

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตรของประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย กรณีศึกษา : ปาล์มน้ำมัน

STUDY OF COMPETITIVENESS AGRICULTURAL PRODUCTS THAILAND AND INDONESIA A CASE STUDY OIL PALM

โยษิตา เสรีกิจ^{1*} วุฒิยา สาทราชทอง² กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย³

Yosita Setkit¹ Wuthiya Saraithong² Kanokwan Chanchaoenchai³

^{1,2,3} สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{1,2,3} Business Economics, Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในตลาดโลก (2) ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย (3) ตำแหน่งทางการตลาดและแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ ในการจัดการปาล์มน้ำมันของประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ (CMS) และทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (BCG)

ผลการศึกษา พบว่า ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด ในขณะที่ประเทศไทยมีค่าน้อยกว่า 1 มาโดยตลอด ยกเว้นปี 2556

ส่วนแบ่งทางการตลาดคงที่ (CMS) ของประเทศไทย ไปยังตลาดอินเดีย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกให้กับประเทศไทย ได้แก่ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ปัจจัยที่ส่งผลทางลบ ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของโลก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการปรับทิศทางการส่งออก

ตำแหน่งทางการตลาด โดยใช้เครื่องมือ BCG Matrix พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดโดยเปรียบเทียบ และอัตราการเจริญเติบโตปาล์มน้ำมันของประเทศไทยในตลาดโลก ช่วงปี 2554 – 2558 และช่วงปี 2559 – 2563 มีตำแหน่งอยู่ที่สินค้าตกต่ำ

คำสำคัญ: ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ, ส่วนแบ่งการตลาดคงที่, ตำแหน่งทางการตลาด, ปาล์มน้ำมัน

* E-mail address: yosita.se@ku.th¹ wuthiya.s@ku.th² kanok1_c@hotmail.com³

ABSTRACT

The objectives of this research article were to study (1) investigate the advantage of oil palm export of Thailand, and Indonesia in global markets, (2) investigate factors affecting changes in market share of export value of Thailand oil palms, (3) investigate market positioning and strategic management of Thailand oil palms using revealed comparative advantage (RCA), constant market share model (CMS), and BCG matrix strategic management.

The result of the study found that: Revealed comparative advantage (RCA) value of Indonesia was greater than 1 all the time while the RCA value of Thailand was less than 1 all the time, except in 2013.

Constant market share (CMS) of Thailand to Indian market showed that the factor having positive effect on Thailand was the result of pure competition. The factors having negative effects on Thailand were results of global expansion, market distribution, and changes in export direction.

Market positioning using BCG matrix found comparative market share and the growth of Thailand oil palms in global markets during 2011 – 2015 and during 2016 – 2020 entered the decline stage of product positioning.

Keywords: Comparative Advantage, Constant Market Share, BCG Matrix, Oil Palm

บทนำ

ปาล์มน้ำมันเป็นพืชที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของโลก เนื่องจากเป็นพืชพลังงานที่จำเป็นต่อการบริโภคและอุปโภคของทุกประเทศทั่วโลก ปาล์มน้ำมันมีบทบาทสำคัญในธุรกิจน้ำมันพืชเพื่อการบริโภค และเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายอุตสาหกรรม นอกจากนี้ในอนาคตปาล์มน้ำมันจะเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเกิดภาวะการขาดแคลนเชื้อเพลิงจึงทำให้ต้องหันมาใช้ปาล์มน้ำมันผลิตเป็นพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้นอีกด้วย

โดยในปี 2563 ทั่วโลกมีมูลค่า 32.48 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรกของโลก คือ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และประเทศเนเธอร์แลนด์ ตามลำดับ (กระทรวงพาณิชย์, 2564)

ประเทศอินโดนีเซีย ถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันเป็นอันดับ 1 ของโลก ในปี 2563 มีพื้นที่ทั้งหมด 1,187.50 ล้านไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 11 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยเป็นเนื้อที่การเพาะปลูกปาล์มน้ำมันร้อยละ 55.98 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดซึ่งแหล่งการเพาะปลูกปาล์มน้ำมันที่สำคัญของประเทศอินโดนีเซียอยู่ที่บริเวณเกาะสุมาตราเป็นหลัก มีปริมาณการผลิต 115.2 ล้านตัน และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 1.05 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยภาคเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2564)

ในส่วนของประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปริมาณการส่งออกเป็นอันดับ 10 ของโลก และมีมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันเป็นอันดับ 9 ของโลก ในปี 2563 มีพื้นที่ทั้งหมด 320.70 ล้านไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 46.54 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยเป็นเนื้อที่การเพาะปลูกปาล์มน้ำมันร้อยละ 4.23 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด ซึ่งแหล่งการเพาะปลูกปาล์มน้ำมันที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี กระบี่ ชุมพร นครศรีธรรมราช และพังงา มีปริมาณการผลิต 15.66 ล้านตัน และมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 501.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยภาคเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 8.60 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2564)

จากข้อมูลมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมัน ตั้งแต่ปี 2554 – 2563 ของทั่วโลกมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ - 2.27 โดยนำประเทศอินโดนีเซีย และไทยมาเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของทั่วโลกนั้น จะเห็น

ได้ว่าประเทศไทย และอินโดนีเซีย มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันเฉลี่ยต่อปีร้อยละ -9.05 และ 0.06 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของโลก ปี 2554 – 2563

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ปี	มูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมัน			
	ทั่วโลก	ไทย	อินโดนีเซีย	อื่น ๆ
2554	40.84	0.39	17.26	23.19
2555	38.48	0.30	17.60	20.58
2556	33.55	0.43	15.83	17.29
2557	34.70	0.20	17.46	17.04
2558	29.34	0.04	15.38	13.92
2559	27.95	0.04	14.36	13.55
2560	33.59	0.21	18.51	14.87
2561	30.44	0.21	16.52	13.71
2562	27.90	0.14	14.71	13.05
2563	32.48	0.15	17.36	14.97
อัตราการขยายตัว เฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	-2.26	-9.11	0.06	-4.28

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, 2564

และเมื่อพิจารณามูลค่าการนำเข้าปาล์มน้ำมันของประเทศไทยจากต่างประเทศ พบว่า ประเทศอินเดีย เป็นประเทศผู้นำเข้าปาล์มน้ำมันที่สำคัญของประเทศไทย และยังเป็นผู้นำเข้าปาล์มน้ำมันอันดับ 1 ของโลก ซึ่งตั้งแต่ปี 2554 – 2563 ประเทศอินเดีย มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าปาล์มน้ำมันเฉลี่ยต่อปีร้อยละ -2.71 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 มูลค่าการนำเข้าปาล์มน้ำมันทั่วโลก ปี พ.ศ. 2554 – 2563

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ปี	มูลค่าการนำเข้าปาล์มน้ำมัน			
	ทั่วโลก	อินเดีย	จีน	อื่น ๆ
2554	42.38	6.73	6.63	29.02
2555	42.07	7.89	6.50	27.68
2556	37.80	6.96	4.90	25.94
2557	35.34	6.55	4.38	24.41
2558	30.32	5.92	3.70	20.70
2559	28.42	5.64	2.86	19.92
2560	33.61	6.76	3.49	23.36
2561	31.45	5.49	3.39	22.57
2562	30.07	5.40	4.10	20.57
2563	33.45	5.11	4.12	24.22
อัตราการขยายตัว เฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)	-2.34	-2.72	-4.65	-1.79

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, 2564

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น จึงอยากศึกษาว่าสถานการณ์การผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันของประเทศไทยจะไปในทิศทางใด มีตำแหน่งทางการตลาดอยู่ที่ตำแหน่งใด และหากเปรียบเทียบประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย ที่มี การส่งออกปาล์มน้ำมันเป็นอันดับ 1 ของโลก นั้น ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือไม่ รวมถึงอยาก ทราบว่าปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศ ไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปาล์มน้ำมันในอนาคตแก่ภาคเกษตรกรรม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปาล์มน้ำมันของประเทศไทย อินโดนีเซีย ขึ้นมาเพื่อศึกษากรณีดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย อินโดนีเซีย ในตลาดโลก
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าการส่งออกปาล์ม น้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในตลาดอินเดีย
3. เพื่อศึกษาตำแหน่งทางการตลาดและแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการปาล์มน้ำมันของประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขัน ปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้ข้อมูล ตั้งแต่ปี 2554 – 2563 ซึ่งนำข้อมูลจากสถาบันและ หน่วยงานต่างๆ ที่เก็บรวบรวมไว้ ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และธนาคารแห่งประเทศไทย รวมไปถึงเอกสาร รายงานการวิจัย และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจาก หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

2. ขอบเขตการศึกษา

2.1 ใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 – 2563 ของมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของ ประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ไปยังตลาดโลกและตลาดอินเดีย

2.2 ประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่งชั้นที่ทำการศึกษานี้ครั้งนี้ คือ

- ประเทศคู่ค้า คือ ประเทศอินเดีย เนื่องจากมีมูลค่าการนำเข้าปาล์มน้ำมันเป็นอันดับ 1 ของตลาดโลก
- ประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซีย เนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันเป็น อันดับ 1 และ 2 ของตลาดโลกและตลาดอินเดีย

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย โดย พิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เพื่อจะได้ทราบว่า ประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าปาล์มน้ำมันหรือไม่ สำหรับการแข่งขันใน ตลาดโลกซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

		$RCA = (X_{ij}/X_i) / (X_{wj}/X_w)$
โดยที่ RCA	คือ	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของปาล์มน้ำมันของประเทศไทยที่พิจารณา (i) ในตลาดโลก (w)
X_{ij}	คือ	มูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมัน (j) ของประเทศไทยที่พิจารณา (i) ไปตลาดโลก (w)
X_i	คือ	มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยที่พิจารณา (i) ไปตลาดโลก (w)
X_{wj}	คือ	มูลค่าการนำเข้าปาล์มน้ำมัน (j) ของตลาดโลก (w)
X_w	คือ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของตลาดโลก (w)

ค่า RCA ที่ได้จะนำมาเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลกซึ่งเท่ากับ 1 หลักเกณฑ์ในการพิจารณา RCA คือ ถ้า RCA มากกว่า 1 แสดงว่า ประเทศที่กำลังพิจารณามีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ (Specialization) หรือเรียกได้ว่ามีความเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมัน

ถ้า RCA น้อยกว่า 1 แสดงว่า ประเทศที่กำลังพิจารณาไม่มีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ (Specialization) หรือเรียกได้ว่าไม่มีความเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมัน

3.2 วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในตลาดอินเดีย ช่วยอธิบายถึงสาเหตุ และการเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมัน ว่าเป็นผลเนื่องจาก ผลจากการขยายตัวของโลก ผลกระทบจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง หรือผลจากการปรับทิศทางการส่งออกที่ถูกหรือผิดทิศทาง ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk} = [G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}] + [\sum_j (G_{jk} X^0_{ijk}) - G_k \sum_j X^0_{ijk}] + [\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}] + [\{\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j (G_{jk} X^0_{ijk})\} - \{\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}\}]$$

โดยที่

$$\begin{aligned} G_k &= \frac{\sum_i \sum_j X^1_{ijk}}{\sum_i \sum_j X^0_{ijk}} \\ &= \text{อัตราการขยายตัวของการส่งออกปาล์มน้ำมันของโลก} \\ G_{jk} &= \frac{\sum_i X^1_{ijk}}{\sum_i X^0_{ijk}} \\ &= \text{อัตราการขยายตัวของการส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดีย} \\ G^*_{jk} &= 1/G_{jk} \\ &= \text{ส่วนกลับของ } G_{jk} \end{aligned}$$

โดยกำหนดให้

$$\begin{aligned} X &= \text{มูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมัน} \\ i &= \text{ประเทศผู้ส่งออกปาล์มน้ำมัน} \\ j &= \text{ประเทศผู้นำเข้าปาล์มน้ำมัน คือ อินเดีย} \\ k &= \text{ผลิตภัณฑ์ปาล์มน้ำมัน} \\ 1 &= \text{ปีที่กำลังพิจารณา} \\ 0 &= \text{ปีที่ใช้ในการเปรียบเทียบ} \end{aligned}$$

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก สามารถอธิบายได้ดังนี้

$\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}$ คือ ผลจากการขยายตัวที่แท้จริง เป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดของการส่งออกจากปีฐานถึงปีสุดท้าย หมายถึง ความแตกต่างระหว่างผลรวมการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกไปสู่ประเทศที่กำลังพิจารณา

$G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j X^0_{ijk}$ คือ ผลจากการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมันทั้งหมดของโลก ถ้าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศที่กำลังพิจารณาขยายตัวในอัตราเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในตลาดโลกจะคงที่

$\sum_j (G_{jk} X^0_{ijk}) - G_k \sum_j X^0_{ijk}$ คือ ผลจากการกระจายตลาด จะแสดงให้เห็นว่าประเทศที่กำลังพิจารณาส่งออกปาล์มน้ำมันไปยังประเทศที่มีการขยายตัวของตลาดสูง หรือต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกถ้าผลกระทบจากการกระจายตัวของตลาดมีค่าเป็นบวก ก็แสดงว่าประเทศที่กำลังพิจารณามีการส่งออกปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก จะมีผลทำให้อัตราการขยายตัวของการส่งออกของประเทศสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของโลกเช่นเดียวกัน และถ้าผลกระทบจากการกระจายตัวของตลาดมีค่าเป็นลบก็จะให้ผลตรงกันข้ามกัน

$\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}$ คือ ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง เป็นผลต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริงกับการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอเพื่อให้ประเทศผู้ส่งออกสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดใน

ตลาดโลกไว้เท่าเดิมได้ ผลต่างนี้มีผลทำให้ส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก

$\{\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j (G_{jk} X^0_{ijk})\} - \{\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk}\}$ คือ ผลจากการปรับทิศทางการส่งออกที่ถูกหรือผิดทิศทาง ผลนี้จะสะท้อนให้เห็นว่าประเทศผู้ส่งออกพยายามขยายการส่งออกไปในตลาดที่หดตัว หรือปรับลดการส่งออกไปในตลาดที่มีการขยายตัว ถ้าเป็นกรณีนี้ผลกระทบรวมจะมีค่าเป็นลบ และถ้าผลกระทบรวมมีค่าเป็นบวกก็จะให้ผลตรงกันข้าม

3.3 วิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือด้านการลงทุนเกี่ยวกับการตลาด โดย BCG Matrix จะแสดงฐานะหรือความแข็งแกร่งใช้เกณฑ์การพิจารณา 2 เกณฑ์ คือ

1. ส่วนแบ่งการตลาดเชิงเปรียบเทียบ (Relative Market Share) เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่งการตลาดของสินค้ามียอดขายเป็นกี่เท่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ วิธีการคำนวณส่วนแบ่งการตลาดเชิงเปรียบเทียบคือสินค้าของประเทศใด ๆ ที่เป็นผู้นำตลาด ให้เปรียบเทียบกับอันดับที่สองของตลาด และสินค้าของประเทศใด ๆ ที่เป็นผู้ตาม ให้เปรียบเทียบกับผู้นำตลาด ดังนี้

1.1 กรณีเป็นประเทศผู้นำตลาด

$$\text{ส่วนแบ่งการตลาดเชิงเปรียบเทียบ} = \frac{\text{ส่วนแบ่งการตลาดของผู้นำตลาด}}{\text{ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ตามลำดับที่ 1}}$$

1.2 กรณีเป็นผู้ตาม

$$\text{ส่วนแบ่งการตลาดเชิงเปรียบเทียบ} = \frac{\text{ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ตาม}}{\text{ส่วนแบ่งการตลาดของผู้นำตลาด}}$$

2. อัตราการเจริญเติบโตของตลาดสินค้า (Market Growth Rate) หรือความน่าสนใจของตลาด (Market Attractiveness) คือ อัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าทั้งตลาด โดยเกณฑ์ที่ใช้นี้ต้องการดูว่าตลาดสินค้านั้น ๆ มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด ซึ่งอัตราการเจริญเติบโตของตลาดขึ้นอยู่กับสภาพการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรมหรือของธุรกิจนั้น ๆ

ส่วนแบ่งการตลาดเชิงเปรียบเทียบ และอัตราการเติบโตของตลาด จะถูกแบ่งแกนในการทำ BCG Matrix เป็น 4 ช่อง ได้แก่

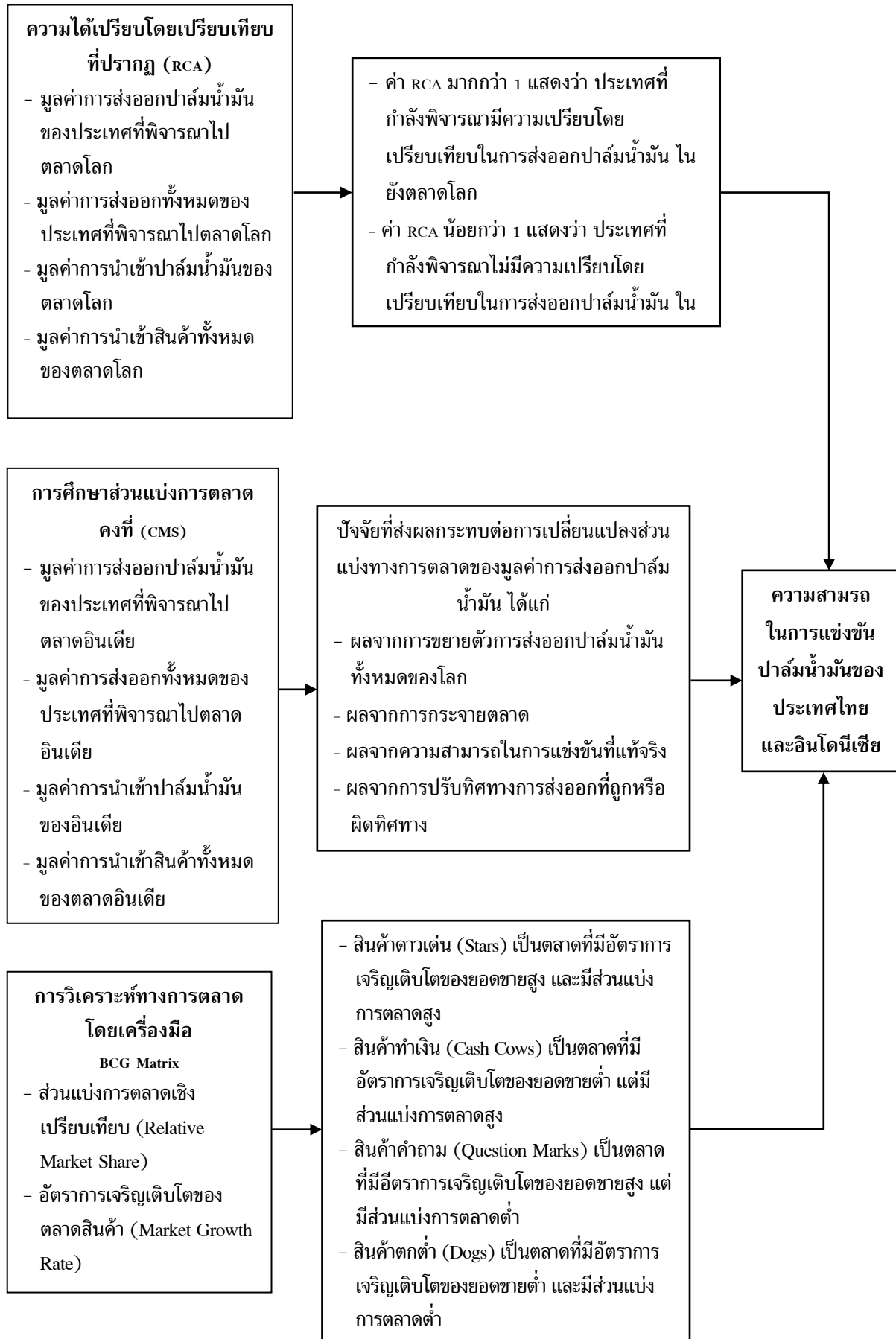
1) สินค้าดาวเด่น (Stars) เป็นตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง และมีส่วนแบ่งการตลาดสูง คือ กลุ่มตลาดที่ส่งออกสินค้าไปในสัดส่วน และการส่งออกสินค้าไปตลาดนั้น มีการขยายตัวสูงทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไร แต่หากต้องการทำกำไรเพิ่มขึ้นหรือต้องการที่จะแข่งขันในตลาดได้ธุรกิจจะต้องเพิ่มเงินลงทุนในปริมาณมาก

2) สินค้าทำเงิน (Cash Cows) เป็นตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำ แต่มีส่วนแบ่งการตลาดสูง คือ กลุ่มตลาดที่ส่งออกสินค้าไปในสัดส่วนสูง แต่การส่งออกสินค้าไปตลาดนั้นมีการขยายตัวต่ำตลาดไม่มีความน่าดึงดูดสำหรับคู่แข่งรายใหม่ ๆ ทำให้ธุรกิจมีกำไรจากการประกอบการสูงและสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้สูง จึงไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมาก

3) สินค้าคำถาม (Question Marks) เป็นตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ คือ กลุ่มตลาดที่มีสัดส่วนการส่งออกไม่สูงนัก แต่การส่งออกสินค้าไปตลาดนั้นมีการขยายตัวสูงธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มนี้มักต้องการสนับสนุนทางการเงินที่สูง เนื่องจากต้องมีการลงทุนในด้านต่างๆ เพื่อให้ทันกับการเติบโตของตลาด

4) สินค้าตกต่ำ (Dogs) เป็นตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำ และมีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ คือ กลุ่มตลาดที่มีสัดส่วนการส่งออกต่ำ และการส่งออกสินค้าไปตลาดนั้นมีการขยายตัวต่ำซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่จะได้รับผลตอบแทนน้อย ไม่มุ่งใจในการดำเนินการต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซียในตลาดโลก

ค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด ในขณะที่ประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 มาโดยตลอด ยกเว้นปี 2556 ที่ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกปาล์มน้ำมันในตลาดโลก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกปาล์มน้ำมันรายใหญ่ของโลก (แสดงผลจากการคำนวณดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย อินโดนีเซีย ในตลาดโลก ปี พ.ศ. 2554 – 2563

ปี	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	
	ประเทศไทย	ประเทศอินโดนีเซีย
2554	0.7736	35.6685
2555	0.6378	47.4077
2556	1.0666	63.3450
2557	0.4801	70.6625
2558	0.1294	98.4998
2559	0.1092	89.7436
2560	0.4693	84.7222
2561	0.5582	98.2542
2562	0.4044	113.2540
2563	0.3627	85.5804
เฉลี่ย	0.50	78.71

2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย

2.1 ผลการวิเคราะห์อัตราการขยายตัวของการส่งออก

ตารางที่ 4 อัตราการขยายตัวของการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2559-2563 (เปรียบเทียบจากช่วงปีฐาน พ.ศ. 2554 – 2558)

อัตราการขยายตัว (g)	ร้อยละ
การส่งออกรวมของโลก $G = 0.9822$	-0.02
การส่งออกรวมของโลกของปาล์มน้ำมัน (g_k) $G_k = 0.8612$	-0.14
การส่งออกรวมของโลกของปาล์มน้ำมันไปยังตลาดอินเดีย (g_{jk}) $G_{jk} = 0.8343$	-0.17

จากตารางที่ 4 ช่วงเวลาที่เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2558 และปี พ.ศ. 2559 – 2563 อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกรวมของปาล์มน้ำมันของโลก และการส่งออกปาล์มน้ำมันทั้งหมดไปตลาดอินเดียนั้นลดลงร้อยละ 0.02, 0.14 และ 0.17 ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในประเทศอินโดนีเซีย

ตารางที่ 5 การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย เปรียบเทียบในช่วง ปี พ.ศ. 2554 – 2558 กับช่วงปี พ.ศ. 2559 – 2564

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง	มูลค่าการส่งออก	
	ไทย	อินโดนีเซีย
ผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก	-0.0074	-0.5894
ผลจากการกระจายตลาด	-0.0014	-0.1139
ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง	0.0703	-0.1406
ผลจากการปรับทิศทางการส่งออก	-0.0116	0.0233
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2559 – 2563 (เปรียบเทียบจากปีฐาน ปี พ.ศ. 2554 – 2558)	0.0499	-0.8206

2.2.1 ผลของการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect) ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ส่งผลในทางลบให้กับประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในการส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดียลดลงเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.0074 และ 0.5894 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า เมื่อเทียบกับการวิเคราะห์อัตราการขยายตัวของโลกนั้น ประเทศไทย และอินโดนีเซีย มีอัตราการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมันไปในทิศทางเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก

2.2.2 ผลจากการกระจายตลาด (Directional Effect) ผลจากการกระจายตลาด ส่งผลในทางลบให้กับประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในการส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดียลดลงเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.0014 และ 0.1139 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทย และอินโดนีเซีย นั้น มีการส่งออกปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยของโลก

2.2.3 ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect) ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ส่งผลในทางบวกให้กับประเทศไทย ในการส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดียเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.0703 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และส่งผลในทางลบให้กับประเทศ อินโดนีเซีย ในการส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดียลดลงเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.1406 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

2.2.4 ผลจากการปรับทิศทางการส่งออก (Interaction Effect) ผลจากการปรับทิศทางการส่งออก ส่งผลในทางลบให้กับประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทย พยายามขยายการส่งออกปาล์มน้ำมันไปยังตลาดที่หดตัว ส่งผลให้การส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดียลดลงเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.0116 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และส่งผลในทางบวกให้กับประเทศ อินโดนีเซีย แสดงให้เห็นว่า ประเทศอินโดนีเซีย พยายามเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดที่มีการขยายตัว ส่งผลให้การส่งออกปาล์มน้ำมันไปตลาดอินเดียเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า เท่ากับ 0.0233 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

3. ตำแหน่งทางการตลาดและแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย

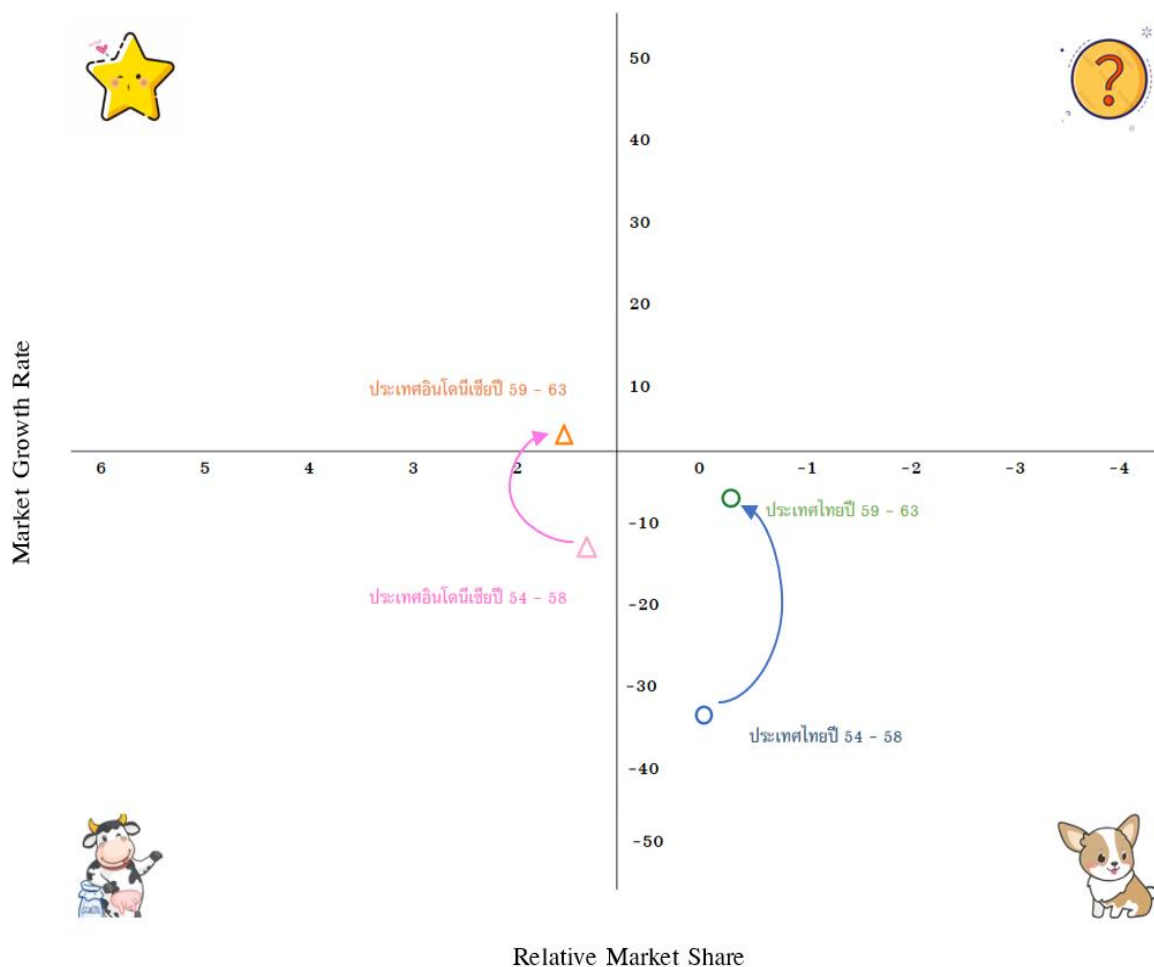
ในช่วงปี 2554 – 2558 ประเทศอินโดนีเซียเป็นผู้นำตลาดปาล์มน้ำมันในตลาดโลก โดยตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันของประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งสินค้าทำเงิน (Cash Cows) มีอัตราการขยายตัวการส่งออกสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก (ร้อยละ -6.40) และยังมีส่วนแบ่งในตลาดเป็นอันดับ 1 และในส่วนของประเทศไทย มีตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs) เนื่องจากประเทศไทยมีการสนับสนุนกล่าปาล์มน้ำมันพันธุ์ดี และให้ปรับปรุงสวนปาล์มเก่า ทำให้พื้นที่ให้ผลผลิตลดลง รวมไปถึงพื้นที่การผลิตหลักของไทยประสบปัญหาภัยแล้งส่งผลให้ต้นปาล์มขาดน้ำเกษตรกรไม่สามารถใส่ปุ๋ยได้ตามรอบระยะเวลา ทำให้ทะลายปาล์มแห้งผกเสียหาย และยังมีการใช้ปาล์มน้ำมันเพื่อผลิต

พลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น (สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2554-2558) ส่งผลให้อัตราการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลก

ในช่วงปี 2559 - 2563 ประเทศอินโดนีเซียเป็นผู้นำตลาดปาล์มน้ำมันในตลาดโลก โดยตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันของประเทศไทยอยู่ในตำแหน่งสินค้าดาวเด่น (Stars) มีอัตราการขยายตัวการส่งออกสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก (ร้อยละ 3.05) และยังมีส่วนแบ่งในตลาดเป็นอันดับ 1 และในส่วนของประเทศไทย มีตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs) เนื่องจากมีผลสืบเนื่องมาจากในปี 2557 - 2558 ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้งอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ต้นปาล์มขาดน้ำ จึงทำให้ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวทะลายปาล์มมีขนาดเล็กและน้ำหนักน้อย อีกทั้งประเทศไทยได้มีการสนับสนุนให้มีการใช้ปาล์มน้ำมันเพื่อผลิตพลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น (ไบโอดีเซล และนำไปเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า) (สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2559-2563) ส่งผลให้อัตราการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลก

ตารางที่ 6 ส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ และอัตราการเจริญเติบโตปาล์มน้ำมันของประเทศไทย อินโดนีเซีย ในตลาดโลก

ประเทศ	ส่วนแบ่งการตลาดโดยเปรียบเทียบ		อัตราการเจริญเติบโตของตลาด	
	ปี 2554 - 2558	ปี 2559 - 2563	ปี 2554 - 2558	ปี 2559 - 2563
ไทย	0.0166	0.0095	-34.28	-6.13
อินโดนีเซีย	1.2531	1.7872	-11.39	1.49



ภาพที่ 2 แสดงตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในตลาดโลก

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในตลาดโลก พบว่า ในช่วงปี 2554 – 2563 ประเทศอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด ในส่วนของประเทศไทยมีค่าน้อยกว่า 1 มาโดยตลอด ยกเว้นปี 2556 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในประเทศไทยมีสัดส่วนการนำปาล์มน้ำมันมาใช้ในการอุปโภคและบริโภคภายในประเทศเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าการส่งออก รวมทั้งมีมาตรการในการผลักดันให้มีการใช้ปาล์มน้ำมันภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น อาทิ การปรับสัดส่วนการใช้ปาล์มน้ำมันเพื่อการผลิตน้ำมันดีเซล มีมาตรการจูงใจให้มีการใช้น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว ในรถบรรทุก และรถยนต์ขนาดเล็ก รวมถึงให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตนำน้ำมันปาล์มดิบไปเป็นเชื้อเพลิงที่โรงไฟฟ้า ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561) ศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจสินค้าเกษตรเพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา: ปาล์มน้ำมัน พบว่า ในปี 2549 – 2558 อินโดนีเซียและมาเลเซีย มีค่า RCA มากกว่า 1 มาโดยตลอด ในขณะที่ไทย กัมพูชา และเวียดนาม มีค่า RCA น้อยกว่า 1 มาโดยตลอด ยกเว้นเพียงบางปี (ปี 2551 และปี 2556) ที่ไทยมีค่า RCA ในตลาดโลกมากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกน้ำมันปาล์มในตลาดโลก เมื่อเปรียบเทียบกับอินโดนีเซีย

ผลจากการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งทางการตลาดของมูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบในทางบวกให้กับประเทศไทย นั้นได้แก่ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบในทางลบ ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการปรับทิศทางการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับ นวพร ชื่นใจชน (2558) ได้ทำการศึกษาการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทย การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งตลาดคงที่ ของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทย พบว่า ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ส่งผลในทางบวกต่อประเทศไทยในการส่งออกผลิตภัณฑ์ ข้าวโพดหวานไปตลาดญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นเท่ากับ 16.917 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และผลจากการปรับทิศทางการส่งออก ส่งผลในทางลบต่อประเทศไทยในการส่งออกผลิตภัณฑ์ ข้าวโพดหวานไปยังตลาดญี่ปุ่นได้ลดลงเท่ากับ 10.611 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

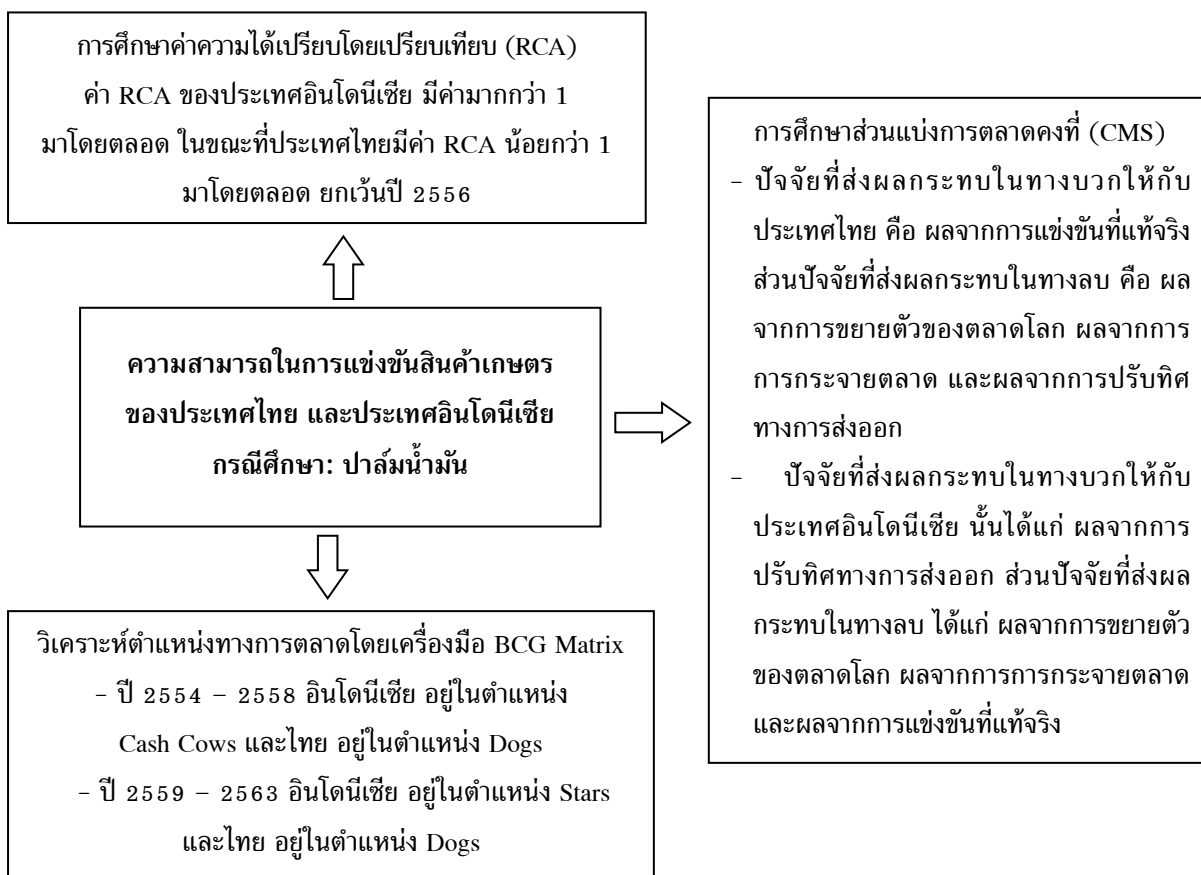
ผลจากการศึกษาตำแหน่งทางการตลาดและแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการปาล์มน้ำมันของประเทศไทย พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดโดยเปรียบเทียบ และอัตราการเจริญเติบโตปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ในตลาดโลก ในช่วงปี 2554 – 2558 ประเทศอินโดนีเซียอยู่ในตำแหน่งสินค้าทำเงิน (Cash Cows) และประเทศไทย มีตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs) และในช่วง ปี 2559 – 2563 ประเทศอินโดนีเซีย อยู่ในตำแหน่งสินค้าดาวเด่น (Stars) และประเทศไทย มีตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศไทยมีการสนับสนุนกล้าปาล์มน้ำมันพันธุ์ดี และให้ปรับปรุงสวนปาล์มเก่า (2554 – 2563) ทำให้พื้นที่ให้ผลผลิตลดลง รวมไปถึงพื้นที่การผลิตหลักของไทยประสบปัญหาภัยแล้งส่งผลให้ต้นปาล์มขาดน้ำ เกษตรกรไม่สามารถใส่ปุ๋ยได้ตามรอบระยะเวลา ทำให้ทะลายปาล์มแห้งผกเสียหาย ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวทะลายปาล์มมีขนาดเล็กและน้ำหนักน้อย และยังมีการสนับสนุนให้มีการใช้ปาล์มน้ำมันเพื่อผลิตพลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561) ศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจสินค้าเกษตรเพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา: ปาล์มน้ำมัน พบว่า ในปี 2551 – 2558 ประเทศอินโดนีเซียเป็นผู้นำตลาดน้ำมันปาล์ม โดยสินค้าของอินโดนีเซียอยู่ในตำแหน่งสินค้าดาวรุ่ง (Stars) และลดลงเป็นตำแหน่งสินค้าทำเงิน (Cash Cows) ในขณะที่สินค้าปาล์มน้ำมันของประเทศไทย ตกอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs)

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันสินค้าเกษตรของประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซีย กรณีศึกษา : ปาล์มน้ำมัน นั้น สามารถอธิบายองค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่นำผลผลิตปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่นำมาใช้ในการอุปโภคและบริโภคภายในประเทศสูง และมีมาตรการสนับสนุนให้เกษตรกรชาวสวนปาล์มทั้งในด้านปัจจัยการผลิต (สนับสนุนต้นกล้าปาล์มพันธุ์ดี) และในด้านราคา ทำให้ประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศที่มีการส่งออกปาล์มน้ำมันเป็นอันดับ 1 ของโลกจึงยังไม่มีความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากประเทศในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2554 – 2563) ไทยมีมาตรการปรับปรุงสวนปาล์มให้กับเกษตรกร ทำให้พื้นที่ให้ผลผลิตของไทยลดลง อีกทั้งในช่วงที่ผ่านมาไทยยังประสบปัญหาภัยแล้ง ส่งผลกระทบให้ผลผลิตน้อยลง จึง

ทำให้ในด้านของการส่งออกลดลงตามไปด้วย แต่อย่างไรก็ดี ไทยมีการส่งออกปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่ไปยังตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูง (อินเดีย) ส่งผลให้แนวโน้มการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทยสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 3 องค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Index: RCA) ในการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และอินโดนีเซีย ไปตลาดโลก นั้น พบว่า ค่า RCA ของประเทศอินโดนีเซีย มีค่ามากกว่า 1 มาโดยตลอด ในขณะที่ประเทศไทยมีค่า RCA น้อยกว่า 1 มาโดยตลอด ยกเว้นปี 2556 ที่ประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกปาล์มน้ำมันในตลาดโลก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกปาล์มน้ำมันรายใหญ่ของโลก

ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS) พบว่า อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก อัตราการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมันของโลก และอัตราการขยายตัวการส่งออกปาล์มน้ำมันของโลกไปตลาดอินเดียลดลงร้อยละ 0.02 0.04 และ 0.17 ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในทางบวกให้กับประเทศไทย นั้น ได้แก่ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในทางลบ ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการปรับทิศทางการส่งออก และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในทางบวกให้กับประเทศอินโดนีเซีย นั้นได้แก่ ผลจากการปรับทิศทางการส่งออก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อในทางลบ ได้แก่ ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการแข่งขันที่แท้จริง

ผลการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันโดยใช้เครื่องมือ BCG Matrix (Boston Consulting Group Matrix) พบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดโดยเปรียบเทียบ และอัตราการเจริญเติบโตปาล์มน้ำมันของประเทศไทย และ

อินโดนีเซีย ในตลาดโลก ในช่วงปี 2554 – 2558 ประเทศอินโดนีเซียอยู่ในตำแหน่งสินค้าทำเงิน (Cash Cows) และประเทศไทย มีตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs) เนื่องจากประเทศไทยมีการสนับสนุนกล่าปาล์มน้ำมันพันธุ์ดี และให้ปรับปรุงสวนปาล์มเก่า รวมไปถึงพื้นที่การผลิตหลักของไทยประสบปัญหาภัยแล้งส่งผลให้ต้นปาล์มขาดน้ำ เกษตรกรไม่สามารถใส่ปุ๋ยได้ตามรอบระยะเวลา ทำให้ทะลายปาล์มแห้งผกเสียหาย และยังมีการใช้ปาล์มน้ำมันเพื่อผลิตพลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น และในช่วงปี 2559 – 2563 ประเทศอินโดนีเซีย อยู่ในตำแหน่งสินค้าดาวเด่น (Stars) และประเทศไทย มีตำแหน่งทางการตลาดปาล์มน้ำมันอยู่ในตำแหน่งสินค้าตกต่ำ (Dogs) เนื่องจากมีผลสืบเนื่องมาจากในปี 2557 – 2558 ประเทศไทยประสบปัญหาภัยแล้งอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ต้นปาล์มขาดน้ำ จึงทำให้ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวทะลายปาล์มมีขนาดเล็กและน้ำหนักน้อย อีกทั้งประเทศไทยได้มีการสนับสนุนให้มีการใช้ปาล์มน้ำมันเพื่อผลิตพลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้น (ไบโอดีเซล และนำไปเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตกระแสไฟฟ้า)

จากผลการศึกษาข้างต้น เห็นได้ว่าประเทศไทยยังไม่มีศักยภาพและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกปาล์มน้ำมันไปยังตลาดโลก และตลาดอินเดีย เนื่องจากประเทศไทยมีพื้นที่ ที่เหมาะสมในการเพาะปลูกปาล์มน้ำมันอย่างจำกัด อีกทั้งยังคงมีสัดส่วนความต้องการใช้ภายในประเทศ มากกว่าสัดส่วนการส่งออก จึงควรต้องมีความร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งในด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ รวมไปถึงด้านการพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต ป้องกันปัญหาความไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแข่งขันในการส่งออกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนแบ่งตลาดคงที่ และตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าปาล์มน้ำมัน ของประเทศไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ไปยังตลาดโลกและตลาดอินเดียนั้น เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันของประเทศไทยควรมีมาตรการในการจัดการ ดังนี้

1.1 ด้านการผลิต

- 1) เพิ่มองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรในการบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน อาทิ การใส่ปุ๋ยตามค่าความเหมาะสมของพื้นที่ การเก็บเกี่ยวผลผลิต การตัดแต่งทางใบ และการจัดการสวนหลังเก็บเกี่ยว
- 2) เพิ่มพื้นที่การเพาะปลูกปาล์มน้ำมันในเขตพื้นที่ ที่เหมาะสมแก่การปลูกปาล์มน้ำมัน
- 3) ส่งเสริมการใช้ปาล์มน้ำมันพันธุ์ดี และสนับสนุนต้นกล้าปาล์มน้ำมันพันธุ์ดีให้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

1.2 ด้านการตลาด

- 1) กำหนดเกณฑ์ระดับราคาในการรับซื้อปาล์มน้ำมันที่เป็นธรรมแก่เกษตรกร รวมไปถึงกำหนดการรับซื้อผลปาล์มตามระดับคุณภาพ
- 2) เพิ่มช่องทางการใช้น้ำมันปาล์มและผลผลิต เช่น อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ยา เครื่องสำอาง และการผลิตกระแสไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อสร้างเสถียรภาพทางการตลาดและราคา

1.3 ด้านการส่งออก

- 1) สร้างความร่วมมือกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญในการนำเข้าและส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย ในด้านคุณภาพ และด้านราคาการรับซื้อ
- 2) สนับสนุนการกำหนดนโยบายให้เป็นไปตามกลไกตลาด ที่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ก่อให้เกิดการแข่งขันและการกระจายรายได้ให้ทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารังต่อไปในอนาคตให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ควรศึกษารายสินค้าของปาล์มน้ำมันที่มีการส่งออก เพื่อให้ทราบผลที่ชัดเจนว่ามูลค่าการนำเข้า – ส่งออกปาล์มน้ำมันที่

เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นเป็นผลมาเนื่องจากสินค้าของปาล์มน้ำมันชนิดใด รวมไปถึงควรรักษาปัจจัยที่มีผลกระทบทั้งในด้านของต้นทุนการผลิต และราคาผลผลิต

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2561). *พื้นที่ทำการเกษตรประเทศอินโดนีเซีย*. สืบค้น 1 กรกฎาคม 2564. จาก http://www.plan.doae.go.th/userfiles/Indonesia_Banner.pdf.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). *สรุปข้อมูลสถิติการเกษตรและสหกรณ์ที่สำคัญ*. สืบค้น 20 มิถุนายน 2564. จาก <https://www.opsmoac.go.th/nakhonsithammarat-dwl-files-421191791137>.
- _____. (2564). *ข้อมูลพื้นฐานการเกษตรประเทศอินโดนีเซีย*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2564. จาก http://www.plan.doae.go.th/userfiles/Indonesia_Banner.pdf.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2565). *ข้อมูลทั่วไปประเทศอินโดนีเซีย*. สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2565. จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/141178/141178.pdf.
- กระทรวงพาณิชย์. (2564). *Trade Map*. สืบค้น 2 กรกฎาคม 2564. จาก <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2564). *พื้นที่การเพาะปลูกของประเทศไทย*. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2564. จาก <https://www.opsmoac.go.th/nakhonsithammarat-dwl-files-421191791137>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *การศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจสินค้าเกษตรเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา: สินค้าปาล์มน้ำมัน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- _____. (2563). *มูลค่าการส่งออกปาล์มน้ำมันของประเทศไทย*. สืบค้น 21 มิถุนายน 2564. จาก <http://misapp.oae.go.th/product/%E0%B8%9B%E0%B8%B2%E0%B8%A5%E0%B9%8C%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99>.
- _____. (2564). *พื้นที่เพาะปลูก และปริมาณผลผลิตของไทย*. สืบค้น 21 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.oppori.psu.ac.th/images/sampledData/Data-Statistics/Thailand/Area-Palm.pdf>.
- _____. (2564). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2554-2563*. สืบค้น 25 มิถุนายน 2564. จาก <https://oaezone.oae.go.th/view/22/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B9%88/TH-T>.