

วิศรุต นามจรัสเรืองศรี 2553: ผลกระทบของการร่วมลงทุนที่มีต่อโครงสร้างตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์จิรพรธม กุลคลิก, ศ.ม. 134 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาผลกระทบของการร่วมลงทุนที่มีต่อส่วนแบ่งตลาด และการ
กระจุกตัวของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม โดยการศึกษาจะอยู่ภายใต้แนวคิดการวัดค่าการกระจุกตัว (Concentration
Ratio: CR) ดัชนีเฮร์ฟินดัล (Herfindahl Summary Index: HSI) ดัชนี Comprehensive Concentration Index (CCI)
และศึกษาผลกระทบของการร่วมลงทุนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงความสามารถแข่งขันของบริษัท ทิปโก้ เอฟ
แอนด์บี จำกัด โดยอาศัยแนวคิดสถานะแวดล้อมทางการแข่งขันของ Michael E. Porter และการวิเคราะห์จุดแข็ง
จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

ผลการศึกษาพบว่าภายหลังจากการร่วมลงทุนของบริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัดกับบริษัท ชันโทรี
จำกัด ส่วนแบ่งตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มของทั้ง 3 บริษัทเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัด
มีส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้น แต่บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) และบริษัท ยูนิ เพรสซิเดนท (ประเทศไทย) จำกัด
กลับมีส่วนแบ่งตลาดลดลง การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มมีการปรับตัวสูงขึ้นหรือ โครงสร้าง
ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ผูกขาดมากขึ้น ส่วนผลของการร่วมลงทุนที่มีต่อ
การเปลี่ยนแปลงของความสามารถแข่งขันของบริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัดพบว่าผลกระทบทางบวกที่
เปลี่ยนแปลง คือ บริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี จำกัดเกิดความสามารถในการกีดกันผู้ผลิตรายใหม่มากขึ้น เนื่องจากการ
การประหยัดต่อขนาด การมีแบรนด์สินค้าที่แข็งแกร่งมากขึ้น การได้รับเทคโนโลยีในการผลิตและช่องทางการจัด
จำหน่ายใหม่ที่เกิดขึ้น มีอำนาจต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิตและผู้บริโภคมากขึ้น สินค้าใหม่ของบริษัท ทิปโก้
เอฟแอนด์บี จำกัดสามารถทดแทนด้วยสินค้าอื่นยากขึ้น แต่ผลกระทบทางลบที่ส่งผลกับบริษัท ทิปโก้ เอฟแอนด์บี
จำกัด คือ การแข่งขันระหว่างคู่แข่งจะรุนแรงมากขึ้นทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูงขึ้นและบริษัท ทิปโก้
เอฟแอนด์บี จำกัด จะขาดอิสระในการทำตลาด ดังนั้นจากผลการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะดังนี้คือ บริษัท มาลีสาม
พราน จำกัด (มหาชน) และบริษัท ยูนิ เพรสซิเดนท (ประเทศไทย) จำกัด ควรมองหาโอกาสในการร่วมลงทุนกับ
บริษัทต่างชาติ ส่วนผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆ ควรสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าแทนการแข่งขันทางด้านราคา

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก