

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม

ชื่อผู้เขียน : นายวิษณุ พลอยฉาย

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา : 2546

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

1. รศ. อติ ไทยานันท์ ประธานกรรมการ
2. รศ. อัมภินพวงศ์ ฉัตรราชม
3. รศ. สุณี ฉัตรราชม

อุตสาหกรรมนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของประเทศไทยในปัจจุบัน มีอัตราการขยายตัวอย่างมาก ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ของผู้ผลิตในอุตสาหกรรม วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของประเทศไทย รวมทั้งวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของแต่ละบริษัทที่ใช้ในการแข่งขันในตลาด ระหว่างปี 2541-2545 โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อศึกษาสภาพที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมรวมทั้งกิจกรรมของบริษัทต่างๆ ที่นำมาใช้ในการแข่งขันในตลาด และส่วนที่เหลือเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยคำนวณหาอัตราการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมตามแนวศึกษาของทฤษฎีโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบผู้ขายน้อยราย(Oligopoly) การวิเคราะห์งบการเงิน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์เมทริกซ์ความเจริญเติบโต-ส่วนครองตลาด (BCG growth-share matrix) เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด เปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดที่บริษัทต่างๆ นำมาใช้ในการแข่งขัน

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของประเทศไทย มีโครงสร้างตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย ที่มีการผลิตสินค้าแตกต่างกัน อัตราการกระจุกตัวของกิจการรายใหญ่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อุตสาหกรรมนมเปรี้ยวพร้อมดื่มมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมทั้งผลตอบแทนในอนาคตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมและผลตอบแทนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น การกีดกันจากผู้ผลิตรายเดิมในตลาด เงินลงทุนจำนวนมากและต้องใช้เทคนิคการผลิตระดับสูงเป็นตัวขัดขวางการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้ผลิตรายใหม่ๆ

Thesis Title : Marketing Strategies Analysis in Drinking Yoghurt
Industry

Student's Name : Mr. Vitsanu Ploychay

Degree Sought : Master of Economics

Academic Year : 2003

Advisory Committee :

1. Assoc. Prof. Ati Thaiyanan Chairperson
2. Assoc. Prof. Asambhinabong Shatragom
3. Assoc. Prof. Sunee Shatragom

Thai's drinking yoghurt industry nowadays is greatly expanding, changing the market structure and manufacturers' strategies. The main objectives of this thesis are to explore the situation of Thai's drinking yoghurt market, and to compare the marketing strategies' companies used in the market between 2541-2545 . Two main areas are investigated. The first part, the descriptive method, shows the situation in the industry and the activity of the companies used in the market. The second part, the quantitative method, analyzes the market structure, the marketing strategies, the concentration ratio of the industry studied path along with the oligopoly structure industry theory, financial report analysis, the SWOT analysis, and the BCG growth-share matrix analysis.

The study's finding indicates that Thai's drinking yoghurt market structure is oligopoly, have differentiated products. The concentration ratio of dominant firms trend to the high level. In addition Thai's drinking yoghurt industry trends to expand, the better return, in the future, is to be expected. Because of the high growth and return, It will be attracted the new firms entering the industry. However the increasing competition in the market, the barriers from the firms, the great amount of the Investment as well as to be high technical product, will prevent the new comer to enter the industry.