การศึกษาเศรษฐกิจสินค้าปาล์มน้ำมันเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา: สาธารณรัฐอินโดนีเซีย และสหพันธรัฐมาเลเซีย

การศึกษาเศรษฐกิจสินค้าปาล์มน้ำมันเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา: สหพันธรัฐมาเลเซีย และสาธารณรัฐอินโดนีเซีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิต การตลาด กฎระเบียบและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าปาล์มน้ำมันและเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และประเมินตำแหน่งทางการตลาดการส่งออกน้ำมันปาล์มของไทยเปรียบเทียบกับสหพันธรัฐมาเลเซีย (มาเลเซีย) และสาธารณรัฐอินโดนีเซีย (อินโดนีเซีย)

ผลการศึกษาสถานการณ์การผลิตนปาล์มน้ำมันของโลก พบว่า ปี 2552/53 - 2556/57 ผลผลิตน้ำมันปาล์มของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.66 ต่อปี โดย ปี 2556/57 มีผลผลิตน้ำมันปาล์ม 59.30 ล้านตัน โดยอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศผู้นำในการผลิต สามารถผลิตน้ำมันปาล์มได้ 31.00 ล้านตัน รองลงมาคือ มาเลเซีย ผลิตได้ 19.90 ล้านตัน ทั้งสองประเทศมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 90.84 ของผลผลิตน้ำมันปาล์มโลก สำหรับไทยผลิตได้เป็นอันดับที่ 3 ของโลกและสามารถผลิตได้ 2.15 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 3.63 ของผลผลิตน้ำมันปาล์มโลก สอดคล้องกับความต้องการใช้น้ำมันปาล์มของโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.32 ต่อปี โดยปี 2556/57 มีความต้องการใช้น้ำมันปาล์ม 56.98 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก 54.49 ล้านตัน ในปี 2555/56 ร้อยละ 4.57 เนื่องจากความต้องการด้านอาหารและด้านพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น โดยในปี 2556/2557 ประเทศผู้ใช้น้ำมันปาล์มที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย 9.79 ล้านตัน รองลงมา คือ อินเดีย 8.35 ล้านตัน จีน 6.38 ล้านตัน และสหภาพยุโรป 6.16 ล้านตัน ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกน้ำมันปาล์มของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับอินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำมันปาล์มรายใหญ่ของโลก และตลาดอาเซียน พบว่า ในช่วง 10 ปี (ปี 2547 - 2556) ทั้งในตลาดโลกและตลาดอาเซียน ไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกน้ำมันปาล์ม เนื่องจากไทยมีการผลิตปาล์มน้ำมันเพื่อใช้ในประเทศเป็นหลัก (ร้อยละ 80) ที่เหลือถึงจะส่งออก นอกจากนั้นต้นทุนการผลิตปาล์มน้ำมันสูงกว่าส่งผลให้การส่งออกน้ำมันปาล์มดิบของไทยไม่สามารถแข่งขันได้

จากการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดน้ำมันปาล์มในตลาดโลก พบว่า ในช่วงปี 2547 - 2551 สินค้าปาล์มน้ำมันของมาเลเซียอยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง (Stars) แสดงให้เห็นว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว ตลาดน้ำมันปาล์มของมาเลเซียมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง และมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงดังกล่าวอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตลำดับที่ 1 ของโลก เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ต่อมาในช่วง ปี 2552 - 2556 สินค้าปาล์มน้ำมันของอินโดนีเซียอยู่ในตำแหน่งสินค้าทำเงิน (Cash Cows) แสดงให้เห็นว่า อินโดนีเซียสามารถผลิตน้ำมันปาล์มได้เกินความต้องการใช้และมีส่วนแบ่งตลาดน้ำมันปาล์มในตลาดโลกสูงสุด แต่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย ต่ำกว่าความต้องการในตลาด ในขณะที่สินค้าปาล์มน้ำมันของไทยทั้ง 2 ช่วงเวลา (ปี 2547 - 2551 และ ปี 2552 - 2556) อยู่ในตำแหน่งสินค้ามีปัญหา (Question Marks) แสดงให้เห็นว่าการส่งออกน้ำมันปาล์มของไทยในตลาดโลกมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ เนื่องจากไทยมีการใช้น้ำมันปาล์มในการผลิตไบโอดีเซลเพื่อใช้ในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 370,776 ตันในปี 2552 เป็น 772,043 ตันในปี 2556

จากการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดน้ำมันปาล์มในตลาดอาเซียน พบว่า ในช่วงปี 2547 - 2556 อินโดนีเซียส่วนแบ่งตลาดน้ำมันปาล์มในตลาดอาเซียนมากที่สุด ทำให้สินค้าปาล์มน้ำมันของอินโดนีเซียในช่วงปี 2547 - 2551 อยู่ในตำแหน่งดาวรุ่ง (Stars) และในช่วงปี 2552 - 2556 อยู่ในตำแหน่งตำแหน่งสินค้าทำเงิน (Cash Cows) เนื่องจากการส่งออกน้ำมันปาล์มของอินโดนีเซียในตลาดอาเซียน ปี 2552 - 2556

มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สินค้าปาล์มน้ำมันของไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2547 - 2556) อยู่ในตำแหน่งสินค้ามีปัญหา (Question Marks) เช่นเดียวกันกับในตลาดโลก เนื่องจาก อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกปาล์มน้ำมันรายใหญ่ทั้งในตลาดโลกและตลาดอาเซียน และมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันสูงมากกว่าร้อยละ 85 ในขณะที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 1.30 เท่านั้น

ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของไทยเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับสินค้าปาล์มน้ำมันควรเน้นในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและอัตราน้ำมันที่สกัดได้ เพื่อให้น้ำมันปาล์มสามารถแข่งขันได้ นอกจากนั้นควรมีการสร้างความร่วมมือกับประเทศผู้ผลิตหลักในอาเซียน ด้านคุณภาพมาตรฐานน้ำมันปาล์มและผลิตภัณฑ์ร่วมกัน (ASEAN Sustainable Palm Oil : ASPO) ตลอดจนผลักดันการผลิตปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มตามมาตรฐานคุณภาพ ASPO หรือมาตรฐาน RSPO เพื่อเพิ่มช่องทางทางการค้านอกภูมิภาค เช่น จีนและสหภาพยุโรป เป็นต้น