

**โครงการจัดทำฐานข้อมูลทุติยภูมิวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล**
The Project of Secondary Data Base of Small and Medium Enterprises (SMEs)
in Food Industry: Sugar , Molasses and Sugar Product

อาจารย์สมพร ปานยงค์*

บทคัดย่อ

โครงการจัดทำฐานข้อมูลนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก สสว. และมหาวิทยาลัยสยาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลการเตือนภัยกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล ประกอบด้วย การผลิตน้ำตาล การผลิตโกโก้ ช็อกโกแลต และขนมชนิดเคลือบน้ำตาลและมีไส้เป็นน้ำตาล ทั้งนี้ในบทความได้นำเสนออย่างย่อและในบางประเด็นวิเคราะห์จากหัวข้อที่สำคัญเพื่อเสนอเตือนภัยแก่ผู้ประกอบการ โดยครอบคลุมในสถานการณ์ปัจจุบันจากฐานข้อมูลทุติยภูมิข้อมูล ช่วงเดือน มีนาคม – สิงหาคม 2551 และข้อมูลสถานการณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

This project of database collection receives financial supports from the Office of Small and Medium Enterprises Promotion and Siam University to prepare and provide warning data for entrepreneurs in Manufacture of sugar, Manufacture of cocoa, chocolate and sugar confectionery. However, this paper tries to present the project, here, in a summary form and selectively analyzes only important topics to provide warning data for the entrepreneurs that are current situation of the business from the database period of March – August 2008 and data of small and medium entrepreneurs' situations.

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

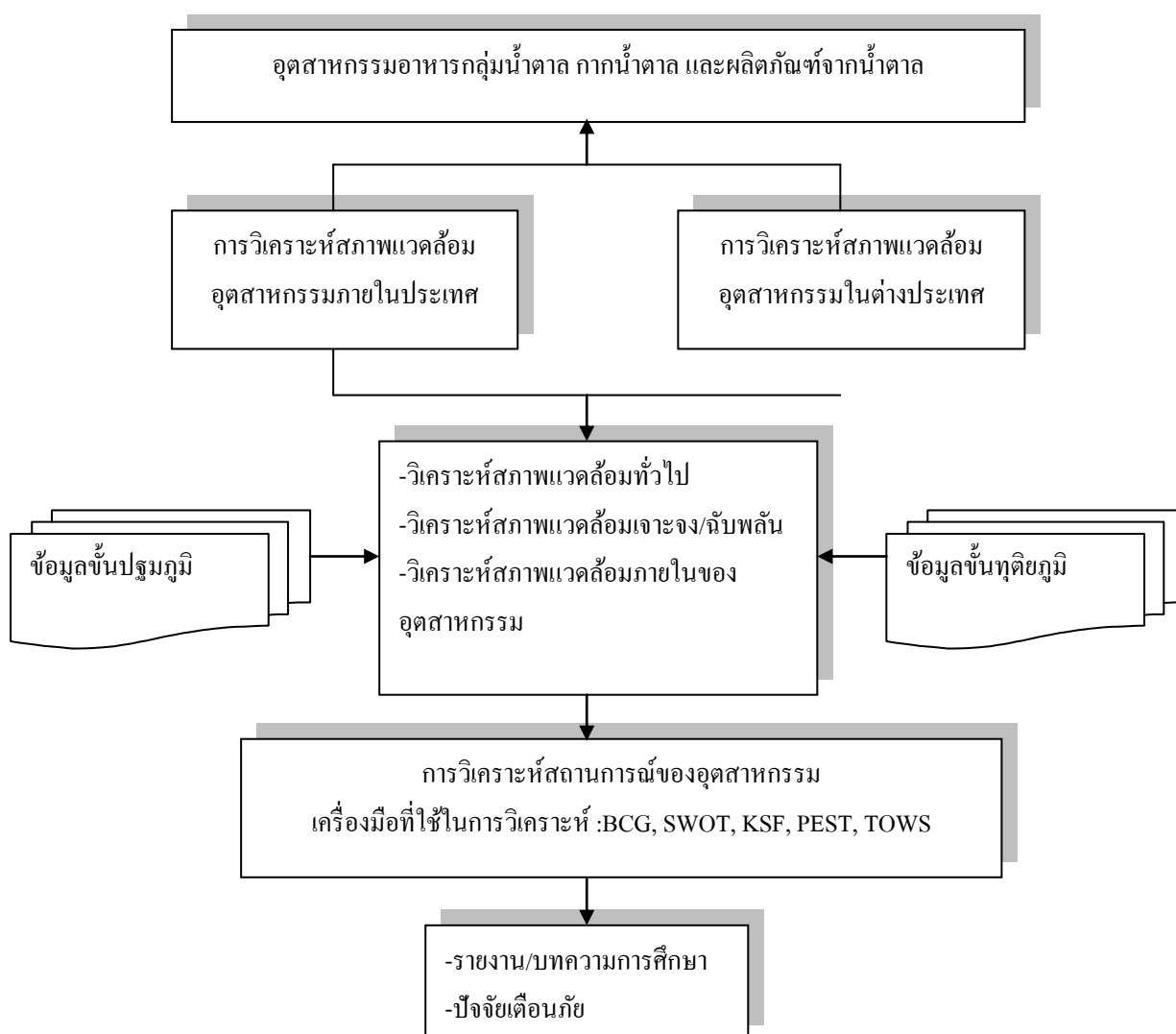
1. เพื่อศึกษาโครงสร้างของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ของอุตสาหกรรม
3. เพื่อศึกษา การจ้างงาน การเงินการลงทุน การตลาด คู่แข่งขัน การบริหารจัดการ และด้านอื่น ๆ ของ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล
4. เพื่อคาดการณ์แนวโน้มและโอกาสของธุรกิจ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

5. เพื่อจัดทำและวิเคราะห์ปัจจัยเตือนภัย (Indicator Warning Sign) ของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล
6. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและปัจจัยเตือนภัยของธุรกิจ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล
7. เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลให้ยั่งยืน

โครงสร้างการศึกษา

การศึกษาอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลนี้มีรูปแบบโครงสร้างการศึกษาดังภาพ

ภาพที่ 1 โครงสร้างของการศึกษาอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป

อุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทั่วไป ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย ที่ส่งผลกระทบโดยตรงกับอุตสาหกรรมน้ำตาล เนื่องจากการดำเนินงานทั้งหมดต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย เช่นในการปรับขึ้นราคาน้ำตาลขึ้นอยู่กับมติของคณะรัฐมนตรี ในส่วนของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ทุกอุตสาหกรรมรวมถึงอุตสาหกรรมน้ำตาลที่กำลังเผชิญกับปัญหาราคาน้ำมัน ที่ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าสูงขึ้น ประกอบกับภาวะเงินเฟ้อของไทยมีแนวโน้มสูงตามราคาสินค้าที่เพิ่ม และค่าเงินบาทที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อรายได้การส่งออกน้ำตาล ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ โดยลดปริมาณการบริโภคน้ำตาลลง เปลี่ยนพฤติกรรมไปรับประทานน้ำตาลเทียมหรือสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล ทำให้ธุรกิจต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ นอกจากนี้ผู้ผลิตน้ำตาลยังต้องแข่งขันกันในด้านเทคโนโลยีการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย การเมือง ข้อบังคับและผลกระทบ

จากปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง การชุมนุมประท้วงรัฐบาล ส่งผลให้ความเชื่อมั่นในเสถียรภาพและความมั่นคงของรัฐบาลลดลง นักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างประเทศไม่มั่นใจที่จะลงทุนขยายกิจการ หรือบริโภคมักเกิดความจำเป็น ทำให้กำลังซื้อทั้งในและต่างประเทศลดลง อีกทั้งการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมน้ำตาลต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย ทำให้อุตสาหกรรมขาดสภาพคล่องในการดำเนินงานด้วยการเข้าแทรกแซงราคาน้ำตาลในประเทศของรัฐบาล จนเป็นเหตุให้ราคาน้ำตาลไม่เป็นไปตามกลไกตลาดที่แท้จริง การกำหนดแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างชาวไร่อ้อยและโรงงานน้ำตาลในอัตรา 70:30 ซึ่งเป็นวิธีการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะชาวไร่อ้อยจะได้ปันส่วนจากการขายน้ำตาลเท่านั้น ทั้งที่ผู้ประกอบการมีรายได้จากการนำเอาผลพลอยได้จากการผลิตน้ำตาลไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นผู้ประกอบการไม่ได้จัดสรรให้กับชาวไร่อ้อย จนทำให้ชาวไร่อ้อยเริ่มเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน รวมถึงการประกันราคาพืชไร่อื่น เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง ที่มีราคาสูงกว่าอ้อย ทำให้ชาวไร่อ้อยเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน ส่งผลให้โรงงานน้ำตาลขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตน้ำตาล แต่ถึงอย่างไรก็ตามนโยบายของรัฐ ได้แก่การกระจายเงินในรูปแบบของโครงการ SML โครงการสินเชื่อฐานราก และโครงการกองทุนหมู่บ้าน ทำให้เกษตรกรมีสภาพคล่อง สามารถนำเงินไปใช้ในการประกอบอาชีพได้มากขึ้น รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ ช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพ ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยทำข้อตกลงเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศและกลุ่มการค้าต่าง ๆ ทั้งในภูมิภาคและนอกภูมิภาค ทำให้ได้รับประโยชน์จากอัตราภาษีศุลกากรการส่งออกที่ลดลง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยจึงสามารถส่งออมน้ำตาลไปยังต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก ตลาดในการบริโภคน้ำตาลที่ใหญ่ที่สุดคือทวีปเอเชีย ประเทศไทยจึงได้เปรียบได้ทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับตลาดมากกว่าผู้ผลิตอื่น ลูกค้านต่างประเทศจึงนิยมนำเข้าน้ำตาลจากประเทศไทยมากกว่าเพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง อย่างไรก็ตาม การจัดตั้งเขตการค้าเสรีนั้นก็ยังส่งผลให้การแข่งขันทางการค้าทวีความรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้หลายประเทศโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐ ญี่ปุ่น และกลุ่มสหภาพยุโรป ยังคงมีการปกป้องและให้การอุดหนุนอุตสาหกรรมน้ำตาลในประเทศ ก่อให้เกิดการบิดเบือนตลาด และส่งผลกระทบต่อประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำตาล จึงจำเป็นที่ไทยและประเทศสมาชิกกลุ่มพันธมิตรเพื่อการปฏิรูปน้ำตาลโลก (Global Sugar Alliance: GSA) ซึ่งมีบราซิล และออสเตรเลียร่วมอยู่ด้วย จะต้องร่วมมือกันในการผลักดันให้ประเทศเหล่านี้ลดการอุดหนุนอุตสาหกรรมน้ำตาลภายในประเทศ เพื่อให้เป็นไปตามข้อผูกพัน WTO ต่อไป

การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจและผลกระทบ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาปัจจัยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ภาคการคลัง ดุลการค้า อัตราเงินเฟ้อ ภาวะการเงิน อัตราแลกเปลี่ยน และดัชนีค่าเงินฝาก พบว่าส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำตาล เช่นจากอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นมากในปัจจุบัน กระตุ้นให้คนไทยต้องระมัดระวังการใช้จ่ายเงินมากขึ้น เพราะต้องแบกรับภาระราคาสินค้าที่มีราคาสูงขึ้นมาก ดังนั้นจึงชะลอหรืองดบริโภคสินค้าบางอย่างที่ไม่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากนัก เช่น น้ำอัดลม ขนม ชอคโกแลต และหมากฝรั่ง ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมาก ทำให้กลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำตาลต้องมีการปรับตัว พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้ ด้านปัจจัยค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นนั้นทำให้รายได้จากการส่งออกน้ำตาลไปต่างประเทศลดลง ด้านอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ชาวไร่อ้อยซึ่งเดิมมีปัญหาด้านหนี้สินและดอกเบี้ยที่ต้องชำระเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ต้องแบกรับภาระหนี้เพิ่มขึ้นอีก เป็นเหตุให้ชาวไร่อ้อยเปลี่ยนอาชีพไปประกอบอาชีพอื่นแทนหรือปลูกพืชชนิดอื่น ซึ่งส่งผลต่อปริมาณผลผลิตอ้อยที่จะลดน้อยลง จนโรงงานน้ำตาลไม่มีวัตถุดิบเพียงพอในการผลิต

ผลกระทบจากสถานการณ์น้ำตาลโลกต่ออุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล พบว่าจากการที่ราคาน้ำตาลทรายดิบตลาดนิวยอร์ก เคลื่อนไหวลดลงค่อนข้างมาก ตามแรงขายของกลุ่มกองทุนและนักเก็งกำไรต่าง ๆ เนื่องจากเงินเหรียญสหรัฐที่แข็งค่าขึ้น และราคาสินค้าโภคภัณฑ์อื่น ๆ ปรับตัวลดต่ำลง หากปัจจัยต่าง ๆ ยังไม่

เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คาดว่าราคาน้ำตาลจะยังคงเคลื่อนไหวขึ้นลงตามแรงซื้อและขายจากกลุ่มกองทุนและนักเก็งกำไร อย่างไรก็ตามมีนักวิเคราะห์คาดการณ์ว่าราคาน้ำตาลจะเพิ่มสูงขึ้น 10.7% ในอีก 10 ปีข้างหน้า เนื่องจากบราซิลจะลดการผลิตน้ำตาลและสหภาพยุโรปจะลด การส่งออก โดยบราซิลจะผลิตเอทานอลจากอ้อยเพิ่มขึ้นทุกปี

การวิเคราะห์ด้านสังคมและผลกระทบ

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีผลต่อวิถีการดำเนินชีวิต รวมทั้งการบริโภคของคนไทยด้วย จากเดิมที่ภายในครอบครัวจะมีการปรุงอาหารและรับประทานอาหารร่วมกันในบ้าน ปัจจุบันมีอาหารที่รับประทานในบ้านเริ่มลดลง จากเดิม 2 มื้อ เช้า และเย็น เหลือ 1 มื้อ เช้าหรือเย็น การเปลี่ยนจากการรับประทานในบ้านเป็นการรับประทานนอกบ้านมีโอกาที่จะรับน้ำตาลมากขึ้น การรับประทานแบบซื้อกิน มักจะตามด้วยน้ำอัดลม ขนมหวาน ขนมคบเคี้ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมที่มีน้ำตาลเป็นองค์ประกอบใหญ่ นอกจากนี้ การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป ประกอบกับการนำเข้าอาหารฟาสต์ฟู้ด และน้ำอัดลมหลายชนิด ทำให้คนไทยเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคน้ำตาลในทางตรง คือ การปรุงอาหาร ทำขนม ชงกาแฟ ที่สามารถควบคุมปริมาณน้ำตาลได้ มาเป็นการบริโภคทางอ้อมมากขึ้น (น้ำอัดลม กาแฟสำเร็จรูป ขนมและเครื่องดื่มจากโรงงานอุตสาหกรรม) ซึ่งไม่สามารถควบคุมปริมาณน้ำตาลได้ การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้เพิ่มโอกาสในการบริโภคน้ำตาลมากขึ้น

แม้ปัจจุบันคนไทยจะหันมาใส่ใจสุขภาพ โดยที่ผ่านมามีกระแสของการดูแลสุขภาพและความงาม ดูเหมือนจะเป็นกระแสที่เกาะติดกับคนไทยในยุคนี้อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ออกมามองจำหน่ายจะเน้นไปที่เรื่องสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์ไขมันต่ำ sugar free แต่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่ได้ช่วยให้การบริโภคอาหารของคนไทยถูกหลักโภชนาการมากขึ้น เพียงแต่ช่วยลดพลังงานส่วนเกินที่ได้จากการบริโภคน้ำตาล เท่านั้น

การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยีและผลกระทบ

อุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาลเป็นอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการผลิตค่อนข้างซับซ้อน หลายขั้นตอน ปัจจุบันผู้ผลิตน้ำตาลในประเทศต่างพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตน้ำตาลให้ทันสมัยเท่าเทียมกับต่างประเทศ เช่น เริ่มตั้งแต่การพัฒนาโลจิสติกส์ มีการนำระบบภูมิสารสนเทศ (จีไอเอส) เพื่อบริหารจัดการไร่อ้อยตั้งแต่พื้นที่ปลูก การบำรุงรักษาเก็บเกี่ยว ขนส่ง ซึ่งจะลดต้นทุนการเก็บเกี่ยวและขนส่งลง 10% การนำอ้อยเข้าสู่โรงงาน มีการนำระบบการจัดระบบคิว คือการแจ้งคิวผ่านระบบ SMS ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาการติดคิวหน้าโรงงาน ด้านเทคโนโลยีในการบรรจุภัณฑ์ ห้องบรรจุน้ำตาลได้มาตรฐาน GMP & HACCP มีเครื่องจักรและระบบการบรรจุน้ำตาลที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ควบคุมการลำเลียงและการปิด-เปิดน้ำตาล

เพื่อกำหนดประเภทการบรรจุควบคุมด้วยระบบอัตโนมัติ PLC Control ดังนั้น ผลกระทบจากเทคโนโลยีที่มีต่ออุตสาหกรรมกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล พบว่า เทคโนโลยีการผลิตน้ำตาลภายในประเทศ มีความเจริญก้าวหน้ามาก แต่ส่วนใหญ่เป็นเทคโนโลยีที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการน้อยรายที่จะวิจัยและสร้างเครื่องจักรขึ้นมาใช้เอง แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการต่างก็พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตน้ำตาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการผลิตน้ำตาลให้มากที่สุด เพื่อลดต้นทุนในการผลิต และสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับคู่แข่งได้

การวิเคราะห์ทางการตลาดและ BCG (ตำแหน่งของอุตสาหกรรม)

การวิเคราะห์ทางการตลาด

1) การนำเข้า

มูลค่าการนำเข้าน้ำตาล กากน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากน้ำตาล มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2549 เท่ากับ 2,021.113 ล้านบาท เป็น 2,646.387 ล้านบาท ในปี 2550 และมีการนำเข้าน้ำตาลและน้ำเชื่อมอื่น ๆ มากที่สุด เท่ากับ 1,648.492 ล้านบาท รองลงมาคือ ขนมหันมาจากน้ำตาลที่ไม่มีโกโก้ผสม และกากน้ำตาล เท่ากับ 934.481 ล้านบาท รองลงมา คือ 61.176 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีการนำเข้าน้ำตาลดิบน้อยที่สุด เนื่องจากปริมาณน้ำตาลในประเทศเพียงพอต่อการบริโภค และในส่วนของ การนำเข้ากากน้ำตาลที่มีปริมาณสูง เนื่องจากต้องนำมาป้อนโรงงานเพื่อใช้ในการผลิตเอทานอล เพราะมีปริมาณความต้องการใช้ เอทานอลเพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2549-2550

มูลค่า : 1,000บาท ปริมาณ : เมตริกตัน

รายการสินค้า	ปี 2549		ปี 2550		Commodity
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
น้ำตาลและผลิตภัณฑ์		2,021,113		2,646,387	SUGAR AND PRODUCTS
กากน้ำตาล	63	6,345	5,677	61,176	Molasses
ขนมหันมาจากน้ำตาลที่ไม่มีโกโก้ผสม	7,889	873,600	8,023	934,841	Sugar confectionery, not containing cocoa
น้ำตาลดิบ	12,356	127,723	2	87	Raw sugar
น้ำตาลฟอกบริสุทธิ์	2,414	34,091	71	1,791	Refined sugar
น้ำตาลและน้ำเชื่อมอื่น	30,242	979,354	37,614	1,648,492	Other sugar

ที่มา:กรมศุลกากร,มกราคม 2551

ในการนำเข้าน้ำตาลและน้ำเชื่อมรายเดือน พบว่า มีการนำเข้าน้ำตาลและน้ำเชื่อมเพิ่มขึ้นจากปี 2549 มูลค่า 979.35 ล้านบาท เป็น 2,646.37 ล้านบาท ในปี 2550 เพิ่มขึ้นร้อยละ 170.22 ส่วนใหญ่นำเข้าเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตอาหาร และ เครื่องดื่ม นอกจากนี้ในปี 2550 ได้รับอานิสงส์จากค่าเงินบาทที่แข็งตัว ทำให้ต้นทุนในการนำเข้าน้ำตาลหรือน้ำเชื่อมมีราคาต่ำลง เป็นเหตุให้ปริมาณการนำเข้าน้ำตาลและน้ำเชื่อมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) การส่งออก

สถานการณ์การส่งออก

ปริมาณการส่งออกน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 มูลค่าการส่งออกเท่ากับ 31,727.551 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าปี 2549 ที่มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 20,540.446 ล้านบาท โดยมีการส่งออกน้ำตาลทรายมากที่สุดเท่ากับ 21,807.257 ล้านบาท รองลงมาเป็นน้ำตาลและน้ำเชื่อมอื่น ๆ และขนมที่ทำจากน้ำตาลที่ไม่มีโกโก้ผสม เท่ากับ 4,599.647 ล้านบาท และ 2,805.883 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2549-2550

ปริมาณ : เมตริกตัน มูลค่า : 1,000บาท

รายการสินค้า	ปี 2549		ปี 2550		Commodity
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	
น้ำตาลและผลิตภัณฑ์		20,540,446		31,727,551	SUGAR AND PRODUCTS
กากน้ำตาลดิบ	502,095	1,591,577	549,338	1,257,382	Molasses
ขนมที่ทำจากน้ำตาลที่ไม่มีโกโก้ผสม	33,993	2,867,062	32,765	2,805,883	Sugar confectionery, not containing cocoa
น้ำตาลดิบ	502,095	1,591,577	549,338	1,257,382	Raw sugar
น้ำตาลทราย	1,002,508	13,682,105	2,026,081	21,807,257	Refined sugar
น้ำตาลและน้ำเชื่อมอื่น ๆ	48,575	808,124	348,801	4,599,647	Other sugar

ที่มา: กรมศุลกากร, มกราคม 2551

มูลค่าการส่งออกน้ำตาลทรายดิบ และน้ำตาลทราย ในปี 2550 มีมูลค่าการส่งออกมากกว่าปี 2549 เมื่อพิจารณาจำแนกชนิด พบว่า มูลค่าการส่งออกน้ำตาลดิบมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ร้อยละ 26.25 และ มูลค่าการส่งออกน้ำตาลทราย เพิ่มขึ้น ร้อยละ 59.39 โดยน้ำตาลทราย

ดิบมีปริมาณการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 2.09 ล้านดอลลาร์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2549 เท่ากับ 0.82 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 64.61 ในส่วนของน้ำตาลทรายมีปริมาณการส่งออกในปี 2550 มีมูลค่า 2.02 ล้านดอลลาร์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2549 เท่ากับ 1.02 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 102.10

เมื่อพิจารณาประเทศปลายทางในการส่งน้ำตาล พบว่ามูลค่าการส่งออกน้ำตาลไปยังประเทศปลายทางเดือนมกราคม ถึง ธันวาคม 2550 โดยส่งไปยังประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชียมากที่สุดคิดเป็นมูลค่า 42,591.29 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมาเป็นทวีปแอฟริกา และยุโรป คิดเป็นมูลค่า 1,234.56 ล้านบาท และ 362.66 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.77 และ 0.81 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า ไทยส่งออกน้ำตาลไปยังประเทศอินโดนีเซียมากที่สุด มูลค่า 12,983.35 ล้านบาท รองลงมาคือ ญี่ปุ่น และอิรัก มูลค่า 4,563.62 ล้านบาท และ 2,912.48 ล้านบาท ตามลำดับ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศปลายทางจำแนกตามทวีป มกราคม-ธันวาคม 2550

ทวีป	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
เอเชีย	42,591.29	95.65
แอฟริกา	1,234.56	2.77
โอเชียเนีย	87.06	0.20
อเมริกา	251.70	0.57
ยุโรป	362.66	0.81
รวม	44,527.27	100

ที่มา: กองพัฒนาผลิตภัณฑ์สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, กุมภาพันธ์ 2551

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศปลายทางสูงสุด 10 อันดับ

ลำดับ	ประเทศปลายทาง	มูลค่า (ล้านบาท)
1	อินโดนีเซีย	12,983.35
2	ญี่ปุ่น	4,563.62
3	อิรัก	2,912.48
4	เยเมน	2,656.10
5	อิหร่าน	2,604.81
6	สิงคโปร์	2,237.06
7	กัมพูชา	2,093.53
8	มาเลเซีย	1,856.58
9	จีน	1,846.69
10	ไต้หวัน	1,475.29

ที่มา: กองพัฒนาผลิตภัณฑ์สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, กุมภาพันธ์ 2551

สำหรับการจำหน่ายน้ำตาลในประเทศนั้น อุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล มีกลุ่มผู้บริโภคน้ำตาลสำหรับในประเทศ มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม ผู้บริโภคโดยตรง และกลุ่มผู้บริโภคโดยอ้อม (โรงงานอุตสาหกรรม) การจำหน่ายน้ำตาลทราย ภายในประเทศจะทำผ่านฝ่ายบริหารการจำหน่ายศูนย์บริหารการผลิตฯ สำนักงานคณะกรรมการ อ้อยและน้ำตาลทราย มีรายละเอียดดังนี้

1. จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ร้อยละ 65.11 ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง (ยี่ปั้ว)

2. จำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยอ้อม (อุตสาหกรรม) ร้อยละ 34.89 เป็นการจำหน่าย ให้กับอุตสาหกรรมที่ซื้อน้ำตาลเป็นวัตถุดิบ ในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และผลิต สินค้าเพื่อการส่งออก เมื่อสิ้นสุดไตรมาสที่ 4 ปี 2550 มีอุตสาหกรรมที่ได้ขึ้นทะเบียนมาแล้วติดต่อ ซื้อจำนวน 301 ราย

ตารางที่ 5 กลุ่มผู้ซื้อน้ำตาลทางอ้อม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน/ราย
เครื่องดื่ม	46
ขนมปัง (รวมสุราและเบียร์)	20
อาหาร(รวมอาหารกระป๋องและน้ำปลา)	167
ผลิตภัณฑ์นม	25
ลูกกวาด	12
ยาและอื่นๆ	31
รวมทั้งสิ้น	301

ที่มา: ฝ่ายวิชาการและแผนงาน ศูนย์บริหารการผลิต สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, มกราคม 2551

ตารางที่ 6 ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายให้กับผู้บริโภคโดยตรงและผู้บริโภคโดยอ้อม

หน่วย : กระสอบ (100 กก.)

ปีจำหน่าย	ปริมาณจำหน่าย			สัดส่วนปริมาณการ จำหน่าย
	ผู้บริโภค โดยตรง	ผู้บริโภค โดยอ้อม	รวม	ผู้บริโภคโดยตรง ต่อ ผู้บริโภคโดยอ้อม
2549	12,097,845.67	8,576,284.81	20,674,130.48	58.52:41.48
2550	12,423,605.12	7,650,329.32	20,073,934.44	61.89:38.11
เพิ่มขึ้น (ลดลง) %	2.69	-10.80	-2.90	

ที่มา: ฝ่ายวิชาการและแผนงาน ศูนย์บริหารการผลิต สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, มกราคม 2551

ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายให้กับผู้บริโภครวม พบว่า มีการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรงเป็นสัดส่วนที่มากกว่าผู้บริโภครวม โดยอ้อม ในปี 2550 ผู้บริโภคโดยตรงมีการซื้อน้ำตาลทรายเท่ากับ 12,423,605.12 กระสอบ ซึ่งมากกว่า ปี 2549 เท่ากับ 12,097,845.67 กระสอบ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 2.69 ในส่วนของผู้บริโภครวม โดยอ้อม มีการซื้อน้ำตาลทรายเท่ากับ 7,650,329.32 กระสอบ ซึ่งต่ำกว่า ปี 2549 เท่ากับ 8,576,284.81 กระสอบ ลดลง ร้อยละ 10.80

ตารางที่ 7 ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ

หน่วย : กระสอบ (100 กก.)

	ปริมาณจำหน่าย			สัดส่วนปริมาณการจำหน่าย
ปีจำหน่าย	ขาวธรรมดา	ขาวบริสุทธิ์	รวม	ขาวธรรมดา ต่อ ขาวบริสุทธิ์
2549	12,822,573.46	7,851,557.03	20,674,130.49	62.02 : 37.98
2550	14,317,524.26	5,756,410.18	20,073,934.44	71.32 : 28.68
เพิ่มขึ้น (ลดลง) %	11.66	-26.68	-2.90	

ที่มา: ฝ่ายวิชาการและแผนงาน ศูนย์บริหารการผลิต สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, มกราคม 2551

สัดส่วนปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวธรรมดา และน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ พบว่า ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลปี 2550 ลดลงจากปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 2.90 ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวธรรมดาคือสัดส่วนที่มากกว่าน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ เมื่อพิจารณาปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายขาวธรรมดาพบว่า ในปี 2550 มีปริมาณการจำหน่าย เท่ากับ 14,317,524.26 กระสอบ ซึ่งมากกว่าปี 2549 เท่ากับ 12,822,573.46 กระสอบ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 11.66 และปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลขาวบริสุทธิ์ ปี 2550 เท่ากับ 5,756,410.18 กระสอบ ลดลงจากปี 2549 เท่ากับ 7,851,557.03 กระสอบ ลดลงร้อยละ 26.68

อุตสาหกรรมที่มีปริมาณการซื้อมากที่สุด คืออุตสาหกรรมเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 45.49 รองลงมาได้แก่อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและน้ำปลา ร้อยละ 27.42 และผลิตภัณฑ์นม ร้อยละ 18.96 ตามลำดับ ส่วนอุตสาหกรรมที่มีปริมาณการซื้อน้อยที่สุดคืออุตสาหกรรมยาและอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.10

ตารางที่ 8 ปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลทรายให้กับผู้บริโภครายย่อย แยกตามประเภทอุตสาหกรรม ปี 2550

หน่วย : กระสอบ (100 กก.)

ปริมาณจำหน่ายให้กับผู้บริโภครายย่อย							
	เครื่องดื่ม	ขนมปัง (รวมสุรา และเบียร์)	อาหาร(รวม อาหาร กระป๋องและ น้ำปลา)	ผลิตภัณฑ์ นม	ลูกกวาด	ยาและ อื่นๆ	รวม
รวม	3,480,186.37	228,178.20	2,097,497.09	1,450,150.16	233,792.00	160,525.50	7,650,329.32
ร้อยละ	45.49	2.98	27.42	18.96	3.06	2.10	100.00
กรรมกร	1,349,819.50	126,948.20	1,294,997.18	1,169,047.56	156,192.00	5,680.00	4,102,684.44
บริษัท	2,130,366.87	101,230.00	802,499.91	281,102.60	77,600.00	154,845.50	3,547,644.88

ที่มา: ฝ่ายวิชาการและแผนงาน ศูนย์บริหารการผลิต สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาล, มกราคม 2551

การวิเคราะห์ BCG (ตำแหน่งของอุตสาหกรรม)

เมื่อพิจารณาด้านตำแหน่งของอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs) เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นพบว่า ประมาณการปี 2551 อยู่ในตำแหน่งตกต่ำ ซึ่งในปี 2550 อยู่ในตำแหน่งระมัดระวัง และมีส่วนแบ่งเปรียบเทียบเท่ากับ 0.010 เท่า ต่ำกว่าส่วนแบ่งเฉลี่ยที่อยู่ระดับ 0.022 เท่า และมีอัตราการเติบโตเท่ากับ 54.24% สูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของอุตสาหกรรมไทยที่อยู่ระดับ 6.24% สำหรับปี 2551 คาดว่าอุตสาหกรรมจะมีส่วนแบ่งเปรียบเทียบเท่ากับ 0.009 เท่า ซึ่งต่ำกว่าส่วนแบ่งเฉลี่ยของอุตสาหกรรมไทยที่อยู่ระดับ 0.022 เท่า ในขณะที่คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเท่ากับ 2.62 % ต่ำกว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมไทย ที่อยู่ระดับ 11.66% และเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ พบว่า อยู่ในตำแหน่งตกต่ำเช่นเดียวกัน สาเหตุที่มูลค่าการเติบโตมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นทั้งในกลุ่มทวีปอเมริกา ยุโรป และเอเชีย โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มเอเชียซึ่งเป็นผู้นำเข้าน้ำตาลรายใหญ่ที่สุดของไทย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา โรงงานน้ำตาลส่งออกน้ำตาลไปยังกัมพูชา เพื่อส่งต่อไปยังประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งจะได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า ดังนั้นเมื่อกลุ่มประเทศที่เป็นผู้นำเข้าหลักต่างชะลอการลงทุน การบริโภคทุกด้าน จึงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมที่ใช้น้ำตาลเป็นวัตถุดิบ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และยา ที่จะลดปริมาณการสั่งซื้อน้ำตาลจากไทยเช่นกัน ผู้ประกอบการ SMEs ของไทย ควรใช้กลยุทธ์คงที่ (Stability Strategy) เพื่อรักษาอุตสาหกรรมให้อยู่รอด และควรพัฒนาศักยภาพในการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่นการนำกากอ้อยมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต

กระแสไฟฟ้าหมุนเวียนใช้ในโรงงานจะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ หรือการนำผลพลอยได้ชนิดอื่นจากการผลิตน้ำตาลนำไปแปรรูปเพื่อสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมน้ำตาลอีกทางหนึ่ง

การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบมูลค่าด้านรายได้ ด้านกำไรสุทธิ ทรัพย์สิน หนี้สินรวม และ มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (EVA) ปี 2548-2551 p อุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

: หน่วยล้านบาท

มูลค่าทาง การตลาด	ปี							
	2548		2549		2550		2551p	
	Total (ร้อยละ)	SMEs (ร้อยละ)	Total (ร้อยละ)	SMEs (ร้อยละ)	Total (ร้อยละ)	SMEs (ร้อยละ)	Total (ร้อยละ)	SMEs (ร้อยละ)
ด้านรายได้	71,443.85 (100)	39,024.95 (54.62)	69,514.94 (100)	38,586.22 (55.51)	88,002.11 (100)	56,874.38 (64.63)	85,241.94 (100)	56,148.39 (65.87)
ด้านกำไรสุทธิ	7,090.80 (100)	2,535.27 (35.75)	4,960.70 (100)	1,783.09 (35.94)	5,993.10 (100)	3,348.23 (55.87)	3,055.08 (100)	1,765.99 (57.81)
ด้านทรัพย์สิน	129,852.81 (100)	21,851.62 (16.83)	170,035.35 (100)	29,106.33 (17.12)	152,257.35 (100)	27,156.39 (17.83)	146,659.47 (100)	26,555.83 (18.11)
ด้านหนี้สินรวม	86,168.85 (100)	17,672.90 (20.51)	116,811.13 (100)	24,009.91 (20.55)	104,508.90 (100)	21,461.30 (20.54)	104,563.35 (100)	21,488.07 (20.55)
ด้านมูลค่าเพิ่ม ทางเศรษฐกิจ (EVA)	7,984.93 (100)	2,903.77 (36.37)	6,270.54 (100)	2,320.25 (36.99)	7,372.62 (100)	3,874.54 (52.55)	4,486.03 (100)	2,334.66 (52.04)

ที่มา: รายงานสถานการณ์และการเตือนภัยล่วงหน้า SMEs รายสาขา (SAW)

โครงการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2551

มูลค่าทางการตลาด : ด้านรายได้

ด้านมูลค่ารายได้รวมของอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลพบว่าในปี 2550 รายได้ของ SMEs มีมูลค่า 56,874.38 ล้านบาท โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 47.40% เช่นเดียวกับรายได้รวมของอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นประมาณ 26.59% หรือคิดเป็นมูลค่า 88,002.11 ล้านบาท แต่ในปี 2551 คาดว่ามูลค่ารายได้ของทั้ง SMEs และภาพรวมจะมีแนวโน้มปรับตัวลดลงเล็กน้อย ประมาณ 1.28% และ 3.14% ตามลำดับ

มูลค่าทางการตลาด : ด้านกำไรสุทธิ

ด้านกำไรสุทธิของอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล ในปี 2550 พบว่ากำไรสุทธิของภาพรวมอุตสาหกรรมมีมูลค่า 5,993.10 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นกำไรของ SMEs ประมาณ 3,348.23 ล้านบาท โดยเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 87.78 % ส่วนในปี 2551 คาดว่ากำไรสุทธิของ SMEs จะมีมูลค่าลดลงเหลือประมาณ 1,765.99 ล้านบาท โดยมีแนวโน้มจะปรับตัวลดลงทั้งของ SMEs และภาพรวมอุตสาหกรรมในอัตราที่ใกล้เคียงกันคือประมาณ 47.26% และ 49.02% ตามลำดับ

ด้านทรัพย์สิน

ด้านมูลค่าสินทรัพย์ของอุตสาหกรรมน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล พบว่าในปี 2550 สินทรัพย์ของ SMEs มีมูลค่า 27,156.39 ล้านบาท โดยปรับตัวลดลงประมาณ 6.69% เช่นเดียวกับสินทรัพย์รวมของอุตสาหกรรมที่ปรับตัวลดลงประมาณ 10.45% โดยมีมูลค่า 152,257.35 ล้านบาท และในปี 2551 คาดว่ามูลค่าสินทรัพย์ของทั้ง SMEs และภาพรวมอุตสาหกรรมจะมีแนวโน้มปรับตัวลดลงต่อเนื่อง อีกประมาณ 2.21% และ 3.68% ตามลำดับ

ด้านหนี้สิน

ด้านมูลค่าหนี้สินรวมของอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล พบว่าในปี 2550 หนี้สินรวมทั้งอุตสาหกรรมมีมูลค่า 104,508.99 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นหนี้สินของ SMEs มูลค่า 21,461.30 ล้านบาท โดยปรับตัวลดลงประมาณ 10.61% แต่สำหรับในปี 2551 คาดว่าหนี้สินรวมของทั้ง SMEs และภาพรวมอุตสาหกรรม จะมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณ 0.12% และ 0.05% ตามลำดับ

มูลค่าทางการตลาด : ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ในด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล พบว่า ในปี 2550 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ SMEs มีมูลค่าประมาณ 3,874.54 ล้านบาท โดยมีแนวโน้มการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 66.99 % แต่สำหรับในปี 2551 คาดว่ามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งของ SMEs และภาพรวมจะมีแนวโน้มปรับตัวลดลงประมาณ 39.74% และ 39.16 % ตามลำดับ

การวิเคราะห์แนวโน้มและปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม

1. นโยบายและมาตรการของภาครัฐ เนื่องจากปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ 3 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผ่านสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย มีหน้าที่กำหนดราคารับซื้ออ้อยและน้ำตาล การก่อสร้างโรงงาน เพิ่มปริมาณการผลิต การย้ายฐานการผลิต ซึ่งต้องได้รับอนุญาตจากภาครัฐก่อน จึงจะดำเนินการได้ ดังนั้น หากปรับเปลี่ยนระบบอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายให้เปิดเสรีเต็มรูปแบบ ปล่อยให้เป็นไปตามกลไกตลาด ลดการคุ้มครองและควบคุมโดยรัฐ เพื่อให้อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลพัฒนา และเพิ่มศักยภาพให้อยู่ในระดับที่พึ่งพาตนเองได้ และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เปลี่ยนบทบาทของภาครัฐจากการควบคุมเป็นการกำกับดูแล จะช่วยให้อุตสาหกรรมน้ำตาลมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น

2. อัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลทราย กำหนดอัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลทรายในระดับที่เหมาะสมตามพันธกรณีที่ทำไว้กับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยทยอยปรับลดอัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลทราย เพื่อให้อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายของไทยมีการพัฒนาศักยภาพของตัวเองให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น

3. การวิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อย ปัจจุบันอ้อยของไทยให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าคู่แข่ง และคุณภาพของน้ำตาลที่มีค่าความหวานต่ำกว่าคู่แข่ง ดังนั้นหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนต้องเร่งพัฒนาพันธุ์อ้อย เพื่อให้มีคุณภาพทั้งในด้านปริมาณการเก็บเกี่ยวและค่าความหวานในอ้อย

4. การนำระบบโลจิสติกส์เข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมน้ำตาล โดยเริ่มต้นเมื่อผลิตน้ำตาลเสร็จแล้ว เข้าสู่กระบวนการจัดเก็บการขนย้าย การส่งมอบให้กับผู้บริโภคนในประเทศ และการส่งออก โดยศึกษาโครงสร้างต้นทุนและระยะเวลาที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งมอบในแต่ละขั้นตอน

5. การพัฒนาระบบชลประทาน เนื่องจากอ้อยเป็นพืชที่ต้องใช้น้ำในการเพาะปลูก ดังนั้นต้องมีการวางแผนการใช้น้ำให้เหมาะสม

6. เทคโนโลยีในการปลูกอ้อย มีการนำระบบ GPS มาใช้ในการวางแผนพื้นที่เพาะปลูกอ้อย ลดปัญหาการอ้างสิทธิความเป็นเจ้าของไร่อ้อย และยังใช้สำหรับการวางแผนการจัดหาอ้อย

7. พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตน้ำตาล เพื่อให้กระบวนการผลิตเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยวางแผนการผลิตเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) และต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุด

8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตน้ำตาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมตลาดทุกประเภทตั้งแต่กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม กลุ่มค้าส่ง รวมถึงกลุ่มค้าปลีกที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว

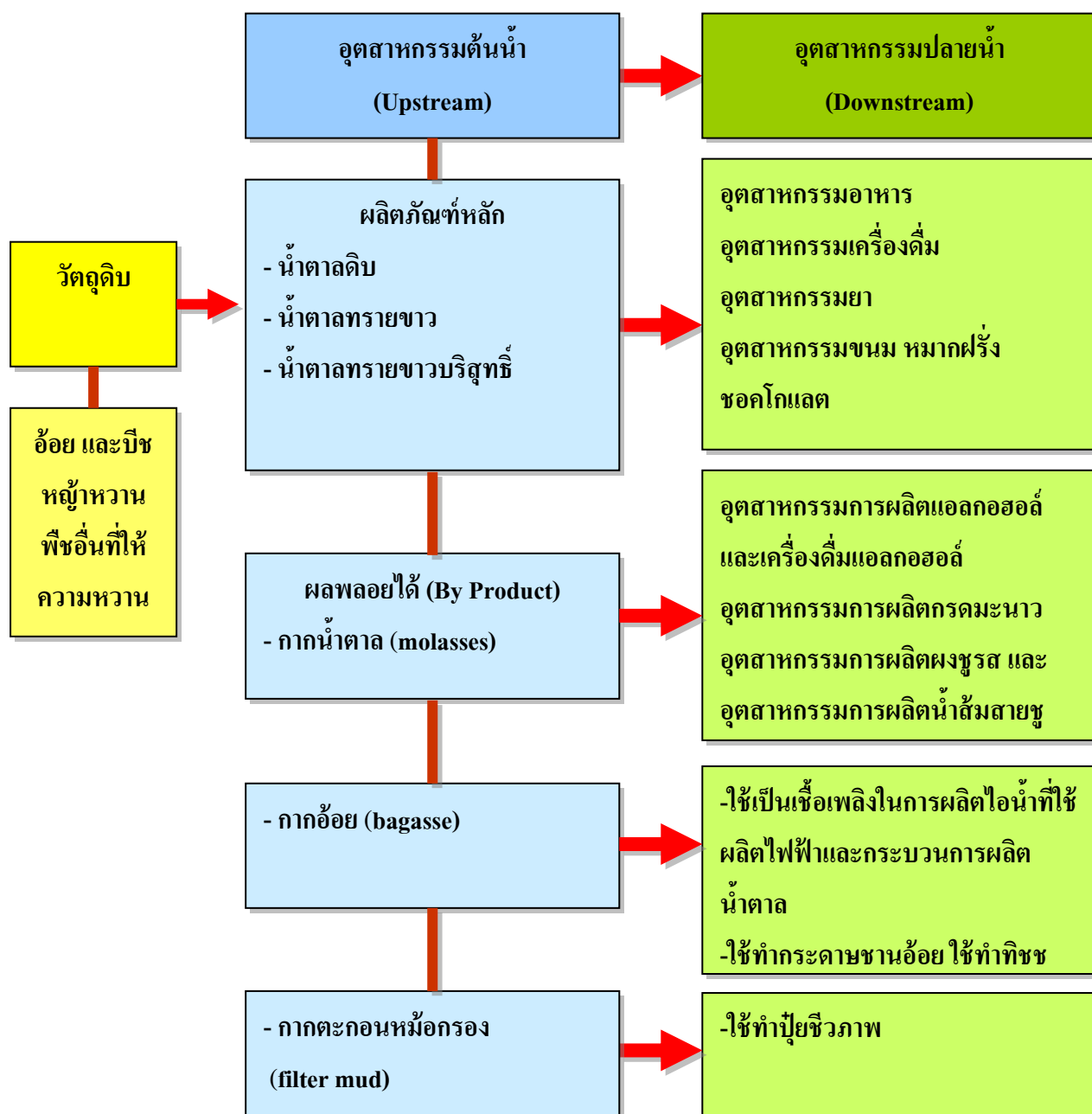
9. พัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อให้ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากการผลิตน้ำตาลจะมีผลพลอยได้จากกระบวนการผลิตที่สามารถนำไปต่อยอดในอุตสาหกรรมอื่นได้

10. จากภาวะโลกร้อนที่ทุกประเทศกำลังรณรงค์แก้ปัญหาโลกร้อน ประเทศไทยในฐานะประเทศกำลังพัฒนาเป็นสมาชิกพิธีสารโตเกียวภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNITED NATIONS FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE: UNFCCC) ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ต้องการลดภาวะเรือนกระจกภายใต้โครงการ (CLEAN DEVELOPMENT MECHANISM: CDM) ที่เปิดโอกาสให้ประเทศที่พัฒนาแล้วเข้ามาลดหรือแลกเปลี่ยนก๊าซเรือนกระจกในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อนำปริมาณก๊าซที่ลดได้ไปใช้เป็นเครดิต เพื่อจะไม่ต้องไปดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจกในประเทศของตนเอง โดยโรงงานน้ำตาล 46 แห่งของประเทศไทยล้วนแต่มีโรงงานไฟฟ้าเป็นของตนเองเพื่อลดต้นทุน ดังนั้นจำนวนคาร์บอนเครดิตที่ได้จากโรงงานไฟฟ้า จึงเป็นผลพลอยได้ที่กลุ่มโรงงานน้ำตาลนำมาใช้เพิ่มมูลค่า

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล นับเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากผลผลิตภายในประเทศทั้งหมด ในขณะที่ต้องใช้ปริมาณเงินลงทุนรวมทั้งอุตสาหกรรมสูงกว่า 100,000 ล้านบาท นอกจากนี้อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลยังถือเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่จะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมกลั่นน้ำตาล และอุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม การผลิตแอลกอฮอล์ ไม้อัด กระดาษ ปุ๋ย อาหารสัตว์ รวมไปถึงการผลิตกระแสไฟฟ้าและพลังงานทดแทน รูปแบบการประกอบธุรกิจที่นิยมใช้คือ บริษัทมหาชนจำกัด และบริษัทจำกัด โดยจะมีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม กระจายตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ตามพื้นที่เพาะปลูกอ้อย นอกจากนี้ผู้ผลิตที่สามารถระดมทุนได้มาก อย่างเช่นบริษัทมหาชน มักจะมีการก่อตั้งธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมน้ำตาล เพื่อจะได้นำผลพลอยได้ที่เกิดจากการผลิตน้ำตาลไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตในอุตสาหกรรมอื่นต่อไป

ภาพที่ 2 โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล



การวิเคราะห์การบริหารจัดการตามลักษณะงาน

ด้านการตลาด

อุตสาหกรรมน้ำตาล กากน้ำตาลและผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล มีระบบบริหารจัดการด้านการตลาดที่ชัดเจน โดยแบ่งกิจกรรมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกิจกรรมมักจะถูกรับควบคุมจากกฎระเบียบของภาครัฐ และเป็นไปตามกลไกทางการตลาด และความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาด ซึ่งเป็นสิ่ง

ที่ผู้ผลิตต้องปรับตัว เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการ SMEs มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลอย่างต่อเนื่อง ด้วยการค้นคว้าวิจัยพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้ผลิตน้ำตาลที่ได้ค่าความหวานในระดับสูง อีกทั้งรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ด้านการกำหนดราคา ในระบบแบ่งปันผลประโยชน์มีการแบ่งน้ำตาลออกเป็น 3 ส่วน คือ น้ำตาลทรายโคเวตา ก. เป็นน้ำตาลทรายที่ผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ น้ำตาลโคเวตา ข. และ ค. เป็นน้ำตาลทรายที่ผลิตเพื่อการส่งออก ราคาขายสำหรับน้ำตาลโคเวตา ก. และโคเวตา ค. จะขึ้นอยู่กับภาครัฐเป็นผู้กำหนดราคา โดยโคเวตา ก. จะทำการจำหน่ายทั้งปี สำหรับน้ำตาลโคเวตา ข. เป็นโคเวตาสำหรับชาวไร่ฮ้อย (บริษัท ฮ้อยและน้ำตาลไทย จำกัด : หนท.) เพื่อใช้ในการกำหนดราคาและขายน้ำตาลทรายดิบส่งออก เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการกำหนดราคาฮ้อยที่โรงงานจะรับซื้อ โดยการกำหนดราคาขายนั้นจะทำการส่งคำสั่งขาย SEO (Seller Executable Order) ไปยังตลาดล่วงหน้าที่นิวยอร์กด้วยราคาอ้างอิงนิวยอร์ก หมายเลข 11 (NY#11) ในตลาด Coffee, Sugar and Cocoa Exchange (CSCE) ซึ่งโดยปกติแล้ว หนท. จะทำการเริ่มขายน้ำตาลโคเวตา ข. ในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนมิถุนายนของปีถัดไป ด้านช่องทางการจำหน่ายน้ำตาล เนื่องจากกฎระเบียบในการส่งออกน้ำตาลของประเทศไทยจะต้องทำผ่านบริษัทส่งออก ขายผ่านเทรดเดอร์รายใหญ่ (Traders) ส่งออกผ่านชายแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่นประเทศลาวและกัมพูชา โดยทยอยขายเป็นจำนวนน้อยให้กับผู้ค้าน้ำตาลชายแดน และขายให้กับผู้ผลิตที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายไปยังต่างประเทศ

ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์

จากการจัดโครงสร้างองค์กรในการบริหารงาน ที่ไม่มีความสลับซับซ้อน มีการกำหนดขอบเขต ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ดำเนินการอย่างเป็นระบบ แต่ก็ยังพบปัญหาที่เกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์โดยระดับความรุนแรงเริ่มจากปัญหาการสรรหา การฝึกอบรม และการพัฒนา ศักยภาพและสิทธิประโยชน์ โดยปัญหาทั้งหมดมีสาเหตุมาจาก ทั้งตัวของพนักงาน ผู้บริหารและระบบบริหาร ดังนั้นจึงควรจัดฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมน้ำตาล เพื่อสร้างแรงจูงใจในด้านการเงินเพื่อลดปัญหากับพนักงาน และปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจุบันมีการรับรองมาตรฐานแรงงานด้วยความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท.8001-2546) จะยังทำให้พนักงานภายในโรงงานมีคุณภาพชีวิตที่มากขึ้น

การจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล มีการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศครบวงจร มีการทำวิจัยและพัฒนา “ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการอ้อย” (Sugar cane Information and Management System - SIMS) ด้วยการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม คือ การใช้ข้อมูลภาพถ่ายดาวเทียมที่มีความละเอียดสูง (Remote Sensing) ร่วมกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System-GIS) และระบบบอกตำแหน่งบนพื้นผิวโลก (Global Positioning System-GPS) มาใช้จัดทำแผนที่แสดงพื้นที่การปลูกอ้อยและพัฒนาฐานข้อมูลด้านไร่ของเกษตรกรที่เป็นคู่สัญญาของโรงงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการบริหารและการจัดการด้านวัตถุดิบในระดับแปลงย่อย ทั้งด้านการประเมินพื้นที่ปลูกอ้อย การส่งเสริมการปลูก การวางแผนเก็บเกี่ยว และการเพิ่มผลผลิต

การดำเนินงานและการผลิต

กระบวนการผลิตน้ำตาลจะจำแนกออกเป็น 2 กระบวนการได้แก่กระบวนการผลิตน้ำตาลทรายดิบ ประกอบด้วย การสกัดน้ำอ้อย การทำความสะอาดหรือทำใส่น้ำอ้อย การต้ม การเคี้ยว และการปั่นแยกผลึกน้ำตาล ส่วนกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายขาว ประกอบด้วย การปั่นละลาย การทำความสะอาด และฟอกสี การเคี้ยว การปั่นแยกผลึกน้ำตาล และการอบ ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะพัฒนากระบวนการผลิตด้วยการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ผลิตน้ำตาล เพื่อให้ได้น้ำตาลที่มีคุณภาพ ลดของเสียระหว่างการผลิต มีการวางแผนการผลิตจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (economy of scale) เพื่อให้ต้นทุนในการผลิตต่ำ

การจัดการการเงิน

จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินพบว่า โดยภาพรวมของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลดีกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน สักยภาพในการหมุนเวียนในสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย พบว่าโดยรวมผู้ประกอบการ SMEs น่าจะมีศักยภาพในการก่อหนี้ที่ต่ำกว่าทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่และภาพรวมอุตสาหกรรม เห็นได้จากผู้ประกอบการ SMEs จะมีภาระหนี้ที่สูงกว่า แต่อย่างไรก็ดีผู้ประกอบการ SMEs ยังมีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยที่ดีกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่และภาพรวมอุตสาหกรรม ด้านศักยภาพความสามารถในการทำกำไร จะพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงาน อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตรา

ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม พบว่าโดยรวมผู้ประกอบการ SMEs น่าจะมีศักยภาพในการทำกำไรที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่และภาพรวมอุตสาหกรรม แต่อย่างไรก็ดีผู้ประกอบการ SMEs ยังมีอัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ด้อยกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่และภาพรวมอุตสาหกรรม

จุดแข็งของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

1. ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลเป็นอันดับ 2 ของโลก มูลค่าการส่งออกประมาณ 31,727 ล้านบาท มีกำลังการหีบอ้อยประมาณ 60.75 ล้านตันอ้อย/ปี ผลิตน้ำตาลประมาณ 5.0-8.0 ล้านตันน้ำตาล/ปี มีพื้นที่ในการปลูกอ้อย 6 ล้านไร่ ให้ผลผลิต 7,899 ตันต่อไร่ ทั้งนี้
2. ความได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้ง ที่ประเทศไทยอยู่ใกล้กับประเทศผู้นำเข้า จะเห็นได้ว่าประเทศแถบเอเชีย ยังมีน้ำตาลไม่เพียงพอต่อการบริโภค และต้องมีการนำเข้าบางส่วนจากภูมิภาคอื่น จึงทำให้ผู้ซื้อเสียค่าขนส่งน้อยกว่า และสะดวกมากกว่า การนำเข้าน้ำตาลจากประเทศอื่น
3. อุตสาหกรรมน้ำตาล กากน้ำตาล มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้จัดการทั้งด้านการวางแผนพื้นที่เพาะปลูกอ้อย ตลอดจนกระบวนการผลิตน้ำตาลที่ทันสมัย ทำให้ได้น้ำตาลที่มีคุณภาพดี
4. ระยะเวลาที่หีบอ้อยของไทยตรงกับช่วงเดือนพฤศจิกายน – มิถุนายน ซึ่งไม่ตรงกับผลผลิตน้ำตาลของประเทศอื่น ทำให้ไทยได้เปรียบในการส่งออกน้ำตาลช่วงนี้
5. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมน้ำตาลส่วนใหญ่ ไม่ได้ผลิตน้ำตาลแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีการประกอบธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่องจากธุรกิจน้ำตาล เช่น โรงงานไฟฟ้า โรงงานเอทานอล ปุ๋ยชีวภาพ กระดาษ น้ำส้มสายชู และผงชูรส ซึ่งอ้อยจัดว่าพืชที่สามารถใช้ได้ทุกส่วน (Renewable) ดังนั้นผู้ผลิตจึงมีรายได้อื่นนอกเหนือรายได้จากการผลิตน้ำตาล
6. น้ำตาลทรายขาวของไทยนั้นมีคุณภาพที่สูงกว่าน้ำตาลทรายขาวของอินเดีย ที่มีค่าสีอยู่ระหว่าง 150 – 200 ICUMSA ซึ่งจัดอยู่ในระดับค่าสีที่สูง ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นโอกาสของผู้ส่งออกน้ำตาลไทยที่จะสามารถแข่งขันในตลาดโลกด้วย โดยเน้นที่คุณภาพน้ำตาลที่ดีกว่าประเทศคู่แข่ง

จุดอ่อนของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

1. ปริมาณผลผลิตอ้อยต่อไร่ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเม็กซิโก โคลัมเบีย ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่มีพื้นที่น้อยกว่าไทย แต่มีผลผลิตต่อไร่มากกว่า
2. ต้นทุนการผลิตน้ำตาลมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามทิศทางของราคาน้ำมัน สินค้าทุกชนิดมีการปรับราคาสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตน้ำตาลทั้งกระบวนการผลิต เช่น ค่าปุ๋ย ค่ายาปราบศัตรูพืช ค่าขนส่ง ค่าแรงงาน และค่าบรรจุภัณฑ์ ที่มีการปรับราคาเพิ่มขึ้นทุกชนิด
3. การวิจัยและการพัฒนาพันธุ์อ้อยยังทำได้ช้ากว่าประเทศคู่แข่ง เพราะขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคเอกชนด้วยตนเอง และหน่วยงานภาครัฐ ที่ควรทำการวิจัยร่วมกัน เพื่อให้การวิจัยเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด
4. อ้อยมีราคาสูงขึ้น จากการที่รัฐบาลปรับราคารับซื้ออ้อยจากตันละ 600 บาท เป็น 800 บาท ตามต้นทุนการเพาะปลูกที่เพิ่มขึ้น เป็นผลให้ต้นทุนในการผลิตน้ำตาลของไทยมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง
5. พื้นที่ปลูกอ้อยลดลง และผลผลิตอ้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงาน เนื่องจากเกษตรกรหันไปปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น เช่น มันสำปะหลัง ยางพารา เป็นต้น

โอกาสของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

1. เนื่องจากการลดการอุดหนุนจากกลุ่มสหภาพยุโรปทำให้น้ำตาลทรายขาวคุณภาพสูงส่วนหนึ่งหายไปจากตลาด โรงงานน้ำตาลไทยสามารถจำหน่ายน้ำตาลในรูปของน้ำตาลทรายดิบ และน้ำตาลทรายขาว ได้เพิ่มมากขึ้น
2. ราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนค่าขนส่งออกของผู้ส่งออกน้ำตาล และทำให้ต้นทุนการผลิตอ้อยสูงขึ้น และประเทศบราซิลซึ่งเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลรายใหญ่ของโลกได้มีการนำอ้อยไปผลิตเป็นเอทานอล เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากราคาเอทานอลในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกับราคาน้ำมัน ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่น้ำตาลประเทศไทยจะสามารถส่งออกได้มากขึ้น
3. ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งจะส่งผลดีต่อประเทศไทย เพราะประเทศสมาชิกกลุ่มอาเซียนทุกประเทศส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าน้ำตาลทรายจากประเทศไทย จะต้องนำเข้าน้ำตาลทรายจากประเทศไทยมากขึ้น เมื่อมีการลดหย่อนภาษีศุลกากรให้แก่กันแล้ว จะทำให้มีการนำเข้าน้ำตาลทรายจากประเทศไทยได้มากขึ้น
4. รัฐบาลกำหนดนโยบายสนับสนุนการใช้รถยนต์ E-85 อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ทำให้อุตสาหกรรมน้ำตาลที่มีการผลิตเอทานอลอยู่แล้ว ได้ประโยชน์จากการจำหน่ายเอทานอลมากขึ้นในอนาคต

5. ปริมาณความต้องการบริโภคน้ำตาลของคนในภูมิภาคเอเชีย ยังคงมีปริมาณความต้องการที่สูง ถึงแม้ว่าอัตราการบริโภคจะยังคงอยู่ระดับที่ต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วก็ตาม ถือเป็นโอกาสทางการตลาด สำหรับประเทศไทยในฐานะผู้ส่งออกน้ำตาลรายใหญ่ของโลกที่สามารถแสวงหาประโยชน์จากความต้องการบริโภคของคนในภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นการส่งออกน้ำตาลจากประเทศไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ซึ่งถือว่าเป็นตลาดนำเข้าน้ำตาลทรายรายใหญ่ของไทย และผู้ส่งออกน้ำตาลไทยย่อมได้รับประโยชน์ในด้านต้นทุนค่าขนส่งที่สามารถประหยัดลงได้มากกว่าการส่งออกของประเทศบราซิลมายังภูมิภาคเอเชีย

6. การขยายการลงทุนด้านอุตสาหกรรมน้ำตาลในต่างประเทศ เช่น ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ซึ่งผืนดินของประเทศเหล่านี้ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ และเต็มไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบกับต้นทุนค่าแรงงานต่ำ อีกทั้งนักลงทุนของประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากสิทธิพิเศษอัตราภาษีศุลกากร (GSP) หรือจำนวนโควตาตามที่ประเทศพัฒนาแล้วได้จัดสรรให้กับประเทศต่างๆ ที่จัดอยู่ในกลุ่มประเทศ LDCs (Least Developed Countries)

ข้อจำกัดของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

1. นโยบายของภาครัฐที่ควบคุมกำกับดูแลการดำเนินงานของโรงงานน้ำตาล ตั้งแต่ปริมาณการผลิต การส่งออก ราคาอ้อย ราคาน้ำตาล ผลประโยชน์ระหว่างชาวไร่อ้อย และโรงงานน้ำตาล รวมถึงการเพิ่มปริมาณการผลิต การขยายฐานการผลิต ซึ่งจะต้องได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทรายก่อน ทำให้การดำเนินงานล่าช้าไม่เป็นอิสระ และราคาน้ำตาลไม่ได้เป็นไปตามกลไกตลาดอย่างแท้จริง

2. ขาดระบบชลประทาน เนื่องจากอ้อยเป็นพืชที่ใช้น้ำมาก แต่พื้นที่เพาะปลูกบางแห่งประสบปัญหาขาดน้ำ ทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ ให้ความหวานต่ำ

3. ประเทศคู่แข่ง เช่น ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ มีเทคโนโลยีในการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง มากกว่าประเทศไทย ทำให้มีความได้เปรียบทางการผลิตน้ำตาลมากกว่าประเทศไทย

4. ราคาน้ำตาลในตลาดโลกมีแนวโน้มปรับตัวลดลงเนื่องจากปริมาณการผลิตมีมากกว่าความต้องการในการบริโภคของคน และเกิดจากการที่อียูส่งออกน้ำตาลมาปีละ 8-9 ล้านตันเพื่อตีตลาดทั่วโลก ทำให้ราคาน้ำตาลบิดเบือนไป ส่วนราคาน้ำตาลในประเทศมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นเพื่อสอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้น จนทำให้ปริมาณการบริโภคน้ำตาลในประเทศลดลง

5. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนเปลี่ยนไป หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ลดปริมาณการบริโภคน้ำตาล เปลี่ยนไปบริโภคสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล ซึ่งส่งผลต่อปริมาณความต้องการน้ำตาลที่อาจลดลงในอนาคต

ข้อเสนอแนะของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล

1. ควรพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบของอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มน้ำตาล กากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล เพื่อลดต้นทุนการผลิต และระยะเวลาที่ใช้ทั้งระบบ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้
2. เปลี่ยนบทบาทของภาครัฐจากการควบคุมเป็นการกำกับดูแล ลดการคุ้มครองและควบคุมโดยรัฐ เพื่อให้อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลพัฒนาและเพิ่มศักยภาพให้อยู่ในระดับที่พึ่งพาตนเองได้ และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
3. ควรประสานความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาพันธุ์อ้อยร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง
4. พัฒนาการผลิตอ้อยให้เพียงพอต่อการผลิตน้ำตาลเพื่อการบริโภคภายในประเทศ และรักษาดุลการค้าของน้ำตาลของไทย การนำผลพลอยได้ของการผลิตน้ำตาลไปใช้ในการผลิตเอทานอล เพื่อลดการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศ สร้างความมั่นคงด้านพลังงานและความสมดุลในการผลิตน้ำตาล
5. การคำนวณราคาอ้อยและผลตอบแทนการผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทราย ด้วยระบบที่มีความชัดเจน โปร่งใส เป็นธรรมและดำเนินการโดยองค์กรที่เป็นกลางและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย
6. กำหนดอัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลทรายในระดับที่เหมาะสมตามพันธกรณีที่ทำไว้กับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยทยอยปรับลดอัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลทราย เพื่อให้อุตสาหกรรมน้ำตาลทรายของไทยมีการพัฒนาศักยภาพของตัวเองให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น
7. สร้างมูลค่า (Value Creation) ให้แก่อุตสาหกรรมน้ำตาล โดยส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องจากอ้อยและน้ำตาลทราย เพื่อให้ใช้ประโยชน์จากอ้อยอย่างคุ้มค่ามากที่สุด
8. ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ควรเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อแลกเปลี่ยน ซื้อขายกากอ้อย กากน้ำตาล และผลพลอยได้อื่นๆ เพื่อนำไปผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนสูง จึงเป็นการยากที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจะสามารถประกอบธุรกิจต่อเนื่องครบวงจร