

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเกลือแร่ การศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเกลือแร่ และการศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเกลือแร่ โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 ของผู้ผลิตทั้ง 5 ราย ทำการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมโดยใช้อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio-- CR_n) และดัชนีเฮอร์ฟินดาร์ล (Herfindahl Index--HI) และการวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันในตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเกลือแร่

ผลจากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องดื่มเกลือแร่มีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย มีการกระจุกตัวค่อนข้างสูง พฤติกรรมการแข่งขันใช้การแข่งขันทางด้านที่ไม่ใช่ราคา เช่น เน้นการแข่งขันกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนาดและลักษณะบรรจุภัณฑ์ ให้ความหลากหลาย รวมทั้งการส่งเสริมการขายโดยการจัดชิงโชค การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการสนับสนุนด้านกีฬา

This thesis investigates the overall condition of the sport drink industry, the market structure of the sport drink industry, and the competitive behaviors of companies comprising the sport drink industry.

The data were collected from the period between 2003 and 2007 in respect to five manufacturers. The researcher calculated the concentration value of the market using the concentration ratio (CR_n) and Herfindahl Index (HI) techniques and analyzed competitive behaviors in the sport drink market.

Findings are as follows:

The sport drink industry exhibits an oligopolic market structure with high concentration. In regard to competitive behaviors, emphasized is on non-price competition such as in the development of products, sizes, and types of packaging for the sake of promoting variety. In addition, finally, there are sale promotion campaigns with lucky draws, advertising in various kinds of media, and support provided for sport competitions.