

12124

ภาคินิพนธ์

เรื่อง

อุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวด

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุจิตรา ชำนิวิทย์กรณ์

โดย

นายประชุม ไกรธนสุวรรณ

เลขทะเบียน 333371059

ภาคินิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต  
คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ หลักสูตรเศรษฐศาสตรธุรกิจ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
ปีการศึกษา 2539

เรื่อง : อุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวด  
ผู้เขียน : นายประชุม ไกรธินสุวรรณ  
รหัสประจำตัว : 333371059  
หลักสูตร : เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ  
ภาคการศึกษา : 1/2539  
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา ชำนิวิทย์ภรณ์

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ต้องการศึกษาดังอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวด โดยใช้วิธีการบรรยายเชิงพรรณนา โดยเน้นถึงลักษณะโครงสร้างตลาดของน้ำดื่มบรรจุขวด พฤติกรรมการแข่งขัน กลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่ในอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวดโดยอาศัยกรอบการวิเคราะห์ทฤษฎีจุลเศรษฐศาสตร์

จากการศึกษานี้พบว่าตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดสามารถจำแนกออกเป็น 2 ระดับ คือ ตลาดบน และตลาดล่าง กล่าวคือ ในตลาดบนของน้ำดื่มบรรจุขวด มีลักษณะโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย โดยมีน้ำดื่มสิงห์ ของบริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ และน้ำดื่มโพลาริส ของบริษัท ดาร์ราเหนือ เป็นผู้นำตลาดจากผู้ประกอบการน้ำดื่มบรรจุขวด 6-7 ราย โดยมีสัดส่วนการครองตลาด 28% และ 40% ในปีพ.ศ. 2537 ตามลำดับ ในขณะที่ตลาดล่างของน้ำดื่มบรรจุขวด มีลักษณะเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งมีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากราย ครอบคลุมทั่วประเทศ

ทางด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมน้ำดื่ม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะตามระดับของตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด ซึ่งมีความแตกต่างกัน โดยในตลาดล่างของน้ำดื่มบรรจุขวดจะใช้การแข่งขันทางด้านราคา ในขณะที่ตลาดบนของน้ำดื่มจะนิยมใช้การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคาเป็นหลัก อาทิ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด รวมทั้งพยายามสร้างอุปสรรคกีดขวางผู้ผลิตที่จะเข้าแข่งขัน โดยการจำกัดช่องทางการจัดจำหน่าย

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยด้วยดีนั้น ผู้เขียนต้องขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุจิตรา ชำนิวิทย์กรรม ที่กรุณาให้ความรู้ ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางการแก้ไข ปรับปรุง ตลอดจนดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีมาโดยตลอด นอกจากนี้ต้องขอขอบพระคุณ พี่ศิริรัตน์ อู่ยไพบุลย์สวัสดิ์ เจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน ที่ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูลต่างๆ เจ้าหน้าที่สำนักบรรณสารการพัฒนาที่ได้ให้ความร่วมมือในการค้นหาเอกสารประกอบด้วยความเต็มใจ และที่จะมองข้ามเสียมิได้คือ น้อง ๆ ร่วมงานที่บริษัท ที่ให้ความช่วยเหลือด้านการจัดพิมพ์ รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุก ๆ ท่าน และผู้ใกล้ชิดที่ได้ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือผู้เขียนตลอดมา

ประทุม ไกรธนสุวรรณ

มกราคม 2540

## สารบัญเรื่อง

12124

	หน้า
บทคัดย่อ	( i )
กิตติกรรมประกาศ	( ii )
สารบัญเรื่อง	( iii )
สารบัญตาราง	( iv )
บทที่ 1 : บทนำ	
1.1 ปัญหาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 ระเบียบวิธีการศึกษา	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
1.6 ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
บทที่ 2 : แนวความคิดทางทฤษฎี	
2.1 แนวความคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์	6
2.2 เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการแข่งขัน	13
2.3 อุปสรรคกีดขวางการเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม	14
บทที่ 3 : สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวด	
3.1 โครงสร้างอุตสาหกรรม	18
3.2 บทบาทภาครัฐและนโยบายที่เกี่ยวข้อง	32
บทที่ 4 : พฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวด	
4.1 พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม น้ำดื่มบรรจุขวด	35
4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม น้ำดื่มบรรจุขวด	36
บทที่ 5 : สรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	45
5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	46
บรรณานุกรม	48
ภาคผนวก	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางแสดงค่าภาชนะบรรจุและราคาน้ำดื่มบรรจุขวดที่ขายในปัจจุบัน	23
ตารางแสดงค่าใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาของธุรกิจน้ำดื่มปี พ.ศ.2536-2537	42
ตารางแสดงมูลค่าน้ำดื่ม	( 1 )
ตารางแสดงอัตราอากรขาเข้าเม็ดพลาสติก	( 2 ) - ( 4 )