

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพมากขึ้น และมีแนวโน้มให้ความนิยมบริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มชนิดบรรจุกล่องเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มชนิดบรรจุกล่องมีการแข่งขันกันสูง ผลลัพธ์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มชนิดบรรจุกล่อง โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2547-2551 เปรียบเทียบเฉพาะผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ราย โดยศึกษาวิเคราะห์เชิงปริมาณ คือ คำนวณค่าการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มชนิดบรรจุกล่องทั้งชนิดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% และน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 40% โดยใช้อัตราส่วนการกระจุกตัว (CR) ดัชนีเฮร์ฟินดาห์ล (Herfindahl Index--HI) และดัชนี Comprehensive Concentration Index (CCI) และวิเคราะห์ในเชิงพรรณนาถึงพฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่มชนิดบรรจุกล่อง มีลักษณะโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) โดยค่าดัชนี CR ของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% มีค่า  $CR_3$  กระจุกตัวอยู่ร้อยละ 72-86 และค่าดัชนี CR ของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 40% มีค่า  $CR_3$  กระจุกตัวอยู่ร้อยละ 74-79 แสดงว่าอุตสาหกรรมน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% และน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 40% ชนิดบรรจุกล่อง มีการกระจุกตัวอยู่ในระดับสูง ส่วนค่าดัชนีเฮร์ฟินดาห์ล และค่าดัชนี CCI ของน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% และน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 40% ชนิดบรรจุกล่องแสดงว่า มีการแข่งขันกันสูง แต่เป็นการแข่งขันกันเองของผู้ประกอบการรายใหญ่ มีแนวโน้มเกิดการผูกขาดโดยเปรียบเทียบหรือผู้ประกอบการรายใหญ่มีอิทธิพลต่อตลาดสูง และในส่วนผลการศึกษาของพฤติกรรมการแข่งขันเป็นการแข่งขันที่มีใช้ราคา โดยเฉพาะทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาให้มีความหลากหลาย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะโดดเด่น รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย

Consumers nowadays evince greater concern for their health than was the case in the past. Consequently, there is a higher tendency on the part of such consumers to exhibit preferences for boxed ready-to-drink fruit juice. Therefore, the market for boxed ready-to-drink fruit juice is highly competitive and so a variety of such products are placed on the market so as to meet the ever-changing needs of consumers.

This thesis investigates the market structure and competitive behaviors in the industry under study using relevant data from the period between 2004 and 2008 in order to carry out comparisons of only three large manufacturers.

The researcher conducted a quantitative analysis in this connection so as to be able to determine concentration values in this industry in respect to both 100 percent ready-to-drink fruit juice and 40 percent ready-to-drink fruit juice products. Computed were the concentration ratio (CR), the Herfindahl Index (HI), and the comprehensive concentration index (CCI). Descriptive analysis was additionally conducted in regard to price and non-price competition.

Findings are as follows:

The industry under study exhibits the characteristics of an oligopoly. The CR index of 100 percent ready-to-drink fruit juice showed a CR3 from 72 to 86 percent. The CR index for 40 percent ready-to-drink fruit juice displayed a CR3 from 74 to 79 percent. This means that the firms producing 100 percent and 40 percent boxed ready-to-drink fruit juice evinced a high level of market concentration. The HI and the CCI of the 100 percent and the 40 percent boxed ready-to-drink fruit juice producers are indicative of high levels of competition. Additionally, there was competition among the large manufacturers. There was also a tendency towards comparative monopoly of these large manufacturers who were highly influential in the market.

In respect to competitive behaviors, it was found that non-price competition was a salient characteristic of this market. Especially was this the case in regard to the development of a variety of products, developing aesthetically appealing packaging, and in the areas of advertising, public relations, and sales promotion.