

บทที่ ๖

บทสรุป



จากการวิเคราะห์ข้างต้นนั้นทำให้เราเห็นภาพของการผูกขาดในแนวตั้ง (Vertical Integration) ของอุตสาหกรรมไก่เนื้อชัดเจนขึ้น ลักษณะธุรกิจสมัยใหม่ได้พยายามเข้ามาสู่วงการผูกขาดโดยสมบูรณ์ โดยมีการมีบทบาทด้านการตลาดในทุกชั้นตอนของการผลิตตั้งแต่ตลาดวัตถุดิบ การผลิตและตลาดผู้บริโภค แม้ว่าจากการวิเคราะห์นี้จะไม่สามารถชี้ให้เห็นถึงระดับการผูกขาดอย่างแท้จริงก็ตาม แต่พอจะสรุปได้ว่า ลักษณะของการรวมกลุ่มธุรกิจ^๑ในแนวตั้งของอุตสาหกรรมไก่เนื้อนั้น บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้ามา^๒มีบทบาททุกชั้นตอนการผลิต

ในการรวมกลุ่มธุรกิจของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนั้น ได้ลงร่วมกับบริษัทอาเบอร์เอ.เคอร์แห่งประเทศไทยในการผลิตพันธุ์ไก่ออกจำหน่ายในท้องตลาด พันธุ์ไก่ที่ผลิตขึ้นได้จะจัดจำหน่ายโดยบริษัท กรุงเทพค้าสัตว์ จำกัด ซึ่งจะจำหน่ายโดยตรงให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยง และจัดส่งให้แก่ฟาร์มของบริษัทเอง คือ ฟาร์มเจริญสุข ฟาร์มท่างาม ฟาร์มกรุงเทพ

ผู้เลี้ยงซึ่งซื้อไก่จากบริษัท นอกจากจะเป็นผู้เลี้ยงอิสระแล้ว หรือเป็นผู้เลี้ยงในสัญญาผูกมัดกับทางบริษัทจะต้องใช้อาหารสัตว์ที่เหมาะสมเฉพาะกับไก่พันธุ์ที่ซื้อไป ซึ่งอาหารสัตว์นั้น เป็นอาหารของบริษัทในเครือเช่นเดียวกัน เช่น อาหารจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์ จำกัด บริษัท C.P. อุตสาหกรรม บริษัท กรุงเทพอาหารสัตว์ และ บริษัทในเครืออื่น ๆ อีก

นอกจากใช้อาหารจากบริษัทในเครือแล้ว ในทางด้านโรงเรือน วัสดุการเลี้ยง และยารักษาโรคไก่ต่าง ๆ ก็จัดจำหน่ายโดยบริษัทในเครือเช่นกัน คือจาก บริษัท C.P. เคมีอุตสาหกรรม จำกัด และ บริษัท กรุงเทพค้าสัตว์ จำกัด

หลังจากเกษตรกรเลี้ยงไก่ครบระยะเวลาที่จะขายได้ก็จะขายผ่านตัวแทนของบริษัทหรือยังบริษัท กรุงเทพค้าสัตว์ จำกัด โดยตรงเพื่อส่งเข้าโรงฆ่าของบริษัท ซึ่งดำเนินการ

อย่างทันสมัย จากนั้นไก่ที่ฆ่าแล้วจะถูกส่งไปยังตลาดต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนของตลาดผู้บริโภค โภค ได้แก่ ตลาดสด ตลาดภัตตาคาร ตลาดซูเปอร์มาเก็ต และตลาดโรงแรมชั้นหนึ่ง ปริมาณการบริโภคภายนอกประเทศ ทางบริษัทในเครือจะทำการส่งอุปทานผ่าน บริษัท C.P. Import - Export เพื่อส่งขายยังตลาดต่างประเทศ

ในการผูกขาดในแนวตั้งของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์นั้น จากการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลเบื้องต้น พอจะสรุปถึงการมีส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทมากที่สุด ในขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนของอุตสาหกรรมไก่เนื้อในเขตกรุงเทพมหานครได้ ดังนี้คือ

๑. ขั้นตอนการผลิตลูกไก่ ซึ่งนับเป็นปัจจัยการผลิตเริ่มแรกของอุตสาหกรรมไก่เนื้อ การผลิตลูกไก่ที่จะใช้เลี้ยงนั้น บริษัทผู้เข้าแข่งขันแต่ละรายจะพยายามผลิตลูกไก่พันธุ์ของตนตามหลักพันธุศาสตร์ซึ่งจะก่อให้เกิดการผูกขาดโดยธรรมชาติและเทคโนโลยีของตน บริษัท เจริญโภคภัณฑ์ เป็นบริษัทแรกที่ริเริ่มในการผลิตลูกไก่พันธุ์เฉพาะของตนถึงพันธุ์ C.P. ๗๐๗ ซึ่งเป็นไก่พันธุ์อาเบอร์ ผสมกับไก่กระทงพื้นบ้านของไทย

จากปริมาณการผลิตลูกไก่ของบริษัทผู้ผลิตทั้งหมด ประมาณ ๓.๕ - ๔ ล้านตัวต่อสัปดาห์ ปรากฏว่าพันธุ์ไก่จากเจริญโภคภัณฑ์มีส่วนแบ่งในการตลาดมากที่สุด ประมาณ ๑.๕ ล้านตัวต่อสัปดาห์ หรือคิดเป็นประมาณ ร้อยละ ๔๐ ของทั้งประเทศ

แต่เมื่อพิจารณาถึงแหล่งอุปทานไก่ของตลาดกรุงเทพมหานครแล้ว การเลี้ยงไก่ที่จะส่งขายยังตลาดผู้บริโภคจะมีทำเลที่ตั้งไม่ควรเกินกว่ารัศมี ๒๐๐ กิโลเมตร เนื่องจากหากระยะไกลกว่านี้ การขนส่งไก่อมายังตลาดผู้บริโภคจะไม่สามารถทำได้ เพราะไก่ส่วนใหญ่จะตายในระหว่างการขนส่ง จากเงื่อนไขข้อจำกัดนี้ทำให้แหล่งอุปทานที่เลี้ยงไก่เพื่อป้อนตลาดกรุงเทพมหานครจะอยู่ภายในเขตจังหวัดรอบกรุงเทพมหานครเท่านั้น คือเขตจังหวัดนครปฐม ชลบุรี ปราจีนบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา

การเลี้ยงไก่ภายในเขตจังหวัดเหล่านั้น จากการศึกษาพบว่า ลูกไก่พันธุ์จากบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดคือ ร้อยละ ๔๔.๖๔ ของทั้งหมด ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ขายรายใหญ่ที่มีอำนาจการตลาดสูง

๒. ขั้นตอนการเลี้ยงไก่ บริษัท ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พยายามเข้ามาผูกขาดตลาดการเลี้ยงไก่ เนื่องจากการสามารถผูกมัดเกษตรกรผู้เลี้ยงนั้นจะส่งผลในทางดีแก่บริษัทคือ

- ก. มีแหล่งอุปสงค์ ลูกไก่ อาหารสัตว์และเวชภัณฑ์สำหรับไก่ที่แน่นอน
- ข. มีแหล่งอุปทานไก่เนื้อ สำหรับป้อนโรงฆ่าชำแหละไก่ของตน และตลาดการส่งออกที่แน่นอน และมีคุณภาพดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันภาวะการผลิตของโรงฆ่าชำแหละไก่ของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ยังมีกำลังการผลิตส่วนเกินเหลืออยู่มาก การส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าทำสัญญาผูกมัดกับตน จะทำให้มีอุปทานของไก่เป็น เข้าสู่โรงฆ่าชำแหละมากขึ้น ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาดมากขึ้น

จากการเก็บข้อมูลพบว่า บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์มีบทบาทโดยมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในการเข้าผูกมัดเกษตรกรในเขตจังหวัดนครนอกกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งอุปทานไก่เนื้อสำหรับตลาด กล่าวคือ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ ร้อยละ ๔๐ ของทั้งหมด

๓. ขั้นตอนการเชือดชำแหละไก่ ทางบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้ามามีบทบาทควบคุมโรงฆ่าชำแหละไก่ เพื่อให้ไก่ของตนมีคุณภาพในการเชือดชำแหละที่ดี และสามารถควบคุมตลาดผู้บริโภคได้ บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ สามารถแสวงหาส่วนแบ่งการตลาดได้ถึงร้อยละ ๗๑.๔๔ ของประมาณการเชือดชำแหละไก่ทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานคร

๔. ขั้นตอนการตลาดผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นับเป็นขั้นสุดท้ายของการนำผลผลิตของตนออกขายในตลาดผู้บริโภค บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พยายามเข้ามาผูกขาดตลาดผู้บริโภคโดยการนำผลผลิตของตนออกขายยังตลาดในรูปแบบต่าง ๆ กัน

จากปริมาณการบริโภคทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครในรอบ ๑ วันนั้น มีประมาณ ๑๐๔,๒๐๒ กิโลกรัม บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์มีส่วนแบ่งการตลาด ประมาณร้อยละ ๖๑.๕๑ โดยจัดการทางด้านการตลาดด้วยตนเอง ประมาณ ร้อยละ ๔๐.๔ ของทั้งหมด และผ่านบริษัทนายหน้าประมาณ ร้อยละ ๒๑.๑๑ (ดังแสดงในตารางที่ ๖.๑)

ตารางที่ ๖.๑

ส่วนแบ่งการตลาดในตลาดผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท
ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ในอุตสาหกรรมไก่เนื้อ ปี พ.ศ. ๒๕๒๒

หน่วย : กิโลกรัม/ตัน

ตลาดผู้บริโภค	ปริมาณการบริโภค รวม	ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์					
		ทางตรง	ร้อยละ	ทางอ้อม	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ตลาดสด ^๑	๕๔,๗๗๖	๒๑,๗๕๔	๓๖.๘๑	๑๐,๗๕๐	๑๘.๐๕	๓๒,๕๔๔	๕๔.๘๕
ตลาดภัตตาคารและ ร้านอาหาร ^๒	๑๐,๗๔๓	๒,๔๗๗	๒๗.๗๑	๑,๓๖๒	๑๒.๖๘	๔,๓๓๙	๔๐.๓๙
ตลาดโรงแรมชั้นหนึ่ง ^๓	๔๒๒	๔๐๖	๙๕.๐๔	๕๕	๕.๙๖	๔๖๑	๕๐.๐๐
ตลาดซูเปอร์มาเก็ต ^๔	๑,๐๕๔	๖๙๗	๖๖.๒๖	-	-	๖๙๗	๖๖.๒๖
ตลาดการส่งออก ^๕	๓๒,๖๒๗	๑๖,๖๖๗	๕๑.๐๓	๑๐,๐๐๐	๓๐.๑๖	๔๒,๖๖๗	๘๑.๑๙
รวม	๑๐๕,๒๐๒	๔๒,๕๐๑	๔๐.๘	๒๒,๒๐๗	๒๑.๑๑	๖๔,๗๐๘	๖๑.๕๑

- ที่มา : ๑ ตารางที่ ๕.๑ และ ๕.๑๑๑
 ๒ ตารางที่ ๕.๔ และ ๕.๔.๑
 ๓ ตารางที่ ๕.๔ และ ๕.๕.๑
 ๔ ตารางที่ ๕.๗ และ ๕.๗.๑
 ๕ ตารางที่ ๕.๘ และ ๕.๘.๑

หมายเหตุ ๑. เป็นปริมาณการบริโภครวมโดยลุ่มจากจำนวนตลาดสดทั้งหมด
 ๒. คำนวณปริมาณในระยะ ๑ วัน โดยการใช้ดัชนีการถ่วงน้ำหนัก จากจำนวนภัตตาคาร
 และร้านอาหารทั้งหมดนั้น จากข้อมูลของส่วนงานสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร มี
 ทั้งหมด ๔๔๔ แห่ง และจากการเก็บข้อมูลลุ่มตัวอย่าง ๔๔๔ ตัวอย่าง

$$\text{ค่าดัชนีการถ่วงน้ำหนัก} = \frac{๔๔๔}{๔๔๔} = ๒.๐๒$$

๓. คำนวณปริมาณในรอบ ๑ วัน โดยการใช้ดัชนีการถ่วงน้ำหนัก จากจำนวน
โรงแรมชั้นหนึ่งของสมาคมโรงแรมไทยมี ๕๐ โรงแรมและจากการสุ่ม
ตัวอย่าง ๔๔ ตัวอย่าง

$$\text{ค่าดัชนีการถ่วงน้ำหนัก} = \frac{50}{44} = ๑.๑๔$$

๔. คำนวณปริมาณในรอบ ๑ วัน โดยการใช้ดัชนีการถ่วงน้ำหนักจากจำนวน
ซูเปอร์มาเก็ตที่จดทะเบียนการค้าทั้งหมด ๑๓๑ แห่ง และจากการสุ่มตัวอย่าง
๖๘ แห่ง

$$\text{ค่าดัชนีการถ่วงน้ำหนัก} = \frac{๑๓๑}{๖๘} = ๑.๙๓$$

๕. เป็นประมาณการส่งออกรวม