

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของ
ธุรกิจร้านไอศกรีมพรีเมียม

โดย

ชนันสิริ จักรกร

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของ
ธุรกิจร้านไอศกรีมพรีเมียม

โดย

ชนันสิริ จักรกร

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

งานวิจัยเฉพาะเรื่อง

ของ

นางสาวชนันสิริ จักรกร

เรื่อง

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของ

ธุรกิจร้านไอศกรีมพรีเมียม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

เมื่อ วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2550

อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเฉพาะเรื่อง

(ผศ. ดร. เกรียงไกร เตชกานนท์)

กรรมการงานวิจัยเฉพาะเรื่อง

(อ. ดร. เกศรา สุขพานิช)

คณบดี

(รศ. ดร. นิพนธ์ พัวพงศกร)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ผศ. ดร. เกรียงไกร เทศกานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาเฉพาะเรื่อง ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ในการวิจัยด้วยดีตลอดมา และ อ.ดร. เณศรา สุขพานิช ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบงานวิจัยเฉพาะเรื่อง พร้อมทั้งให้ข้อคิดและคำแนะนำเพิ่มเติมต่างๆ เพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอาจารย์ทั้งสองมา ณ ที่นี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณคุณดุสิตา วณิชยางกูรานนท์ เจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารฝ่ายการตลาด บริษัท ไอเบอรรีโฮมเมด จำกัด คุณเทวลา ลาภวิไล ผู้จัดการฝ่ายประสานงานแฟรนไชส์ บริษัท อเมริกัน ฟู้ด จำกัด และคุณสุชน ก่อเกษมวงศ์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เอเต้ จำกัด รวมถึงเจ้าหน้าที่ด้านต่างๆ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทั้งที่ทำงานและที่เรียนเศรษฐศาสตร์ธุรกิจรุ่นที่ 9 โดยเฉพาะ ไช อู ปู เข้ม แจ็ก จุง บอย โต ต้น ใหม่ พียอด พีจี พีกุก และพีซ่า ที่คอยให้กำลังใจมาโดยตลอด และให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่เรียนมาด้วยกันจนถึงการทำงานวิจัยเฉพาะเรื่องในครั้งนี้ รวมถึงเจ้าหน้าที่โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจทุกท่านที่คอยช่วยเหลือมาโดยตลอด และขอขอบคุณพี่เจี๊ยบที่คอยช่วยเหลือในทุกๆ กราฟ ทุกๆ ตาราง ในงานวิจัยเฉพาะเรื่องเล่มนี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และเป็นแรงบันดาลใจในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณน้อง ที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำต่างๆ

ผู้เขียนหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับประชาชนทั่วไปได้อีกทางหนึ่งในเรื่องของธุรกิจร้านไอศกรีมพรีเมียม และหากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

ชนันสิริ จักรกร

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2550

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ	(8)
บทที่	
1. บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
แหล่งข้อมูล	5
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล.....	5
นิยามศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
โครงสร้างของงานวิจัยเฉพาะเรื่อง.....	8
2. แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์.....	10
ทฤษฎีโครงสร้างตลาด	10
ทฤษฎีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม.....	13
ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดผู้ขายน้อยราย.....	18
ทฤษฎีการรวมกันในแนวดิ่ง.....	23
ทฤษฎีการจำกัดในแนวดิ่ง	25

ทฤษฎีแฟรอนไชส์	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3. ระเบียบวิธีวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูล	44
แหล่งข้อมูล	44
การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	44
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	47
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	47
4. ผลการศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขัน	49
สภาพตลาดทั่วไปของไอศกรีม	49
วิเคราะห์โครงสร้างตลาด	51
พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการ	57
พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา	57
พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช้ราคา	60
ช่องทางการจำหน่ายของผู้ประกอบการ	70
5. กรณีศึกษาแนวทางการเข้าสู่ธุรกิจร้านไอศกรีมพรีเมียม	87
วิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Porter's Five Force Model	87
ความเป็นมาของร้าน “ไอเบอรี่”	93
อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด	94
กลยุทธ์ในการเข้าสู่ธุรกิจของร้าน “ไอเบอรี่”	97
นโยบายในการขยายธุรกิจ	101
ข้อสรุปแนวทางการเข้าสู่ธุรกิจร้านไอศกรีมพรีเมียม	103

6. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	108
สรุปผลการศึกษา.....	108
ข้อเสนอแนะ.....	111
ข้อจำกัดทางการศึกษา.....	112
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	113
ภาคผนวก	
ก. ตัวอย่างรายละเอียดการซื้อแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมพรีเมียม	115
ข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ไอศกรีม พ.ศ. 2544.....	118
บรรณานุกรม	131

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	มูลค่าตลาดไอศกรีมภายในประเทศในปี 2548-2551	3
2.1	ตารางเปรียบเทียบชนิดของตลาดต่างๆ.....	13
3.1	รายชื่อยี่ห้อไอศกรีมพรีเมียมจำแนกตามลักษณะการเป็นเจ้าของ	45
4.1	ข้อมูลพื้นฐานของไอศกรีมพรีเมียมแต่ละยี่ห้อที่ทำการศึกษา	52
4.2	เปรียบเทียบจำนวนสาขาในปี 2541 และปี 2550 และอัตราการเปลี่ยนแปลง	54
4.3	มูลค่ายอดขายของบริษัทไอศกรีม 6 อันดับแรก.....	55
4.4	ยอดขายและค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวของร้านไอศกรีมพรีเมียม ในปี 2548	56
4.5	แสดงราคาไอศกรีมต่อสปีปและบางผลิตภัณฑ์ของร้านไอศกรีมพรีเมียม ยี่ห้อต่างๆ.....	58
4.6	เปรียบเทียบราคาไอศกรีมในปี 2541 และปี 2550 และอัตราการเปลี่ยนแปลง	60
4.7	การเปรียบเทียบการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อ.....	64
4.8	สรุปช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของไอศกรีมพรีเมียมยี่ห้อต่างๆ ในปี 2549	66
4.9	เปรียบเทียบช่องทางการจำหน่ายของไอศกรีมพรีเมียมยี่ห้อต่างๆ.....	72
4.10	ข้อมูลพื้นฐานของบริษัทที่ใช้ระบบแฟรนไชส์ และจำนวนสาขาแฟรนไชส์ในปี 2549	74
4.11	การคาดการณ์จำนวนสาขาของร้านสเวนเซ่นส์จากปี 2549-2553	76
4.12	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ของร้านไอศกรีมพรีเมียม ในประเทศไทย.....	78
4.13	เปรียบเทียบเงื่อนไขด้านต่างๆของร้านไอศกรีมพรีเมียม ที่ใช้ระบบแฟรนไชส์	85

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	กราฟแสดงเส้นอุปสงค์ที่หักงอ	21
2.2	การตั้งราคาแบบ Double Monopoly Markup.....	27
4.1	แสดงส่วนครองตลาดของระดับไอศกรีม	49
5.1	การวิเคราะห์ตลาดร้านไอศกรีมพรีเมียมด้วย Porter's Five Force Model	92
5.2	รายได้จากการขายไอศกรีมของไอเบอรี่ตั้งแต่ปี 2543-2548	104