

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดและอำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบการในธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมในประเทศไทย และศึกษาธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลม โดยเลือกศึกษาธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมของ บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน), บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด, บริษัท ไบเล่ กาลิฟอร์เนียโอเร้นจ์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท กรีนสปอต จำกัด และบริษัท เซเวนอัพ บอตตลิง (กรุงเทพ) จำกัด ซึ่งมีสัดส่วนการครองตลาดทั้งหมดร้อยละ 97 โดยข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษานี้คือ มูลค่ายอดขายของผู้ประกอบการในธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลม ในระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 โดยใช้วิธีในการวิเคราะห์การกระจุกตัวของธุรกิจ 4 วิธี คือ ค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว Concentration Ratio (CR_n), Size Ratio (W), Herfindahl Index (HI) และ Comprehensive Concentration Index (CCI)

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมในประเทศไทย มีลักษณะของโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) โดยดูได้จากจำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลม ซึ่งมีอยู่ประมาณ 5 ราย ผลจากการศึกษาจากค่าดัชนีการกระจุกตัวที่คำนวณได้ด้วยวิธีต่าง ๆ พบว่า ดัชนีการกระจุกตัวมีแนวโน้มลดลงไปในทิศทางเดียวกัน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในปี 2549 แสดงว่าธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันมากขึ้น โดยที่ค่าการกระจุกตัวของธุรกิจที่คำนวณได้ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 มีค่า CR_2 อยู่ที่ร้อยละ 88.54, 86.34, 86.16 และ 87.05 ตามลำดับ, ค่า W_2 อยู่ที่ 11.59, 9.49, 9.34 และ 10.08 ตามลำดับ, ค่าดัชนี HI อยู่ที่ 0.4032, 0.3888, 0.3875 และ 0.3930 ตามลำดับ และค่าดัชนี CCI อยู่ที่ 0.7662, 0.7505, 0.7489 และ 0.7572 ตามลำดับ ซึ่งค่าดังกล่าวมีค่าการกระจุกตัวที่อยู่ในระดับสูง สำหรับการกระจุกตัวของธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมมีแนวโน้มการกระจุกตัวและการผูกขาดสูง และผู้นำตลาดมีอิทธิพลต่อตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 ราย คือ บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด และบริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)

This thesis investigates the market structure of the soft drink business and the bargaining power of companies in this business in Thailand.

Examined are the following soft drink companies: Sermasuk PLC, Thai Pure Drinks Co., Ltd., Bireley's California Orange (Thailand) Co., Ltd., Green Spot Co., Ltd. and 7-Up Bottling (Bangkok) Co., Ltd. These five companies control 97 percent of the market share in the soft drink business.

The data used in this study consisted of the sales volumes of each soft drink company in the period between 2003 and 2006. The data was analyzed using four methods: Concentration Ratio (CR), Size Ratio (W), the Herfindahl Index (HI), and the Comprehensive Concentration Index (CCI).

The results of the study indicate that the market structure of the soft drink business in Thailand was in the form of an oligopoly as seen from the fact that the number of soft drink business companies is only five. The Concentration Index calculation derived on the basis of several methods shows a decrease in the same direction. However, the trend exhibited during 2006 was that of an increase. The results indicate that the soft drink business will become even more competitive.

The calculated values of business concentration in the period between 2003 and 2006 are as follows: the percentage of CR is 88.54, 86.34, 86.16 and 87.05; W is 11.59, 9.49, 9.43 and 10.08; the index of HI is 0.4032, 0.3888, 0.3875 and 0.3930; and the index of CCI is 0.7662, 0.7505, 0.7489 and 0.7572, respectively.

These figures are indicative of a highly concentrated level. Consequently, the soft drink business has a high concentration and a tendency to approach monopoly. The leaders in the market leader exhibit the greatest influence on the market. This is the case with Sermasuk PLC and Thai Pure Drinks Co., Ltd., which are the two leading concerns in this market.