ผูกพันกับผู้ส่งมอบซึ่งได้ซื้อกับบริษัทลดาวัลย์ฟาร์มสามารถซื้อได้ 42.00 บาท เท่ากันในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการบริษัทภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ซื้อไก่ได้ในราคา กก. ละ 45 บาท

1.4) การชำระเงิน

ตารางที่ 4.14 การชำระเงินของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย (หน่วย : คน)

ตลาด/ชื่อผู้ส่งมอบ	วิธีการชำระเงิน						รวม	
	เชื่อ		สด		สดและเชื่อ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
กิมทอง	4	11.76		-		-	4	11.76
มี	3	8.82		-		-	3	8.82
โรงเชือด	3	8.82		-		-	3	8.82
ไม่มี	1	2.94		-		-	1	2.94
โรงเชือด	1	2.94		-		-	1	2.94
สด	24	70.59	3	8.82	1	2.94	28	82.35
มี	17	50	2	5.88	1	2.94	20	58.82
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	2.94		-		-	1	2.94
บริษัท:ลาดวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ ปัตตานี		-	1	2.94		-	1	2.94
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	1	2.94	1	2.94		-	2	5.88
โรงเชือด	15	44.12		-	1	2.94	16	47.06
ไม่มี	7	20.59	1	2.94		-	8	23.53
บริษัท:ซีพี	1	2.94		-		-	1	2.94
บริษัท:เบทาโกร	1	2.94		-		-	1	2.94
บริษัท:ลาดวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ ปัตตานี	2	5.88	1	2.94		-	3	8.82
โรงเชือด	2	5.88		-		-	2	5.88
ห้องเย็น	1	2.94		-		-	1	2.94
หาดใหญ่ใน	2	5.88		-		-	2	5.88
ไม่มี	2	5.88		-		-	2	5.88
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	2.94		-		-	1	2.94
โรงเชือด	1	2.94		-		-	1	2.94
รวม	30	88.24	3	8.82	1	2.94	34	100

จากตารางการชำระเงินจะเห็นว่าผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย มีการใช้วิธีการชำระเงิน 3 แบบ คือ แบบเงินสด แบบเงินเชื่อ และทั้งแบบเงินเชื่อและเงินสด โดยสามารถแบ่งแยกได้ดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองมีการชำระเงินกับผู้ส่งมอบแบบเชื่อจำนวน 4 คน ทั้งหมดใช้วิธีการชำระเงินแบบเชื่อ แบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ผู้พันกับผู้ส่งมอบ 3 คน คือ ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด และผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 1 คนใช้บริการโรงเชือดเช่นกัน

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่มีการชำระเงินกับผู้ส่งมอบแบบเชื่อจำนวน 24 คน แบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ผู้พันกับผู้ส่งมอบ 17 คน คือ ได้แก่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด 15 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริการลาดวัลย์ฟาร์ม 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัทภาคใต้ค้า

เนื้อสัตว์ 1 คน และผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัทลูกปลาฟาร์ม 1 คน ส่วนผู้ค้าไก่ที่ไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบมีจำนวน 7 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัท ซีพี 1 คน ผู้ค้าไก่ที่ เลือกใช้บริการบริษัท เบทาโกร 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัท เบทาโกร 1 คน ผู้ค้าไก่ที่ เลือกใช้บริการบริษัท ลดาวัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานี 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการ โรงเชือด 2 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการห้องเย็น 1 คน

ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่มีการชำระเงินกับผู้ส่งมอบแบบสดจำนวน 3 คน แบ่ง ออกเป็นผู้ค้าไก่ผู้พันกับผู้ส่งมอบ 2 คน คือ ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัท ลดาวัลย์ฟาร์ม โดกโพธิ์ปัตตานี 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัท ลูกปลาฟาร์ม จำกัด 1 คน และผู้ค้าไก่ที่ไม่มี ความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ 1 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการบริษัท ลดาวัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ ปัตตานีและผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่มีการชำระเงินกับผู้ส่งมอบทั้งสดและเชื่อมีจำนวน 1 ราย ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือดซึ่งมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาด หาดใหญ่ใน 2 คน ซึ่งไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบได้เลือกใช้วิธีการชำระเงินแบบเชื่อ

จากรูปแบบการชำระเงินแบบเชื่อนั้นสามารถแบ่งแยกชนิดได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 รูปแบบของการชำระแบบเช่า

(หน่วย : คน)

ตลาด/ผูกพัน/ชื่อผู้ส่งมอบ	ชนิดการจ่ายเช่า										รวม	
	บิลลัดบิล		3บิลจ่าย1บิล		เดือนละครึ่ง		7บิลจ่าย1บิล		ไม่แน่นอน			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิมทอง	3	9.68		-		-	1	3.23		-	4	12.90
มี	2	6.45		-		-	1	3.23		-	3	9.68
โรงเชือด	2	6.45		-		-	1	3.23		-	3	9.68
ไม่มี	1	3.23		-		-		-		-	1	3.23
โรงเชือด	1	3.23		-		-		-		-	1	3.23
สด	19	61.29	2	6.45	1	3.23	2	6.45	1	3.23	25	80.65
มี	15	48.39	1	3.23		-	1	3.23	1	3.23	18	58.06
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	3.23		-		-		-		-	1	3.23
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี		-		-		-		-		-		-
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	1	3.23		-		-		-		-	1	3.23
โรงเชือด	13	41.94	1	3.23		-	1	3.23	1	3.23	16	51.61
ไม่มี	4	12.90	1	3.23	1	3.23	1	3.23		-	7	22.58
บริษัท:ซีพี		-		-	1	3.23		-		-	1	3.23
บริษัท:เบทาโกร		-		-		-	1	3.23		-	1	3.23
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	1	3.23	1	3.23		-		-		-	2	6.45
โรงเชือด	2	6.45		-		-		-		-	2	6.45
ห้องเย็น	1	3.23		-		-		-		-	1	3.23
หาดใหญ่โน	1	3.23	1	3.23		-		-		-	2	6.45
ไม่มี	1	3.23	1	3.23		-		-		-	2	6.45
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	3.23		-		-		-		-	1	3.23
โรงเชือด		-	1	3.23		-		-		-	1	3.23
รวม	23	74.19	3	9.68	1	3.23	3	9.68	1	3.23	31	100

จากตารางชนิดของการชำระเงินแบบเชื่อของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 31 คน สามารถแบ่งแยกชนิดการชำระแบบเงินสดบิล , 3 บิลจ่าย 1 บิล,เดือนละครั้ง ,7 บิลจ่าย 1 บิล และรูปแบบการจ่ายที่ไม่แน่นอน

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงจำนวน 4 คน ได้จ่ายเงินเชื่อแบบเงินสดบิล และ แบบ 7 บิลจ่าย 1 บิล แบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้จ่ายบิลแบบเงินสดบิล และผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้จ่ายบิลแบบ 7 บิลจ่าย 1 บิล โดยพบว่าผู้ส่งมอบในตลาดกิมหยงทั้งหมดได้ใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดจำนวน 25 คน ได้จ่ายเงินเชื่อแบบ บิลเงินสด , 3 บิลจ่าย 1 บิล ,เดือนละครั้ง 7 บิลจ่าย 1 บิล และรูปแบบการจ่ายที่ไม่แน่นอน ดังนี้ ผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 18 คน แบ่งออกเป็น ผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบเงินสดบิลจำนวน 15 คน ได้แก่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด 1 คน และผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด 1 คน ผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบ 3 บิลจ่าย 1 บิล 1 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด ผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบ 7 บิลจ่าย 1 บิล 1 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด ผู้ค้าไก่ที่รูปแบบการจ่ายไม่แน่นอน 1 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 7 คน แบ่งออกเป็น ผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบเงินสดบิลจำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ บริษัท:ดาววัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานี 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ โรงเชือด 2 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ ห้องเย็น 1 คน ผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบ 3 บิลจ่าย 1 บิลจำนวน 1 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ บริษัท:ซีพี ผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบเดือนละครั้งจำนวน 1 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท ดาววัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานีผู้ค้าไก่ที่ชำระแบบ 7 บิลจ่าย 1 บิลจำนวน 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท:เบทาโกร

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในจำนวน 2 รายซึ่งไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบได้มีการชำระเงินในรูปแบบเงินสดบิล 1 คน และชำระแบบ 3 บิลจ่าย 1 บิล 1 คน

2) ไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

เนื่องจากการคัดเลือกการใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายของผู้ค้าไก่นั้นไม่สามารถที่จะแสดงค่าจำนวนและรายละเอียดของความผูกพันระหว่างผู้ส่งมอบและผู้ค้าไก่ได้อย่างชัดเจน ฉะนั้นผู้วิจัยได้จึงได้แสดงรายการของความผูกพันและหัวข้ออื่น ๆ เพื่อให้เห็นการวิเคราะห์ของสาเหตุ และผลของการคัดเลือกได้ดีกว่า โดยผู้วิจัยได้แบ่งแยกเป็นรหัสผู้ส่งมอบ โดยแทนสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

G ,H ,N แทน สัญลักษณ์ตลาด ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง ,ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ และผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ใน ตามลำดับ

1- 9 แทน สัญลักษณ์ ลำดับของการสัมภาษณ์
รายละเอียดของการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

2.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

จากการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ 1 รายมีความผูกพันกับผู้ค้าไก่ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย (หน่วย : คน)

ตลาด/ผู้ค้า	ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ					รวม
	ผู้ส่งมอบ 1 : โรงเชือด	ไม่มี	เครือข่าย	ญาติ	หุ้นส่วน	
	ผู้ส่งมอบ 2 : โรงเชือด	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	
กิมทอง	จำนวน(คน)		2			2
	ร้อยละ	-	28.57	-	-	28.57
G1	จำนวน(คน)		1			1
	ร้อยละ	-	14.29	-	-	14.29
G2	จำนวน(คน)		1			1
	ร้อยละ	-	14.29	-	-	14.29
สด	จำนวน(คน)	2		1	2	5
	ร้อยละ	28.57	-	14.29	28.57	71.43
H1	จำนวน(คน)			1		1
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	14.29
H2	จำนวน(คน)	1				1
	ร้อยละ	14.29	-	-	-	14.29
H3	จำนวน(คน)				1	1
	ร้อยละ	-	-	-	14.29	14.29
H30	จำนวน(คน)	1				1
	ร้อยละ	14.29	-	-	-	14.29
H35	จำนวน(คน)				1	1
	ร้อยละ	-	-	-	14.29	14.29
รวม	จำนวน(คน)	2	2	1	2	7
	ร้อยละ	28.57	28.57	14.29	28.57	100

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 คนในการทำภารกิจครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทอง 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ หรือในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 5 คน 71.43 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายซึ่งผู้ส่งมอบทั้งรายที่ 1 และรายที่ 2 เป็น โรงเชือดเช่นกัน โดยผู้ค้าไก่ทั้งหมดมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย นั้นพบว่ามีความผูกพันกับผู้ส่งมอบในรูปแบบเดียวกันคือ ผู้ส่งมอบรายแรกมีความผูกพันในรูปแบบของเครือข่ายในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่มีจำนวน 5 คนนั้น ประกอบด้วยผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบทั้ง 2 ราย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ,ผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันเป็นญาติกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย และผู้ค้าที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ในรูปแบบของหุ้นส่วน และผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่มี ความผูกพันมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย

2.2) การสั่งซื้อ

ตารางที่ 4.17 วิธีการสั่งซื้อของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

หน่วย :

คน

ตลาด/ความสัมพันธ์ผู้ส่งมอบรายที่ 1	ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2					รวม
	ไม่มี ความผูกพัน					
	ผู้สั่งซื้อ	ผู้ซื้อ(ราย)	ผู้ขาย	ผู้ซื้อ(ราย)	ไม่มีคำสั่งซื้อ	
	วิธีการสั่งซื้อ	โทรศัพท์	โทรศัพท์	โทรศัพท์		
กิมทอง	จำนวน(คน)	2				2
	ร้อยละ	28.57	-	-	-	28.57
เครือข่าย		2				2
ผู้ซื้อ(ราย)		2				2
โทรศัพท์		2				2
สด	จำนวน(คน)		1	2	2	5
	ร้อยละ	-	14.29	28.57	28.57	71.43
ญาติ				1		1
ไม่มีคำสั่งซื้อ				1		1
ไม่มีคำสั่งซื้อ	จำนวน(คน)			1		1
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	14.29
ไม่มี				1	1	2
ไม่มีคำสั่งซื้อ				1	1	2
ไม่มีคำสั่งซื้อ	จำนวน(คน)			1	1	2
	ร้อยละ	-	-	14.29	14.29	28.57
หุ้นส่วน			1		1	2
ไม่มีคำสั่งซื้อ			1		1	2
ไม่มีคำสั่งซื้อ	จำนวน(คน)		1		1	2
	ร้อยละ	-	14.29	-	14.29	28.57
รวม	จำนวน(คน)	2	1	2	2	7
	ร้อยละ	28.57	14.29	28.57	28.57	100

จากตารางวิธีการสั่งซื้อเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่นั้นจะเห็นได้ว่ามีวิธีการสั่งซื้อไก่ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไกรายที่ 1 และรายที่ 2 แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตลาดกิมหยงพบว่าผู้ค้าไก่จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย พบว่ามีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ในรูปแบบของเครือข่าย และไม่มีความโดยได้สั่งซื้อด้วยตัวเองด้วยโทรศัพท์ ทั้งผู้ส่งมอบทั้ง 2 ราย

ตลาดหาดใหญ่ พบว่าผู้ค้าไก่ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรูปแบบหุ้นส่วนกับรายที่ 1 จะมีไม่มีการสั่งซื้อ ซึ่งหมายถึงว่าทุกวงรอบของการขายเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่นั้นได้สั่งซื้อในปริมาณที่เท่ากันทุกวงรอบหรือทุกวันจากผู้ขายในขณะที่กับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ซึ่งไม่ได้มีความผูกพันจะมีการสั่งซื้อตามปริมาณการสำรองที่ผู้ค้าไก่ต้องการเท่านั้นทำให้การสั่งซื้อจึงเป็นวิธีการโทรสั่งซื้อโดยที่ผู้ขายจะเป็นผู้เสนอ

ผู้ค้าไก่ 1 คนคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ในรูปแบบของเครือข่ายจะไม่มีคำสั่งซื้อซึ่งหมายถึงการสั่งซื้อเป็นปริมาณการส่งมอบที่เท่ากันทุกวัน หรือทุกวงรอบ ในขณะที่การซื้อขายกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ซึ่งไม่ได้มีความผูกพันจะสั่งซื้อโดยการโทรศัพท์ จึงเป็นการสั่งซื้อในปริมาณที่ไม่เท่ากันในแต่ละวัน

ผู้ค้าไก่ 1 คนคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 จะมีการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายแรกแบบไม่มีคำสั่งซื้อ และสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 โดยวิธีการโทรศัพท์ไปยังผู้ขายหรือผู้ส่งมอบตามปริมาณที่ต้องการ

ผู้ค้าไก่ 1 คนคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 จะมีการสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบทั้ง 2 รายในปริมาณการสั่งซื้อที่เท่ากันทุกวันหรือทุก ๆ วงรอบจากผู้ส่งมอบทั้ง 2 ราย จึงไม่มีคำสั่งซื้อประจำวัน

ผู้ค้าไก่ 1 คนคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ในรูปแบบของหุ้นส่วนทางการค้ามาก่อน และไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 พบว่าไม่มีคำสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบทั้ง 2 รายซึ่งแสดงให้เห็นว่าปริมาณการสั่งซื้อเป็นปริมาณการสั่งซื้อที่คงที่

2.3)ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบ

ราคาการรับซื้อและการส่งมอบเป็นไปตามขนาดของการสั่งซื้อและขนาดของการส่งมอบตามช่วงชั้นของปริมาณการสั่งซื้อดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 ราคาเฉลี่ยของการจัดซื้อและราคาการส่งมอบตามความผูกพันและผู้ส่งมอบ ไม้ซาก

(หน่วย : คน)

ตลาด/ ความสัมพันธ์ผู้ส่ง มอบรายที่ 1 ปริมาณ และราคา	ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม้มีความผูกพัน							รวม
	ปริมาณ(กก.)	ไม่ระบุปริมาณ		20	30	60	ไม่ระบุ ปริมาณ	
	ราคา(บาท)	55	65	65	55	60	ไม่ระบุ ราคา	
กิมทอง	จำนวน(คน)	1	1					2
	ร้อยละ	14.29	14.29	-	-	-	-	28.57
เดรีอข่าย	จำนวน(คน)	1	1					2
	ร้อยละ	-	14.29	-	-	-	-	14.29
40	จำนวน(คน)		1					1
	ร้อยละ	-	14.29	-	-	-	-	14.29
55	จำนวน(คน)		1					1
	ร้อยละ	-	14.29	-	-	-	-	14.29
45	จำนวน(คน)	1						1
	ร้อยละ	14.29	-	-	-	-	-	14.29
55	จำนวน(คน)	1						1
	ร้อยละ	14.29	-	-	-	-	-	14.29
สด	จำนวน(คน)			1	1	1	2	5
	ร้อยละ	-	-	14.29	14.29	14.29	28.57	71.43
ญาติ	จำนวน(คน)					1		1
	ร้อยละ					14.29		
20	จำนวน(คน)					1		1
	ร้อยละ	-	-	-	-	14.29	-	14.29
70	จำนวน(คน)					1		1
	ร้อยละ	-	-	-	-	14.29	-	14.29
ไม่มี	จำนวน(คน)			1			1	2
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	-	-	14.29
52	จำนวน(คน)			1				1
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	-	-	14.29
ไม่ระบุปริมาณ	จำนวน(คน)						1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	14.29	14.29

52	จำนวน(คน)						1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	14.29	14.29
หุ้นส่วน					1		1	2
120	จำนวน(คน)				1			1
	ร้อยละ	-	-	-	14.29	-	-	14.29
53	จำนวน(คน)				1			1
	ร้อยละ	-	-	-	14.29	-	-	14.29
ไม่ระบุปริมาณ							1	1
53	จำนวน(คน)						1	1
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	14.29	14.29
รวม	จำนวน(คน)	1	1	1	1	1	2	7
	ร้อยละ	14.29	14.29	14.29	14.29	14.29	28.57	100

จากตารางเห็นได้ว่าราคาสั่งซื้อไก่ของผู้ค้าไก่ระหว่างผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบสามารถซื้อไก่ได้ในราคาตามระดับปริมาณการสั่งซื้อได้ดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ที่ในตลาดกิมทอง ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายนั้นพบว่า ผู้ค้าไก่ 1 คนคิด เป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้ใช้บริการผู้ส่งมอบรายที่ 1 ที่ มีความผูกพันในรูปของเครือข่ายได้สั่งซื้อไก่ในปริมาณ 40 กก.ในราคา 55บาท ในขณะที่ได้ สั่งซื้อไก่กับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ซึ่งไม่ได้มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบโดยได้สั่งซื้อในราคา 65 บาท ซึ่ง เ ป็ น ก า ร ชี อ ใน ก ร ณี ที่ ไ ม่ มี สืบค้าหรือต้องการสินค้าเพิ่มเติม ส่วนผู้ค้าไก่อีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่ เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบรายที่ 1 แบบเครือข่ายซึ่งมีปริมาณ การสั่งซื้อ 45. กก.ในราคา กก.ละ 55บาท ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่ได้มีความผูกพันกับผู้ส่ง มอบสามารถสั่งซื้อได้ในราคาเดียวกันซึ่งมีลักษณะการสั่งซื้อผู้ส่งมอบรายที่ 2 นี้แบบกรณีที่มี การสำรองผู้ส่งมอบหรือมีการสั่งซื้อแบบวันผลัดวัน

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายในตลาดหาดใหญ่มีจำนวน 5 คนคิด เป็นร้อยละ 71.43 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายทั้งหมด พบว่า 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบที่มีความ ผูกพันแบบญาติ ซึ่งได้สั่งซื้อเนื้อไก่ปริมาณ 20 กก.ในราคา กก., 70บาท ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่มีความผูกพัน ปริมาณการสั่งซื้อ 60กก. ในราคา กก.ละ 60บาท ผู้ค้าไก่ 2 คนคิดเป็น ร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่ เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีความผูกพันแบบหุ้นส่วน มี ปริมาณการสั่งซื้อ 120กก.ซื้อได้ในราคา 53บาท ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่มีความผูกพัน สั่งซื้อปริมาณ 30กก.สามารถซื้อได้ในราคา 55บาท ในขณะที่ผู้ค้าไก่อีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบรายที่ 1 ได้สั่งซื้อไม่ ระบุปริมาณในราคา กก.ละ 53 บาท และสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 โดยไม่ระบุราคาและปริมาณ สั่งซื้อ และ ผู้ค้าไก่ 2 คนคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้

คัดเลือกผู้ส่งมอบที่ไม่ได้มีความผูกพันทั้ง 2 รายนั้นพบว่า ผู้ค้าไก่ 1 รายมีปริมาณการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 20กก. ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคา 52บาท และสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ปริมาณ 20กก.ในราคา 65บาทซึ่งพบว่าผู้ส่งมอบรายนี้สั่งซื้อทุกวัน ในขณะที่ผู้ค้าไก่อีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้สั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ไม่ระบุปริมาณในราคา กก, 52บาท และผู้ส่งมอบรายที่สอง โดยไม่ได้ระบุปริมาณและราคา

2.4)การชำระเงิน

ตารางที่ 4.19 การชำระเงินของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย(หน่วย:คน)

ตลาด / ความผูกพัน	การชำระ				รวม
	การชำระ	ชื่อ	สดและชื่อ		
	รูปแบบชื่อ	บิลลัดบิล	ไม่แน่นอน	สด/ชื่อ	
กิมทอง	จำนวน(คน)	1		1	2
	ร้อยละ	14.29	-	14.29	28.57
เดรือข่าย	จำนวน(คน)	1		1	2
	ร้อยละ	14.29	-	14.29	28.57
สด	จำนวน(คน)	4	1		5
	ร้อยละ	57.14	14.29	-	71.43
ญาติ	จำนวน(คน)		1		1
	ร้อยละ	-	14.29	-	14.29
ไม่มี	จำนวน(คน)	2			2
	ร้อยละ	28.57	-	-	28.57
หุ้นส่วน	จำนวน(คน)	2			2
	ร้อยละ	28.57	-	-	28.57
รวม	จำนวน(คน)	5	1	1	7
	ร้อยละ	71.43	14.29	14.29	100

จากตารางเห็นได้ว่ารูปแบบการชำระเงินระหว่างผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบ ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายมีดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่ได้ใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายทั้งหมด พบว่ามีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่แบบเดรือข่ายในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่ได้มีความผูกพันมีรูปแบบของการจ่ายสินเชือกในรูปแบบบิลลัดบิล และผู้ค้าไก่อีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 แบบเดรือข่าย และไม่มีมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ได้มีการชำระเงินแบบทั้งสด และเชื่อในรูปแบบที่ไม่มีแน่นอน

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ประกอบด้วย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย พบว่า ผู้ส่งมอบ 1 รายที่ได้มีความผูกพันแบบญาติกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ได้มีรูปแบบการชำระแบบเชื่อบิลผลิตบิลระหว่างผู้ส่งมอบทั้ง 2 ราย ในขณะที่ผู้ค้าไก่ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 แบบหุ้นส่วนและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ได้มีการชำระเงินให้แก่ผู้ส่งมอบแบบ เชื่อ บิลผลิตบิล ในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่ไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบทั้งสองรายมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้มีการชำระเงินให้แก่ผู้ค้าไก่แบบเชื่อใน รูปแบบบิลผลิตบิล

3) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

3.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่ใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

ตารางที่ 4.20 การแบ่งแยกความผูกพันและประเภทของความผูกพัน

ตลาด/ คนที่	ผู้ส่งมอบรายที่ 1			ผู้ส่งมอบรายที่ 2		ผู้ส่งมอบรายที่ 3	
	ใช้มาตั้งแต่เคยเดิม		ญาติ	ไม่มี		ไม่มี	
	บริษัท: ลุก ปลาฟาร์ม จำกัด	โรงเชือด	โรง เชือด	บริษัท ลดาวัลย์ฟาร์ม จำกัด	โรงเชือด	บริษัทภาคใต้ เนื้อสัตว์	โรงเชือด
กิมทอง			2		2		2
G3			1		1		1
G4			1		1		1
สด	1	1		1	1	1	1
H15		1		1			1
H16	1				1	1	
รวม	1	1	2	1	3	1	3

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่มีการเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย ทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.88 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดซึ่งการอธิบายการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายนี้จะเป็นรูปแบบเดียวกันกับการอธิบายรายละเอียดของการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย นั่นคือผู้วิจัยได้ใช้การอธิบายโดยใช้รหัสดังนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 รายมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.44 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย โดยพบว่าผู้ค้าไก่ G3 ได้มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบโดยมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบในรูปแบบของเครือญาติซึ่งเป็นโรงเชือด และเลือกผู้ส่งมอบรายที่ 2 โดยไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบซึ่งเป็นโรงเชือด ในขณะที่การคัดเลือกผู้ส่งมอบรายที่ 3 ไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบเช่นกัน และผู้ค้าไก่ G4 ได้มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบโดยมีความผูกพันกับ

ผู้ส่งมอบรายที่ 1 ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 และผู้ส่งมอบรายที่ 3 โดยที่ผู้ส่งมอบทั้ง 3 รายนั้น เป็นโรงเชือด

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 รายมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.44 ของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย โดยพบว่าผู้ค้าไก่ H15 ได้มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบ รายที่ 1 เนื่องจากใช้บริการมาตั้งแต่ดั้งเดิมซึ่งเป็นผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือด และผู้ส่งมอบรายที่ 2 และรายที่ 3 ไม่มีความผูกพันกับผู้ค้าไก่ซึ่งพบว่าผู้ส่งมอบรายที่ 2 และ 3 คือ บริษัทดาววัลย์ ฟาร์ม และโรงเชือดตามลำดับ ในขณะที่ผู้ค้าไก่ H16 ได้มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีความผูกพันกับตนในรูปแบบของความดั้งเดิมในการใช้บริการ และรายที่ 2 และ 3 ไม่มีความผูกพัน ซึ่งผู้ส่งมอบรายที่ 1 2 และ 3 ได้แก่ บริษัทลูกปลาฟาร์มและโรงเชือดตามลำดับ

3.2) การสั่งซื้อ

ตารางที่ 4.21 การสั่งซื้อไก่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

ตลาดรหัส/	ผู้ส่งมอบรายที่ 1		ผู้ส่งมอบรายที่ 2		ผู้ส่งมอบรายที่ 3
	ผู้ซื้อ(ท่าน)	ไม่มีคำสั่งซื้อ	ผู้ขาย	ผู้ซื้อ(ท่าน)	ผู้ซื้อ(ท่าน)
	โทรศัพท์	ไม่มีคำสั่งซื้อ	โทรศัพท์	โทรศัพท์	โทรศัพท์
กิมทอง	2			2	2
G3	1			1	1
G4	1			1	1
สด	1	1	1.00	1	2
H15	1			1	1
H16		1	1		1
รวม	3	1	1	3	4

จากตารางเห็นได้ว่าคำสั่งซื้อของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย ได้มีการสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 2 และ 3 ด้วยวิธีการสั่งซื้อด้วยตนเอง และผู้ขายเสนอ และไม่มีคำสั่งซื้อดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองทั้ง 2 คน ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบรายที่ 1 รายที่ 2 และรายที่ 3 ด้วยวิธีการสั่งซื้อประจำวันด้วยตนเองเนื่องจากปริมาณการค้าไก่ของผู้ค้าในแต่ละวันนั้น ไม่สม่ำเสมอ

ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ 2 คน ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโดยมีวิธีการสั่งซื้อที่แตกต่างกันซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ H15 ได้สั่งซื้อจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 ,2 และ 3 ด้วยวิธีการเดียวกันคือการสั่งซื้อด้วยตนเองเนื่องจากมีปริมาณการค้าที่ไม่แน่นอน ในขณะที่ผู้ค้าไก่ H16 ได้สั่งซื้อจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 โดยไม่มีคำสั่งซื้อซึ่งหมายถึงปริมาณการสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 เป็นปริมาณเท่ากันทุกวงรอบหรือทุกวัน และสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 โดยผู้ขายเสนอปริมาณต่อวัน และสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบรายที่ 3 ด้วยวิธีการสั่งซื้อด้วยตนเอง

3.3) ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบ

ตารางที่ 4.22 ราคาการสั่งซื้อและการส่งมอบที่สามารถซื้อได้ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

ผู้ส่งมอบ	ผู้ส่งมอบรายที่ 1				ผู้ส่งมอบรายที่ 2				ผู้ส่งมอบรายที่ 3		
	ใช้มาตั้งแต่เคยเดิม		ญาติ		ไม่มี				ไม่มี		
ปริมาณการสั่งซื้อ	50	120	30	100	ไม่ระบุ			90	ไม่ระบุ		40
ราคา	54	54	55	55	ไม่ระบุ	53	55	54	54	55	54
ตลาด/รหัสผู้ค้าไก่											
กิมทอง			1	1		1	1			2	
G3				1			1			1	
G4			1			1				1	
สด	1	1			1			1	1		1
H15	1							1			1
H16		1			1				1		
รวม	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1

จากตารางเห็นได้ว่าราคาการสั่งซื้อของผู้ส่งมอบแต่ละรายจากผู้ค้าไก่มีความแตกต่างกันดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองซึ่งมีการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และมีความความผูกพันกับผู้ส่งมอบนั้นพบว่า ผู้ค้าไก่ G3 ได้สั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ซึ่งมีความผูกพันแบบญาติปริมาณ 100กก.ในราคา 55 /กก. และสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 และรายที่ 3 ซึ่งไม่มีความผูกพันโดยปริมาณการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 และรายที่ 3 เป็นปริมาณที่ไม่แน่นอนในขณะที่ราดานั้นเท่ากันคือ กก.ละ 55บาท ในขณะที่ผู้ค้าไก่ G4 ได้มีสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ซึ่งมีความผูกพันเป็นญาติเช่นกันและมีปริมาณการสั่งซื้อ 30 กก.โดยที่สามารถซื้อได้ในราคา กก.ละ 55 บาท และการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 และ 3 ซึ่งไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบนั้นพบว่าปริมาณการสั่งซื้อไม่มีปริมาณที่แน่นอนแต่การสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 สามารถซื้อได้ในราคา กก.ละ 53.บาท และซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 3 ได้ในราคา 55บาท/กก.

สำหรับผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายในตลาดหาดใหญ่พบว่าผู้ค้าไก่ H15 ได้มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 โดยการใช้บริการดั้งเดิมกันมานานพบว่าสามารถซื้อได้จากผู้ส่งมอบรายที่ 1 ปริมาณการสั่งซื้อ 50 กก.สามารถซื้อได้ในราคา กก.ละ 54บาท และไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 และรายที่ 3 พบว่าสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 ปริมาณ 90กก.และซื้อ

ได้ในราคา 54บาท และสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 3 ปริมาณ 40กก.ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคา 54 บาท ในขณะที่ผู้ค้าไก่ H16 มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 และ 3 พบว่า การสั่งซื้อปริมาณการส่งมอบในแต่ละวันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีปริมาณ 120กก.โดยสั่งซื้อได้ในราคา 54 กก. และการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 และ 3 นั้นไม่มีปริมาณการสั่งซื้อที่แน่นอนและสามารถสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 3 ได้ในราคา 54บาทในขณะที่รายที่ 2 สั่งซื้อโดยที่ไม่ระบุราคา

3.4)การชำระเงิน

ตารางที่ 4.23 การชำระเงินของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย

ตลาด/ผู้ค้าไก่	การชำระเงิน				รวม
	ชื่อ			สดและเชื่อ	
	1 บิล,3บิล,7บิล จ่าย1 ครั้ง	4บิลจ่าย1บิล	บิลพลัดบิล	ไม่แน่นอน	
กิมทอง			1	1	2
G3				1	1
G4			1		1
สด	1	1			2
H15	1				1
H16		1			1
รวม	1	1	1	1	4

การชำระเงินเนื่องจากการชำระเงินกับผู้ส่งมอบแต่ละรายในที่มีผู้วิจัยมิได้มีการแบ่งแยกผู้ส่งมอบรายที่ 1 2 และ 3 เนื่องจากแต่ละรายมีความใกล้เคียงกันซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายพบว่า ผู้ค้าไก่ G3 มีรูปแบบการจ่ายเงินให้แก่ผู้ส่งมอบในรูปแบบที่ไม่แน่นอนทั้งสด และทั้งวิธีการเชื่อ ในขณะที่ผู้ค้าไก่ G4 ได้ใช้วิธีการชำระแบบบิลพลัดบิลกับผู้ส่งมอบทั้ง 3 ราย

และสำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายนั้นพบว่า ผู้ค้าไก่ H15 ได้มีวิธีการชำระด้วยรูปแบบแตกต่างกันคือ 1 บิลจ่าย 1 ครั้ง 7 บิลจ่าย 1 ครั้ง 3 บิลจ่าย 1 ครั้ง ซึ่งมีความแตกต่างกันกับผู้ส่งมอบ 3 ราย ในขณะที่ผู้ค้าไก่ H16 ได้มีรูปแบบการชำระแบบ 4 บิลจ่าย 1 บิลกับผู้ส่งมอบทั้ง 3 ราย

4.2.3.การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

- 1) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

1.1) การวิเคราะห์ต้นทุนการสั่งซื้อ

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ชนิดของการสั่งซื้อและวิธีการสั่งซื้อ

(หน่วย :บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ชื่อผู้ส่งมอบ	แบบดึง			
	ผู้ขาย		ผู้ซื้อ	
	โทรศัพท์		โทรศัพท์	
	จำนวน(คน)	ต้นทุน(บาท)	จำนวน(คน)	ต้นทุน(บาท)
กิมทอง			3	2
มี			2	2
โรงเชือด			2	2
ไม่มี			1	2
โรงเชือด			1	2
สด	11	2.18	4	2
มี	6	2	2	2
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์				
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	1	2		
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด				
โรงเชือด	5	2	2	2
ไม่มี	5	2.40	2	2
บริษัท:ซีพี	1	2		
บริษัท:เบทาโกร	1	4		
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	2	2	1	2
โรงเชือด	1	2		
ห้องเย็น			1	2
หาดใหญ่ไบน			2	2
ไม่มี			2	2
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์			1	2
โรงเชือด			1	2
รวม	11	2.18	9	2

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ชนิดของการสั่งซื้อและวิธีการสั่งซื้อ

(หน่วย :บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ชื่อผู้ส่งมอบ	แบบหลัก	รวม	
	ไม่มีคำสั่งซื้อ		
	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)	ต้นทุน(บาท)
กิมทอง		3	2

ตลาด/ความผูกพัน/ชื่อผู้ส่งมอบ	แบบหลัก	รวม	
	ไม่มีคำสั่งซื้อ		
	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)	ต้นทุน(บาท)
มี		2	2
โรงเชือด		2	2
ไม่มี		1	2
โรงเชือด		1	2
สด	3	18	1.78
มี	3	11	1.45
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์			
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี		1	2
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	1	1	-
โรงเชือด	2	9	1.56
ไม่มี		7	2.29
บริษัท:ซีพี		1	2
บริษัท:เบทาโกร		1	4
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี		3	2
โรงเชือด		1	2
ห้องเย็น		1	2
หาดใหญ่		2	2
ไม่มี		2	2
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์		1	2
โรงเชือด		1	2
รวม	3	23	1.83

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่าผู้ค้าไก่ที่ใช้วิธีการสั่งซื้อแบบดิ่ง และแบบหลักดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่ามีการสั่งซื้อแบบดิ่งทั้ง 3 ราย ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อเฉลี่ย 2 บาท ซึ่งเป็นการสั่งซื้อโดยผู้ซื้อผ่านการโทรศัพท์

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่ามีการจัดซื้อทั้งแบบดิ่งและแบบหลัก โดยพบว่าผู้ค้าไก่ 3 คนที่มีการจัดซื้อแบบหลัก และผู้ค้าไก่ 15 คนที่ได้มีการสั่งซื้อแบบดิ่ง โดยการสั่งซื้อแบบดิ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อในขณะที่การสั่งซื้อแบบหลักไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ โดยค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวิธีการแบ่งดิ่ง เป็นการสั่งซื้อโดยผู้ขาย 11 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 2.18 บาท ในขณะที่ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการสั่งซื้อของผู้ค้าไก่อมีจำนวน 4 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 1.78 บาท

1.2) การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิต และต้นทุนธุรกรรมของการแปรสภาพไก่

การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์การผลิตและต้นทุนธุรกรรมของการแปรรูปไก่เกิดขึ้นสำหรับผู้ค้าไก่ที่ฆ่าไก่โดยตนเอง คือ ผู้ค้าที่ซื้อไก่เป็น จะทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์ในด้านของค่าใช้จ่ายแรงงานในการฆ่าไก่ และต้นทุนธุรกรรมจากน้ำหนักไก่ที่หายไปดังต่อไปนี้

$$LP = P \times W \times Q \times 0.077 \quad \dots(4.3)$$

กำหนดให้

LP = ต้นทุนโลจิสติกส์ในการผลิต (การแปรรูปไก่)

P = ราคาสั่งซื้อ/กก.

W = น้ำหนักไก่เนื้อเฉลี่ย/ตัว

Q = ขนาด(ปริมาณ)การค้า
สามารถคำนวณได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.25 ต้นทุนโลจิสติกส์การผลิต

(หน่วย : บาท)

ตลาด	ไก่เป็น	น้ำหนักที่ลดลงจาก สิ่งมีชีวิต(ร้อยละ)	ประมาณการต้นทุนธุรกรรม การแปรรูป/กก.	ต้นทุนโลจิสติกส์การ ผลิต/กก.
สด	2	7.77	2.18	
มี	1		2.18	5
ไม่มี	1			5
หาดใหญ่ใน	1		1.94	5
ไม่มี	1		1.94	5
เฉลี่ย				2.06

จากตารางเห็นได้ว่าต้นทุนธุรกรรมของการแปรรูปจะเกิดขึ้นกับผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบ ซึ่งมีผู้ค้าไก่ทั้งหมด 3 ราย ได้แก่ ผู้ค้าไก่ในตลาดสด 2 ราย และผู้ค้าไก่ที่ค้าในตลาดหาดใหญ่ใน 1 ราย ซึ่งจากการคำนวณน้ำหนักไก่ซากจากน้ำหนักไก่เป็นที่ลดลงเมื่อฆ่าแล้วจะทำให้ประมาณการต้นทุนธุรกรรมของการแปรรูปไก่ซึ่งเป็นไปตามปริมาณร้อยละของน้ำหนักไก่เป็นที่ลดลงเช่นกัน คือ ร้อยละ 7.77 ของน้ำหนักสิ่งมีชีวิต ฉะนั้นในกรณีที่ผู้ค้าไก่ซื้อไก่เป็นมาในราคา 42.00 บาท จะทำให้มีต้นทุนธุรกรรมจากการแปรรูปคิดเป็น 1.94 บาท และสำหรับผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นมาในราคา กก.45 บาท จะทำให้คำนวณธุรกรรมเป็น กก.ละ 2.18 บาท และสำหรับต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิตซึ่งเป็นค่าแรงของการเชือดคิดเป็นค่าแรงมาตรฐานคือ 300 บาท ทำให้คำนวณต้นทุนโลจิสติกส์ในการผลิต 5 บาท/กก.

1.3) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(1) การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยของการสำรอง ณ ขนาดการสั่งซื้อ/วัน(กก) (หน่วย:บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ผู้ส่งมอบ	การสำรอง ณ ขนาดการค้า	
	30-50	60-80

	จำนวน (ตน)	ขนาดสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	จำนวน (ตน)	ขนาดสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)
กิมทอง	1	5	275	2	3.50	197.50
มี				2	3.50	197.50
โรงเชือด				2	3.50	197.50
ไม่มี	1	5	275			
โรงเชือด	1	5	275			
สด	3	8.33	476.67	9	5.28	280
มี	2	10	580	9	5.28	280
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์						
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์						
ปัตตานี						
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด				2	-	-
โรงเชือด	2	10	580	7	6.79	360
ไม่มี	1	5	270			
บริษัท:ซีพี	1	5	270			
บริษัท:เบทาโกร						
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์						
ปัตตานี						
โรงเชือด						
ห้องเย็น						
หาดใหญ่ใน						
ไม่มี						
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์						
โรงเชือด						
รวม	4	7.50	426.25	11	4.95	265

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยของการสำรอง ณ ขนาดการสั่งซื้อ/วัน(กก, (หน่วย:บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ผู้ส่งมอบ	การสำรอง ณ ขนาดการค้า	
	100-120	130-150

	จำนวน (ตน)	ขนาดสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	จำนวน (ตน)	ขนาดสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)
กิมทอง	1	15	1,100			
มี	1	15	1,100			
โรงเชือด	1	15	1,100			
ไม่มี						
โรงเชือด						
สด	13	8.85	N/A	2	17.50	897.50
มี	8	8.13	N/A	1	20	1,000
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	10	-			
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ ปัตตานี	1	20	840			
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด						
โรงเชือด	6	5.83	N/A	1	20	1,000
ไม่มี	5	10	532	1	15	795
บริษัท:ซีพี						
บริษัท:เบทาโกร	1	10	500			
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ ปัตตานี	3	6.67	360			
โรงเชือด				1	15	795
ห้องเย็น	1	20	1,080			
หาดใหญ่ใบ	1	10	450	1	10	550
ไม่มี	1	10	450	1	10	550
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	10	450.00			
โรงเชือด				1	10	550
รวม	15	9.33	N/A	3	15	781.67

(ต่อ)ตารางที่4.26 ค่าเฉลี่ยของการสำรอง ณ ขนาดการสั่งซื้อ/วัน(กก,

(หน่วย:บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ผู้ส่งมอบ	การสำรอง ณ ขนาดการค้า					
	300			รวม		
	จำนวน (คน)	ขนาดสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	จำนวน (คน)	ขนาดสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)
กิมหยง				4	6.75	442.50
มี				3	7.33	498.33
โรงเชือด				3	7.33	498.33
ไม่มี				1	5	275
โรงเชือด				1	5	275
สด	1	60	4,200	28	10.09	N/A
มี				20	7.63	N/A
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์				1	10	-
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี				1	20	84
บริษัท:ลูกปลาฟาร์มจำกัด				2	-	-
โรงเชือด				16	7.66	N/A
ไม่มี	1	60	4,200	8	16.25	990.63
บริษัท:ซีพี				1	5	270
บริษัท:เบทาโกร				1	10	500
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี				3	6.67	360
โรงเชือด	1	60	4,200	2	37.50	2,497.50
ห้องเย็น				1	20	1,080
หาดใหญ่โบ				2	10	500
ไม่มี				2	10	500
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์				1.	10	450
โรงเชือด				1.	10	550
รวม	1	60	4,200	34	9.69	N/A

จากตารางเห็นได้ว่ามูลค่าการสำรองสินค้าโดยผู้วิจัยได้อธิบายตามขนาดของการค้าต่อวันมีดังนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่า ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 30-50 กก. จำนวน 1 คน พบว่ามีขนาดของการสำรองเฉลี่ยอยู่ที่ 5 กก. ทำให้มูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 275 บาท ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 60-80 กก. จำนวน 2 คน พบว่ามีขนาดของการสำรองเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 กก. ทำให้มูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 197.50 บาท ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 60-80 กก. จำนวน 2 คน พบว่ามีขนาดของการสำรองเฉลี่ยอยู่ที่ 15 กก. ทำให้มูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 1,100 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่าผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 30-50 กก. มีจำนวน 3 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 8.33 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 476.67 บาท ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 60-80 กก. มีจำนวน 9 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 5.28 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 280 บาท ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 60-80 กก. มีจำนวน 9 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 5.28 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 280 บาท ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 100-120 มีจำนวน 13 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 8.85 กก. แต่ไม่สามารถคำนวณมูลค่าคงคลังที่เป็นจริงได้เนื่องจากผู้ค้าไก่ไม่ระบุชื่อ ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 130-150 กก. มีจำนวน 2 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 17.50 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 897.50 บาท

ผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 300 กก. มีจำนวน 1 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 60 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 4,200 บาท ผลรวมของจำนวนผู้ค้าไก่ในตลาดสดหรือตลาดสดที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย มีทั้งหมด 28 คน และมีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 10.09 กก.

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่าผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 100-120 มีจำนวน 1 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 10 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 450 บาท และผู้ค้าไก่ ณ ขนาดการค้า 130-150 มีจำนวน 1 คน มีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 10 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 550 บาท ผลรวมของจำนวนผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย มีทั้งหมด 2 คน และมีขนาดการค้าสำรองเฉลี่ย 10 กก. ทำให้มีมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 500 บาท

(2) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(หน่วย:บาท)

ตลาด/ความผูกพัน	จำนวน (คน)	ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองเฉลี่ย					
		ค่าเงินมัดจำ		ค่าซื้อแพง		ค่าเชิงแพง	
		จำนวน (คน)	บาท	จำนวน(คน)	บาท	จำนวน (คน)	บาท
กิมทอง	4		-	1	800,000	-	-
มี	3		-	1	800,000	-	-
โรงเชือด	3		-	1	800,000	-	-
ไม่มี	1						
โรงเชือด	1						
สด	28	3	30,000	5	320,000	21	72.19
มี	20		-	5	320,000	14	60.67
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1					1	21.92

บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	1					1	133.33
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	2		-			-	-
โรงเชือด	16		-	5	320,000	10	69.41
ไม่มี	8	3	30,000			7	95.24
บริษัท:ซีพี	1	1	10,000			-	-
บริษัท:เบทาโกร	1	1	10,000			-	-
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	3	1	10,000			2	133.33
โรงเชือด	2					2	133.33
ห้องเย็น	1					1	133.33
หาดใหญ่ใบ	2	1	10,000			-	-
ไม่มี	2	1	10,000			-	-
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	1	10,000			-	-
โรงเชือด	1					-	-
Grand Total	34	4	40,000	6	400,000	21	72.19

(ต่อ)ตารางที่4.27 การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง(หน่วย:บาท)

ตลาด/ความผูกพัน	จำนวน (คน)	ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองเฉลี่ย				
		ค่าการตลาด		ค่าโรงเชือด		รวม
		จำนวน (คน)	บาท	จำนวน(คน)	บาท	บาท
กิมทอง	4	4	5.83		-	800,005.83
มี	3	3	5.78		-	800,005.78
โรงเชือด	3	3	5.78		-	800,005.78
ไม่มี	1	1	6		-	6
โรงเชือด	1	1	6		-	6
สด	28	28	28.08	3	86.66	350,186.93
มี	20	20	28.58	2	86.66	320,175.91
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	1	36.67		-	58.58
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	1	1	36.67	1	86.66	256.66
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	2	2	21.67		-	21.67
โรงเชือด	16	16	28.44	1	-	320,097.84
ไม่มี	8	8	26.83	1	86.66	30,208.73
บริษัท:ซีพี	1	1	7.33		-	10,007.33
บริษัท:เบทาโกร	1	1	7.33		-	10,007.33
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	3	3	36.67	1	86.66	10,256.66

โรงเชือด	2	2	31.67		-	165
ห้องเย็น	1	1	26.67		-	160
หาดใหญ่ใน	2	2	3.33	1	183.33	10,186.67
ไม่มี	2	2	3.33	1	183.33	10,186.67
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	1	3.33	1	183.33	10,186.67
โรงเชือด	1	1	3.33		-	3.33
Grand Total	34	34	37.25	4	269.99	1,160,379.43

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโลจิสติกส์ การสำรองได้แก่ ค่ามัดจำ ค่าเชิงแพง ค่าการตลาด และค่าโรงเชือด(ผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบ) ซึ่งในแต่ละตลาดและผู้ค้ามีความแตกต่างกันดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายนั้นพบว่าผู้ค้าไก่มีค่าใช้จ่ายที่ประกอบด้วย ค่าซื้อแพง และค่าการตลาด โดยผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายการซื้อแพงมีจำนวน 1 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่าย 800,000บาทซึ่งได้จ่ายให้แก่เจ้าของแพง ในและผู้ค้าอีก 4 คนที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแพง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายการตลาดซื้อได้แก่ ค่าน้ำค่าไฟ และค่าทำความสะอาดตลาดมี 4 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 5.83 บาท/วัน/วงรอบ ผลรวมของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโลจิสติกส์การสำรองของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวม 800,005.83 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายประกอบด้วย เงินมัดจำ ค่าซื้อแพง ค่าเชิงแพง ค่าการตลาด และค่าโรงเชือด โดยพบว่าจากจำนวนผู้ค้าไก่ในตลาดสดจำนวน 28 คน พบว่าผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายเงินมัดจำให้แก่ผู้ส่งมอบจำนวน 3 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคนละ 10,000 บาท/ปี ให้แก่ผู้ส่งมอบได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่ให้บริการบริษัท ซีพี บริษัทเบทาโกร และบริษัทลาดวัลย์ฟาร์ม ซึ่งผู้ค้าไก่ทั้ง 3 คนนี้ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายซื้อแพงมีจำนวน 5 ราย โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายละ 64,0บาท เนื่องจากมีการซื้อแพงจากเทศบาลนครหาดใหญ่ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งมอบแต่อย่างใด ผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าเชิงแพงมีทั้งหมด 21 คน โดยมีผลรวมของค่าเฉลี่ยค่าเชิงแพงต่อวันเป็นค่าใช้จ่ายวันละ 72.19 บาท ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่แต่ละรายมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันเนื่องจากตำแหน่งของแพงที่ตั้งนั้นแตกต่างกันนั่นเอง ผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าการตลาดมีทั้งหมด 28 คน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าน้ำค่าไฟค่าทำความสะอาดตลาดที่ต้องจ่ายให้แก่เทศบาลหรือค่าเช่าต่อจากผู้เช่าค่าน้ำค่าไฟและค่าทำความสะอาดของเทศบาลซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวมเป็น 28.08 บาท อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายนี้มีความแตกต่างของผู้ค้าแต่ละรายที่จะต้องจ่ายในจำนวนที่ไม่เท่ากันเนื่องจากตำแหน่งที่เช่าของแพงต่างตำแหน่งกันนั่นเอง สำหรับผู้ค้าที่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าโรงเชือดมีทั้งหมด 3 คน ซึ่งเป็นผู้ค้าไก่ที่ส่งซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 86.66 บาท /วัน/วงรอบ และผลรวมทั้งหมดของผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีค่าใช้จ่ายในการสำรองเฉลี่ย 350,186.93 บาท/วงรอบ

สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย จำนวน 2 คน นั้นพบว่าผู้ค้าไก่มีค่าใช้จ่ายในการสำรองที่ประกอบด้วย ค่ามัดจำ ค่าการตลาด และค่าโรงเชือด โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ามัดจำ มีจำนวน 1 คน ซึ่งเป็นผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัทภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ จำนวน 10,000 บาท/ปี และมีการทำสัญญาปีต่อปีกับบริษัท ผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่าย

ค่าการตลาดทั้ง 2 คน และผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเชือด 1 คน ซึ่งมีค่าใช้จ่าย 183.33 บาท/วงรอบ

1.4) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง

เป็นต้นทุนที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายไก่จากโรงเชือดไปยังแผงขายสินค้า โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น 3 รายจากผู้ซื้อไก่ที่ทำการเชือดด้วยตนเองดังนี้

ตารางที่ 4.28 ต้นทุนค่าขนส่งจากโรงเชือดไปยังแผงตลาด (หน่วย: บาท)

ตลาด/ผู้ส่งมอบ	ต้นทุนขนส่ง	
	จำนวน(คน)	ต้นทุนค่าขนส่งเฉลี่ย
สด	2	100
มี	1	100
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานี	1	100
ไม่มี	1	100
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโดกโพธิ์ปัตตานี	1	100
หาดใหญ่ใบ	1	150
ไม่มี	1	150
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	150
รวม	3	116.67

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นมาฆ่าด้วยตนเองนั้นมี 3 ราย ซึ่งมีต้นทุน/วงรอบทั้งหมด 350 บาท คือ ผู้ค้าไก่ในตลาดสด 2 ราย ต้นทุน 200 บาท และผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ 150 บาท ตามราคาขนส่งในท้องตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของต้นทุน 166.67 บาท

1.5) ต้นทุนธุรกรรมในปัญหาคุณภาพไก่ต่อวันเฉลี่ย

ต้นทุนธุรกรรมในการแก้ไขปัญหาคุณภาพไก่ต่อวันเฉลี่ย เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการส่งมอบไม่มีการรับผิดชอบจากผู้ส่งมอบคือไม่มีการคืนสินค้าการส่งมอบเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพไก่ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยจะคำนวณเฉลี่ยผู้ส่งมอบที่ไม่มีการคืนสินค้าจากไม่มีคุณภาพ และจะไม่คำนวณผู้ค้าที่ได้รับการแก้ไขปัญหาจากคุณภาพสินค้า ทำให้สามารถคำนวณต้นทุนการสูญเสียแต่ละวงรอบดังต่อไปนี้

ต้นทุนธุรกรรมในปัญหาคุณภาพไก่/วัน/วงรอบเฉลี่ย

$$LB = P \times W \times N \quad ..(4.4)$$

LB = มูลค่าการสูญเสียคุณภาพ

P = ราคาซื้อ/กก.

W = น้ำหนักไก่เนื้อเฉลี่ย/ตัว

N = จำนวนการสูญเสีย/วัน/วงรอบ

ทำให้สามารถคำนวณได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.29 ต้นทุนธุรกรรมการสูญเสียคุณภาพ/วงรอบของไก่จากผู้ส่งมอบ (หน่วย: บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ผู้ส่งมอบ	การสูญเสียคุณภาพ/วงรอบ	
	จำนวน(ราย)	บาท
สด	1	70

ผูกพัน	1	70
โรงเชือด	1	70
รวม	1	70

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ส่งมอบที่มีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและไม่รับคืนสินค้าซึ่งเป็นไก่ซากสำหรับผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่ามีผู้ค้าไก่จำนวน 1 ราย เมื่อการสูญเสียคุณภาพอย่างน้อย 1 ตัว จากกก.ละ 50บาท ทำให้ได้มูลค่าการสูญเสีย 70 บาท/วงรอบ

1.6) การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายไก่เนื้อ
การคำนวณกำไรต้นทุนรวม และกำไรหน่วยสุดท้ายสามารถคำนวณได้ดังต่อไปนี้

การคำนวณต้นทุนรวม

$$CC = [CL + LB + TR + TN + CP] \quad ..(4.5)$$

กำหนดให้

CL = ต้นทุนโลจิสติกส์การสั่งซื้อ

LB = ต้นทุนธุรกรรมการสั่งซื้อ

TR = ผลรวมต้นทุนการสำรอง

TN = ผลรวมต้นทุนการขนส่ง

CP = ต้นทุนโลจิสติกส์การแปรสภาพไก่

การคำนวณกำไรหน่วยสุดท้าย

$$PR = R - CC - BY \quad ..(4.6)$$

$$\text{เมื่อ } R = (Q1 + Q2 + Q3)(BY) \quad ..(4.7)$$

กำหนดให้

R = รายได้ทั้งหมด

Q1,Q2,Q3 = ขนาดของการสั่งซื้อ(ปริมาณ)ผู้ขายหรือผู้ส่งมอบรายที่ 1,2 และ 3 (กก.)

PY = ราคาขาย (ราคาดกลาง) ของแต่ละตลาด

และ BY = ต้นทุนขาย

$$\text{เมื่อ } BY = (Q1 \times P1) + (Q2 \times P2) + (Q2 \times P2) \quad ..(4.8)$$

กำหนดให้ P1,P2,P3 = ราคาที่ซื้อจากผู้ส่งมอบ(บาท/กก.)

เนื่องจากปริมาณ(ขนาด)การค้าต่อวันเป็นขนาดการค้าที่แตกต่างกันจะนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาตัวกำหนดกำไรหน่วยสุดท้ายผู้วิจัยจึงได้คำนวณกำไรหน่วยสุดท้ายเป็นกก.ดังต่อไปนี้

$$M = (R - CC) / \sum Q \quad ..(4.9)$$

สำหรับราคาจำหน่ายเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ทั้ง 3 ตลาดนั้นพบว่าราคากลางของราคาไก่นั้นเป็นราคาเดียวกันคือ ตลาดสดราคาขาย 70 บาท/กก. ,ตลาดกิมหยงราคาขาย 90บาท/กก.,และตลาดหาดใหญ่ในราคาขาย 80บาท/กก.

ผู้วิจัยได้คำนวณกำไรต่อวงรอบโดยได้แบ่งแยกผู้ค้าไก่เป็นและไก่ซากดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายไก่เนื้อ (หน่วย: บาท)

ตลาด/ความผูกพัน/ชื่อผู้ส่งมอบ	ไก่ซาก			
	จำนวน (ตน)	ค่าเฉลี่ย ต้นทุนรวม/ กก .บาท)	ค่าเฉลี่ย รายได้/ กก. (บาท)	ค่าเฉลี่ย กำไรหน่วยสุดท้าย/ กก. (บาท)
กิมหยง	4	0.14	75	74.86

มี	3	0.10	76.67	76.57
โรงเชือด	3	0.10	76.67	76.57
ไม่มี	1	0.27	70.00	69.73
โรงเชือด	1	0.27	70.00	69.73
สด	26	0.92	74.23	73.31
มี	19	0.99	74.74	73.74
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	0.59	80.00	79.41
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ ปัตตานี				
บริษัท:ลูกปลาฟาร์ม จำกัด	2	0.36	70	69.64
โรงเชือด	16	1.10	75	73.90
ไม่มี	7	0.72	72.86	72.13
บริษัท:ซีพี	1	0.19	70	69.81
บริษัท:เบทาโกร	1	0.09	70	69.91
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ ปัตตานี	2	0.88	80	79.12
โรงเชือด	2	0.84	70	69.16
ห้องเย็น	1	1.35	70	68.65
หาดใหญ่ใน	1	0.04	70	69.96
ไม่มี	1	0.04	70	69.96
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์				
โรงเชือด	1.00	0.04	70	69.96
รวม	31	0.79	74.19	73.40

(ต่อ)ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายไก่เนื้อ
บาท)

(หน่วย :

ตลาด/ความผูกพัน/ชื่อผู้ส่งมอบ	ไก่เป็น			
	จำนวน(ตน)	ค่าเฉลี่ย ต้นทุน รวม/กก. (บาท)	ค่าเฉลี่ย รายได้/ กก.(บาท)	กำไรหน่วย สุดท้าย/ กก.(บาท)
สด	2	5.92	80	74.08
มี	1	5.92	70	64.08
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	1	5.92	70	64.08
ไม่มี	1	5.92	90	84.08
บริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี	1	5.92	90	84.08
หาดใหญ่ใน	1	5.88	70	64.12
ไม่มี	1	5.88	70	64.12
บริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์	1	5.88	70	64.12
รวม	3	5.91	76.67	70.76

จากตารางการวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของผู้ค้าไก่เนื้อที่คัดเลือกผู้ให้บริการส่งมอบ 1 ราย ที่ซื้อไก่ซากจากผู้ส่งมอบนั้นพบว่า เมื่อได้วิเคราะห์ต้นทุนการจัดซื้อ ต้นทุนการสำรอง ต้นทุนธุรกรรมค่าธรรมเนียมสูญเสีย เห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยของต้นทุนรวมทั้งหมดอยู่ที่ 0.79 บาท/กก./วงรอบ โดยต้นทุนเฉลี่ยของผู้ค้าไก่เนื้อในตลาดกิมทองอยู่ที่ 0.14 บาท/กก./วงรอบ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการสำรองต่อวงรอบ(ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการซื้อแพง)มีมากกว่า ตลาดสด แต่ในขณะที่เดียวกัน ต้นทุนเฉลี่ยของผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในต่ำกว่าตลาดกิมทองและตลาดสด ซึ่งอยู่ที่ 0.04 บาท/กก./วงรอบ และรายได้ต่อกก./วงรอบเฉลี่ยนั้นอยู่ที่ 74.19 บาท/กก./วงรอบ โดยพบว่าผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองขายในราคาเฉลี่ย 75 บาท ผู้ค้าไก่ในตลาดสดอยู่ที่ 74.23 บาท และผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ไม่มีรายได้เฉลี่ยกก.ละ 70 บาท ซึ่งตลาดกิมทองขายในราคาที่สูงกว่าโดยเฉลี่ย ในขณะที่ตลาดสดมีตั้งแต่ราคา 65-80 บาท ทั้งนี้อยู่กับทำเลที่ตั้งของแพงขายสินค้า จึงทำให้กำไรหน่วยสุดท้ายของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองสูงกว่าตลาดหาดใหญ่และตลาดสดซึ่งมีกำไรอยู่ที่ 74.86 บาท/กก./วงรอบ เนื่องจากต้นทุนต่อวงรอบต่ำกว่า และราคาขายที่สูงกว่า ส่วนผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีกำไรหน่วยสุดท้ายอยู่ที่ 73.31 บาท และผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ไม่มีกำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ย/กก./วงรอบอยู่ที่ 69.96

สำหรับผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบพบว่ามีตั้งแต่ต้นทุนการจัดซื้อ ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการสำรอง ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการสูญเสียมูลค่า ทำให้มีต้นทุนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 5.91 บาท/กก./วงรอบ โดยผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 5.92 บาท/กก./วงรอบ ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ไม่มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 5.88 บาท/กก. ทั้งนี้พบว่าผู้ค้าไก่ในตลาดสดต้องเผชิญกับต้นทุนการสำรองที่สูงกว่าผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ แต่ในขณะที่เดียวกันเมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยพบว่าผู้ค้าไก่ในตลาดสดขายไก่ได้ในราคา 70-90 บาท ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่จะต้องขายราคาเดียวกับที่ผู้ค้าไก่อีกรายในราคาเดียวกันคือ 70.00 บาท/กก./วงรอบ จึงมีผลทำให้กำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ยของผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่สูงกว่า กำไรของผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่

2) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

2.1) การวิเคราะห์ต้นทุนการสั่งซื้อ

ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ชนิดของการสั่งซื้อ และวิธีการสั่งซื้อ

(หน่วย:บาท)

ตลาด	ผู้ส่งมอบ 1				ผู้ส่งมอบ 2			
	โรงเชือด				โรงเชือด			
	มีความผูกพัน				ไม่มีความผูกพัน			
	ผู้ชาย		ผู้ชาย(ท่าน)		ผู้ชาย(ท่าน)		รวม	
	โทรศัพท์		โทรศัพท์		โทรศัพท์			
	จำนวน(คน)	ค่าเฉลี่ย(บาท)	จำนวน(คน)	ค่าเฉลี่ย(บาท)	จำนวน(คน)	ค่าเฉลี่ย(บาท)	จำนวน(คน)	ค่าเฉลี่ย(บาท)
กิมทอง			2	2	2	2	2	4
สด	1	2	1	2			2	4
รวม	1	2	3	2	2	2	4	8

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดซื้อดังนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายพบว่าผู้ค้าไก่มีต้นทุนจัดซื้อเป็นค่าโทรศัพท์เฉลี่ย 2 บาท กับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และ ผู้ส่งมอบรายที่ 2

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย พบว่าจากผู้ค้าไก่ 5 คนมีค่าใช้จ่ายจัดซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 4 บาท

2.2) การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิต และต้นทุนธุรกรรมของการแปรรูปสภาพไก่

สำหรับผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายเป็นผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่มาจากผู้ส่งมอบทั้งหมด

2.3) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(1) การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง และมูลค่าสินค้าคงคลัง

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง และมูลค่าสินค้าคงคลัง (หน่วย:บาท)

ตลาด	ขนาดการดำ						รวม	
	30-50		60-80		130-150			
	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง(บาท)	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง(บาท)
กิมหยง	2.50	137.50					2.50	137.50
สด	20	1,040	15	1,050	0.00	0.00	11	626
รวม	11.25	588.75	15	1,050	0.00	0.00	8.57	486.43

จากตารางเห็นได้ว่าขนาดของการสำรองและขนาดของมูลค่าสินค้าคงคลังเป็นไปตามขนาดของการค้าดังนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ที่มีขนาดการดำ 30-50 กก.มีขนาดการสำรองเฉลี่ย 137.50 ทำให้มีมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 137.50 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายที่มีขนาดการดำ 30-50มีขนาดการสำรองเฉลี่ย 20กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 1,040 บาท สำหรับผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการดำ 60-80 กก.,มีขนาดการสำรอง 15 กก. ทำให้มีขนาดมูลค่าสินค้าคงคลังอยู่ที่ 1,050 ในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการดำ 130-150กก.ไม่มีการสำรอง

(2) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

ตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง (หน่วย:บาท)

ตลาด	ค่าซื้อแพง		ค่าเชิงแพง/วัน		ค่าการตลาด		รวม	
	จำนวน	ต้นทุนเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ต้นทุนเฉลี่ย (บาท)	จำนวน (คน)	ต้นทุนเฉลี่ย (บาท)	จำนวน (คน)	ต้นทุนเฉลี่ย (บาท)
กิมหยง	2	800,000			2	6	4	800,006
สด	-	-	3	9.13	5	40.33	5	49.47
รวม	2	800,000	3	9.13	7.	30.52	9	800,039.66

จากตารางเห็นได้ว่าขนาดของต้นทุนการสำรองของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย มีดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายพบว่าผู้ค้าไก่ทั้ง 2 รายมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อแพงชาย และค่าการตลาดซึ่งได้แก่ ค่าน้ำค่าไฟค่าทำให้ความสะอาดให้แก่เทศบาล โดยค่าใช้จ่ายในการซื้อแพงในครั้งแรก 800,000บาท และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าการตลาดเฉลี่ยวงรอบละ 6.00 บาท ให้มีต้นทุนสำรองรวม 800,006 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย พบว่าผู้ค้าไก่ทั้ง 5 คน พบว่าผู้ค้าไก่ 3 คนมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าเชิงแพง/วันเฉลี่ยวันละ 9.13 บาท และผู้ค้าไก่ทั้ง 5 คนมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าการตลาด ซึ่งประกอบด้วยค่าน้ำค่าไฟและค่าทำความสะอาดตลาดให้แก่เทศบาลนครหาดใหญ่เฉลี่ยวันละ 40.33 บาท ทั้งนี้อยู่กับตำแหน่งที่ตั้งของแพงในตลาดแตกต่างกัน

2.4) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง

ไม่มีต้นทุนการขนส่ง เนื่องจากผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายได้ซื้อไก่ซากจากผู้ส่งมอบทุกราย

2.5) ต้นทุนธุรกรรมในปัญหาคุณภาพไก่ต่อวันเฉลี่ย

ไม่ต้นทุนการสูญเสียคุณภาพ

2.6) การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายเนื้อไก่

ตารางที่ 4.34 กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายเนื้อไก่ (หน่วย : บาท)

ตลาด/ผู้ค้าไก่	ต้นทุนรวมเฉลี่ย/วงรอบ/กก.	รายได้เฉลี่ย/วงรอบ/กก.	กำไรหน่วยสุดท้าย/วงรอบ/กก.
กิมหยง	0.24	80	79.76
สด	0.48	70	63.24
รวม	0.41	72.86	67.96

จากตารางเห็นได้เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์ต้นทุนรวมเฉลี่ยของผู้ค้าไก่ในตลาดดังนี้ ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงมีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ 0.24 บาท/กก./วงรอบและมีรายได้เฉลี่ย/กก./วงรอบอยู่ที่ 80.00 บาท ทำให้มีขนาดกำไรหน่วยสุดท้าย/วงรอบ/กก. 79.76 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่มีต้นทุนรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 0.48 บาท/กก./วงรอบ และมีรายได้เฉลี่ย 70.00 บาท/กก./วงรอบ ทำให้มีขนาดกำไรหน่วยสุดท้าย/วงรอบ/กก. 63.24 บาท

3) การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

3.1) การวิเคราะห์ต้นทุนการสั่งซื้อ

ตารางที่ 4.35 การวิเคราะห์ชนิดของการสั่งซื้อ และวิธีการสั่งซื้อ (หน่วย:คน)

ตลาด/ รหัส	ผู้ส่งมอบ 1	ผู้ส่งมอบ 2		ผู้ส่งมอบ 3		รวม	
	มีความ ผูกพัน	ไม่มีความผูกพัน		ไม่มีความผูกพัน			
	โรงเชือด	บริษัท สดาวัลย์ ฟาร์ม จำกัด	โรงเชือด	บริษัทภาคใต้ เนื้อสัตว์	โรงเชือด		
	แบบตั้ง						
	โทรศัพท์	โทรศัพท์	โทรศัพท์		โทรศัพท์		โทรศัพท์
	ผู้ซื้อ(ท่าน)	ผู้ซื้อ(ท่าน)	ผู้ชาย	ผู้ซื้อ (ท่าน)	ผู้ซื้อ(ท่าน)		ผู้ซื้อ (ท่าน)

กิมทอง	2			2		2	6
G3	2			2		2	6
G4	2			2		2	6
สด	2	2	2		2	2	10
H15	2	2				2	6
H16			2		2		4
รวม	2	2	2	2	2	2	12

เนื่องจากการสั่งซื้อของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกหรือเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย มีการสั่งซื้อทั้ง 3 ราย ทำให้มีค่าใช้จ่ายต่อผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบทั้ง 3 ราย เนื่องจากการสั่งซื้อเป็นรูปแบบสั่งซื้อแบบดึงจึงทำให้เกิดค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย ทั้ง 2 คน มีการสั่งซื้อด้วยตนเองทำให้มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นต้นทุนเฉลี่ย 6 บาท เนื่องจากการสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบทั้ง 3 ราย

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย พบว่าผู้ค้าไก่ H15 ได้มีการสั่งซื้อด้วยตนเองกับผู้ส่งมอบ รายที่ 1 และผู้ส่งมอบรายที่ 3 ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ผู้ชายได้สั่งซื้อด้วยตนเอง สำหรับผู้ค้าไก่ H16 ไม่มีการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบที่ 1 ซึ่งหมายถึงผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีวิธีการสั่งซื้อแบบพลิกคือผู้ส่งมอบจะส่งมอบในปริมาณที่เท่ากันทุกวันให้แก่ผู้ค้าไก่ในขณะที่ผู้ส่งมอบที่ 2 และผู้ส่งมอบที่ 3 มีการสั่งซื้อด้วยตนเองเนื่องจากปริมาณมีความไม่แน่นอน

3.2) การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของการผลิต และต้นทุนธุรกรรมของการแปรสภาพไก่ เนื่องจากผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย ไม่มีรายใดที่เลือกใช้บริการส่งมอบโดยการซื้อไก่เป็นทำให้ไม่มีต้นทุนในการผลิต

3.3) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(1.) การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง และมูลค่าสินค้าคงคลัง

ตารางที่ 4.36 การวิเคราะห์ขนาดของการสำรอง และมูลค่าสินค้าคงคลัง

ตลาด	ขนาดการดำ						รวม	
	30-50		100-120		130-150			
	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)	ขนาดการสำรอง (กก.)	สินค้าคงคลัง (บาท)
กิมทอง	5	275	5	275			5	275
G3			5	275			5.00	275
G4	5	275					5	275
สด			10	540	0.00	0.00	5	270
H1 5					0.00	0.00	0.00	0.00

H16			10	540			10	540
รวม	5	275	7.50	407.50	0.00	0.00	5	272.50

จากตารางเห็นได้ว่าขนาดการสำรองขึ้นอยู่กับขนาดของการค้าต่อวันโดยพบว่าผู้ค้าไก่โดยขนาดของการสำรองและมูลค่าสินค้าคงคลังของปริมาณการสำรองในแต่ละวันมีดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองทั้งผู้ค้าไก่ G3 และ G4 ที่มีขนาดการค้า 30-50 กก.และขนาดการค้า 100-120กก.มีขนาดการสำรองที่เท่ากันคือ 5 กก. และมูลค่าสินค้าคงคลังที่หลงเหลืออยู่ 275 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่พบว่าผู้ค้า H15 ที่มีขนาดการค้า 130-150 กก.ไม่ได้มีการสำรองเนื่องจากขายหมดในทุกวงรอบ ในขณะที่ผู้ค้าไก่ H16 ที่มีขนาดการค้า 100-120 กก.มีขนาดการสำรอง 10 กก.ซึ่งมีขนาดสินค้าคงคลังหลงเหลืออยู่ 540 บาท.

(2) การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

ตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์ต้นทุนการสำรอง

(หน่วย : บาท)

ตลาด/ผู้ค้าไก่	ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรอง			รวม
	ค่าซื้อแพง	ค่าเชิงแพง	ค่าตลาด/วัน	
กิมทอง	1,600,000		6	1,600,006
G3	800,000		6	800,006
G4	800,000		6	800,006
สด		27.40	76.67	104.06
H15		27.40	76.67	104.06
H16		27.40	76.67	104.06
รวม		27.40	41.33	68.73

จากตารางเห็นได้ว่าขนาดของต้นทุนการสำรองของผู้ค้าไก่พบว่ามีค่าใช้จ่ายในการสำรองประกอบด้วย ค่าซื้อแพง ค่าเชิงแพง ค่าการตลาด ได้แก่ ค่าน้ำค่าไฟ ค่าทำความสะอาดให้เทศบาลดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย ทั้ง 2 คนมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อแพงจากเจ้าของตลาดกิมทอง 800,000 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายแรกเข้าของการซื้อแพง และมีค่าใช้จ่ายให้แก่เทศบาลนครหาดใหญ่เฉลี่ยวันละ 6บาท รวม 800,006บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่มีการเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายทั้ง 2 คนมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าเชิงแพงเฉลี่ยคนละ 27.40 บาท และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าตลาด 76.67 บาท รวมเป็นต้นทุนโลจิสติกส์การสำรอง เฉลี่ย 104.06 บาท

3.4) การวิเคราะห์ต้นทุนการขนส่ง

ไม่มีต้นทุนการขนส่ง เนื่องจากผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายได้ซื้อไก่จากจากผู้ส่งมอบทุกราย

(3.5) ต้นทุนธุรกรรมในปัญหาคุณภาพไก่ต่อวันเฉลี่ย

ตารางที่ 4.38 ต้นทุนธุรกรรมในการสูญเสียคุณภาพไก่

ตลาด/ผู้ค้าไก่	ต้นทุนการสูญเสียคุณภาพ
гимทอง	
G3	
G4	
สด	75.60
H15	
H16	75.60
รวม	75.60

จากตารางเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่ H16 ซึ่งเป็นผู้ค้าไก่อรายเดียวที่ได้เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย และประสบปัญหาเกี่ยวกับการสูญเสียคุณภาพไก่ซึ่งคิดเป็นค่าเฉลี่ยที่สูญเสีย 75.60 บาท/วงรอบจากรายได้ที่สูญเสีย

3.6) การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายเนื้อไก่

ตารางที่ 4.39 การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของการจำหน่ายเนื้อไก่ (หน่วย:กก./วงรอบ)

ตลาด/ผู้ค้าไก่	ต้นทุน/วงรอบ/กก.	รายได้/วงรอบ/กก.	กำไรหน่วยสุดท้าย/วงรอบ/กก.
гимทอง	0.26	70	69.74
G3	0.12	70	69.88
G4	0.40	70	69.60
สด	1.19	70	68.81
H15	0.85	70	69.15
H16	1.53	70	68.47
รวม	0.72	70	69.28

การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้าย/กก./วงรอบ ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายมีดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดгимทองที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย พบว่าต้นทุนเฉลี่ย/กก./วงรอบมีต้นทุนเฉลี่ย 0.26 บาท/กก. และรายได้เฉลี่ยต่อกก./วงรอบมีรายได้เฉลี่ย 70 บาท ทำให้กำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ยต่อกก./วงรอบ อยู่ที่ 69.74 บาท

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย พบว่าต้นทุนเฉลี่ย/กก./วงรอบมีต้นทุนเฉลี่ย 1.19 บาท/กก. และรายได้เฉลี่ยต่อกก./วงรอบมีรายได้เฉลี่ย 70 บาท ทำให้กำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ยต่อกก./วงรอบ อยู่ที่ 68.81 บาท

4.2.4. การวิเคราะห์ปัญหาการค้ำไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

ปัญหาของการค้ำไก่นั้นพบว่า ปัญหาการค้ำไก่ที่ผู้ส่งมอบเจอนั้นเป็นปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งจากการสัมภาษณ์นั้นพบว่าปัญหาที่พบวานั้น สำหรับผู้ที่ประสบปัญหาคือมีปัญหาชนิดเดียวกันนั้นคือ ปัญหาเกี่ยวกับ ไก่ชำ ปีกหัก ไก่ไม่ได้คุณภาพ แต่มีความแตกต่างกันในด้านการแก้ไขปัญหาคือแตกต่างกันดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

ตารางที่ 4.40 ปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้าและการได้รับการแก้ไขปัญหาของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ
1 ราย (หน่วย : คน)

ตลาด/ความ ผูกพัน/ชื่อผู้ส่ง มอบ	สินค้ามีปัญหาหรือไม่				ได้รับการแก้ปัญหหรือไม่				ได้รับการแก้ปัญหายังไร			
	ไม่มีปัญหา เกี่ยวกับตัว สินค้า		มีปัญหา เกี่ยวกับตัว สินค้า		แก้ไขปัญหา		ไม่แก้ไข ปัญหา		รับคืนสินค้า		ลดราคา สินค้า	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิมหยง	1	2.94	3	8.82	3	9.68		-	2	7.14	2	7.14
มี	1	2.94	2	5.88	2	6.45		-	1	3.57	1	3.57
โรงเชือด	1	2.94	2	5.88	2	6.45		-	1	3.57	1	3.57
ไม่มี		-	1	2.94	1	3.23		-	1	3.57	1	3.57
โรงเชือด		-	1	2.94	1	3.23		-	1	3.57	1	3.57
สด	2	5.88	26	76.47	24	77.42	2	6.45	8	28.57	21	75
มี	2	5.88	18	52.94	17	54.84	1	3.23	8	28.57	14	50
บริษัท:ภาคใต้ค้า เนื้อสัตว์		-	1	2.94	1	3.23		-		-	1	3.57
บริษัท:ลดาวัลย์ ฟาร์มโดกโพธิ์ ปัตตานี		-	1	2.94	1	3.23		-		-	1	3.57
บริษัท:ลูกปลา ฟาร์ม จำกัด	1	2.94	1	2.94		-	1	3.23		-		-
โรงเชือด	1	2.94	15	44.12	15	48.39		-	8	28.57	12	42.86
ไม่มี		-	8	23.53	7	22.58	1	3.23		-	7	25
บริษัท:ซีพี		-	1	2.94	1	3.23		-		-	1	3.57
บริษัท:เบทาโกร		-	1	2.94	1	3.23		-		-	1	3.57
บริษัท:ลดาวัลย์ ฟาร์มโดกโพธิ์ ปัตตานี		-	3	8.82	3	9.68		-		-	3	10.71
โรงเชือด		-	2	5.88	1	3.23	1	3.23		-	1	3.57
ห้องเย็น		-	1	2.94	1	3.23		-		-	1	3.57
หาดใหญ่ไบ		-	2	5.88	1	3.23	1	3.23		-	1	3.57
ไม่มี		-	2	5.88	1	3.23	1	3.23		-	1	3.57
บริษัท: ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์		-	1	2.94		-	1	3.23		-		-
โรงเชือด		-	1	2.94	1	3.23		-		-	1	3.57
รวม	3	8.82	31	91.18	28	90.32	3	9.68	10	35.7	24	85.7

เนื่องจากคุณภาพของสินค้าคือปัญหาหนึ่งที่ได้รับความเสียหายหรือไม่ได้รับความเสียหาย โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย ได้รับปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า และการแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ที่พบว่าได้รับประสบเกี่ยวกับปัญหาด้านคุณภาพสินค้ามีจำนวน 31 คน และผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 3 คน โดยผู้ค้าที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ได้รับการแก้ไข ปัญหา 28 คน และผู้ค้าไก่ที่ไม่ได้รับการแก้ไขปัญหา 3 คน ซึ่งวิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ส่งมอบโดยวิธีการรับสินค้าคืน จำนวน 10 คน และลดราคาสินค้าจำนวน 24 คน ซึ่งสามารถแบ่งแยกได้ดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบจำนวน 1 ราย ซึ่งมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ พบว่าผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 1 คน และผู้ค้าไก่ที่ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 2 คน โดยได้รับการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการลดราคาสินค้า 1 ราย และแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีคืนสินค้า 1 คน ส่วนผู้ค้าไก่ที่ไม่มีปัญหาผูกพันกับผู้ส่งมอบ พบว่าผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 1 คน ซึ่งได้รับการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการลดราคาสินค้า

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบจำนวน 1 ราย ซึ่งมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ พบว่าผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 2 คน และผู้ค้าไก่ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 18 คน โดยได้รับการแก้ไขปัญหา 17 คน และไม่ได้รับการแก้ไขปัญหา 1 คน ซึ่งการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแบ่งออกเป็น การได้รับการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการรับสินค้าคืน จำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด และการได้รับการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการลดราคาสินค้า จำนวน 14 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท:ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ 1 คน ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบบริษัท:ลดาวัลย์ฟาร์มโคกโพธิ์ปัตตานี 1 คน และผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด 12 คน

ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบจำนวน 1 ราย ซึ่งไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ พบว่าผู้ค้าไก่ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 8 คน โดยได้รับการแก้ไข ปัญหา 7 คน และไม่ได้รับการแก้ไขปัญหา 1 คน ซึ่งการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเป็นการได้รับการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการรับสินค้าคืน จำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบโรงเชือด

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในตลาดหาดใหญ่ในที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ซึ่งไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ พบว่าได้รับการแก้ไขปัญหา 1 ราย และไม่ได้รับการแก้ไขปัญหา 1 ราย โดยการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการลดราคาสินค้า

2) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

ตารางที่ 4.41 ปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้าและการได้รับการแก้ไขปัญหาของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย (หน่วย : คน)

ตลาด/ความผูกพัน /มีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า หรือไม่ /มีการแก้ไขปัญหหรือไม่/ มีการรับคืนสินค้าหรือไม่/ มีการลดราคาสินค้าหรือไม่	มีปัญหาเกี่ยวกับตัว สินค้าหรือไม่ ?	มีปัญหา			ไม่มีปัญหา	รวม
	มีการแก้ไขปัญหา หรือไม่?	มีการแก้ไขปัญหา		ไม่มีการแก้ไข ปัญหา		
	รับคืนสินค้าหรือไม่	ไม่รับ คืน	รับคืน			
	ลดราคาสินค้าหรือไม่	ลด	ลด			
ตลาดกิมหยง	จำนวน(คน)	1	1			2
	ร้อยละ	14.29	14.29	-	-	28.57
เครือข่าย	จำนวน(คน)	1	1			2
	ร้อยละ	14.29	14.29	-	-	28.57
มีปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
แก้ไขปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
รับคืน	จำนวน(คน)	1	1			2
	ร้อยละ	14.29	14.29	-	-	28.57
ลด	จำนวน(คน)	1	1			2
	ร้อยละ	14.29	14.29	-	-	28.57
ตลาดสด	จำนวน(คน)	2		1	2	5
	ร้อยละ	28.57	-	14.29	28.57	71.43
ญาติ	จำนวน(คน)			1		1
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	14.29
มีปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
ไม่แก้ไขปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
ไม่รับคืน	จำนวน(คน)			1		1
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	14.29
ไม่ลด	จำนวน(คน)			1		1
	ร้อยละ	-	-	14.29	-	14.29
ไม่มีความผูกพัน	จำนวน(คน)	1			1	2
	ร้อยละ	14.29	-	-	14.29	28.57
มีปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
แก้ไขปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
ไม่รับคืน	จำนวน(คน)	1			1	2
	ร้อยละ	14.29	-	-	14.29	28.57
ลด	จำนวน(คน)	1			1	2
	ร้อยละ	14.29	-	-	14.29	28.57
หุ้นส่วน	จำนวน(คน)	1			1	2
	ร้อยละ	14.29	-	-	14.29	28.57
มีปัญหา	จำนวน(คน)					

ตลาด/ความผูกพัน /มีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า หรือไม่ /มีการแก้ไขปัญหหรือไม่/ มีการรับคืนสินค้าหรือไม่/ มีการลดราคาสินค้าหรือไม่	มีปัญหาเกี่ยวกับตัว สินค้าหรือไม่ ?	มีปัญหา			ไม่มีปัญหา	รวม
	มีการแก้ไขปัญหา หรือไม่?	มีการแก้ไขปัญหา		ไม่มีการแก้ไข ปัญหา		
	รับคืนสินค้าหรือไม่	ไม่รับ คืน	รับคืน			
	ลดราคาสินค้าหรือไม่	ลด	ลด			
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
แก้ไขปัญหา	จำนวน(คน)					
	ร้อยละ	-	-	-	-	-
รับคืน	จำนวน(คน)	1			1	2
	ร้อยละ	14.29	-	-	14.29	28.57
ลด	จำนวน(คน)	1			1	2
	ร้อยละ	14.29	-	-	14.29	28.57
รวม	จำนวน(คน)	3	1	1	2	7
	ร้อยละ	42.86	14.29	14.29	28.57	100

เนื่องจากคุณภาพของสินค้าคือปัญหาหนึ่งที่ได้รับ ความเสียหายหรือไม่ได้รับความเสียหาย โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย ได้รับปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า และการแก้ไข ปัญหาดังต่อไปนี้

ผู้ค้าไก่ที่พบว่าได้รับประสพเกี่ยวกับปัญหาด้านคุณภาพสินค้ามีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย และผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสพปัญหามี 2 ราย คิดเป็น ร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ประสพปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า ทั้งหมด ซึ่งพบว่าผู้ค้าไก่ทั้ง 2 คน มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 2 โดยพบว่าผู้ค้าไก่ 1 คนได้รับการแก้ไขปัญหามาจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 ด้วยการรับคืน สินค้าที่มีปัญหา และได้รับการแก้ไขปัญหามาจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 ด้วยการลดราคาสินค้าจากผู้ส่งมอบเมื่อค้นพบว่า สินค้ามีปัญหา ในขณะที่ผู้ค้าไก่อีก 1 คน ได้รับการแก้ไขปัญหามาจากผู้ส่งมอบรายที่ 1 และได้รับการแก้ไข ปัญหาจากผู้ส่งมอบรายที่ 2 ด้วยการลดราคาสินค้า และการคืนราคาสินค้า

ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ประสพปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.85 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งพบว่าผู้ค้าไก่ที่ได้รับการ แก้ไขปัญหามาจากผู้ส่งมอบมี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย และอีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ซึ่งพบว่าผู้ค้า ไก่ที่ได้รับการแก้ไขปัญหา 1 คน ซึ่งมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 แบบหุ้นส่วนได้รับการแก้ไข ปัญหาด้วยการคืนสินค้า และการลดราคาสินค้าจากผู้ส่งมอบ ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 1 ไม่รับคืน สินค้าแต่ลดราคาสินค้าให้แก่ผู้ซื้อ ส่วนผู้ค้าไก่อีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้ บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ซึ่งได้รับการแก้ไขปัญหามาจากผู้ส่งมอบ รายที่ 1 ด้วยการลดราคาสินค้า ส่วนผู้ค้าไก่ที่ไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาใด ๆ เมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้าพบว่ามีความ ผูกพันกับผู้ส่งมอบแบบเครือข่าย ส่วนผู้ค้าไก่ที่พบว่าไม่มีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้านั้นมีทั้งผู้ค้าไก่ที่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1

3) ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

ตารางที่ 4.42 ปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้าและการได้รับการแก้ไขปัญหาของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 ราย

ผู้ส่งมอบ	ผู้ส่งมอบรายที่ 1		ผู้ส่งมอบรายที่ 2			ผู้ส่งมอบรายที่ 3	
	ใช้มาตั้งแต่คนเดิม	ญาติ	ไม่มี			ไม่มี	
ปัญหาตัวสินค้า	มีปัญหา		มีปัญหา			มีปัญหา	
การแก้ไขปัญหา	แก้ไข	ไม่แก้ไข	แก้ไข	แก้ไข	ไม่มีการแก้ไข	มีการแก้ไข	ไม่มีการแก้ไข
วิธีการแก้ไข	ไม่รับคืน		รับคืน	ไม่รับคืน		ไม่รับคืน	
ตลาด/รหัสผู้ค้า	ลด	ลด	ลด	ลด		ลด	
กิมทอง			2	2		2	
G3			1	1		1	
G4			1	1		1	
สด	1	1		1	1	1	1
H15	1			1		1	
H16		1			1		1
รวม	1	1	2	3	1	3	1

จากตารางเห็นได้ว่าปัญหาที่ผู้ค้าไก่ได้ประสบนั้นเป็นปัญหาด้านคุณภาพของตัวสินค้าซึ่งพบว่าการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการส่งมอบของผู้ส่งมอบแต่ละรายมีความแตกต่างกันในตัวสินค้าและการแก้ไขปัญหาดังนี้

ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ G3 และ G4 สั่งซื้อกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 โดยมีความผูกพันเป็นญาติกับผู้ส่งมอบนั้นพบว่ามีการแก้ไขปัญหาโดยการรับคืนสินค้า และการลดราคาสินค้าซึ่งการลดราคาสินค้านั้นเนื่องจากสินค้านั้นมีตำหนิจากการส่งมอบเช่นไก่ ช้ำ หรือขนาดไม่สวย ในขณะที่การรับคืนสินค้าจะทำก็ต่อเมื่อสินค้านั้นมีตำหนิมากหรือเป็นไก่เสีย หากขายได้จะขายได้ในราคาต่ำและคุณภาพไม่ดีซื้อมีการรับคืนนั่นเอง

สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดสดที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ H 15 มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 รูปแบบผู้ที่ใช้บริการมาแต่ดั้งเดิม และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ รายที่ 2 และผู้ส่งมอบรายที่ 3 นั้นพบว่า ผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าโดยวิธีการลดราคาสินค้าแต่จะไม่รับคืนสินค้า ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 มีการลดราคาสินค้าแต่ไม่รับคืนสินค้าในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 3 มีการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการลดราคาสินค้าแต่ไม่รับคืนสินค้าเช่นกัน ในขณะที่ผู้ค้าไก่ H16 ใช้บริการผู้ส่งมอบรายที่ 1 โดยการใช้บริการมาแต่ดั้งเดิมนั้นพบว่าเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับตัวคุณภาพของสินค้านั้นพบว่าไม่มีการแก้ไขปัญหา ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 และผู้ส่งมอบรายที่ 3 ไม่มีการแก้ไขปัญหาด้วยตัวสินค้าเช่นกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

บทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา และอภิปรายความสอดคล้องกันทฤษฎีดังต่อไปนี้

5.1.สรุปผลการวิจัย

5.2.อภิปรายผลการวิจัย

5.3.ข้อเสนอแนะงานวิจัย

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.1.การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

(1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าไก่

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวน 45 คน แบ่งเป็นผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง 8 คน (ร้อยละ 17.78) ผู้ค้าไก่ในตลาดสด 35 คน (ร้อยละ 77.78) และผู้ค้าไก่ในตลาดขนาดใหญ่ใน 2 คน (ร้อยละ 4.44) โดยผู้ค้าที่เข้ามาดำเนินกิจการค้าเนื้อไก่นั้นพบว่า เข้ามาดำเนินการเนื่องจากเป็นเครือข่ายกับผู้ค้า เพื่อร่วมอาชีพเดียวกันชักชวนกันมาก การรู้จักกับผู้ชายโดยตรง และการสืบทอดกิจการ โดยไม่มีความแตกต่างของวิธีการเข้ามาทั้งใน 3 ตลาด โดยระยะเวลาในการดำเนินกิจการมีตั้งแต่ 5-10 ปี 15-20ปี และมากกว่า 20 ปี และไม่มีความแตกต่างของระยะเวลาในการดำเนินกิจการทั้งตลาดกิมหยง ตลาดสด และตลาดขนาดใหญ่ใน

(2) ขนาดของการค้าไก่

การวิเคราะห์ขนาดของการค้าไก่พบว่าขนาดการค้าไก่ไม่มีขนาดที่มีความแน่นอน เนื่องจากน้ำหนักไก่หนักตั้งแต่ ตัวละ 1-2 กก.ทำให้ไม่สามารถระบุได้อย่างแน่นอนซึ่งจะมีคำสั่งซื้อที่ระบุ เป็นกิโลกรัม คำสั่งซื้อที่ระบุเป็นตัว ทำให้ผู้วิจัยจึงใช้ช่วงระหว่างของการสั่งซื้อ โดยพบว่าขนาดของการสั่งซื้อมีตั้งแต่ 30-50 กก. ,60-80 กก.,100-120 กก. ,130-150 กก. และปริมาณ 300 กก. โดยช่วงขนาดการค้าของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงมีตั้งแต่ 30 กก. จนถึง 120 กก. ในขณะที่ผู้ค้าไก่มีขนาดการค้าตั้งแต่ 30 -300 กก. และผู้ค้าไก่ในตลาดขนาดใหญ่ในมีขนาดการค้า 100-1500 กก. ซึ่งจากการสัมภาษณ์นั้นพบว่าเนื่องจากตลาดกิมหยงมีช่วงของการจำหน่ายของผู้ชายในช่วงเช้า ในขณะที่ตลาดสดมีความหลากหลายของช่วงเวลาการจำหน่าย ซึ่งพบว่าบางรายขายเฉลี่ยช่วงเช้า บางรายขายทั้งวัน และบางรายขายเฉพาะช่วงบ่าย ทำให้มีขนาดการค้าตามช่วงเวลาของการจำหน่ายนั่นเอง

การวิเคราะห์ขนาดของการจำหน่ายเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่นั้นพบว่าขนาดการค้าจำหน่ายซึ่งสอดคล้องกับขนาดการค้าสั่งซื้อ โดยที่ขนาดการค้าสั่งซื้อจะขึ้นอยู่กับขนาดการค้าจำหน่ายได้ของผู้ค้าไก่ โดยพบว่าขนาดการค้าจำหน่ายมีขนาดเดียวกับขนาดการค้าสั่งซื้อ

สำหรับขนาดของการสำรองประจำวันหรือประจำวงรอบนั้นจะเป็นไปตามช่วงระยะเวลาของการจำหน่ายสินค้าที่หลงเหลือและเป็นช่องว่างของขนาดการค้า และขนาดของการจำหน่าย โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการค้า 30-50 กก.จะมีขนาดของการสำรองเฉลี่ย 8.89 กก. ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการค้า 60-80 กก.มีขนาดการค้าสำรอง 5.79 กก. ผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการค้า 100-120

กก.มีขนาดการสำรองเฉลี่ย 9.12 กก. และผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการสำรองอยู่ที่ 7.50 กก. และผู้ค้าไก่ที่มีขนาดการสำรองอยู่ที่ 300 กก.มีขนาดการสำรองอยู่ที่ 60 กก. โดยจะเห็นได้ว่าขนาดการสำรองไม่มีความแตกต่างกันทั้ง 3 ตลาด

(3) ประเภทของการจำหน่าย

ขนาดของการจำหน่ายไก่ของผู้ค้าไคนั้นพบว่าประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงและตลาดสดมีสัดส่วนลูกค้าประจำและลูกค้าชาวกรที่มีลักษณะใกล้เคียงกันคือผู้ค้าไก่ที่ตำแหน่งที่ตั้งของแผงอยู่ภายนอกตลาดจะมีสัดส่วนลูกค้าประจำมากกว่าร้อยละ 50.00 และลูกค้าที่มีตำแหน่งแผงอยู่ภายในตลาดมีสัดส่วนลูกค้าประจำน้อยกว่าร้อยละ 50.00 และผู้ค้าไก่ที่มีตำแหน่งแผงอยู่ระหว่างทางเข้าตลาด(อาคารพาณิชย์) จะมีสัดส่วนลูกค้าประจำและลูกค้าชาวกรเท่ากัน สำหรับตลาดหาดใหญ่ผู้ค้าไก่จะมีตำแหน่งที่ใกล้เคียงกันทั้ง 2 แผง ทำให้มีสัดส่วนลูกค้าที่ใกล้เคียงกัน

5.1.2. การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

สำหรับการวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ ก่อนการวิเคราะห์เงื่อนไขความผูกพันนั้นพบว่ามีเงื่อนไขหนึ่งที่เป็นเงื่อนไขของการสั่งซื้อ หรือการเลือกเป็นคู่ค้าระหว่างผู้ส่งมอบและผู้ขายนั้นคือ ข้อมูลจำเป็นสำหรับการบริโภค เนื่องจากผู้ค้าไก่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นับถือศาสนาอิสลาม ฉะนั้นข้อมูลที่จะใช้ในการบริโภคคือข้อมูลเกี่ยวกับการอนุญาตในการบริโภคตามหลักศาสนาอิสลามนั้น นั้น โดยข้อมูลที่ผู้ค้าได้ใช้ได้แก่ การมีตราฮาลาลของบริษัทหรือของผู้ส่งมอบ ,การที่มีมุสลิมเป็นผู้เชือดไก่ตามหลักการศาสนาอิสลาม โดยพบว่าผู้ค้าไก่จะซื้อเป็นลักษณะของไก่ซาก และ การเชือดด้วยตนเองซึ่งเป็นผู้ค้าที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบ ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์นั้นพบว่าสาเหตุที่ผู้ค้าไก่ได้เชือดไก่ด้วยตนเองเนื่องจากไม่มั่นใจในตราฮาลาลที่บริษัทได้รับ และมั่นใจว่าการเชือดด้วยตนเองนั้นมีความมั่นใจมากกว่าในการบริโภคได้

การวิเคราะห์การคัดเลือกจำนวนผู้ส่งมอบของผู้ค้าไก่พบว่า ผู้ค้าไก่ได้เลือกใช้บริการโดยคัดเลือก ผู้ส่งมอบ 1 ราย ,ผู้ส่งมอบ 2 ราย และผู้ส่งมอบ 3 ราย ซึ่งผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง และผู้ค้าไก่ในตลาดสดจะมีการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย ,2 ราย และ 3 ราย ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่ในจะเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายเท่านั้น โดยการวิเคราะห์ความผูกพันระหว่างผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบมีดังต่อไปนี้

(1) ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกหรือเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

(1.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ให้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

การแบ่งแยกความผูกพันระหว่างผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบแบบผูกพันได้แก่ ความผูกพันในท้องถิ่นเดียวกัน ได้แก่ ผู้ส่งมอบโรงเชือด ,ความผูกพันแบบเครือข่าย ได้แก่ผู้ส่งมอบบริษัทภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์(พนักงานชาย),ผู้ส่งมอบบริษัทลดาวัลย์ฟาร์ม และผู้ส่งมอบบริษัทโรงเชือด ,ความผูกพันแบบเครือข่ายได้แก่ ผู้ส่งมอบโรงเชือด ผู้ส่งมอบบริษัทลูกปลาฟาร์ม(พนักงานชาย) ,ความผูกพันแบบหุ้นส่วน ได้แก่ ผู้ส่งมอบโรงเชือด ซึ่ง

ผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบทั้งสิ้นมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 67.65 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย และผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 32.35 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย

(1.2) การสั่งซื้อ

การสั่งซื้อแบ่งออกได้เป็นการสั่งซื้อแบบดิ่ง และการสั่งซื้อแบบผลัก โดยการสั่งซื้อแบบดิ่งนั้นจะต้องมีคำสั่งซื้อเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นฝ่ายของผู้ซื้อไก่หรือผู้ค้าไก่ และผู้ขายไก่หรือผู้ส่งมอบ โดยพบว่าวิธีการสั่งซื้อแบบดิ่งนี้จะมีคำสั่งซื้อผ่านการโทรศัพท์ หรือการแจ้งให้ทราบเมื่อมีการเก็บบิลของผู้ส่งมอบจากผู้ค้าเนื้อไก่ และการสั่งซื้อแบบผลักนั้นคือไม่มีคำสั่งซื้อจากฝ่ายของผู้ค้าหรือฝ่ายของผู้ส่งมอบ เนื่องจากมีการสั่งซื้อเนื้อไก่ในปริมาณที่เท่ากันทุกวัน หรือทุกวงรอบเท่ากันจึงไม่มีคำสั่งซื้อ โดยพบว่าสัดส่วนของผู้ค้าไก่ที่เลือกการสั่งซื้อแบบดิ่งมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่เลือกวิธีการสั่งซื้อแบบผลักมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 69.70 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายทั้งหมด ซึ่งพบว่าไม่มีความแตกต่างกันระหว่างตลาดใดตลาดหนึ่ง และไม่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้ส่งมอบใดผู้ส่งมอบหนึ่ง แต่วิธีการสั่งซื้อแบบดิ่งแบบผลักนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อที่ดิ่งหรือไม่ หากปริมาณการสั่งซื้อไม่ดิ่งก็จะมีวิธีการสั่งซื้อแบบดิ่ง แต่หากมีการสั่งซื้อที่มีปริมาณที่ดิ่งที่ผู้ส่งมอบจะมีวิธีการสั่งซื้อแบบผลักนั่นเอง

(1.3) ราคาซื้อเนื้อไก่และราคาการส่งมอบ

ราคาการซื้อเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ ราคาแบบไก่ซาก และราคาแบบไก่เป็น ผู้ส่งมอบที่สั่งซื้อไก่แบบไก่ซากนั้นพบว่า ไก่ซากความผูกพันจะมีผลต่อราคาคือ ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายนี้จะไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงราคาและ ถือว่าการซื้อกับคนที่ผูกพันได้ราคาที่ดีกว่า แต่ความจริง การซื้อโดยที่ไม่ผูกพันได้ราคาที่ต่ำกว่า, บริษัทลูกปลาฟาร์มซื้อได้ ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ โรงเชือด แต่ถ้าซื้อกับโรงเชือดจะต้องซื้อในปริมาณที่มากถึงจะมีราคาที่ต่ำ และหากไม่มีความผูกพันพบว่า หากซื้อในปริมาณเดียวกัน ควรซื้อกับบริษัท เบทาโกรดีกว่า ซื้อกับบริษัทอื่น ๆ ซื้อได้ กก.ละ 50.00 บาท สำหรับราคาไก่เป็นพบว่าไม่ว่าจะผู้ค้าไก่จะมีความผูกพันหรือไม่ผูกพันกับผู้ส่งมอบก็จะเป็นผล นั่นคือเมื่อบริษัทลดาวัลย์ฟาร์มและบริษัทภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์เปรียบเทียบราคาซื้อในปริมาณเดียวกันแล้วพบว่าบริษัทลดาวัลย์ฟาร์มมีราคาที่ถูกกว่าบริษัทภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ 3 บาท

(1.4) การชำระเงิน

วิธีการชำระเงินของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายนั้นแบบออกเป็น การชำระสด การชำระเชื่อ และการชำระทั้งสด และเชื่อ โดยพบว่า การชำระแบบเชื่อนั้นแบบออกเป็น ชนิด แบบบิลผลัดบิล การชำระแบบ 3 บิลจ่าย 1 บิล การชำระแบบเดือนละครั้ง และการชำระแบบบิล ผลัดบิล ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่พบว่าเป็นผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการแบบโรงเชือดนั้นจะมีการชำระแบบบิลผลัดบิลไม่ว่าจะเป็นผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ หรือไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ในขณะที่การชำระเงินแบบ 3 บิลจ่าย ได้แก่ผู้ส่งมอบบริษัท ภาคใต้ค้าเนื้อสัตว์ บริษัทลูกปลาฟาร์ม และผู้ค้าไก่ที่มีวิธีการชำระแบบเดือนละครั้ง ได้แก่ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการกับผู้ส่งมอบบริษัทซีพี เนื่องจากได้มีการจ่ายค่ามัดจำให้แก่บริษัทแล้ว ในขณะที่การจ่ายแบบ 7 บิลจ่าย

1 บิล ได้แก่บริษัทเบทาโกร และ โรงเชือด อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าผู้ส่งมอบที่เป็นโรงเชือดนั้นไม่มีความแน่นอนในรูปแบบของการชำระ ส่วนผู้ค้าไก่จ่ายแบบสดให้แก่ผู้ส่งมอบนั้นได้แก่ ผู้ค้าไก่ในตลาดสดโดยพบว่ามี 3 ราย ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าจะได้รับราคาที่ถูกกว่าการซื้อเชื้อ 1-2 บาทต่อกก.

(2) ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกหรือเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย

(2.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ แบบ 2 ราย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบแบบ 2 รายจำนวนผู้ค้าทั้งหมด 7 คน นี้จะเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบทั้ง 2 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และ 2 และผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 และไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบที่ 2 คือ หากมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบผู้ค้าไก่จะเลือกให้เป็นผู้ส่งมอบรายที่ 1

ผลการวิจัยนั้นพบว่าความผูกพันของผู้ส่งมอบรายที่ 1 นั้นได้แก่ ความผูกพันแบบเดริอญาตี ความผูกพันแบบเดริอช่าย และความผูกพันแบบหุ้นส่วน ซึ่งผู้ค้าในตลาดกิมทองมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายที่ 1 แบบเดริอช่ายทั้งหมด ในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่ในตลาดสดมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบแบบ ญาตี และหุ้นส่วน

(2.2) การสั่งซื้อ

ผู้ค้าไก่ที่มีการคัดเลือกการให้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายนั้นพบว่าวิธีการสั่งซื้อหากเป็นการสั่งซื้อโดยมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบแล้ว ผู้ค้าไก่จะให้ความสำคัญของคุณภาพผู้ส่งมอบเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งคือจะมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจะเห็นได้จากไม่มีคำสั่งซื้อ ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 จะสะท้อนให้เห็นถึงปริมาณการสำรองที่ผู้ค้าต้องการ แต่หากผู้ค้าไก่มีปริมาณการจำหน่ายที่ค่อนข้างแน่นอนก็จะไม่มีคำสั่งซื้อทั้งผู้ส่งมอบรายที่ 1 และผู้ส่งมอบรายที่ 2 สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดสด แต่สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองจะมีการสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบทั้ง 2 รายโดยวิธีการโทรศัพท์ด้วยตนเองทั้งนี้ เนื่องจากปริมาณการจำหน่ายของตลาดทั้งสองมีระยะเวลาที่แตกต่างกันจึงส่งผลต่อปริมาณการสั่งซื้อและรูปแบบของการสั่งซื้อนั่นเอง

(2.3) ราคาการสั่งซื้อและราคาการส่งมอบ

ราคาการสั่งซื้อของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย การสั่งซื้อได้ราคาที่ถูกนั้นพบว่ามีการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันแล้วจะทำให้การสั่งซื้อได้ในราคาที่ต่ำกว่า ซึ่งสังเกตได้จากตารางว่าการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันจะสั่งซื้อได้ในราคาต่ำสุดอยู่ที่ราคา 52 บาท ในขณะที่ราคาต่ำสุดเมื่อซื้อกับผู้ส่งมอบที่ไม่มีความผูกพันคือราคา 55 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อหากมีการสั่งซื้อในปริมาณที่มาก ก็จะทำให้ราคาต่ำกว่าการสั่งซื้อในปริมาณที่น้อย

(2.4) วิธีการชำระ

ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายจะมีการชำระ 2 แบบ คือการชำระเชื่อแบบบิลผลิตบิล และรูปแบบทั้งเชื่อและสดที่ไม่มีแน่นอน และไม่มี ความแตกต่างระหว่างผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันและไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ

(3) ผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกหรือเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 ราย

(3.1) ความผูกพันของผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ แบบ 2 ราย

ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายพบว่าผู้ส่งมอบรายที่ 1 จะมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบในรูปแบบของญาติ หรือผู้ที่ใช้บริการดั้งเดิมตั้งแต่รุ่นก่อนที่มีการสืบทอดกิจการ ทั้งในตลาดกิมหยงและตลาดสดไม่แตกต่างกัน

(3.2) วิธีการสั่งซื้อ

การสั่งซื้อของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายในตลาดกิมหยงจะมีการสั่งซื้อแบบเดียวกันของผู้ค้าไก่ทั้ง 2 คนเนื่องจากปริมาณการขายต่อวันของผู้ค้าไก่ทั้ง 2 เป็นปริมาณที่ไม่แน่นอน ในขณะที่ผู้ค้าไก่ในตลาดหาดใหญ่จะมีการสั่งซื้อที่แตกต่างกัน ทั้งรูปแบบการสั่งซื้อด้วยตนเอง การสั่งซื้อโดยการเสนอปริมาณของผู้ขายต่อวัน และการสั่งซื้อโดยไม่มีคำสั่งซื้อซึ่งหมายถึงการสั่งซื้อในปริมาณเดียวกันประจำทุกวันในปริมาณเท่าเดิม เนื่องจากปริมาณการขายดังกล่าวเป็นการขายที่มั่นคงแน่นอนจากคุณภาพไก่ที่ได้รับจากผู้ส่งมอบในขณะที่การค้ากับผู้ส่งมอบโดยที่มีปริมาณที่ไม่แน่นอนนั้นสะท้อนให้เห็นว่าไม่มีความมั่นคงในตัวเลขของการค้าจากคุณภาพไก่และปริมาณที่ได้จากผู้ส่งมอบที่ต้องมีคำสั่งซื้อต่อวัน

(3.3) ราคาซื้อและราคาส่งมอบ

ราคาของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 รายสามารถซื้อได้นั้นเป็นราคาที่อยู่ระหว่าง 53-55 บาท ซึ่งราคาการสั่งซื้อจะไม่มี ความแตกต่างกันระหว่างการสั่งซื้อกับการสั่งซื้อที่มีการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันหรือไม่มีความผูกพันซึ่งการสั่งซื้อกับผู้ส่งมอบทั้ง 3 รายนี้ก็ไม่ได้สัมพันธ์กับปริมาณการสั่งซื้อที่มากกว่าน้อย โดยสะท้อนให้ถึงอำนาจของการต่อรองกับผู้ขายกับผู้ส่งมอบทั้ง 3 รายที่สามารถซื้อได้ในราคาที่ใกล้เคียงกันนั่นเอง

(3.4) การชำระเงิน

การชำระเงินของผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายนั้นพบว่าการจ่ายในรูปแบบที่มีความหลากหลายเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายและ 2 ราย คือผู้ค้าไก่ 1 คนจะมีรูปแบบที่หลากหลาย 1 บิลจ่าย 1 ครั้ง ,3 บิลจ่าย 7 ครั้ง 7 บิลจ่าย 1 ครั้ง หรืออื่น ๆ และ 4 บิล จ่าย 1 บิล หรือบางครั้งเป็นทั้งรูปแบบสดหรือรูปแบบเชื่อที่หลากหลายและแตกต่างกัน

5.1.3. การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่นั้นพบว่า ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย 2 ราย หรือผู้ส่งมอบ 3 รายนั้นไม่มีความแตกต่างกันในด้านปัญหาที่พบ คือ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพ ไก่ชำ ไก่ปีกหัก และไม่ได้ขนาด โดยพบว่า มีทั้งผู้ค้าไก่ที่ประสบปัญหาดังกล่าวกับผู้ส่งมอบ และผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพกับผู้ส่งมอบดังนี้

ผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายพบว่าสำหรับผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าไก่นั้นมีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย และผู้ค้าไก่ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ามีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 91.18 ของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย **ซึ่งพบว่าผู้ค้าไก่ที่ไม่ประสบปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้านั้นเป็นผู้ค้าที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบทั้งหมด** แต่ไม่ใช่ผู้ส่งมอบทุกราย

ที่มีความผูกพันกับผู้ค้า อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ค้าที่ประสบปัญหานั้นจะได้รับการแก้ไขปัญหามาจากผู้ส่งมอบ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 90.30 ของผู้ค้าที่ประสบปัญหา ส่วนผู้ค้าอีก 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.63 ไม่ได้รับการแก้ไขปัญหา **ซึ่งพบว่าผู้ค้าที่ได้รับการแก้ไขปัญหามีทั้งผู้ค้าที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ** ซึ่งการแก้ไขปัญหานั้นมีทั้งการรับสินค้าที่มีปัญหาคือ และการลดราคาสินค้า

ผู้ค้าโกที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายนั้นพบว่าผู้ค้าโกจะประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้ากับผู้ส่งมอบรายที่ 1 ทั้งหมดซึ่งผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีทั้งผู้ค้าที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 มีทั้ง ผู้ค้าโกที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ **ดังนั้นความผูกพันจึงไม่มีผลเกี่ยวกับสินค้าที่มีปัญหาหรือไม่มีปัญหา และการได้รับการแก้ไขปัญหาก็ไม่มีความสัมพันธ์ เกี่ยวกับการมีความผูกพัน** อย่างไรก็ตามการแก้ไขปัญหานั้นพบว่าเช่นเดียวกับผู้ค้าโกที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย คือการได้รับการแก้ไขปัญหาโดยการไม่รับคืนสินค้า แต่ลดราคาสินค้าให้ การรับคืนสินค้าและการลดราคาสินค้า

และผู้ค้าโกที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายนั้นพบว่าผู้ค้าโกจะประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าเช่นเดียวกับผู้ค้าโกที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย และ 2 ราย ผู้ค้าโกได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพโกนั้นพบว่าผู้ส่งมอบทั้ง 3 รายมีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้าเกิดขึ้นทั้ง 3 ราย โดยพบว่าไม่มีความแตกต่างของความผูกพันหรือไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบของผู้ค้าโกที่จะมีผลต่อการรับผิดชอบเกี่ยวกับตัวสินค้า ซึ่งการแก้ไขปัญหาก็ประกอบด้วย การแก้ไขปัญหาวัยวิธีการลดราคาสินค้าและการคืนสินค้าที่มีปัญหา ซึ่งมีการแบ่งแยกของการแก้ไขปัญหาคือ หากการค้าโกมีปัญหาไม่มากก็จะลดราคาให้แก่ผู้ซื้อ แต่หากโกมีปัญหา มากก็จะมี การคืนสินค้าให้แก่ผู้ส่งมอบ

5.1.4.การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื่อโกของผู้ค้าเนื่อโกในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

การแบ่งการวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื่อโกในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่นั้นผู้วิจัยได้แบ่งต้นทุนออกเป็น

ต้นทุนโลจิสติกส์ได้แก่ ต้นทุนโลจิสติกส์การจัดซื้อ ต้นทุนโลจิสติกส์การผลิต (และการแปรสภาพโก) ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรอง และต้นทุนโลจิสติกส์การขนส่ง

ส่วนต้นทุนธุรกรรมได้แก่ ต้นทุนธุรกรรมเกี่ยวกับการคุณภาพ

ดังนั้นสำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนของผู้ค้าโกที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย พบว่าผู้ค้าโกมีต้นทุนโลจิสติกส์การจัดซื้อ สำหรับผู้ค้าโกที่มีวิธีการจัดซื้อแบบดิ่ง คือมีคำสั่งซื้อเฉลี่ย 2 บาทต่อการสั่งซื้อ 1 ครั้ง และผู้ค้าโกที่ไม่มีต้นทุนโลจิสติกส์การสั่งซื้อคือผู้ที่มีคำสั่งซื้อแบบผลึก **ซึ่งพบว่าผู้ค้าโกที่มีการสั่งซื้อแบบผลึกมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ** แต่ผู้ค้าโกที่มีการสั่งซื้อแบบดิ่งมีทั้งผู้ค้าโกที่มีความผูกพันและไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ สำหรับต้นทุนการผลิตนั้นจะเกิดขึ้นเฉพาะผู้ค้าโกที่ซื้อโกเป็นจากผู้ส่งมอบเท่านั้น เนื่องจากการซื้อโกเป็นจำเป็นจะต้องมี

ต้นทุนเกี่ยวกับการเชือดและต้นทุนเกี่ยวกับโรงเชือดไก่ โดยพบว่าค่าใช้จ่ายของโรงเชือดนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งจากสัมภาษณ์พบว่าผู้ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบและมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการผลิตเกิดขึ้นนั้นเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่มีมีความเชื่อในการหลักเชือดไก่และการได้ตราฮาลาลของโรงเชือดและบริษัทที่เป็นผู้ส่งมอบเนื้อไก่ **โดยต้นทุนโลจิสติกส์ที่เกิดจากการแปรรูปไก่นั้นเกิดจากการสูญเสียน้ำหนักที่เกิดจากการแปรรูปไก่** ซึ่งมีน้ำหนักลดลงเฉลี่ย 7.77 ของน้ำหนักเดิม คิดเป็นน้ำหนัก 2.18 กก. และสามารถคำนวณเป็นต้นทุน 5 บาท/กก. และยังมีต้นทุนค่าแรงงานอีก 300 บาท/ครึ่ง

สำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 รายในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ามัดจำให้แก่ผู้ส่ง ซึ่งผู้ส่งมอบที่ต้องการเงินมัดจำ และจะต้องมีการทำสัญญาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอันได้แก่ สัญญาครั้งเดียวจ่าย 10,000 บาท และสัญญาแบบปีต่อปี โดยพบว่าผู้ค้าไก่ทั้ง 3 ตลาดที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบที่เป็นในนามของบริษัท นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบที่เป็นบริษัทซึ่งหมายถึงมีความผูกพันกับพนักงานขายของบริษัทไม่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินมัดจำ สำหรับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อแพงนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ที่มีความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบในการซื้อแพงในตลาดกิมหยงคือผู้ที่มีแพงในตลาดและได้มีการสืบทอดกิจการต่อ ๆ กันมาโดยที่มีการจ่ายครั้งเดียว 800,000.00 ตลาดชีวิตแพง ในขณะที่ผู้ค้าในเขตตลาดสดมีค่าซื้อแพงในลักษณะการทำสัญญาปีต่อปีกับเทศบาลนครหาดใหญ่ ในราคาเฉลี่ยแพงละ 64,000 บาท แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าราคาแพงในแต่ละที่นั้นมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับทำเลหรือตำแหน่งที่ตั้งของแพงสำหรับผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าการตลาดนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ทุกรายมีค่าใช้จ่ายดังกล่าวโดยค่าใช้จ่ายนั้นแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตลาดที่แตกต่างกัน การเช่าเขตเทศบาลนั้นแตกต่างกัน ซึ่งบางรายจะต้องจ่ายให้แก่เทศบาล ในขณะที่บางรายจะต้องจ่ายให้แก่ผู้ที่เช่าจากเทศบาลอีกช่วงหนึ่ง และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเชือดนั้นจะเห็นว่าผู้ค้าไก่ที่มีค่าใช้จ่ายนี้จะเป็นผู้ค้าที่สั่งซื้อไก่ชนิดไก่เป็นจากผู้ส่งมอบซึ่งจะต้องมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเชือดอันได้แก่ ค่าน้ำค่าไฟ ค่าเช่าพื้นที่ ฯลฯ และอื่น ๆ ที่เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเชือดและต้นทุนการขนส่งนั้นพบว่าต้นทุนค่าขนส่งของผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่เป็นจากผู้ส่งมอบและนำมาเชือดด้วยตนเอง โดยมีต้นทุนเฉลี่ย 116.67 บาท/ครึ่ง

ต้นทุนธุรกรรมในปัญหาคุณไก่ต่อวันเฉลี่ย นั้นพบว่าการสูญเสียคุณไก่เป็นการสูญเสียอันเนื่องจากปัญหาไก่ชำ ไก่ปีกหัก หรือไก่ไม่ได้ขนาด และไม่ได้รับการแก้ไขจากผู้ขายหรือผู้ส่งมอบ โดยพบว่าผู้ค้าไก่ที่เลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย และไม่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นอย่างน้อย 1 ตัวต่อวันมีจำนวน 1 คน ซึ่งคิดเป็นมูลค่าความสูญเสียเฉลี่ย 70 บาท/วงรอบ

การวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 1 ราย ผู้วิจัยได้แบ่งแยกเป็นผู้ค้าไก่ที่สั่งซื้อไก่เป็น และไก่ซากจากผู้ซื้อเนื่องจากมีราคา การสั่งซื้อและต้นทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าผู้ค้าไก่เป็นในตลาดสดมีกำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ย 74.08 บาท/กก. โดยพบว่าผู้ค้าไก่มีต้นทุนเฉลี่ยที่เท่ากันทั้งผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและผู้ค้าไก่ที่ไม่มีมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ แต่มีราคาขายที่แตกต่างกันเนื่องจากทำเลที่ตั้งของแพงแตกต่างกันทำให้การตั้งราคาสามารถที่จะตั้งราคาที่แตกต่างกันได้ สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาด

หาดใหญ่ในนั้นพบว่ามัตนทุนเฉลี่ย รายได้เฉลี่ย และกำไรหน่วยสุดท้ายที่เท่ากันคือ 64.12 บาท/กก.

ในขณะที่เดียวกันผู้ค้าไก่ที่ซื้อไก่ซากจากผู้ส่งมอบนั้นพบว่าทั้งผู้ค้าไก่ในตลาดทั้ง 3 ตลาดซึ่งพบว่าผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงมัตนทุนที่แตกต่างกันเนื่องจากทำเลที่ตั้งของแผงแตกต่างกันทำให้มีค่าใช้จ่ายในโลจิสติกส์การสำรองที่แตกต่างกัน ในขณะที่ราคาขายหรือรายได้ต่อกก.นั้นมีความแตกต่างกันแตกต่างกันเช่นกันขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของแผง สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดสดนั้นพบว่าต้นทุนรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 0.92 บาท /กก. โดยผู้ค้าที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบมัตนทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 0.99 บาท/กก. และมัตนทุนเฉลี่ยของผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบอยู่ที่ 0.72 บาท/กก. แต่ความแตกต่างของต้นทุนนั้นขนาดของต้นทุนการสำรองที่แตกต่างกันและราคาขายอยู่ที่ 74.23 บาท/กก. และมีกำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ย 73.74 บาท/กก. และผู้ค้าไก่ในตลาดใหญ่ในนั้นพบว่ามัตนทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 0.04 บาท/กก. ในขณะที่มีราคาขายต่อตัวอยู่ที่ 70 บาท/กก. และมีกำไรหน่วยสุดท้ายอยู่ที่ 69.96 บาท/กก.

สำหรับกำไรหน่วยสุดท้ายของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 รายพบว่าผู้ค้าผู้ส่งมอบรายที่ 1 นั้นเป็นผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันกับผู้ค้าในขณะที่ผู้ส่งมอบรายที่ 2 ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ซึ่งผู้ส่งมอบทั้ง 2 เป็นโรงเชือดพบว่าผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงมี ผู้ค้าไก่ 2 รายที่มีการสั่งซื้อแบบปลีกทำให้ไม่มีต้นทุนการสั่งซื้อในขณะที่ผู้ค้าไก่ที่ 3 รายมีค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ ในขณะที่ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองของผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแผง แต่ผู้ค้าในตลาดสดมีค่าใช้จ่ายในการเช่าแผงต่อวัน ในขณะที่มีค่าการตลาดเหมือนกันแต่ต้นทุนแตกต่างกัน โดยต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองเฉลี่ยของผู้ค้าในตลาดสดอยู่ที่ 49.47 บาท และผู้ค้าในตลาดกิมหยงอยู่ที่ 800,006.00 บาท ในขณะที่ผู้ค้าไก่ไม่มีต้นทุนค่าขนส่งต้นทุนการสูญเสียคุณภาพ ซึ่งพบว่ามีกำไรหน่วยสุดท้ายอยู่ที่ 0.24 บาท/กก./วงรอบ ในขณะที่รายได้เฉลี่ย 80 บาท/กก./วงรอบ และมีกำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ย 79.24 บาท และกำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ย 79.76 บาท/กก./วงรอบสำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง แต่สำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีต้นทุนเฉลี่ย 0.48 บาท/กก. และรายได้เฉลี่ย/กก./วงรอบอยู่ที่ 70 บาท และมีกำไรหน่วยสุดท้ายเฉลี่ย 63.24 บาท/กก. และพบว่าไม่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้ค้าไก่ที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและผู้ค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ

และการวิเคราะห์กำไรหน่วยสุดท้ายของผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 3 รายพบว่าผู้ส่งมอบรายที่ 1 มีความผูกพันกับผู้ค้า ผู้ค้าส่งมอบรายที่ 2 และ 3 ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนการจัดซื้อหรือต้นทุนโลจิสติกส์การจัดซื้อนั้นพบว่า จากผู้ค้าไก่ทั้งหมด 4 ราย ได้แก่ผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง 2 คน และผู้ค้าไก่ในตลาดสด 2 คน มีการจัดซื้อด้วยวิธีการแบบดิงทั้งหมด คือ มีคำสั่งซื้อไปยังผู้ส่งมอบเนื้อไก่เนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อจากผู้ส่งมอบแต่ละรายนั้นแตกต่างกัน สำหรับการวิเคราะห์ต้นทุนการสำรองพบว่าต้นทุนการสำรองมีค่าใช้จ่ายเช่นเดียวกับผู้ค้าไก่ที่เลือกใช้บริการผู้ส่งมอบ 2 ราย โดยมีต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองเฉลี่ย 800,006.00 บาทสำหรับผู้ค้าไก่ในตลาดกิมหยง และ 104.06 บาทของผู้ค้าไก่ในตลาดสด ในขณะที่ต้นทุนการขนส่งไม่มี และมีต้นทุนธุรกรรมในปัญหาคุณภาพไก่เฉลี่ยต่อวันพบว่าผู้ส่งมอบ 1 รายในตลาดหาดใหญ่ที่มีการสูญเสียคุณภาพไก่น้อยวันละ 1 ตัวคิดเป็นต้นทุน

ธุรกรรม 75 บาท/วัน/วงรอบ ดังนั้นกำไรหน่วยสุดท้ายนั้นพบว่าผู้ค้าไก่ในตลาดกิมทองมี ต้นทุนรวมเฉลี่ย 0.26 บาท/กก./วงรอบ และรายได้เฉลี่ย/วงรอบ/กก. 70 บาท/กก. กำไร หน่วยสุดท้าย 69.74 บาท และผู้ค้าไก่ในตลาดสดมีต้นทุนเฉลี่ย 1.19 บาท/กก./วงรอบ และ ราคาขายเท่ากับคือ กก.ละ 70 บาท ทำให้กำไรหน่วยสุดท้ายอยู่ที่ 68.81 บาท/กก./วงรอบ

ดังนั้นผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าการเมื่อมีการวิเคราะห์ต้นทุนจากความสัมพันธ์ของผู้ค้าไก่ กับผู้ส่งมอบนั้นพบว่า การซื้อไก่โดยการใช่เครือข่ายความผูกพันนั้นจะมีผลต่อราคาซื้อที่ถูกลงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับไม่มีความผูกพัน แต่อาจจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับคุณภาพในการรับผิดชอบ เกี่ยวกับปัญหาคุณภาพไก่มากกว่าผู้ค้าไก่ที่ไม่ผูกพันกับผู้ส่งมอบนั่นเอง.

5.2.อภิปรายผล

5.2.1.การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่

ความผูกพันทางด้านสังคมนำมาสู่การวิเคราะห์แนวคิดโลจิสติกส์สังคมวิทยาในด้านการคัดเลือกผู้ส่งมอบไก่ ได้ก่อตัวมาในรูปของความร่วมมือที่เป็นโลจิสติกส์อย่างเป็นรูปธรรมในด้านการจัดซื้อ

การวิเคราะห์ขนาดของการค้าและประเภทของการจำหน่ายเนื้อไก่ของผู้ค้าในเขตอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลานั้นพบว่าขนาดของการค้าของผู้ค้าไก่ มีขนาดของการค้าของแต่ละพื้นที่ไม่แตกต่างกันทั้ง 3 ตลาด ซึ่งขนาดของการค้าได้แก่ ขนาดของการค้า/วงรอบ/วัน ผู้วิจัยได้แบ่งแยกตามช่วงชั้นของขนาดการค้าระหว่าง 30-50 กก.,60-80กก.,100-120กก.,130-150กก.และ300 กก.เนื่องจากขนาดการค้าถูกกำหนดมาจากลูกค้าหรือผู้บริโภคนสุดท้ายที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการเข้าแผงที่แตกต่างกัน เนื่องจากทำเลที่ตั้งของแผงของสินค้านั้นเป็นตัวกำหนดขนาดของการค้าว่าสัดส่วนของการค้าควรจะมีการประกันความเสี่ยงขนาดไหน ซึ่งหากเป็นแผงตลาดที่อยู่ด้านในตลาดจะต้องมีการประกันลูกค้าในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50.00 /วงรอบ/วัน แต่หากแผงให้เช่าอยู่ในด้านนอกยังสถานที่สัญจรไปมาสะดวกการประกันลูกค้าน้อยกว่าร้อยละ 50 /วงรอบ/วัน ทั้งนี้เนื่องจากสถานที่แผงตลาด ซึ่งตรงนี้ได้แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างตลาดตามสถานที่ตั้งของแผงที่แตกต่างกันในด้านของการจำหน่ายของขนาดของการจำหน่ายตามแนวคิดของ White H.C.1981,543-544

นอกจากขนาดของการค้านำไปสู่ขนาดของการสำรองที่หลงเหลือจากการจำหน่ายในปริมาณที่สอดคล้องกับปริมาณการสำรอง คำสั่งซื้อนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของการสำรอง และขนาดของการประกันลูกค้า

5.2.2. การวิเคราะห์เงื่อนไขของความผูกพันในการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่

การคัดเลือกผู้ส่งมอบประการแรกนั้นการคัดเลือกของผู้ค้าไก่จำเป็นอย่างที่จะต้องมีการพิจารณาข้อมูลที่เป็นต้องการบริโภค เนื่องจากผู้ค้าไก่ทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นผู้ค้าที่นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้การคัดเลือกผู้ส่งมอบเป็นการคัดเลือกในด้านของความถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลามที่ได้ผู้ค้าไก่ได้เชื่อมั่น ทำให้การเลือกซื้อไก่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทจากผู้ส่งมอบคือ การเลือกซื้อไก่เป็นมาแล้วจัดการว่าจ้างในการเชือดด้วยตนเองเนื่องจากไม่มีความมั่นใจในด้านการบริโภค ประเภทที่ 2 คือการเลือกซื้อไก่ที่เป็นไก่ซากแล้วมั่นใจว่าข้อมูลใน

ด้านการเชือดนั้นสามารถที่จะบริโภคได้ ซึ่งในส่วนนี้เป็นเงื่อนไขทางด้านสังคมวิทยาที่มีความเชื่อมโยงระหว่างผู้ค้าไก่ ผู้ส่งมอบไก่ และผู้บริโภคคนสุดท้ายที่อยู่นอกเหนือการศึกษา

ประการที่สองของการคัดเลือกผู้ส่งมอบนั้นเป็นการคัดเลือกท่ามกลางความผูกพันทางสังคมในการกำหนดเป็นตัวตัดสินความเชื่อมั่น เนื่องจากจะเห็นได้ว่าผู้ค้าไก่การเข้ามาสู่ตลาดนั้นเป็นการเข้ามาโดยการเข้ามาภายใต้ความผูกพันในด้านสังคมของการเข้ามาสู่ตลาดการค้าไก่นั้นเป็นเข้ามาโดยอาศัยประสบการณ์จากระยะเวลาดำเนินงานอย่างต่ำ 5 ปี - มากกว่า 20 ปี ที่นำไปสู่ประสบการณ์ทางสังคมที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน

อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาที่ผู้วิจัยได้นำเสนอการคัดเลือกผู้ส่งมอบจากเงื่อนไขของความผูกพันทางสังคมนั้นแบ่งการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 แบบ คือ การคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบผูกและไม่ผูกพัน โดยการคัดเลือกตามความผูกพันและไม่ผูกพันท่ามกลางจำนวนของผู้ส่งมอบที่ใช้บริการซึ่งมีความเป็นนัยยะที่ซับซ้อนของการดำเนินงานและเหตุผลของการดำเนินกิจการทางการค้าของผู้ขายที่แตกต่างกันในข้อเท็จจริงของการคัดเลือกดังต่อไปนี้

- การคัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย แบบผูกพัน และไม่ผูกพัน
- การคัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 รายแบบผูกพันและไม่ผูกพัน
- การคัดเลือกผู้ส่งมอบ 3 รายแบบผูกพันและไม่ผูกพัน

ลักษณะที่เหมือนกันของการคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบผูกพัน และไม่ผูกพันคือ การคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบผูกพันสะท้อนให้เห็นถึงความง่ายของการดำเนินกิจการคือการได้รับราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบคุณภาพเดียว ในขณะที่เดียวกันผู้ที่ไม่มีความผูกพันจะได้รับซื้อในราคาที่สูงกว่า การคัดเลือกแบบผูกพัน อย่างไรก็ตามการแก้ไขปัญหาในด้านของสินค้าที่มีราคาต่ำขึ้นอยู่กับความเต็มใจของผู้ส่งมอบเช่น การอนุญาตให้มีการคืนสินค้าที่เสียหายได้ จะเกิดขึ้นกับผู้ค้าที่มีความผูกพัน ในขณะที่ผู้ที่ไม่มีความผูกพันจะได้รับการลดราคาจากผู้ส่งมอบ ในสิทธิใดสิทธิหนึ่งหรือบางรายได้รับสินค้าในคุณภาพที่ต่ำกว่าผู้ส่งมอบรายอื่นแต่ไม่มีการแก้ไขปัญหาในด้านของคุณภาพซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Dwyer et(1987,15-20) ว่าการรับซื้อที่แสดงให้เห็นว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้รับรู้พันธมิตรที่เหมาะสมต่อการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ซึ่งได้เป็นการศึกษาที่ได้สะท้อนให้เห็นในสิทธิและหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน สำหรับผู้ค้าไก่ที่คัดเลือกผู้ส่งมอบในลักษณะที่ไม่มีมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบ 1 รายนั้นพบว่ามักจะได้รับสินค้าที่มีราคาสูงหากไม่ต้องการให้มีการสูญเสียในคุณภาพของสินค้า นั่นคือคุณภาพของการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 รายแบบไม่ผูกพัน ฉะนั้นจึงสอดคล้องกับการตอบคำถามของ weber ว่าความสัมพันธ์ทางด้านธุรกิจนั้นได้เกิดขึ้นมากจากการกระทำของเครือข่ายทางสังคม ที่เป็นเสมือนแบบจำลองทางเศรษฐกิจของการคัดเลือกผู้ส่งมอบหรือผู้ขายกับผู้ค้าไก่ที่มีความยึดหยุ่นทางสังคมวิทยาที่เป็นไปทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Granovetter(2004,139-141)

สำหรับผู้ค้าไก่ที่ได้มีการคัดเลือกผู้ส่งมอบ 2 ราย และ 3 รายนั้นพบว่าเกิดจากสภาพของการจำหน่ายที่แตกต่างกันนั้นคือขนาดของการจำหน่ายที่ก่อให้เกิดการสำรองของผู้ค้า หรือการใช้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อลดพฤติกรรมผูกพัน รวมไปถึงการหมุนเวียนเครดิตจาก

การกำหนดวงรอบเครดิตของผู้ส่งมอบที่แตกต่างกัน ซึ่งสถานการณ์ที่แตกต่างกันตรงนี้นำไปสู่การกำหนดการต่อรองราคาที่แตกต่างกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ค้าที่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบรายใดรายหนึ่งจะคัดเลือกผู้ส่งมอบที่มีความผูกพันกับตนก่อนเป็นอันดับแรกในการคัดเลือกและให้มีการส่งมอบทุกวงรอบ ถึงแม้ว่าสินค้าที่ได้สั่งซื้อนั้นจะมีราคาที่สูงกว่าราคาของผู้ส่งมอบที่ผูกพันอีกราย ตามแนวคิดของ Radaev(2008,31) กล่าวไว้ว่าผลประโยชน์ส่วนตัวที่เกิดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการทำงานของผู้สัญญา ซึ่งเป็นแบบจำลองคือการค้นหาแบบจำลองที่มีความผูกพันทางสังคมที่จะนำไปสู่แบบจำลองของการคัดเลือกทางธุรกิจในอนาคตที่เป็นจุดกำหนดความผูกพันทางธุรกิจและผลประโยชน์เฉพาะที่จะตอบสนองต่อกำไรที่คาดหวัง ทำนองเดียวกันกับผู้ส่งมอบคือการมีลูกค้าในระยะยาว Hingley(2005,871) ซึ่งเป็นเสมือนการกำหนดรูปแบบแบบจำลองเศรษฐกิจของผู้ค้าไม้ที่จะส่งผลกระทบต่อกำไรหน่วยสุดท้ายที่เพิ่มขึ้นจากการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันที่เป็นผลสะท้อนของฝ่ายตรงข้ามของการมีหุ้นส่วนในระยะยาวเช่นกันอย่าง การคาดหวังของผู้ค้าร่วมกัน ประการที่สอง คือ การเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ Gulati,Gargiulo(1999,1473) ประการที่สาม คือการควบคุมของการทำงานร่วมกันของฝ่ายตรงกัน นั่นคือสถานการณ์ของการคัดเลือกที่มีความคงที่ตามแนวคิดของ Radaev(2003,69) ซึ่งหากผู้ส่งมอบรายที่ 1 ที่มีความผูกพันกับผู้ค้าหรือไม่มีความผูกพันกับผู้ค้าหรือผู้ขายจะมาสู่การเชื่อเชียวให้มีการเปิดข้อมูลด้านราคา และการเห็นราคาแตกต่างที่ชัดเจนจะนำมาสู่การประเมินราคาของผู้ส่งมอบหรือผู้ขายได้เสนอ และจะนำไปสู่การต่อรองราคาของผู้ส่งมอบรายที่สองที่ไม่ใช่เครือข่ายได้เสนอ ทำให้สามารถสั่งซื้อได้ในราคาที่ใกล้เคียงกันของผู้ส่งมอบทั้ง 2 ราย และ 3 ราย ซึ่งจะเห็นได้ว่าความซับซ้อนของการดำเนินงานสำหรับการค้นหาที่มีความยุ่งยากก็ตามเมื่อผู้ค้าไม้ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบทำให้การคัดเลือกครั้งนี้จึงต้องเป็นการรับรู้ข้อเท็จจริงของผู้ส่งมอบในด้านราคามากกว่า 1 ราย จึงจะเป็นการต่อรองและการเปรียบเทียบในด้านราคาสินค้าได้

สำหรับชนิดของสัญญานั้นจะเห็นได้ว่าชนิดของสัญญามีลักษณะแบบเป็นทางการและกึ่งทางการ และไม่เป็นทางการ ซึ่งตรงนี้นั้นจะไม่เกี่ยวข้องกับจำนวนของการคัดเลือกผู้ส่งมอบของผู้ค้าไม้แต่ละรายเกี่ยวกับชนิดของผู้ส่งมอบ โดยในที่นี้สามารถคัดเลือกชนิดของผู้ส่งมอบได้ 2 แบบคือ ผู้ส่งมอบที่เป็นทางการคือบริษัท และโรงเชือดกับห้องเย็น ซึ่งพบว่าหากมีการคัดเลือกผู้ส่งมอบเป็นบริษัทจะต้องมีการทำสัญญาระยะยาวที่เป็นทางการกับผู้ส่งมอบสำหรับผู้ค้าที่มีความต้องการซื้อแบบเชื่อนั้นคือการทำสัญญาระยะยาวพร้อมทั้งการประกันการส่งมอบด้วยเงินมัดจำ 10,00 บาท แต่สำหรับผู้ค้าไม้ที่ซื้อสดจากผู้ส่งมอบที่เป็นบริษัทไม่ต้องมีการทำสัญญาระยะยาว แต่เป็นสัญญาระยะสั้นในคำสั่งซื้อและจ่ายเงินทันทีซึ่งเป็นรูปแบบของสัญญาที่ไม่เป็นทางการ ในขณะที่เดียวกันการทำสัญญากับโรงเชือด(ไม้) และห้องเย็น นั้นไม่มีการทำสัญญาระยะยาวไม่มีการประกันการส่งมอบ แต่เป็นลักษณะของสัญญาแบบกึ่งทางการคือ การไว้นื้อเชื่อใจระหว่างกันทั้งสองฝ่ายและมีใบเสร็จซื้อสินค้าในราคาเชื่อเพื่อเก็บเงินเมื่อครบกำหนดวงรอบ ซึ่งรูปแบบสัญญาแบบความผูกพันระหว่างกันไม่ว่าจะมีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบและผู้ค้าไม้ก็ตามจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบความสัมพันธ์ด้านธุรกรรมระหว่างทั้งสองฝ่ายในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการตามแนวคิดของ Williamson(1996,41-42) ซึ่งจะให้เห็น

ความแตกต่างกันระหว่างการทำสัญญากับบริษัทในด้านการประกันความเสี่ยง และไม่มี การประกันความเสี่ยงของผู้ส่งมอบแต่ใช้ความผูกพันแบบไว้นื้อเชื่อใจในการดำเนินกิจการต่อกัน ส่วนบริษัทไม่ได้ใช้ระบบดังกล่าวเนื่องจากการประกันการส่งมอบ นี้สะท้อนให้เห็นความแตกต่างระหว่างเจ้าภาพเศรษฐกิจทั้ง 2 ฝ่าย ความแตกต่างตรงนี้จะกลายเป็นความแตกต่างในด้าน กำหนดจากชนิดของโครงสร้างของความสัมพันธ์ทางธุรกิจคือ บริษัทยังคงมีรูปแบบ ความสัมพันธ์ที่เป็นทางการในการกำหนดในด้านการประกันความเสี่ยง แต่โรงเชือดและห้องเย็น นั้นเป็นรูปแบบที่ไม่เป็นทางการเมื่อได้มีการประเมินในแนวทางของการจ่ายเชื่อ สอดคล้องกับ แนวคิดWhite(1981,543-544)

นอกจากนี้แล้วยังพบว่าทลงโทษที่ไม่เป็นทางการของผู้ส่งมอบแบบโรงเชือดที่ให้บริการ เช่น การไม่ชำระตามสัญญา จะมีการลงโทษโดยการส่งมอบไม่ได้ตามขนาดคำสั่งซื้อซึ่งมี ผลกระทบต่อกิจการ ที่สะท้อนถึงกำไรที่ไม่มีความมั่นคง ซึ่งหากมีการเปลี่ยนผู้ส่งมอบทันทีก็เป็น เรื่องที่ยากที่อีกฝ่ายจะให้เชื่อโดยทันที ฉะนั้นการชำระเงินที่จึงเป็นตัวกำหนดในขนาดของการ หมุนเวียนของทรัพยากรด้านการค้า ซึ่งจากตรงนี้เห็นได้ว่าการประกันทางการค้าไม่ได้เป็นการ คัดเลือกผู้ส่งมอบอย่างเสรี แต่เป็นการคัดเลือกผู้ส่งมอบท่ามกลางลักษณะเงื่อนไขทางสังคมที่ ผูกพันมา ความมั่นคงในด้านของการส่งมอบในการประกันกิจการทางการค้าของผู้ค้าใ้กันเอง ดังนั้นในความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ขายตรงนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะในด้านความ ร่วมมือภายในสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายต่อการค้นหา ข้อตกลง ชนิดของสัญญา ชนิดของ การเปลี่ยนแปลง ความมั่นคงในด้านการจัดวางบนเงื่อนไขของคู่ค้าในระยะยาวนั่นเอง ทำนอง เดียวกันสอดคล้องกับแนวคิดของ Williamson(1996,123-127) ว่าเป็นบรรทัดฐานทาง กฎหมายที่เป็นพฤติกรรมส่วนตัวกติกาในการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

จากการแสดงถึงขนาดของการจำหน่าย การทำสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายการรับรู้ ข้อมูลด้านราคาที่น่าไปสู่การต่อรองในด้านราคาที่เป็นลักษณะของการปกปิดสำหรับผู้ส่งมอบที่ คัดเลือกผู้ส่งมอบ 1 ราย และการรับรู้ราคาของผู้ค้าใ้จากผู้ส่งมอบมากกว่า 1 รายนั้นนำไปสู่ การตีค่าในด้านราคา การสะท้อนถึงคุณภาพ และการแก้ไขปัญหาที่แตกต่างกันนำไปสู่การ ประเมินค่าในตัวเลขที่แตกต่างกัน

5.2.3. การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ส่งมอบเนื้อไก่

การวิเคราะห์ขนาดต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ระหว่างผู้ค้าไก่และผู้ส่งมอบ โดย จากการศึกษานั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ต้นทุนโลจิสติกส์และต้นทุนธุรกรรม

สำหรับต้นทุนธุรกรรมเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในขั้นตอนของกระบวนการจัดซื้อ ซึ่งใน กระบวนการจัดซื้อ ที่ไม่เป็นเกิดเป็นประจำทุกวงรอบ แต่เกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นในที่ไม่อาจคาดคิด มาก่อนอย่างการเกิดปัญหาการสูญเสียคุณภาพของไก่ และเงื่อนไขของการส่งมอบที่คืนได้ หรือไม่ หรือลดได้หรือไม่ โดยพบว่าต้นทุนนี้เกิดขึ้นก็ต่อเมื่อไม่มีการอนุญาตให้คืนสินค้าและไม่ลด สินค้าสำหรับไก่ที่ไม่มีคุณภาพของผู้ส่งมอบ โดยพบว่าขนาดที่พบคืออย่างต่อ 1 ตัวของการเกิด ต้นทุนธุรกรรมซึ่งในส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องอย่างสอดคล้องกันกับการคัดเลือกผู้ส่งมอบ และ ราคาไก่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโคลว์ที่ว่าสิทธิประโยชน์ของการแลกเปลี่ยนสัญญา

ล่วงหน้านั้นจะไม่เท่ากับศูนย์ แต่เป็นตัวเลขที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานที่ต่ำที่สุดซึ่งในที่นี้ก็คือการเปรียบเทียบกับสิทธิประโยชน์ในด้านราคา ที่จะนำไปสู่การทำงานร่วมกันในขั้นตอนของการเจรจาตามแนวคิด Alchian(1997,123) เพราะเป็นการโต้ตกลงระหว่างกันในคุณสมบัติด้านเศรษฐกิจพร้อมในการแลกเปลี่ยนร่วมกัน Commons(1934,67)

สำหรับต้นทุนโลจิสติกส์ของผู้ค้าไถ่นั้นเป็นต้นทุนโลจิสติกส์ในขั้นตอนของการจัดซื้อ คือคำสั่งซื้อ ซึ่งจะเกิดขึ้นกับผู้ค้าที่มีคำสั่งซื้อซื้อในขนาดที่ไม่มั่นคง และต้นทุนโลจิสติกส์ในขนาดที่ถาวร คือต้นทุนในด้านของการกำหนดค่ามัดจำของผู้ส่งมอบเพื่อเป็นการประกันการส่งมอบจากผู้ค้าไถ่ ต้นทุนโลจิสติกส์การสำรอง เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในการสำรองสินค้า สถานที่ขายสินค้า ได้แก่ค่าเช่าแผง ค่าเช่าแผง ซึ่งค่าใช้จ่ายในการสำรองนี้มีความเป็นเฉพาะในด้านของสถานที่ตั้ง อย่างตลาดกิมหยง เป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อแผงในราคา 800,000 บาท/แผง ซึ่งเป็นลักษณะของการซื้อขาย ในขณะที่ตลาดสดค่าเช่าแผงเป็นค่าใช้จ่ายต่อปีซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้คำนวณเป็นต้นทุนผันแปรเนื่องจากได้รวมกับค่าน้ำค่าไฟ และค่าแผงตลาด/วงรอบ สำหรับต้นทุนโลจิสติกส์การสำรองของผู้ค้าไถ่ในตลาดขนาดใหญ่ในไม่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าเช่าแผงแต่เป็นค่าน้ำค่าไฟและค่าใช้จ่ายในการรักษาคุณภาพไถ่

สำหรับค่าใช้จ่ายในต้นทุนโลจิสติกส์การผลิตและค่าใช้จ่ายค่าขนส่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเฉพาะผู้ค้าไถ่ที่ซื้อไถ่เป็นแล้วมาเชือดด้วยตนเอง นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเชือดยังเป็นค่าใช้จ่ายที่มีความเกี่ยวข้องกับการสำรองอีกด้วย

ผลของการคำนวณขนาดของต้นทุนธุรกรรมและต้นทุนโลจิสติกส์ที่นำไปสู่การคำนวณต้นทุน/กก./วงรอบ และการคำนวณกำไรหน่วยสุดท้ายของผู้ค้าไถ่ โดยผู้วิจัยได้แบ่งแยกเป็นตลาด ความผูกพันและไม่ผูกพัน การส่งมอบ ทำให้สามารถนำไปสู่การอภิปรายข้อสรุปได้ว่าการคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบ 1 ราย ,แบบ 2 ราย และแบบ 3 ราย สะท้อนให้เห็นว่าการคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบความผูกพันก่อให้เกิดกำไรหน่วยสุดท้ายมากกว่าการคัดเลือกผู้ส่งมอบที่ไม่มี ความผูกพัน เนื่องจากสาเหตุหลักคือปัจจัยในด้านการกำหนดราคาที่เป็นเปรียบเทียบกับ การกำหนดเงื่อนไขในด้านการส่งมอบ ก่อตัวมาจากความผูกพันทางด้านสังคมนำไปสู่กำไรหน่วยสุดท้ายที่สูงกว่าผู้ค้าไถ่ที่ไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ ในทำนองเดียวกันสำหรับผู้ค้าไถ่ที่ไม่มี ความผูกพันกับผู้ส่งมอบ สามารถที่ค้นหาผู้ส่งมอบในราคาที่ต่ำได้เมื่อมีการคัดเลือกผู้ส่งมอบมากกว่า 1 ราย เพราะว่าจะเป็นการรับรู้ราคาที่แตกต่างกันของผู้ค้าไถ่เพื่อการต่อรองราคาและลดการผูกขาดของผู้ส่งมอบนั่นเอง

จากที่กล่าวมานั้นสะท้อนให้เห็นว่าเงื่อนไขสำหรับการคัดเลือกผู้ส่งมอบทั้งแบบผูกพันและแบบไม่ผูกพันคือ เงื่อนไข ด้านราคา ซึ่งเป็นลักษณะราคาที่ไม่ได้เป็นการคัดเลือกอย่างสมบูรณ์ แต่เป็นการคัดเลือกมาจากเงื่อนไขของความผูกพันทางด้านสังคม และหากผู้ค้าไถ่สามารถรับรู้และใช้บริการผู้ส่งมอบมากกว่า 1 รายจะนำไปสู่การต่อรองด้านราคาที่จะนำมาสู่กำไรหน่วยสุดท้ายที่สูง นอกจากนี้แล้วการจะได้ราคาอันเนื่องมาจากความผูกพันจากการส่งมอบ เช่นเดียวกันกับผู้ส่งมอบที่ผู้ค้าไถ่จำเป็นต้องมีการจ่ายเครดิตตรงต่อเวลาเพื่อรักษาความผูกพันในระยะยาวและการประกันการส่งมอบโดยเงื่อนไขความผูกพันด้านธุรกิจในระยะยาวนั่นเอง

ดังนั้นจากผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์แล้วว่าการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นการคัดเลือกผู้ส่งมอบที่มาจากความผูกพันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่เป็นตัวกำหนดราคา และนำมาสู่การได้รับกำไรหน่วยสุดท้ายมากกว่าการคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบไม่ผูกพัน “ราคา” ตามกลไกในตลาดที่เป็นสิ่งที่รับรู้ในตลาดการค้าไก่ที่ไม่สมบูรณ์ แต่เป็นรูปแบบของการผูกพันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ได้ตกลงทั้งที่เป็นบรรทัดฐานและไม่เป็นบรรทัดฐานร่วมกันขึ้นมาเป็นกฎกติกา และไม่ได้เป็นรูปแบบของการอธิบายทฤษฎีการกำหนดราคาจากอุปสงค์อุปทานในตลาดของการคัดเลือกผู้ส่งมอบเนื้อไก่ตามแนวคิดของสำนักนีโอคลาสสิกแต่อย่างใด ซึ่งงานวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับแนวคิดของความผูกพันทางสังคมทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Uci(2007,208-252) และยังเป็นการคัดเลือกหุ้นส่วนของการทำงานกันในระยะยาวในรูปแบบของโลจิสติกส์ห่วงโซ่อุปทานของการจัดซื้ออย่างในงานของ Chinasak,Piyapong(2014,78)อีกด้วย

5.1.4. การวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

จากการวิเคราะห์ปัญหาการค้าไก่ของผู้ค้าไก่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่นั้นพบว่า การแก้ไขปัญหาของผู้ส่งมอบเนื้อไก่ให้แก่ผู้ค้าไก่เป็นเสมือนความผูกพันเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ค้าที่ไม่มี การแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดปัญหาด้านคุณภาพของสินค้า ฉะนั้นตรงนี้จึงเป็นความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อการคัดเลือกผู้ส่งมอบแบบมีความผูกพันกับผู้ค้าไก่ที่จะมีบริการหลังการขายเมื่อมีการซื้อขายระหว่างกันซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของการคัดเลือกผู้ส่งมอบและเลือกการทำงานในระยะยาวนั่นเองซึ่งจะมีโอกาสความคาดหวังในการอยู่รอดมากกว่าUci (2007,208-252)

5.3. ข้อเสนอแนะงานวิจัย

5.3.1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการค้าไก่

เงื่อนไขของการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการค้าไก่ :

1) การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการค้าไก่ควรจะมีการคัดเลือกผู้ส่งมอบไก่ท่ามกลางการค้นหาเพื่อการสร้าง ความผูกพันกับผู้ส่งมอบเนื้อไก่โดยการสร้างความผูกพันด้วยตนเองโดยตรง และวิธีการทางอ้อมคือ การสร้างความผูกพันโดยเครือข่าย(ผู้ซื้อ)ที่ได้ซื้อจากผู้ส่งมอบที่ให้ราคาต่ำและคุณภาพที่ยอมรับได้แต่จะเป็นการฉวยโอกาสในด้านการค้าอีกช่องทางหนึ่งของเครือข่ายนั้น

2) การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการค้าไก่ที่ไม่มีความผูกพันกับผู้ส่งมอบอยู่เดิมนั้นควรจะมีการค้นหาผู้ส่งมอบมากกว่า 1 ราย เพื่อเป็นการเปิดเผยข้อมูลในด้านราคา การลดการผูกขาดและการเข้าสู่การต่อรองราคาได้ดีกว่า

3) วิธีการต่อรองด้านการค้านอกจากจะเป็นเงื่อนไขของความผูกพันและไม่ผูกพันแล้วยังพบว่าสามารถเข้าสู่ตลาดเข้าเพื่อผู้ส่งมอบที่ให้ราคาต่ำได้ก็ต่อเมื่อมีการจำหน่ายโดยการชำระสดแต่จะสามารถกระทำได้ในระยะสั้นเท่านั้น

5.3.2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาในแง่ของผู้ส่งมอบ(โรงเชือด) และบริษัทที่ส่งมอบเนื้อไก่ สำหรับวิธีการคัดเลือกลูกตัวระยะยาวในการค้นหาความผูกพันที่สมบูรณ์ที่ส่งผลต่อการส่งมอบเพื่อเป็นการสนับสนุนงานวิจัยชิ้นนี้ให้มีทฤษฎีที่เป็นเชิงประจักษ์และเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการมากขึ้น

2) ควรศึกษาการบูรณาการแนวราบในห่วงโซ่อุปทานจะสามารถลดการสูญเสียทรัพยากรเพิ่มการออมในการใช้ทรัพยากรมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ต้นทางกลางทางและปลายทาง

บรรณานุกรม

สรวิธ ลีลากานต์. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดจากบริษัท สยามซิคเด้น โปรดักท์ จำกัด.** มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. สืบค้นจาก <http://e-research.sru.ac.th/?q=node/71>เมื่อ 14 มกราคม 2559

น้ำหนักไก่เป็นและไก่ซาก สืบค้นจาก

<http://www.rakbankerd.com/agriculture/page.php?id=3131&s=tblanimal>เมื่อ 1 เมษายน 2559

Aleksejev M.M.(1997) **Planirovanije deyatelnosti firmy: Uchebno-metodicheskoje posobije.** M.:Finansy i statistika.

Alchian A.(1977)**Economic forces at work** .With an introduction by R.Coase .Indianapolis: Liberty Press.

Baker W. E. (1990)Market Networks and Corporate Behaviour. **American Journal of Sociology.** Vol. 96. No. 3.P. 589–625.

Blau P.(2009) **Exchange and Power in Social Life.** New Brunswick, USA; London, UK: Transaction Publishers.P. 88–114.

Biggart N.(2001) Social'naja organizacija i jekonomicheskoe razvitie .Jekonomicheskaja sociologija.T. 2. No. 5.- S. 49–58.

Chinasak Suwan-achariya ,Kalasom Lahteh. (2012). Logistics Cost and Quantity of Economic Order for Natural Latex: A Case Study: Ban Yang Ngam Rubber Fund Cooperative Limited. **International Research Journal of Finance and Economics.** Issue 85.pp68–77

Chinasak Suwan-Achariya Piyapong Chanpaso.(2014) The Occurrence of Business Relationships: Choosing a Business Partner of the South Central Agricultural Cooperatives. **European Journal of Scientific Research** Vol.120 No.1 , pp.74-79

Commons J.R.(1934)**Institutional economic.**Madison:University of Wisconsin Press.

Dwyer F., Schurr P., Oh S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. **Journal of Marketing.** 51 (2): 11–27.

- Gulati R., Gargiulo M. (1999). Where Do Interorganizational Networks Come From? **American Journal of Sociology**. 104 (5): 1439–1493
- Granovetter M. (2004). Jekonomicheskoe dejstvie i social'naja struktura: problema ukorenennosti. V sb.: Radaev V. V. (sost. i nauch. red.). **Zapadnaja jekonomicheskaja sociologija: Hrestomatija sovremennoj klassiki**. M.: ROSSPJeN; 131–158
- Hingley M. (2005) **Response to comments on Power to all Friends? Living with imbalance in supplier-retailer relationships». Industrial Marketing Management**. 34: 870–875
- Macneil I. R. (1980) **The New Social Contract. An Inquiry into Modern Contractual Relations**. New Haven; London: Yale University Press.
- Nort D. (1997) **Instituty, institucional'nye izmenenija i funkcionirovanie jekonomiki**. M. Paujell U., Smit-Dor L. (2003) Seti i hozjajstvennaja zhizn' **Jekonomicheskaja sociologija**. T. 4. No 3. S. 61–105.
- Radaev V. V. (2005) **Jekonomicheskaja sociologija**. M.: ID GU VShJe.
- _____. (2008). **Sovremennye jekonomiko-sociologicheskie koncepcii rynka**. V sb.: Radaev V. V., Dobrjakova M. S. (otv. red.). **Analiz rynkov v sovremennoj jekonomicheskij sociologii**. M.: ID GU0 VShJe; 21–60
- Veber M. (2004). Hozjajstvo i obshhestvo (glava II) (sost. i nauch. red.). **Zapadnaja jekonomicheskaja sociologija: Hrestomatija sovremennoj klassiki**. M.: ROSSPJeN; 59–81
- Uci B. (2007). Istochniki i posledstvija ukorenennosti dlja jekonomicheskij jeffektivnosti organizacij: vlijanie setej. V sb.: Radaev V. V., Dobrjakova M. S. (otv. red.). **Analiz rynkov v sovremennoj ekonomicheskij sociologii**. M.: ID GU VShJe; 208–252
- Williamson O. (1996) **Economicheskije instituty kapitalizma. Firma, rynki i otnoshencheskaja kontraktacija**. Spb: Lenizdat
- Wathne K., Biong H., Heide J. (2001) Choice of Supplier in Embedded Markets: Relationship and Marketing Program Effects. **Journal of Marketing**. 65 (2): 54–66.

White, H. C.(1981). Where do markets come from? **American Journal of Sociology**,87(3), pp. 517-547

Wilson D. (1995). An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships. **Journal of the Academy of MarketingScience**. 23 (4): 335-345