บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ในประเทศไทย นำเสนอผลการศึกษาวิเคราะห์ตามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์
2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์
3. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์

1. การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ในประเทศไทย เป็นการนำข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษามาวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม โดยนำเสนอข้อมูลส่วนนี้ออกเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

1.1 มูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของบริษัทเมล็ดพันธุ์

1.2 การวัดการกระจุกตัว

1.1 มูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของบริษัทเมล็ดพันธุ์ ที่มีการดำเนินธุรกิจในลักษณะครบวงจร จำนวน10 บริษัท ในช่วงพ.ศ. 2545-2547 เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสำรวจ และจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

จากข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าทุนจดทะเบียน(นำมาศึกษาเฉพาะพ.ศ. 2547 เนื่องจากในช่วงพ.ศ. 2545-2547 มีสองบริษัทเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลงมูลค่าทุนจดทะเบียน) พบว่า บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์ จำกัด มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุดเท่ากับ 740.09 ล้านบาท (ร้อยละ 58.18) บริษัท ไพโอเนีย ไฮ-เบรด (ไทยแลนด์) จำกัด มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงเป็นอันดับที่ 2 เท่ากับ 150 ล้านบาท (ร้อยละ 11.79)

อันดับที่ 3 คือ บริษัทอีสท์ เวสท์ ซีด จำกัด มีมูลค่าทุนจดทะเบียน 126.80 ล้านบาท (ร้อยละ 9.97)

อันดับที่ 4 คือ บริษัทเซมินีส เวเจ็ทเทเบิ้ล สีดส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีมูลค่าทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท (ร้อยละ 7.86)

อันดับที่ 5 คือ บริษัทเพื่อนเกษตรกร จำกัด มีมูลค่าการจดทะเบียน 60 ล้านบาท (ร้อยละ 4.72)

มูลค่าการจดทะเบียนของทั้ง 5 บริษัทมีมูลค่ารวมกันเท่ากับ 1,176.89 ล้านบาท (ร้อยละ 92.51) ของมูลค่าทุนจดทะเบียนทั้ง 10 บริษัทรวมกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผู้ลงทุนและทุนจดทะเบียนของบริษัทเมล็ดพันธุ์ พ.ศ. 2547

หน่วย : ล้านบาท

บริษัท	ผู้ลงทุน	ทุนจดทะเบียน	ร้อยละ
1. บจก.เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์	ไทย	740.09	58.18
2. บจก.ไพโอเนีย ไฮ-เบรดฯ	สหรัฐอเมริกา	150.00	11.79
3. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	เนเธอร์แลนด์	126.80	9.97
4. บจก.เซมินีส เวเจ็ทเทเบิ้ลฯ	สหรัฐอเมริกา	100.00	7.86
5. บจก.เพื่อนเกษตรกร	ไต้หวัน	60.00	4.72
6. บจก.มอนซานโต้เมล็ดพันธุ์ฯ	สหรัฐอเมริกา	43.26	3.40
7. บจก.แปซิฟิค เมล็ดพันธุ์	อินเดีย	30.00	2.36
8. บจก.ซินเจนทา ซีดส์	สหรัฐอเมริกา	20.00	1.57
9. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	ไทย	1.00	0.08
10.บจก.ที เอส เอ	ไทย-ญี่ปุ่น	1.00	0.08
รวม		1,272.14	100.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ม.ป.ป.) "ข้อมูลการจดทะเบียน" (เอกสารสำเนา)
หมายเหตุ: จากการสำรวจ

สำหรับผู้ลงทุนจากตารางที่ 4.1 จะเห็นว่า บริษัทเมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของต่างชาติ เช่น สหรัฐอเมริกา 4 บริษัท ได้แก่ บริษัทมอนซานโต้เมล็ดพันธุ์ (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัท ไพโอเนีย ไฮ-เบรด (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทซินเจนทา ซีดส์ จำกัด และบริษัทเซมินีส เวเจ็ท เทเบิ้ล สีดส์ จำกัด (ขณะทำการวิจัยนี้บริษัทมอนซานโต้ ในสหรัฐอเมริกาได้ซื้อกิจการ(Takeover) ของบริษัทไพโอเนีย ไฮ-เบรด (ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัทซินเจนทา ซีดส์ จำกัด แล้วแต่ไม่มีผลกระทบต่อนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัททั้งสองในประเทศไทยแต่อย่างใด)

บริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ลงทุนโดยคนไทยมี 3 บริษัท คือ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์ จำกัด บริษัทเจียไต๋เมล็ดพันธุ์ จำกัด และบริษัททีเอสเอ จำกัด โดยบริษัททีเอสเอ จำกัด มีหุ้นส่วนชาวต่างชาติ คือ ญี่ปุ่น แต่มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า

ตารางที่ 4.2 สินทรัพย์ถาวรของบริษัทเมล็ดพันธุ์ระหว่างพ.ศ. 2545-2547

หน่วย : ล้านบาท

บริษัท	พ.ศ. 2545		พ.ศ. 2546		พ.ศ. 2547	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1. บจก.มอนซานโต้ฯ	454.81	51.07	421.82	49.83	417.69	50.32
2. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	99.92	11.22	88.05	10.40	91.79	11.06
3. บจก.ไพโอเนียฯ	59.04	6.63	56.83	6.71	58.85	7.09
4. บจก.เซมินีสฯ	47.12	5.29	49.93	5.90	36.27	6.02
5. บจก.ที เอส เอ	46.66	5.24	45.87	5.42	39.70	5.86
6. บจก.เพื่อนเกษตรกร	43.45	4.88	40.91	4.83	49.93	4.37
7. บจก.เจริญโภคภัณฑ์ฯ	49.65	5.58	42.07	4.97	48.65	4.78
8. บจก.แปซิฟิคฯ	37.51	4.21	40.42	4.78	40.92	4.93
9. บจก.ซินเจนทาฯ	51.24	5.75	58.76	6.94	39.64	4.78
10. บจก.เจียไต๋ ฯ	1.10	0.12	1.80	0.21	6.56	0.79
รวม	890.50	100.00	846.46	100.00	830.00	100.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ม.ป.ป.) "งบการเงิน" (เอกสารสำเนา)

จากตารางที่ 4.2 แสดงมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของบริษัทเมล็ดพันธุ์ทั้ง 10 บริษัท จะเห็นว่าช่วงพ.ศ. 2545-2547 บริษัทเมล็ดพันธุ์ที่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสูงสุดสองอันดับแรกเป็นบริษัทเดิมต่อเนื่องตลอดทั้ง 3 ปี คือ บริษัทมอนซานโต้เมล็ดพันธุ์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยพ.ศ. 2545 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 454.81 ล้านบาท (ร้อยละ 51.07) พ.ศ. 2546 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ421.82 ล้านบาท (ร้อยละ 49.83) และพ.ศ. 2547 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 417.69 ล้านบาท (ร้อยละ 50.32)

อันดับ 2 คือ บริษัทอีสท์ เวสท์ ซีด จำกัด พ.ศ. 2545 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 99.92 ล้านบาท (ร้อยละ 11.22) พ.ศ. 2546 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรลดลงเป็น 88.05 ล้านบาท (ร้อยละ 10.40) และพ.ศ. 2547 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้นเป็น 91.79 ล้านบาท (ร้อยละ 11.06)

บริษัทไพโอเนีย ไฮ-เบรด (ไทยแลนด์) จำกัด พ.ศ. 2545 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสูงเป็นอันดับที่ 3 เท่ากับ 59.04 ล้านบาท (ร้อยละ 6.63) พ.ศ. 2546 อยู่ในอันดับที่ 4 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 56.83 (ร้อยละ 6.71) และพ.ศ. 2547 อยู่ในอันดับที่ 3 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 58.85 (ร้อยละ 7.09)

บริษัทซินเจนทา ซีดส์ จำกัด พ.ศ. 2545 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสูงเป็นอันดับที่ 4 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 51.24 ล้านบาท (ร้อยละ 5.75) และพ.ศ. 2546 อยู่อันดับที่ 3 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 58.76 (ร้อยละ 6.94) พ.ศ. 2547 อยู่ในอันดับที่ 9 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรลดลงเป็น 36.27 ล้านบาท (ร้อยละ 4.37)

บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์ จำกัด พ.ศ. 2545 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรสูงเป็นอันดับที่ 5 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 49.65 (ร้อยละ 5.58) และพ.ศ. 2546-2547 อยู่ในอันดับที่ 7 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเท่ากับ 42.07 และ 39.70 (ร้อยละ 4.97 และ 4.78 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.3 ยอดขายของบริษัทเมล็ดพันธุ์ ระหว่างพ.ศ. 2545-2547

หน่วย : ล้านบาท

บริษัท	พ.ศ. 2545		พ.ศ. 2546		พ.ศ. 2547	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
1. บจก.เจริญโภคภัณฑ์ฯ	1,374.95	34.71	1,061.09	26.77	1,929.59	38.05
2. บจก.มอนซานโต้ฯ	900.05	22.72	1,095.46	25.93	1,014.14	20.00
3. บจก. แปซิฟิคฯ	302.64	7.64	381.66	9.33	432.00	8.53
4. บจก.ซินเจนทาฯ	439.64	11.10	381.51	9.32	404.76	7.98
5. บจก.เจียไต๋ฯ	277.08	6.99	446.20	10.90	373.39	7.36
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	261.32	6.60	269.25	6.58	313.31	6.18
7. บจก.ไพโอเนียฯ	137.49	3.47	207.08	5.06	91.47	4.79
8. บจก.เซมินีสฯ	128.28	3.24	116.34	2.84	185.49	3.66
9. บจก.ที เอส เอ	82.01	2.07	73.63	1.80	91.47	1.80
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	58.30	1.47	60.11	1.47	82.89	1.63
รวม	3,961.76	100.00	11,402.08	100.00	12,931.86	100.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ม.ป.ป.) "งบการเงิน" (เอกสารสำเนา)

จากตารางที่ 4.3 แสดงยอดขายของบริษัทเมล็ดพันธุ์ทั้ง 10 บริษัท ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 จะเห็นว่าพ.ศ. 2545 บริษัทเมล็ดพันธุ์ที่มียอดขายสูงสุด คือ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์ จำกัด มียอดขายเท่ากับ 1,374.95 ล้านบาท (ร้อยละ 34.71) พ.ศ. 2546 อยู่ในอันดับที่ 2 มียอดขาย

เท่ากับ 1,061.09 ล้านบาท (ร้อยละ 25.93) พ.ศ. 2547 เลื่อนขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 1 มียอดขายเท่ากับ 1,929.59 ล้านบาท (ร้อยละ 38.05)

บริษัทมอนซานโต้เมล็ดพันธุ์ (ไทยแลนด์) จำกัด พ.ศ. 2545 อยู่ในอันดับที่ 2 มียอดขายเท่ากับ 900.05 ล้านบาท (ร้อยละ 22.72) พ.ศ. 2546 อยู่ในอันดับที่ 1 มียอดขายเพิ่มสูงขึ้นเป็น 1,095.46 ล้านบาท (ร้อยละ 26.77) พ.ศ. 2547 อยู่ในอันดับที่ 2 มียอดขายเท่ากับ 1,014.14 (ร้อยละ 20.00)

บริษัทซินเจนทา ซีดส์ จำกัด พ.ศ. 2545 อยู่ในอันดับที่ 3 มียอดขายเท่ากับ 439.64 ล้านบาท (ร้อยละ 11.10) พ.ศ. 2546 อยู่ในอันดับที่ 5 มียอดขายเป็น 381.66 ล้านบาท (ร้อยละ 9.32) พ.ศ. 2547 อยู่ในอันดับที่ 4 มียอดขายเท่ากับ 404.76 (ร้อยละ 7.98)

บริษัท แปซิฟิค เมล็ดพันธุ์ จำกัด พ.ศ. 2545-2546 อยู่ในอันดับที่ 4 มียอดขายเท่ากับ 302.64 และ 381.66 ล้านบาท (ร้อยละ 7.64 และ 9.33) พ.ศ. 2547 อยู่ในอันดับที่ 3 มียอดขายเท่ากับ 432.50 ล้านบาท (ร้อยละ 8.53)

บริษัทเจียไต๋เมล็ดพันธุ์ จำกัด พ.ศ. 2545 อยู่ในอันดับที่ 5 มียอดขายเท่ากับ 277.08 ล้านบาท (ร้อยละ 6.99) พ.ศ. 2546 อยู่ในอันดับที่ 3 มียอดขายเท่ากับ 466.20 ล้านบาท (ร้อยละ 10.90) และพ.ศ. 2547 อยู่ในอันดับที่ 5 มียอดขายเท่ากับ 373.39 ล้านบาท (ร้อยละ 7.36)

1.2 การวัดค่าการกระจุกตัว การศึกษาวิจัยครั้งนี้วัดค่าการกระจุกตัว 3 วิธีด้วยกัน คือ การหาอัตราส่วนการกระจุกตัว(CR_n) การหาดัชนี HHI และการหาค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม (CCI) โดยนำข้อมูลทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของบริษัทเมล็ดพันธุ์ทั้ง 10 มาคำนวณโดยชั้นแรกจะแยกพิจารณาค่าการกระจุกตัวแต่ละวิธี หลังจากนั้นจึงนำผลการคำนวณค่าการกระจุกตัวแต่ละวิธีมาพิจารณาเปรียบเทียบกัน ดังนี้

1.2.1 การวัดการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาอัตราส่วนการกระจุกตัว(CR_n) โดยนำข้อมูลทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของบริษัทที่มีมูลค่าสูงสุดจำนวน 1 , 2 , 4 และ 5 บริษัท ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มาคำนวณหาค่า CR_1 , CR_2, CR_4 และ CR_5 ได้ค่าดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่า CR_1 , CR_2 , CR_4 และ CR_5 ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

หน่วย : ร้อยละ

CR_n / พ.ศ.	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	ค่าเฉลี่ย
คำนวณจากทุนจดทะเบียน				
CR_1	-	-	58.18	58.18
CR_2	-	-	69.97	69.97
CR_4	-	-	87.80	87.80
CR_5	-	-	92.51	92.51
คำนวณจากสินทรัพย์ถาวร				
CR_1	51.07	49.83	50.32	50.41
CR_2	62.29	60.24	61.38	61.30
CR_4	74.68	73.89	74.49	74.35
CR_5	80.25	79.79	78.19	79.41
คำนวณจากยอดขาย				
CR_1	34.71	26.77	38.05	33.18
CR_2	57.42	52.70	58.06	56.06
CR_4	76.16	72.93	74.57	74.55
CR_5	83.15	82.25	81.93	82.45

หมายเหตุ: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 ค่า CR_n ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขาย พบว่า

1. ค่า CR_1 ของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด พ.ศ. 2547 มีค่าเท่ากับ 58.18 ค่า CR_1 ที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 49.83-51.07 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 50.41 และค่า CR_1 ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขายสูงสุด พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 26.77-38.05 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 33.18

2. ค่า CR_2 ของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด 2 บริษัทแรก พ.ศ. 2547 มีค่าเท่ากับ 69.97 ค่า CR_2 ที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 60.24-62.29 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 61.30 และค่า CR_2 ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขายสูงสุด พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 52.70-58.06 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 56.06

3. ค่า CR_4 ของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด 4 บริษัทแรก พ.ศ. 2547 มีค่าเท่ากับ 87.80 ค่า CR_4 ที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 73.89-74.68 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 74.35 และค่า CR_4 ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขาย พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 72.93-76.16 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 74.55

4. ค่า CR_5 ของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด 5 บริษัทแรก พ.ศ. 2547 มีค่าเท่ากับ 92.51 ค่า CR_5 ที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 78.19-80.25 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 79.19 และค่า CR_5 ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขาย พ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 81.93-83.15 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 82.45

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม กำหนดว่า

CR_n มีค่าต่ำกว่าร้อยละ 34 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวต่ำ มีโครงสร้างตลาดค่อนข้างไปทางตลาดแข่งขันสมบูรณ์

CR_n มีค่าอยู่ระหว่าง 34-67 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวปานกลาง มีโครงสร้างตลาดอยู่ระหว่างตลาดผู้ขายน้อยรายกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

CR_n มีค่ามากกว่า 67 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวสูงจะมีโครงสร้างตลาดค่อนข้างไปทางตลาดผูกขาด

เมื่อพิจารณาค่า CR_n ที่คำนวณได้เทียบกับเกณฑ์การพิจารณาอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวปานกลางไปทางค่อนข้างสูง มีโครงสร้างตลาดอยู่ระหว่างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดค่อนไปทางตลาดผู้ขายน้อยราย

1.2.2 การวัดการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาดัชนี HHI โดยนำข้อมูลทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ทั้ง 10 บริษัท ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มาคำนวณหาค่า HHI ได้ค่าดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่า HHI ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขาย

พ.ศ.	ทุนจดทะเบียน	สินทรัพย์ถาวร	ยอดขาย
2545	-	0.29	0.20
2546	-	0.28	0.18
2547	0.37	0.29	0.21
ค่าเฉลี่ย	0.37	0.29	0.20

หมายเหตุ: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นว่าค่า HHI ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียน พ.ศ. 2547 มีค่าเท่ากับ 0.37 ส่วนค่า HHI ที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวรระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.28-0.29 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29 และค่า HHI ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขาย ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.18-0.21 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาค่าการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาดัชนี HHI กำหนดว่า

ถ้า HHI มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวต่ำ โครงสร้างตลาดค่อนข้างไปทางตลาดแข่งขันสมบูรณ์

แต่ถ้า HHI มีค่าใกล้ 1 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวสูง โครงสร้างตลาดค่อนข้างไปทางตลาดผูกขาด

เมื่อพิจารณาค่า HHI ที่คำนวณได้เทียบกับเกณฑ์การพิจารณาค่าการกระจุกตัวด้วยวิธี HHI แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ในประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดแบบตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

1.2.3 การวัดการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม (CCI) หรือดัชนีฮอร์วัธ (The Horvath Index) โดยนำข้อมูลทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขายของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ จำนวน 10 บริษัท ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มาคำนวณหาค่า CCI ได้ค่าดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่า CCI ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขาย

พ.ศ.	ทุนจดทะเบียน	สินทรัพย์ถาวร	ยอดขาย
2545	-	0.57	0.50
2546	-	0.56	0.46
2547	0.65	0.57	0.50
ค่าเฉลี่ย	0.65	0.57	0.49

หมายเหตุ: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 จะเห็นว่าค่า CCI ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียน ในพ.ศ. 2547 มีค่าเท่ากับ 0.65 ขณะที่ค่า CCI ที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่

ระหว่าง 0.56-0.57 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.57 และค่า CCI ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขาย ระหว่างพ.ศ. 2545-2547 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.46-0.50 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาค่าการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม คล้ายกับเกณฑ์การพิจารณาค่าการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาดัชนี HHI กล่าวคือ

ถ้า CCI มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีอำนาจการต่อรองต่ำ โครงสร้างตลาดจะค่อนข้างไปทางตลาดแข่งขันสมบูรณ์

CCI มีค่าใกล้ 1 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีอำนาจการต่อรองสูง โครงสร้างตลาดจะค่อนข้างไปทางตลาดผูกขาด

เมื่อพิจารณาค่า CCI ที่คำนวณได้นำไปเทียบกับเกณฑ์การพิจารณาค่าการกระจุกตัวด้วยวิธีการหาอัตราส่วนการกระจุกตัวแบบครอบคลุม แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ในประเทศไทยมีโครงสร้างตลาดอยู่ระหว่างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดกับตลาดผู้ขายน้อยราย

1.2.4 การเปรียบเทียบค่าการจุกตัวที่คำนวณด้วยวิธี CR_n , HHI และ CCI ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียน สินทรัพย์ถาวร และยอดขาย โดยนำค่าเฉลี่ยการจุกตัวที่คำนวณด้วยวิธี CR_n , HHI และ CCI จากตารางที่ 4.4 – ตารางที่ 4.6 มาสรุปลงในตารางที่ 4.7 เพื่อสะดวกในการพิจารณาเปรียบเทียบ ดังนี้

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์จากการคำนวณด้วยวิธี CR_n , HHI และ CCI

คำนวณจาก	CR_1	CR_2	CR_4	CR_5	HHI	CCI	n
ทุนจดทะเบียน	58.18	69.97	87.80	92.51	0.37	0.65	10
สินทรัพย์ถาวร	50.41	61.30	74.35	79.41	0.29	0.57	10
ยอดขาย	33.18	56.06	74.55	82.45	0.20	0.49	10
ค่าเฉลี่ย	47.26	62.44	78.90	84.79	0.29	0.57	10

หมายเหตุ: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 จะเห็นว่า ค่าการกระจุกตัว(ทั้ง CR_n , HHI และ CCI) ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียนมีค่าสูงกว่าค่าการกระจุกตัวที่คำนวณจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวรและยอดขาย โดยมีข้อสังเกตคือ ค่า CR_1 ที่คำนวณจากมูลค่ายอดขายมีค่าต่ำกว่าค่า CR_1 ที่คำนวณจากมูลค่าทุนจดทะเบียนและสินทรัพย์ถาวร และค่า HHI ที่คำนวณได้ให้ผลการพิจารณาโครงสร้างตลาดไม่

สอดคล้องกับค่า CR_n และ CCI อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าการกระจุกตัวเฉลี่ยแล้ว สามารถสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์มีแนวโน้มกระจุกตัวปานกลางค่อนไปทางสูง แสดงว่ามีโครงสร้างตลาดแบบตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดค่อนไปทางตลาดผู้ขายน้อยราย ซึ่งลักษณะโครงสร้างตลาดนี้จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ที่จะได้ศึกษาวิเคราะห์ในหัวข้อถัดไป

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์

การศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์ในประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษาทั้ง 10 บริษัทโดยได้รับความร่วมมือจากบริษัทเมล็ดพันธุ์ในการให้ข้อมูลมาศึกษา 9 บริษัทด้วยกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้หาข้อมูลเพิ่มเติมโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท และอำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(สกต.) ผู้จัดการสมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทย รวมทั้งค้นคว้าข้อมูลจากสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสารทางการเกษตร และสืบค้นจากเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา โดยแยกการนำเสนอข้อมูลส่วนนี้ออกเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษา และ

2.2 พฤติกรรมการแข่งขันของบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษา

โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ธุรกิจหลัก-ธุรกิจรอง ของบริษัทเมล็ดพันธุ์ ข้อมูลจากการสำรวจ และข้อมูลจาก(วัตถุประสงค์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์ใน)การจดทะเบียนธุรกิจจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า บริษัทส่วนใหญ่จัดตั้งธุรกิจเพื่อดำเนินงานด้านการวิจัยพัฒนาเมล็ดพันธุ์ เพื่อการผลิตจำหน่าย และการนำเข้า-ส่งออก เมล็ดพันธุ์ เป็นหลัก มีเพียงบริษัทเดียวคือ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์ จำกัด จำหน่ายเครื่องจักรโรงสี ข้าวสาร ผลไม้ และสินค้าแปรรูปเป็นธุรกิจรอง ในด้านระยะเวลาดำเนินการพบว่า บริษัทเจียไต๋เมล็ดพันธุ์ จำกัด มีอายุการดำเนินงานมานานที่สุด คือ 85 ปี นอกนั้นมีอายุการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 15-27 ปี รายละเอียดดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ปีที่เริ่มดำเนินธุรกิจ และธุรกิจหลัก-ธุรกิจรองของบริษัทเมล็ดพันธุ์

บริษัท	พ.ศ.ที่เริ่มดำเนินการ	ธุรกิจหลัก	ธุรกิจรอง
1. บจก.เจียไต๋	2464	นำเข้า-ส่งออก ผลิต จำหน่ายเคมีเกษตรและ เมล็ดพันธุ์	-
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ฯ	2522	ฟาร์มเมล็ดพันธุ์	จำหน่ายเครื่องจักรโรงสีข้าวสาร ผลไม้สินค้าแปรรูป
3. บจก.มอนซานโต้เมล็ดพันธุ์	2523	นำเข้า-ส่งออก ผลิต จำหน่ายเมล็ด-พันธุ์	-
4. บจก.แปซิฟิค ฯ	2523	นำเข้า ส่งออก วิจัย ผลิต จำหน่ายเมล็ดพันธุ์	-
5. บจก.ซินเจนทา ซีดส์	2524	ผลิต จำหน่ายเมล็ดพันธุ์	-
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	2524	นำเข้า ส่งออก จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ผัก	-
7. บจก.ที เอส เอ	2527	ผลิต ซื้อขายและส่งออกเมล็ดพันธุ์	-
8. บจก.เพื่อนเกษตรกร	2527	ส่งออก จำหน่ายปลีกเมล็ดพันธุ์ต่าง ๆ	-
9. บจก.ไพโอเนีย ฯ	2527	นำเข้า ส่งออก ผลิต จำหน่ายส่งเมล็ดข้าวโพดและข้าว	-
10. บจก.เซมินีส ฯ	2534	วิจัย พัฒนาพันธุ์พืช และส่งออกเมล็ด-พันธุ์	-

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ม.ป.ป.) "ข้อมูลการจดทะเบียน" (เอกสารสำเนา)
หมายเหตุ: จากการสำรวจ

2.1.2 กลุ่มธุรกิจตามชนิดเมล็ดพันธุ์พืช เมล็ดพันธุ์ที่ผลิตและจำหน่ายแบ่งตามชนิดพันธุ์พืชที่ผลิตมี 2 ชนิดด้วยกัน คือ เมล็ดพันธุ์พืชไร่ และเมล็ดพันธุ์พืชสวน

การประกอบธุรกิจด้านเมล็ดพันธุ์จึงสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มตามชนิดเมล็ด-พันธุ์พืชที่กล่าวมา ทั้งนี้บางบริษัทจะผลิตเมล็ดพันธุ์ทั้ง 2 ชนิด โดยการแบ่งกลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ของบริษัทที่ศึกษาในที่นี้ยึดตามชนิดเมล็ดพันธุ์ของบริษัทที่มีมูลค่าทางการตลาดสูง สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 กลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์พืชไร่-พืชสวน

บริษัท	เมล็ดพันธุ์ที่ผลิต	จำนวนเมล็ดพันธุ์ที่ผลิต	ธุรกิจเมล็ด-พันธุ์พืชไร่	ธุรกิจเมล็ด-พันธุ์พืชสวน
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	พืชสวน	25 ชนิด	-	/
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์ ฯ	พืชไร่-พืชสวน	3 ชนิด	/	-
3. บจก.มอนซานโต้เมล็ดพันธุ์	พืชไร่	1 ชนิด	/	-
4. บจก.แปซิฟิค ฯ	พืชไร่-พืชสวน	6 ชนิด	/	-
5. บจก.ซินเจนทา ซีดส์	พืชไร่-พืชสวน	15 ชนิด	/	/
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	พืชสวน	78 ชนิด	-	/
7. บจก.เพื่อนเกษตรกร	พืชสวน	45 ชนิด	-	/
8. บจก.ไพโอเนีย ฯ	พืชไร่	3 ชนิด	/	-
9. บจก.เซมินีส ฯ	พืชไร่-พืชสวน	10	-	/
10. บจก.ที เอส เอ	พืชสวน	55 ชนิด	-	/

หมายเหตุ: จากการสำรวจ และการสืบค้นจากเว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

2.1.3 ลักษณะการประกอบธุรกิจ ข้อมูลจากการสำรวจพบว่า บริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษามีลักษณะการประกอบธุรกิจ 4 รูปแบบด้วยกัน คือ ผลิตและจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเอง รับจ้างผลิต นำเข้ามาจำหน่าย และเป็นตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ให้บริษัทต่างประเทศ ข้อมูลดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทเมล็ดพันธุ์

รูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทเมล็ดพันธุ์	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
1. ทำการผลิตและจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าตนเอง	10	100.00
2. รับจ้างผลิต	4	40.00
3. นำเมล็ดพันธุ์จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย	7	70.00
4. เป็นตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ให้บริษัทต่างประเทศ	2	20.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ

2.2 พฤติกรรมการแข่งขันของบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษา เป็นการนำข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทเมล็ดพันธุ์มาวิเคราะห์แยกเป็นพฤติกรรมการแข่งขัน 2 ด้าน คือ พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา และพฤติกรรมการแข่งขันด้านที่มิใช่ราคา มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา ข้อมูลจากการสำรวจเกี่ยวกับการกำหนดราคาและกลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา ระบุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาจำหน่ายเมล็ด-พันธุ์มีหลากหลายสามารถแยกออกเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกได้ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาจำหน่ายเมล็ดพันธุ์

ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก
1. ต้นทุนการวิจัยและการผลิต	1. ความต้องการของตลาด(Demand)
2. ราคาขายเมล็ดพันธุ์ของบริษัทในตลาด	2. ราคา(ขายเมล็ดพันธุ์ทั่วไปของ)ตลาด
3. จุดเด่นและคุณภาพของเมล็ดพันธุ์	3. ผลตอบแทนของเกษตรกร
4. กลยุทธ์การตลาด	4. การแข่งขันในตลาด
5. นโยบายของบริษัท	5. ระยะเวลาการอยู่ในตลาดของเมล็ดพันธุ์
6. ค่าการตลาดและค่าขนส่ง	6. ความสามารถในการซื้อของเกษตรกร
7. ค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงในการเก็บรักษา	7. ภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์ตลาด เช่น ภาวะเงินเฟ้อสัมพันธ์กับต้นทุนเมล็ดพันธุ์ที่นำเข้า การระบาดของไข้หวัดนกกระทบต่ออุปสงค์ตลาด
	8. พืชชนิดอื่นที่ปลูกทดแทนกันได้

หมายเหตุ: จากการสำรวจ

ส่วนกลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ใช้มีทั้งการลดราคา การให้ส่วนลดคนกลาง เช่น ส่วนลดเงินสด ส่วนลดปริมาณ ฯลฯ และในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายพบว่า บริษัทเมล็ดพันธุ์บางบริษัทมีการใช้คูปองส่วนลดในการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ผัก สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา

กลยุทธ์ด้านราคา	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
1. การลดราคา	5	50.00
2. การให้ส่วนลดคนกลาง	10	100.00
3. การให้คูปองส่วนลดในการซื้อแก่เกษตรกร	3	30.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ การสัมภาษณ์และการสำรวจสินค้าในร้านค้าตัวแทนจำหน่าย

การลดราคานั้น ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่บางบริษัทระบุว่า ใช้เฉพาะกรณีที่บริษัทออกพื้นที่จัดงานพบเกษตรกร จะมีการนำสินค้าของบริษัทไปจัดจำหน่ายทั้งสินค้าออกใหม่และสินค้าที่มีจำหน่ายในท้องตลาด กรณีนี้จะคิดราคาพิเศษ (ด้านการตลาดไม่เรียกว่า "ลดราคา" ถ้าเป็นสินค้าใหม่จะเรียกว่า "ราคาแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่" ส่วนสินค้าตัวอื่นที่ไม่ใช่สินค้าใหม่ที่นำมาจัดรายการด้วย เรียกว่า "สินค้าจัดรายการ" ซึ่งก็จะคิดราคาต่ำกว่าราคาขายในท้องตลาด) และการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืชไร่บางบริษัทจะลดราคาในฤดูจำหน่าย

สำหรับส่วนลดคนกลาง ข้อมูลจากตัวแทนคนกลางระบุว่า ได้รับส่วนลดในการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ประมาณร้อยละ 15-30 เมล็ดพันธุ์ที่จำหน่ายในร้านค้าตัวแทนจำหน่ายมีทั้งสั่งซื้อจากบริษัทและซื้อจากร้านขายส่งเมล็ดพันธุ์(แถวจังหวัดอ่างทอง) เนื่องจากมีราคาขายส่งต่ำกว่าการสั่งซื้อจากบริษัท เพราะร้านขายส่งเหล่านี้สั่งซื้อจากบริษัทในปริมาณมาก บางครั้งเป็นการจ้างให้ผลิตโดยใช้ตราสินค้าของร้านค้าส่งเอง(House Brand) บริษัทเมล็ดพันธุ์จะแบ่งแยกเมล็ดพันธุ์ที่มีจุดเด่นแตกต่างกันสำหรับจำหน่ายโดยบริษัทเอง และทำตราสินค้าของร้านค้าส่ง เพื่อมิให้กระทบต่อการทำตลาดเมล็ดพันธุ์ของบริษัทเองโดยตรง อย่างไรก็ตามข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษา(ดูตารางที่ 4.10 ประกอบ) จะเห็นว่ามีการรับจ้างผลิตเมล็ดพันธุ์อยู่ไม่กี่บริษัท

วิธีอื่นที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ใช้จูงใจให้เกษตรกรซื้อเมล็ดพันธุ์ของบริษัทได้ในราคาที่ต่ำลงมา คือ การให้คูปองส่วนลด โดยใส่ไว้ในกระป๋องเมล็ดพันธุ์ผัก เกษตรกรจะได้ส่วนลดเมื่อเกิดการซื้อเท่านั้น แต่ถ้าเป็นเมล็ดพันธุ์พืชไร่จะไม่นิยมใช้วิธีนี้นัก ส่วนใหญ่จะนิยมจัดรายการส่งเสริมการขายแบบอื่น เช่น ของแถม การจัดรายการชิงโชค ฯลฯ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา แสดงให้เห็นว่า ทุกบริษัทจะให้ส่วนลดคนกลางในการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ของบริษัท ซึ่งก็คือ ส่วนต่างระหว่างราคาขายส่งกับ

ราคาขายปลีกหน้าร้าน รองลงมาคือ การลดราคา และการให้คูปองส่วนลดโดยตรงกับเกษตรกรผู้ซื้อ

2.2.2 พฤติกรรมการแข่งขันด้านที่มิใช่ราคา มีหลากหลายวิธี เพราะรวมกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดถึง 3 ด้านไว้ด้วยกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

ตารางที่ 4.13 พฤติกรรมการแข่งขันด้าน(ที่มิใช่ราคา)ผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
1. การวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์	10	100.00
2. ความหลากหลายของสินค้าและชื่อ(ตรา)สินค้า	10	100.00
3. การเก็บคืนเมล็ดพันธุ์	6	60.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ การสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย และเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากตารางที่ 4.13 จะเห็นว่า การวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์เป็นกลยุทธ์ที่ทุกบริษัทให้ความสำคัญ ซึ่งนอกจากบริษัทเมล็ดพันธุ์จะได้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมในการเพาะปลูกสามารถแข่งขันในตลาดได้แล้ว บริษัทเมล็ดพันธุ์ยังได้รับแรงจูงใจในการวิจัยและพัฒนาด้านภาษีจากภาครัฐ คือ

1. อนุญาตให้หักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาเบื้องต้นของทรัพย์สินประเภทเครื่องจักรและอุปกรณ์ของเครื่องจักรที่ใช้สำหรับการวิจัยและพัฒนาในวันที่ได้ทรัพย์สินมาในอัตราร้อยละ 40 ของมูลค่าต้นทุน สำหรับมูลค่าต้นทุนส่วนที่เหลือให้หักตามเงื่อนไขและอัตราที่กำหนด ทำให้ผู้ประกอบการสามารถหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมราคาในปีแรกได้สูงกว่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ทั่วไป จึงเสียภาษีในปีแรกที่ซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ลดลง

2. ยกเว้นภาษีเงินได้ของบริษัท และห้างหุ้นส่วนเป็นจำนวนร้อยละ 100 ของรายจ่ายที่จ่ายไปเป็นค่าจ้างเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาให้แก่หน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนตามที่กำหนด เช่น ผู้ประกอบการจ่ายค่าจ้างเพื่อทำการวิจัยและพัฒนา 100,000 บาท ผู้ประกอบการจะหักรายจ่ายได้ตามปกติ 100,000 บาท และเงินได้ที่ได้รับยกเว้นภาษี 100,000 บาท ทำให้เงินที่ต้องนำไปคำนวณเพื่อเสียภาษีลดลง 200,000 บาท หรือเทียบเท่ากับร้อยละ 200 ของรายจ่ายที่ได้จ่ายไปเป็นค่าจ้างเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ข้อมูลจากการสำรวจพบว่า มาตรการนี้บริษัทเมล็ดพันธุ์ต้องการให้ภาครัฐคงไว้ เพราะเป็นมาตรการสนับสนุนจูงใจให้เกิดการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากช่วยลดรายจ่าย

ในการวิจัยและพัฒนาส่วนนี้ได้มาก ขณะเดียวกันบริษัทเมล็ดพันธุ์ก็ต้องการให้ภาครัฐเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองเมล็ดพันธุ์พืชที่บริษัทได้ทำการวิจัยและพัฒนาด้วย เพื่อให้บริษัทเมล็ดพันธุ์แน่ใจได้ว่าไม่เกิดความสูญเปล่าในการวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์ สามารถทำธุรกิจต่อเนื่องได้

สำหรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนานั้น ข้อมูลจากการสำรวจ สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์ระบุว่า มีทั้งเทคโนโลยีจากต่างประเทศ(ญี่ปุ่น อเมริกา ไต้หวัน ออสเตรเลีย อิสราเอล และยุโรป)และเทคโนโลยีที่ประยุกต์หรือพัฒนาขึ้นในประเทศไทย โดยบริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษามีรูปแบบการวิจัยและพัฒนา 3 ลักษณะ ข้อมูลดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 รูปแบบการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์ของบริษัท

รูปแบบการค้นคว้าและวิจัยเมล็ดพันธุ์	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
1. บริษัทเมล็ดพันธุ์ดำเนินการเอง	10	100.00
2. บริษัทเมล็ดพันธุ์ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเช่น ภาควิชาหรือคณะเกษตรของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ	4	40.00
3. บริษัทเมล็ดพันธุ์ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมวิชาการเกษตร	4	40.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์บางบริษัทระบุถึงความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาร่วมกันระหว่างบริษัทเมล็ดพันธุ์ในการศึกษาผลกระทบจาก(พืชที่เกษตรกรแต่ละรายใช้เมล็ดพันธุ์ต่างบริษัทกันปลูกในแปลงติดกันมี)การผสมเกสรข้ามสายพันธุ์ เช่น การผสมเกสรของต้นข้าวโพดจากเมล็ดพันธุ์ของบริษัทมอนซานโต้กับบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่บางบริษัทร่วมมือกันเพื่อประสานนโยบายด้านการผลิต และการตลาด

ในการผลิตเมล็ดพันธุ์จำหน่ายบริษัทอาจจะผลิตเองหรือจ้างเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการให้ทำการผลิตแทน โดยจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทไปให้คำแนะนำควบคุมดูแลการผลิตของเกษตรกร ข้อมูลจากการสำรวจ สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์เกี่ยวกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญ(นักปรับปรุงพันธุ์)และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนผู้เชี่ยวชาญด้านเมล็ดพันธุ์และเกษตรกรที่ทำการผลิตเมล็ดพันธุ์

บริษัท	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ(คน)	จำนวนครอบครัวเกษตรกร
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์ฯ	25	2,500
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์	80	800
3. บจก.มอนซานโต้	6	5,000
4. บจก.ซินเจนทา	30	n.a.
5. บจก. แปซิฟิค	3	1,500
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	n.a.	n.a.
7. บจก.ไพโอเนีย	3	n.a.
8. บจก.เซมินีส	5	1,000
9. บจก.ที เอส เอ	15	900-1,200
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	6	1,000

หมายเหตุ: n.a. (not available) หมายถึง ไม่มีข้อมูล

: จากการสำรวจ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์บางบริษัทกล่าวถึงการควบคุมคุณภาพเมล็ดพันธุ์ที่บริษัทรับซื้อคืนมาจากเกษตรกรที่รับจ้างผลิต ว่าบริษัทจะต้องนำเมล็ดพันธุ์เหล่านั้นมาผ่านกระบวนการตรวจสอบคัดเลือกก่อนการบรรจุหีบห่อเพื่อจำหน่าย โดยเมล็ดพันธุ์ที่ไม่ได้คุณภาพ เช่น มีความชื้นสูง เมล็ดลีบ เมล็ดไม่สมบูรณ์ ฯลฯ จะขายเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์หรือขายเป็นเชื้อเพลิงให้กับโรงงานอุตสาหกรรม หรือจ้างให้เกษตรกรนำไปปลูกเพื่อ(ไถกลบ)ทำลาย

เมล็ดพันธุ์ที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ผลิตจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเมล็ดพันธุ์ลูกผสม สามารถพิจารณาประเภทและสัดส่วนเมล็ดพันธุ์ที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ผลิตและจำหน่ายได้จากตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ประเภทเมล็ดพันธุ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่าย

บริษัท	เมล็ดพันธุ์ผสมเปิดร้อยละ	เมล็ดพันธุ์ลูกผสมร้อยละ
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	20.00	80.00
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์ฯ	-	100.00
3. บจก.มอนซานโต้ฯ	-	100.00
4. บจก.ซินเจนทา ซีด	-	100.00
5. บจก. แปซิฟิคฯ	-	100.00
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	20.00	80.00
7. บจก.ไพโอเนียฯ	-	100.00
8. บจก.เซมินีสฯ	-	100.00
9. บจก.ที เอส เอ	10.00	90.00
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	10.00	90.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ และการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

การวิจัยและพัฒนาเป็นงานที่ทำต่อเนื่อง บริษัทเมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่จึงมีเมล็ดพันธุ์ใหม่อยู่ในมือตลอดเวลา แต่การแนะนำเมล็ดพันธุ์ใหม่เข้าสู่ตลาดนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ที่สำคัญคือเมล็ดพันธุ์ใหม่นั้นมีจุดเด่นเหนือกว่าเมล็ดพันธุ์ของคู่แข่งขันที่จำหน่ายอยู่ในตลาดหรือไม่ และจุดเด่นดังกล่าวเป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่ ทั้งนี้เพราะนอกจากเรื่องค่าใช้จ่ายในการทำตลาดเมล็ดพันธุ์ใหม่แล้ว โอกาสที่เมล็ดพันธุ์ใหม่จะล้มเหลวในการเข้าสู่ตลาดยังสูงถ้าหากทำตลาดไปแล้วบริษัทคู่แข่งขันมีการแนะนำเมล็ดพันธุ์ใหม่ที่มีจุดเด่นเหนือกว่า ข้อมูลจากการสำรวจ และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์ถึงระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่บริษัทเมล็ดพันธุ์จะแนะนำเมล็ดพันธุ์ใหม่ออกสู่ตลาด สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เมล็ดพันธุ์ใหม่ออกสู่ตลาด

บริษัท	ระยะเวลาโดยเฉลี่ย
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์ฯ	6 เดือน
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์	1 ปี
3. บจก.มอนซานโต้	1 ปี
4. บจก.ซินเจนทา	1 ปี
5. บจก. แปซิฟิค	2-3 ปี
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	n.a.
7. บจก.ไพโอเนีย	2-3 ปี
8. บจก.เซมินีส	เกือบทุกปี
9. บจก.ที เอส เอ	ขึ้นอยู่กับความต้องการ(เมล็ดพันธุ์)ของตลาด
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	1-2 ปี

หมายเหตุ: n.a. (not available) หมายถึง ไม่มีข้อมูล

: จากการสำรวจ

สำหรับตราหรือเครื่องหมายการค้าที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ใช้ มีทั้งเครื่องหมายการค้าที่ใช้กับเมล็ดพันธุ์ที่จำหน่ายในตลาดและหรือที่เป็นสัญลักษณ์ของบริษัท โดยอาจจะมีชื่อตราที่อ่านออกเสียงได้ประกอบด้วย บางบริษัทใช้ตราสินค้าแยกตามชนิดเมล็ดพันธุ์พืชสวน-พืชไร่ เช่น บริษัทซิน-เจนทา ซีดส์ จำกัด ขณะที่บริษัทเจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ จำกัด ใช้ตราสินค้าต่างกันในช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกัน สามารถพิจารณาได้จากตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 เครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์หรือชื่อตราที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ใช้

บริษัท	ชื่อตรา	เครื่องหมายการค้า/สัญลักษณ์
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	CHIA TAI	
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์ฯ	ดอกบัว	ตราดอกบัวใช้กับเมล็ดพันธุ์ที่จำหน่ายในท้องตลาด
	ใบโพธิ์	ตราใบโพธิ์ใช้กับเมล็ดพันธุ์ที่จำหน่ายผ่านโครงการ/หน่วยงานของรัฐ เช่น สกต.
3. บจก.มอนซานโต้ฯ	ดีคาล์บ	
4. บจก.ซินเจนทาฯ	เอสแอนด์จี	ตราของเมล็ดพันธุ์ผัก
	เอ็นเค	ตราของเมล็ดพันธุ์พืชไร่

ตารางที่ 4.18 ต่อ

บริษัท	ชื่อตรา	เครื่องหมายการค้า/สัญลักษณ์
5. บจก. แปซิฟิคฯ	แปซิฟิคเมล็ดพันธุ์	
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	ศรแดง	
7. บจก.ไพโอเนียฯ	ไพโอเนีย	PIONEER. A DUPONT COMPANY
8. บจก.เซมินีสฯ	เซมินีส	Seminis. Vegetable Seeds
9. บจก.ที เอส เอ	งอบทอง	TSA ตรา งอบทอง
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	ต้นกล้า	KNOWN YOU SEED

หมายเหตุ: จากการสำรวจ การสืบค้นจากเว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์ และการสำรวจจาก ฉลากบรรจุภัณฑ์สินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าตัวแทนจำหน่าย

การวิจัยและพัฒนาทำให้เมล็ดพันธุ์พืชชนิดเดียวกันที่จำหน่ายมีจุดเด่นแตกต่างกัน บริษัทเมล็ดพันธุ์ทุกบริษัทจะตั้งชื่อให้กับเมล็ดพันธุ์พืชที่วิจัยและพัฒนา เพื่อประโยชน์ในการทำตลาด คือ สะดวกในการโฆษณาให้เห็นความแตกต่างกันของเมล็ดพันธุ์พืชชนิดเดียวกันแต่มีจุดเด่นไม่เหมือนกัน ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำและเจาะจงในการเลือกซื้อชนิดเมล็ดพันธุ์ที่ต้องการได้ สามารถพิจารณาตัวอย่างชนิด ชื่อ และจุดเด่นของเมล็ดพันธุ์ได้จากตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ตัวอย่างชนิดเมล็ดพันธุ์ ชื่อสินค้า และจุดเด่นของเมล็ดพันธุ์

ชนิดเมล็ดพันธุ์	ตัวอย่างชื่อสินค้า	จุดเด่นของเมล็ดพันธุ์
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์		
บจก.ซินเจนทา	NK 40	เมล็ดหนัก ฝักใหญ่ ทนทานต่อโรคราสนิม
	NK 48	ทนแล้ง น้ำหนักดี หักง่าย
บจก.แปซิฟิค	แปซิฟิค 999	แกนเล็ก ความชื้นต่ำ
บจก.มอนซานโต้	BIG 949	ผลผลิตสูง ต้านทานโรคราสนิม
บจก.เจริญโภคภัณฑ์	CP 888	ป้องกันโรคใบลาย ทนแล้ง สีสวย ผลผลิตสูง
บจก.ไพโอเนีย	เอ 33	ฝักใหญ่ จำนวนแถวมาก ผลผลิตสูง
	ว.87	ทนแล้ง ฝักใหญ่ ติดเม็ดถึงปลายฝัก
ข้าวฟ่าง		
บจก.แปซิฟิค	แปซิฟิค 88	ปรับตัวได้ดี เมล็ดใหญ่
	แปซิฟิค 99	น้ำหนักดี สีสวย ผลผลิตสูง ต้านทานการหักล้ม
ทานตะวัน		
บจก.แปซิฟิค	แปซิฟิค 33	ทนแล้ง ดอกใหญ่ เม็ดติดเต็มจานดอก
บจก.ไพโอเนีย	จัมโบ้ 41	จานดอกใหญ่ ปริมาณเมล็ดมาก
บจก.ซินเจนทา	โอเปร่า	ทนแล้ง ทนโรค เปอร์เซนต์น้ำมันและผลผลิตสูง
ข้าวโพดหวาน		
บจก.แปซิฟิค	ไฮ-บริกซ์ 3	รสหวานอร่อย สีเหลืองครีม ฝักใหญ่ ติดเม็ดถึงปลายฝัก
บจก.เจียไต๋	ท็อปสวีท 801	ฝักใหญ่ ติดเม็ดถึงปลายฝัก ต้มไม่เหี่ยว ปลูกได้ทั้งปี
บจก.อีสท์ เวสท์	บิ๊กไวท์ 852	ฝักใหญ่ เม็ดนุ่ม ต้มไม่เหี่ยว
บจก.ซินเจนทา	แว๊ก 22	ทนต่อโรค
บจก.เจริญโภคภัณฑ์	ทวิวรรณ	ข้าวโพดหวานสองสี ฝักใหญ่ ติดเม็ดถึงปลายฝัก ผลผลิตสูงปลูกได้ทั้งปี
ข้าวโพดฝักอ่อน		
บจก.ซินเจนทา	SG 17	สีสวย สำหรับเกษตรกรกรีดเนื้อในขายโดยเฉพาะ
	SG 18	เหมาะสำหรับแพ็คสด และดอง
บจก.แปซิฟิค	แปซิฟิค 283	ผลผลิตสูง ความสม่ำเสมอมีมาก สีสวย

ตารางที่ 4.19 ต่อ

ชนิดเมล็ดพันธุ์	ตัวอย่างชื่อสินค้า	จุดเด่นของพันธุ์
แตงกวา		
บจก.เจียไต๋	แตงกวามาลัย 759	เนื้อหนา ไส้เล็ก รสชาติหวานกรอบ ผลผลิตสูง
บจก.ที เอส เอ	บิงโกผลสีขาว	ผลผลิตดก เป็นที่ต้องการของตลาด
บจก.อีสท์ เวสท์	ไมโครซี	ผลดก ทรงกระบอก เปอร์เซนต์คอดน้อย ขายง่าย
แตงโม		
บจก.เจียไต๋	ซอนญ่า 524	น้ำหนัก 3.5-4.5 ก.ก./ผล เนื้อแดงสวย ความหวาน 13 บริกซ์ คุณภาพดีมาก
บจก.ซินเจนทา	ศิรามณี 9	ต้นแข็งแรง เนื้อแดง น้ำหนักดี รสหวานกรอบ ไส้ไม่ล้ม ทนต่อการขนส่ง
บจก.อีสท์ เวสท์	คนโท	ต้นแข็งแรง ทนต่อโรคเนื้อละเอียดแน่น สีแดงเข้ม รสชาติหวาน น้ำหนักดี
พริก		
บจก.อีสท์ เวสท์	ซุปเปอร์ฮอท	ผลดก เนื้อหนา สีสวย เก็บได้นาน ทนต่อโรค ขายได้ราคา เป็นที่ต้องการของตลาดและโรงงาน
บจก.เพื่อนเกษตรกร	แม่ปิง 80	ทนโรค ผลผลิตสูง เหมาะทั้งทานสดและส่งโรงงาน
มะเขือเทศ		
บจก.เพื่อนเกษตรกร	ทับทิมแดง	ทนโรค ทนร้อน ผลดก รสชาติดี
บจก.อีสท์ เวสท์	เบต้า	ทนทานต่อโรค ผลกลมรี เนื้อหนา ผลสุกสีแดงสด ผลผลิตสูง

หมายเหตุ: จากการสำรวจฉลากบรรจุภัณฑ์สินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าตัวแทนจำหน่าย โฆษณาเมล็ดพันธุ์ในนิตยสารการเกษตร วารสารสมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทย และการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทยเกี่ยวกับความหลากหลายของเมล็ดพันธุ์ที่ได้จากการวิจัยและพัฒนาได้กล่าวถึงโอกาสที่การตั้งชื่อเมล็ดพันธุ์เพื่อจำหน่ายจะซ้ำซ้อนกัน อันอาจจะนำไปสู่การพิพาทระหว่างกันได้ ทำให้เกิดโครงการรวบรวมรายชื่อเมล็ดพันธุ์การค้า จัดทำและเผยแพร่โดยสมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทย โดยความร่วมมือของบริษัทเมล็ดพันธุ์ (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกอยู่แล้ว) ในการแจ้งชื่อเมล็ดพันธุ์ของบริษัท ให้ผู้ประกอบการด้านเมล็ด-พันธุ์และผู้สนใจได้เข้ามาตรวจดูรายชื่อเมล็ดพันธุ์ เพื่อลดปัญหาดังกล่าว

การรับหรือเก็บคืนเมล็ดพันธุ์สำหรับตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งมีทั้งเมล็ดพันธุ์พืชไร่และเมล็ดพันธุ์พืชสวน โดยบริษัทจะมีเงื่อนไขการรับหรือเก็บคืนเมล็ดพันธุ์ เช่น เมล็ดพันธุ์ผักกำหนดเงื่อนไขไว้ว่า เมล็ดพันธุ์นั้นจะต้องไม่หมดอายุ (ปัญหาของเมล็ดพันธุ์ผัก(ผสมเปิด) คือ เมล็ดพันธุ์เสื่อมหรือไม่ได้คุณภาพตามที่โฆษณา เช่น อัตราการงอกต่ำ กลายพันธุ์ ฯลฯ) ถ้าเป็นเมล็ดพันธุ์พืชไร่ส่วนใหญ่จะเป็นการฝากขาย เมื่อหมดฤดูกาลจำหน่าย บริษัทจะเก็บคืนเพื่อนำกลับไปทำลาย หรือใช้ประโยชน์อื่นต่อไป

ตารางที่ 4.20 พฤติกรรมการแข่งขันด้าน(ที่มิใช่ราคา)การจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
1. การจัดจำหน่ายโดยตรงถึงเกษตรกร	4	40.00
2. การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย	10	100.00
3. การจัดจำหน่ายผ่านโครงการ/หน่วยงานของรัฐ เช่น สกต.	4	40.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.20 จะเห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัทเมล็ดพันธุ์ คือ การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยจะมีพนักงานขายของบริษัทมาเสนอขายหรือรับคำสั่งซื้อที่ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ข้อมูลจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายระบุถึงบางบริษัทมีการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง ทำให้เป็นอุปสรรคสำหรับร้านค้าตัวแทนจำหน่ายรายเล็กที่มีปริมาณการซื้อ-ขายเมล็ดพันธุ์น้อยนำไปสู่การเลิกจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ของบริษัทได้

การจัดจำหน่ายโดยตรงสู่เกษตรกร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์ระบุว่า เป็นช่องทางที่ใช้เฉพาะกับเกษตรกรรายใหญ่ที่ซื้อในปริมาณมาก และซื้อเป็นเงินสด ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกล่าวถึงนายหน้าค้าผักสดที่ปล่อยสินเชื่อปัจจัยการผลิตผักด้วย (เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ฯลฯ)ภาษาตลาดเรียกนายหน้าเหล่านี้ว่า "เกี๊ยว" ดำเนินธุรกิจอยู่แถวตลาดไท นับว่ามีอิทธิพลพอสมควรในการสร้างตลาดให้กับเมล็ดพันธุ์ใหม่ หรือการครอบครองส่วนแบ่งตลาดของเมล็ดพันธุ์ต่าง ๆ เพราะเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการใช้เมล็ดพันธุ์เหล่านั้นแก่เกษตรกร โดยจะรับซื้อผักที่ปลูกด้วยเมล็ดพันธุ์ที่ตนผลักดันคืน ถ้าใช้เมล็ดพันธุ์อื่นที่เกี๊ยวไม่ได้ผลักดัน เกษตรกรอาจจะหาตลาดขายผลผลิตไม่ได้ ในที่สุดต้องหันมาใช้เมล็ดพันธุ์ที่เกี๊ยวผลักดัน ความสำคัญของเกี๊ยว ทำให้บริษัทเมล็ดพันธุ์พืชสวนใช้เกี๊ยวเป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่สร้างตลาดให้กับเมล็ดพันธุ์ของบริษัท

ส่วนการจัดจำหน่ายผ่านหน่วยงานภาครัฐ เช่น สกต. สหกรณ์การเกษตร ฯลฯ เป็นอีกช่องทางการจำหน่ายที่บริษัทเมล็ดพันธุ์พืชไร่ให้ความสำคัญ โดยบริษัทเจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ จำกัด เป็นบริษัทแรก ๆ ที่ใช้ช่องทางนี้ (ร้อยละ 40) และสามารถครอบครองช่องทางนี้ได้มากกว่าบริษัทอื่น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าสกต.ระบุถึงอุปสรรคสำคัญของบริษัทอื่นในการเข้ามาใช้ช่องทางนี้ คือ ความคุ้นเคยกับเมล็ดพันธุ์บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ฯ ของเกษตรกร

ตารางที่ 4.21 พฤติกรรมการแข่งขันด้าน(ที่มิใช่ราคา)การส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น รถเคลื่อนที่ ป้าย วิทยุ สิ่งตีพิมพ์	8	80.00
2. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัท	10	100.00
3. การให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมออกไปให้คำแนะนำแก่เกษตรกร	9	90.00
4. การจัดทำแปลงสาธิต	9	90.00
5. การประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดงานพบเกษตรกร(ออกพื้นที่) การจัดทำวารสารบริษัท การจัดนิทรรศการด้านการเกษตร	8	80.00
6. การส่งเสริมการขาย เช่น แจกตัวอย่างเมล็ดพันธุ์ การชิงโชค แจกของแถม การจัดสัมมนาดูงานให้ความรู้แก่เกษตรกรและตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	7	70.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจ การสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย เจ้าหน้าที่สกต.
และการสืบค้นจากเว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

จากตารางที่ 4.21 จะเห็นว่ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของบริษัทเมล็ดพันธุ์มีหลากหลาย ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น รถเคลื่อนที่ วิทยุ สิ่งตีพิมพ์ การจัดทำเว็บไซต์ของบริษัท การให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมออกพบปะกับเกษตรกร การจัดทำแปลงสาธิต การประชาสัมพันธ์ และการจัดรายการส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่บริษัทเมล็ดพันธุ์นิยมใช้แทบทุกวิธีที่กล่าวมา ข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกล่าวถึงความแตกต่างกันของสื่อโฆษณาที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ใช้ เช่น การโฆษณาพืชไร่นิยมใช้รถกระจายเสียงโฆษณาเคลื่อนที่ และป้ายโฆษณากลางแจ้งในเขตพื้นที่เพาะปลูกพืชไร่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารบริษัทเมล็ด-พันธุ์กล่าวถึงโฆษณาทางนิตยสารการเกษตรนั้นมีน้อยกว่าการโฆษณา(สปอนเซอร์)ในวารสาร

สมาคม เช่น สมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทย บางบริษัทมีโฆษณาผ่านทางวิทยุ เช่น วิทยุยานเกราะ วิทยุชุมชน

ตารางที่ 4.22 เว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

บริษัท	เว็บไซต์
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	www.chiataigroup.com
2. บจก.เจริญโภคภัณฑ์ฯ	www.cpcrop.com
3. บจก.มอนซานโต้เมล็ดพันธุ์	www.monsantothailand.co.th
4. บจก.ซินเจนทาฯ	www.syngenta.co.th
5. บจก. แปซิฟิคฯ	www.pacthai.co.th
6. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	www.eastwestseed.com
7. บจก.ไพโอเนียฯ	www.pioneer.com
8. บจก.เซมินีสฯ	www.seminis.com
9. บจก.ที เอส เอ	www.thaiseed.com
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	www.knownyou.com

หมายเหตุ: จากการสำรวจ และการสืบค้นจากเว็บไซต์ของบริษัทเมล็ดพันธุ์

จากตารางที่ 4.22 บริษัทเมล็ดพันธุ์ที่ศึกษาทุกบริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ในการเผยแพร่ข้อมูลด้านต่าง ๆ ของบริษัท จากการสืบค้นพบว่าเว็บไซต์ 3 บริษัทได้แก่ บริษัทไพโอเนีย ไฮ-เบรด (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทเพื่อนเกษตรกร และบริษัทเซมินีส เวเจ็ทเทเบิ้ล สีดส์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นเว็บไซต์ของบริษัทแม่ในต่างประเทศ แม้ว่าในการสืบค้นจะสามารถเชื่อมโยงมาสู่บริษัทเมล็ด-พันธุ์ในประเทศไทยได้ แต่ก็มีข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทในประเทศไทยเพียงเล็กน้อย

การให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมออกไปให้คำแนะนำแก่เกษตรกรเป็นวิธีการที่บริษัทเมล็ดพันธุ์นิยมใช้กันมากเช่นเดียวกับการจัดทำแปลงสาธิต ซึ่งผู้บริหารบริษัทเมล็ดพันธุ์พืชไร่ระบุว่าเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงในการโฆษณาขายเมล็ดพันธุ์ เพราะเกษตรกรสามารถพิสูจน์และเห็นด้วยตาของตนเอง

การประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดงานพบเกษตรกร(ออกพื้นที่) นิยมใช้กับเมล็ดพันธุ์พืช-ไร่มากกว่าเมล็ดพันธุ์พืชสวน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่าย

เจ้าหน้าที่สกต. และสหกรณ์การเกษตรระบุว่า บริษัทจะขอข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเกษตรกร เพื่อนำไปพิจารณาจัดงานดังกล่าว

การจัดทำวารสารหรือเอกสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือจัดกิจกรรมของบริษัท บริษัทมักจะส่งไปให้ตัวแทนจำหน่าย

การจัดนิทรรศการด้านการเกษตร และการให้การสนับสนุน(สปอนเซอร์) ส่วนใหญ่บริษัทเมล็ดพันธุ์จะเข้าร่วมงานและให้การสนับสนุน เพราะเป็นการเผยแพร่งานของบริษัททางหนึ่งที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี เช่น งานเกษตรที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จัด ฯลฯ

สำหรับการส่งเสริมการขาย(ที่มิใช่การลดราคา) ข้อมูลจากการสำรวจระบุถึงการแจกตัวอย่างเมล็ดพันธุ์ให้เกษตรกร การชิงโชค การแจกของแถม การจัดสัมมนาดูงานให้ความรู้แก่เกษตรกรและตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ ขณะที่การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนจำหน่ายกล่าวว่าบริษัทเมล็ดพันธุ์ ส่วนใหญ่นิยมให้ของแถม (โดยเฉพาะพ.ศ. 2549 ของแถมยอดนิยมของบริษัทเมล็ดพันธุ์พืชไร่ คือ เสื้อฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี) การจัดรายการชิงโชคนั้นมีบ้างแต่ไม่บ่อย มักจะเป็นการจัดของบริษัทเมล็ดพันธุ์พืชไร่

ผลการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันด้านที่มิใช่ราคา จากกลยุทธ์ส่วนประสมทั้ง 3 ด้าน แสดงให้เห็นว่าทุกบริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์เป็นสำคัญ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ คือ การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย และเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาดสำหรับเมล็ดพันธุ์พืชไร่ คือ การจัดทำแปลงสาธิต การให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมออกพบเกษตรกรโดยส่วนใหญ่จะเป็นการพบปะให้คำแนะนำในงานพบเกษตรกร(ออกพื้นที่) ขณะที่บริษัทเมล็ดพันธุ์พืชสวนจะโชว์ผลผลิตในงานในนิทรรศการหรืองานวันเกษตรที่ทางการหรือสถาบันการศึกษาหรือบริษัทจัดขึ้นเอง

สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันทั้งด้านราคาและมิใช่ราคา คือบริษัทเมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการแข่งขันด้านที่มิใช่ราคาเป็นสำคัญ

3. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทเมล็ดพันธุ์ในอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์จะพิจารณาความสามารถในการทำกำไร และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

3.1 ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทเมล็ดพันธุ์ จะพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ ดังนี้

3.1.1 อัตรากำไรขั้นต้น ใช้ข้อมูลรายได้หลักและต้นทุนขายบวกกับค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจากงบการเงินของบริษัทเมล็ดพันธุ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์มาคำนวณได้ค่าดังตารางที่ 4.23

3.2.1 อัตรากำไรสุทธิ ใช้ข้อมูลรายได้ทั้งหมดและรายจ่ายทั้งหมดจากงบการเงินของบริษัทเมล็ดพันธุ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์มาคำนวณได้ค่าดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมล็ดพันธุ์

หน่วย : ร้อยละ

บริษัท	อัตรากำไรขั้นต้น			อัตรากำไรสุทธิ		
	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	พ.ศ.2547	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	พ.ศ.2547
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	101.49	105.46	101.36	101.23	102.84	101.29*
2. บจก.แปซิฟิค เมล็ดพันธุ์	115.20	125.14	131.92	120.12	118.88	134.86
3. บจก.ที เอส เอ	109.71	103.73	101.63	106.10	101.23	101.23*
4. บจก.ซินเจนทา	115.31	92.51	94.54	(111.54)	(98.64)	(98.41)*
5. บจก. มอนซานโต้เมล็ดพันธุ์	181.82	196.91	201.01	176.86	185.83	197.10*
6. บจก.เซมินีส	108.96	78.15	89.36	110.66	(79.57)	(91.08)*
7. บจก.เจริญโภคภัณฑ์	102.06	102.24	100.73	100.34	100.41	100.17*
8. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	114.09	108.17	106.06	113.36	115.50	111.04*
9. บจก.ไพโอเนีย	69.75	95.42	97.41	(69.95)	(93.94)	(105.43)*
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	103.37	102.44	102.41	102.00	101.71	101.78*

หมายเหตุ: ตัวเลขที่มีเครื่องหมาย * เป็นตัวเลขที่บริษัทเมล็ดพันธุ์ แจ้งรายจ่ายเป็น 0 ในพ.ศ. 2547 แก่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในที่นี้จึงคำนวณหารายจ่ายโดยใช้รายได้ทั้งหมดมาลบ(หรือบวก)กำไร(ขาดทุน)สุทธิ แล้วนำไปคำนวณตามสูตร

: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.23 จะเห็นว่าบริษัทเมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่มีความสามารถในการทำกำไรสูง โดยเฉพาะบริษัทมอนซานโต้เมล็ดพันธุ์ (ไทยแลนด์) จำกัด ทั้งอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิสูงสุด นอกนั้นกว่าครึ่งทั้งอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิเกินร้อยละร้อย มีเพียง 3 บริษัทเท่านั้นที่ความสามารถในการทำกำไรติดลบ(ขาดทุน) จึงกล่าวได้ว่า กำไรเป็นแรงจูงใจสำคัญในการประกอบธุรกิจด้านเมล็ดพันธุ์ น่าจะมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมนี้จำนวนมาก ซึ่งตามความเป็นจริงจำนวนผู้ประกอบการด้านเมล็ดพันธุ์ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักควบคุมพืชและ

วัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตรมีกว่าร้อยราย แต่ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในการวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์กลับมีจำนวนเพียง 10 บริษัท และส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของต่างชาติ เนื่องจากการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานอกจากจะใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงแล้วยังเป็นงานที่ใช้เวลาค่อนข้างนาน(และต้องทำอย่างต่อเนื่อง)กว่าจะได้สายพันธุ์ที่มีจุดเด่นตรงตามความต้องการของตลาด นอกจากนี้บริษัทขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะบริษัทต่างชาติยังได้ร่วมมือเป็นพันธมิตรหรืออาจจะซื้อกิจการบริษัทประเภทเดียวกัน หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เช่น เคมีภัณฑ์ เพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรหรือใช้ช่องทางการจำหน่ายของอีกฝ่ายที่เอื้อต่อธุรกิจตน ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการวิจัยและค่าใช้จ่ายในการบุกเบิกตลาดใหม่ ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐด้านการเกษตรก็ไม่ได้มีมาตรการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยไม่ว่าจะเป็นด้านงานวิจัย เพื่อเป็นฐานให้ผู้ประกอบการนำไปต่อยอด หรือส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์เพื่อจำหน่ายให้รายย่อย ในทางตรงข้ามกลับลดบทบาทในการผลิตลง เป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทเมล็ดพันธุ์รายใหญ่แข่งขันกันผลิตจำหน่ายเต็มที่ ดังนั้น การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จึงไม่ใช่เรื่องง่าย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงธุรกิจเมล็ดพันธุ์ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือนักปรับปรุงพันธุ์ของบริษัทใหญ่ออกมาตั้งบริษัทเมล็ดพันธุ์ของตนเอง ซึ่งการทำตลาดแข่งขันกับบริษัทใหญ่ที่สินค้าติดตลาดแล้วไม่ง่ายเลย เพราะเกษตรกรจะเคยชินกับเมล็ดพันธุ์ที่ตนเองเคยใช้

3.2 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทเมล็ดพันธุ์ ในการวิจัยนี้จะพิจารณาจากอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนการลงทุน ของบริษัทเมล็ดพันธุ์ ดังนี้

3.2.1 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม ใช้ข้อมูลรายได้ทั้งหมดและสินทรัพย์รวมจากงบการเงินของบริษัทเมล็ดพันธุ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์มาคำนวณได้ค่าดังตารางที่ 4.24

3.2.2 อัตราผลตอบแทนการลงทุน ใช้ข้อมูลกำไร(ขาดทุน)สุทธิและสินทรัพย์รวมจากงบการเงินของบริษัทเมล็ดพันธุ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์มาคำนวณได้ค่าดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนการลงทุนของบริษัทเมล็ดพันธุ์

หน่วย : ร้อยละ

บริษัท	อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม			อัตราผลตอบแทนการลงทุน		
	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	พ.ศ.2547	พ.ศ.2545	พ.ศ.2546	พ.ศ.2547
1. บจก.เจียไต๋เมล็ดพันธุ์	259.98	376.09	264.66	3.17	10.37	3.38
2. บจก.แปซิฟิค เมล็ดพันธุ์	154.06	193.83	152.62	25.81	30.79	26.24
3. บจก.ที เอส เอ	123.64	104.99	121.58	7.11	1.27	1.48
4. บจก.ซินเจนทา	117.89	119.30	119.30	12.20	(1.62)	(1.86)
5. บจก. มอนซานโต้เมล็ดพันธุ์	112.15	117.26	73.40	48.74	54.16	36.16
6. บจก.เซมินีส	110.68	99.25	115.30	10.65	(25.50)	(11.29)
7. บจก.เจริญโภคภัณฑ์	102.79	98.58	116.34	0.35	0.40	0.20
8. บจก.อีสท์ เวสท์ ซีด	96.22	90.99	99.74	11.34	12.21	9.92
9. บจก.ไพโอเนีย	67.67	95.39	96.24	(29.07)	(6.16)	(4.96)
10. บจก.เพื่อนเกษตรกร	63.44	65.26	82.14	1.23	1.08	1.43

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงติดลบ เนื่องจากผลการดำเนินงานขาดทุน

: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.24 จะเห็นว่าบริษัทเมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่มีอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมในอัตราที่สูงมาก แสดงให้เห็นว่าบริษัทเมล็ดพันธุ์มีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์รวมในการก่อให้เกิดรายได้ในแต่ละปีในอัตราที่สูงหลายเท่าตัว โดยบริษัทเจียไต๋ เมล็ดพันธุ์ จำกัด มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุดโดดเด่นกว่าบริษัทเมล็ดพันธุ์อื่น

เมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนการลงทุนของบริษัทเมล็ดพันธุ์จะเห็นว่ามีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก บริษัทมอนซานโต้ เมล็ดพันธุ์(ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัทแปซิฟิค เมล็ดพันธุ์ จำกัด มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนสูงสุด รองลงมาคือ บริษัทอีสท์ เวสท์ ซีด จำกัด และอัตราผลตอบแทนการลงทุนของบางบริษัทติดลบ คือ บริษัทซินเจนทา บริษัทเซมินีส เวเจ็ทเทเบิ้ล สีดส์ จำกัด และบริษัทไพโอเนีย ไฮ-เบรด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่มีความสามารถในการทำกำไรติดลบ(ดังแสดงในตารางที่ 4.23) ลักษณะเช่นนี้สะท้อนถึงระดับการแข่งขันระหว่างบริษัทเมล็ดพันธุ์ในอุตสาหกรรมนี้ที่ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องตระหนักถึงความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาด

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทเมล็ดพันธุ์สรุปได้ว่า บริษัทเมล็ดพันธุ์เกินกว่าครึ่งมีความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพในการดำเนินงานอยู่ในระดับที่สูง มีเพียง 3 บริษัทที่ผลประกอบการติดลบ ขณะเดียวกันสิ่งที่น่าสังเกตคือ ความแตกต่างหลากหลายของอัตราผลตอบแทนการลงทุน บ่งชี้ถึงระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ที่ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องตระหนักในการเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้