

## บทที่ 3

### โอกาสในการทำธุรกิจ

เมื่อนำกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ “STEP” มาวิเคราะห์โอกาสในการทำธุรกิจ พบว่า ทั้งสภาพแวดล้อมทางสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และการเมือง (กฎหมาย) เอื้อในการทำธุรกิจนี้ ดังนี้

**Social** ไม้กฤษณาสามารถนำมาทำประโยชน์ได้หลายอย่าง ทั้งการใช้น้ำมันหอมกฤษณาผสมเครื่องยาต่างๆ อีกทั้งไม้กฤษณาที่มีอายุมาก ผู้บริโภคในตะวันออกกลางที่มีฐานะ นิยมใช้น้ำมันหอมกฤษณา ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ประโยชน์ด้านป้องกันโรหะเลหลายแล้ว ยังถือเป็นเครื่องบ่งบอกสถานะทางสังคมอีกด้วย

#### สรุปด้านสังคม

ความต้องการและประโยชน์ที่หลากหลาย ทำให้โอกาสในการทำธุรกิจปลูกไม้กฤษณามีความเป็นไปได้สูง

**Technology** ตามธรรมชาติการเกิดสารกฤษณาในเนื้อไม้ เกิดจากมีแมลงไปเจาะเพื่อกัดกินเนื้อไม้ ต้นกฤษณาจะสร้างสารกฤษณาขึ้นในเนื้อไม้ตามธรรมชาติ แต่มีโอกาสน้อย เนื่องจากไม่ใช่ทุกต้นที่จะมีแมลงเจาะเข้าไปอยู่อาศัยหรือกินเนื้อไม้ แต่ในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเลียนแบบการเจาะของแมลงเพื่อทำให้เกิดสารกฤษณามาใช้ในธุรกิจปลูกไม้กฤษณาเชิงพาณิชย์อย่างแพร่หลาย

นอกจากนั้น ยังมีการวิจัยเพื่อหาสารที่สามารถเร่งให้เกิดสารกฤษณาเร็วขึ้น มีการใช้สารชีวภาพเข้าช่วย ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยทำให้ผลิตผลได้ปริมาณเพิ่มขึ้นและสามารถร่นระยะเวลาการเกิดสารกฤษณาให้เร็วขึ้น ทำให้เกษตรกรและผู้ลงทุน สามารถสร้างผลตอบแทนได้เร็วขึ้นและแน่นอนขึ้น อีกทั้งไม่จำเป็นต้องพึ่งพาธรรมชาติเหมือนอย่างในอดีต อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีดังกล่าวยังจำกัดอยู่ในวงแคบ และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจน

#### สรุปด้านเทคโนโลยี

การค้นคว้าเทคโนโลยีดังกล่าว ยังเปิดกว้างสำหรับผู้ลงทุนทุกราย

**Economic** เนื่องจากตลาดผู้บริโภคหลักที่แท้จริง คือ ชาวมุสลิมในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะแถบตะวันออกกลางมีกำลังซื้อที่สูง ประกอบกับราคาน้ำมันที่สูงขึ้นมากและมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เศรษฐกิจของประเทศในแถบตะวันออกกลางจึงเข้มแข็ง และยังคงเป็นตลาดหลักของธุรกิจน้ำมันหอมกฤษณา และผลิตภัณฑ์จากไม้กฤษณาอีกนาน

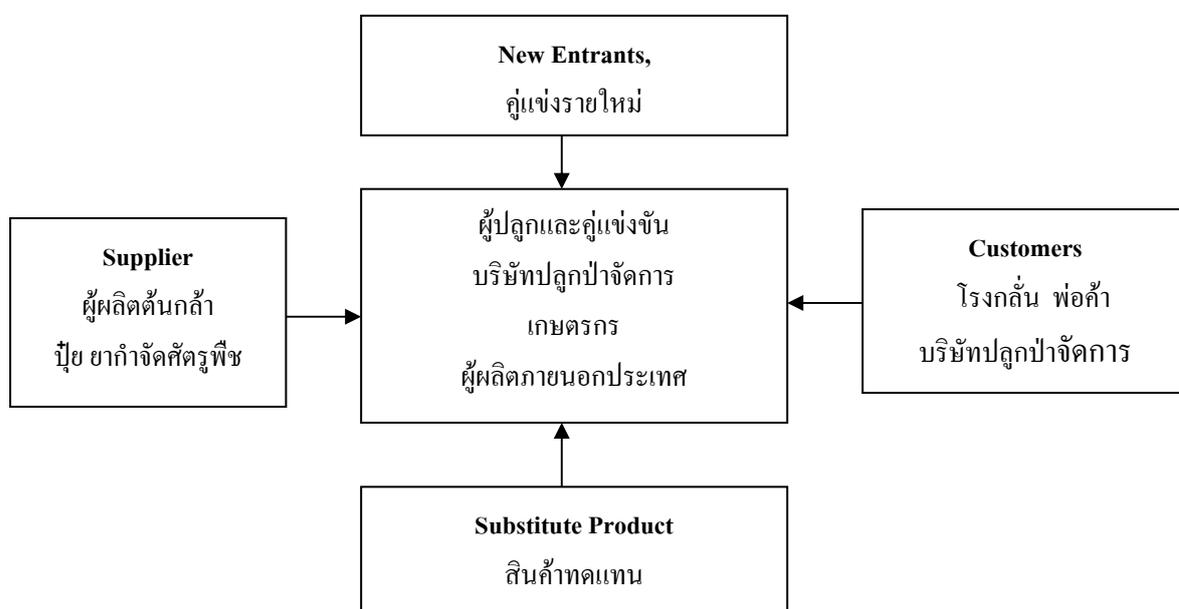
การปลูกไม้กฤษณาเป็นอีกทางเลือกสำหรับเกษตรกร ทั้งยังเป็นการช่วยนำเข้าเงินตราต่างประเทศ

**Political** ในทางกฎหมาย ผู้ส่งออกและนำเข้าไม้กฤษณาต้องปฏิบัติตามอนุสัญญาไซเตส ที่มีแนวทางอนุรักษ์พืชและสัตว์ป่าที่ใกล้จะสูญพันธุ์ อนุสัญญานี้จะเป็นการส่งเสริมการปลูกไม้กฤษณาทดแทนไม้ที่เกิดขึ้นในป่า ทำให้ลดการปฏิบัติผิดกฎหมายลักลอบตัดไม้ป่า อีกทั้งส่งเสริมความเข้าใจอันดีกับประเทศตะวันออกกลางโดยมีไม้กฤษณาเป็นตัวเชื่อม

### สรุปด้านการเมือง

นอกจากเป็นการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายทั้งกฎหมายในประเทศและต่างประเทศแล้ว ยังมี ส่วนช่วยอนุรักษ์ป่าไม้และพันธุ์ไม้ใกล้สูญพันธุ์ และช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

## การวิเคราะห์ธุรกิจโดยใช้ Five Force Model



ภาพที่ 4 Five Force Model

### ก. วิเคราะห์ Supplier

**Supplier** ในธุรกิจนี้ คือ ผู้ที่ supply วัสดุต้นน้ำ รวมทั้ง ผู้ปลูกต้นกล้า สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ต้นกล้าไม้กฤษณา
2. ปุ๋ย
3. สารกำจัดศัตรูพืช

## 1. ต้นกล้าไม้กฤษณา

แหล่งเพาะพันธุ์ต้นกล้าไม้กฤษณา แหล่งใหญ่อยู่ในจังหวัด ปราจีนบุรี จันทบุรี ตราด และระยอง นอกจากนี้ก็ยังมีแปลงขนาดเล็กกระจายตามจังหวัดต่างๆ เช่น สระบุรี กาญจนบุรี นครนายก

### ราคาค่าต้นกล้า

ราคาค่าต้นกล้าขึ้นกับขนาดและความสูงของต้นกล้า อย่างไรก็ตามจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของกลุ่มพบว่า ขนาดต้นกล้าที่ดีและเหมาะสมในการใช้ปลูก ควรมีอายุระหว่าง 8 – 10 เดือน มีความสูงประมาณ 70 – 100 ซม. จะมีอัตราการรอดสูง ราคาค่าต้นกล้าขนาดดังกล่าวในปัจจุบันราคาประมาณต้นละ 15 – 30 บาท ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขนาดและปริมาณการสั่งซื้อ แต่โดยรวมแล้วราคาที่ซื้อจากผู้ผลิตแต่ละรายก็จะไม่ต่างกันมาก โดยผู้ผลิตรายใหญ่จะมีการจัดส่งให้ฟรีภายในจังหวัด

ต้นกล้าที่มีอายุมากเกินไป จะประสบปัญหาหารากแก้วขาดงอ เพราะมีรากอยู่ในถุงเพาะชำ เมื่อนำไปปลูก รากไม่สามารถเดินลงดินในทางลึก และตายง่าย นอกจากนั้น ถึงแม้ต้นกล้าจะรอด แต่อัตราการเจริญเติบโตจะช้า ไม่แข็งแรง และไม่สามารถเติบโตเป็นต้นไม้ที่สมบูรณ์

### สรุป ปัจจัยด้านต้นกล้า

เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้เพาะพันธุ์ต้นกล้าจำนวนมาก กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆมากขึ้น การแข่งขันด้านอุปทานมีมากขึ้น อุปทานของต้นกล้าไม้กฤษณามีสูง ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศตามจังหวัดต่างๆ อำนาจต่อรองของผู้ปลูกต้นกล้าจึงมีไม่มาก

## 2. ปุ๋ย

### 2.1 ชนิดของปุ๋ยที่ต้องใช้ ประกอบด้วย

**ปุ๋ยหมักและปุ๋ยอินทรีย์** นอกจากเป็นแหล่งอาหารให้พืชแล้ว ยังจะทำหน้าที่รักษาดิน ไม่ให้ดินเสื่อมสภาพ

**ปุ๋ยเคมี** ต้องใช้ควบคู่กับปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อให้ต้นกฤษณาได้ธาตุอาหารครบถ้วน โดยเฉพาะในขณะที่เริ่มปลูก ต้นกล้าต้องการธาตุอาหารในปริมาณที่เพียงพอ

### 2.2 ราคปุ๋ย

ราคปุ๋ย รวมทั้งราคาวัตถุดิบอื่นๆ ต้องได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น

ปัจจุบันราคปุ๋ยอินทรีย์ ประมาณ 3,000 บาท ต่อ ตัน

ราคปุ๋ยเคมีเกรดดี ประมาณ 18,000 - 22,000 บาท ต่อ ตัน

### 2.3 วิธีการบรรเทาปัญหาค่าใช้จ่ายด้านปุ๋ย ในระยะยาว

เน้นการใช้ปุ๋ยหมักและปุ๋ยอินทรีย์ซึ่งสามารถผลิตขึ้นใช้เอง โดยใช้มูลสัตว์ เช่นมูลวัว เศษอาหารและวัชพืชต่างๆ ที่หาได้ในพื้นที่เป็นหลัก

### สรุปปัจจัยด้านปุ๋ย

ปุ๋ยเคมีมีการผลิตและจำหน่ายอย่างกว้างขวาง และหลากหลายตราสินค้า (Brand) โดยสามารถหาซื้อได้จากทั้งในบริเวณพื้นที่ปลูกบริเวณจังหวัดกาญจนบุรี และจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น ราชบุรี ราชบุรี การแข่งขันกัน โดยมีปัจจัยด้านต้นทุนวัตถุดิบเป็นตัวแปรที่สำคัญเท่าๆกัน ต่างกันในเรื่องรูปแบบการผลิต ต้นทุนการผลิตด้านอื่น เช่น ค่าแรงงาน และคุณภาพของปุ๋ยเคมี นอกจากนี้ผู้ปลูกไม้กฤษณาเชิงธุรกิจยังสามารถใช้ปุ๋ยหมัก และปุ๋ยอินทรีย์ที่สามารถผลิตขึ้นใช้เอง เป็นหลัก ผู้ปลูกมีทางเลือกที่ประหยัดต้นทุนการผลิต ดังนั้น อำนาจต่อรองของผู้ผลิตปุ๋ยจึงมีไม่มากนัก

### 3. สารกำจัดศัตรูพืช

เนื่องจากตลาดให้ความสำคัญในเรื่องสารเคมีปนเปื้อนสูงมาก สารกำจัดศัตรูพืชจึงต้องเป็นสารที่ผลิตขึ้นจากวัสดุทางธรรมชาติ (สารกำจัดศัตรูพืชชีวภาพ) สารเคมีกำจัดศัตรูพืชประเภทดูดซึม เช่น ยาม่าหญ้า สารไกลโซเฟต ถูกห้ามใช้อย่างเด็ดขาด เพราะ ตลาดไม่รับซื้อ และ Reject ผลิตภัณฑ์น้ำมันกฤษณาที่มีสารเคมีปนเปื้อนประเภทดูดซึมทั้งหมด

ทาง “กลุ่มร่วมทุนประจักษ์และเพื่อน” ไม่มีนโยบายใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช หรือถ้าจำเป็น ต้องใช้ก็น้อยมาก อีกทั้งผู้จำหน่ายสารกำจัดวัชพืชยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้อำนาจต่อรองของผู้ผลิตและจำหน่ายสารกำจัดศัตรูพืชต่อ “กลุ่มร่วมทุนประจักษ์และเพื่อน” อยู่ในระดับต่ำ

### สรุปปัจจัยด้าน Suppliers

จากการวิเคราะห์ Suppliers ด้านต่างๆ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน Suppliers ยังมีแนวโน้มเชิงบวก (+) เนื่องจาก

- ต้นกล้า สามารถหาซื้อต้นกล้าได้ในจำนวนที่ต้องการ ราคาสมเหตุผล แหล่งเพาะพันธุ์ และจำหน่ายต้นกล้าอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงพื้นที่แปลงปลูก (มีจำหน่ายใน จ. กาญจนบุรี)
- ปุ๋ย เน้นการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบราคาถูกในบริเวณพื้นที่แปลงปลูก และผลิตขึ้นเองเป็นหลัก
- สารกำจัดศัตรูพืช ใช้สารเคมีเท่าที่จำเป็น โดยเน้นการสารกำจัดศัตรูพืชซึ่งผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ โดยซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นเป็นบางส่วนและผลิตขึ้นขึ้นใช้เองบางส่วน เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

## ข. การวิเคราะห์ลูกค้า

ลูกค้า มี 3 กลุ่มได้แก่

1. โรงกลั่น
2. พ่อค้า
3. บริษัทปลูกป่าจัดการ

### อำนาจในการต่อรองของลูกค้า (Bargaining of Customers)

เนื่องจากลูกค้าที่รับซื้อท่อนไม้กฤษณาไปกลั่นต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ดังนั้นถ้าเราสามารถควบคุมคุณภาพการเกิดสารกฤษณาได้ตามที่ตลาดต้องการจะทำให้สินค้ามีราคาสูง แต่เนื่องจากการเกิดสารกฤษณาต้องพึ่งพาธรรมชาติ การเกิดสารกฤษณาที่ไม่สม่ำเสมอ หรือมีสารกฤษณาเกิดขึ้นน้อย ลูกค้ามีสิทธิการเรียกร้องจากจุดนี้ อำนาจในการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับสูง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก Demand ของผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมกฤษณาจากไม้กฤษณาในปัจจุบันยังสูงกว่าปริมาณ Supply ที่สามารถผลิตได้ และยังคงมีแนวโน้มเช่นนี้ในระยะ 12 - 15 ปีข้างหน้า เนื่องจากน้ำมันกฤษณา มีคุณสมบัติและกลิ่นเฉพาะตัว ยังไม่มีสินค้าทดแทน

การปลูกไม้กฤษณาเพิ่งเริ่มมีการแพร่หลายในช่วงไม่กี่ปีมานี้ ซึ่งกว่าที่ไม้กฤษณาจะสามารถให้ผลผลิตเต็มที่ จะใช้เวลาประมาณ 10 ปี ทำให้โอกาสที่ปริมาณความต้องการ มีมากกว่าอุปทานในตลาดยังอยู่ในเกณฑ์สูง ดังนั้นแม้ลูกค้าจะมีอำนาจการต่อรองสูง ผู้ลงทุนปลูกสามารถสร้างโอกาสจาก Demand ที่มีปริมาณสูงในตลาดได้

กลยุทธ์ในการเพิ่มอำนาจการต่อรองราคาของผู้ลงทุนปลูก คือ ต้องทำให้สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาด เช่น กลิ่นและสี เป็นที่ต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์ปลอดสารปนเปื้อน มีแหล่งที่มาของสินค้าชัดเจน โดยทำประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆตั้งแต่ปีแรกๆของการลงทุน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของลูกค้า โดยเฉพาะในเรื่อง **การเกษตรปลอดสารพิษ\***

**\* การเกษตรปลอดสารพิษ** จากการสัมภาษณ์คุณสมคิด เจ้าของโรงกลั่นสกัดน้ำมันหอมกฤษณาใน จ.ปราจีนบุรี ยืนยันว่า น้ำมันหอมกฤษณาที่มีสารปนเปื้อนของสารเคมีชนิดดูดซึม เช่น ยาฆ่าหญ้าที่มีส่วนผสมของสารไกลโซเฟต จะถูก Reject ทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปวัตถุดิบที่เป็นเนื้อไม้มีไม่มากนัก จึงควรมุ่งเน้นไปที่ End Product ได้แก่ น้ำมันหอมกฤษณา ซึ่งเป็น Main Product ของธุรกิจ

ส่วนโรงกลั่นสกัดน้ำมันหอมกฤษณา จะซื้อในรูปแบบของผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมกฤษณาที่ผ่านการกลั่นแล้ว โดยราคาซื้อขึ้นกับคุณภาพและกลิ่นของน้ำมันหอมกฤษณา

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติม “รายชื่อสถานประกอบการโรงสกัดน้ำมันกฤษณาและแผนที่ตั้งโรงกลั่น” ในภาคผนวก 6 หน้า 64-65)

## สรุปปัจจัยด้าน ลูกค้ำ

จากการวิเคราะห์ ลูกค้ำ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน ลูกค้ำ ยังเป็นผลเชิงบวก (+) ที่สูงมาก ภายในระยะเวลา 7- 8 ปีข้างหน้า เนื่องจากแม่ลูกค้ำ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่โรงกลั่น แม้จะมีอำนาจการต่อรองสูง แต่ Demand ที่สูงกว่า Supply ค่อนข้างมาก ทำให้ความต้องการไม้กฤษณาเป็นวัตถุดิบป้อนโรงกลั่นยังอยู่ในระดับสูงมาก อีกทั้งราคาน้ำมันหอมกฤษณาที่โรงกลั่นจะรับซื้อจากผู้ปลูกโดยตรงหลังจากการกลั่นจนได้ผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมกฤษณาคุณภาพ เป็น End Product แล้ว เทียบกับราคาที่โรงกลั่นนำไปขายต่อให้กับพ่อค้ารับซื้อน้ำมันหอมกฤษณาชาวตะวันตกกลาง ยังมีส่วนต่างที่สูงมาก

## ค. การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

### สภาพการแข่งขัน

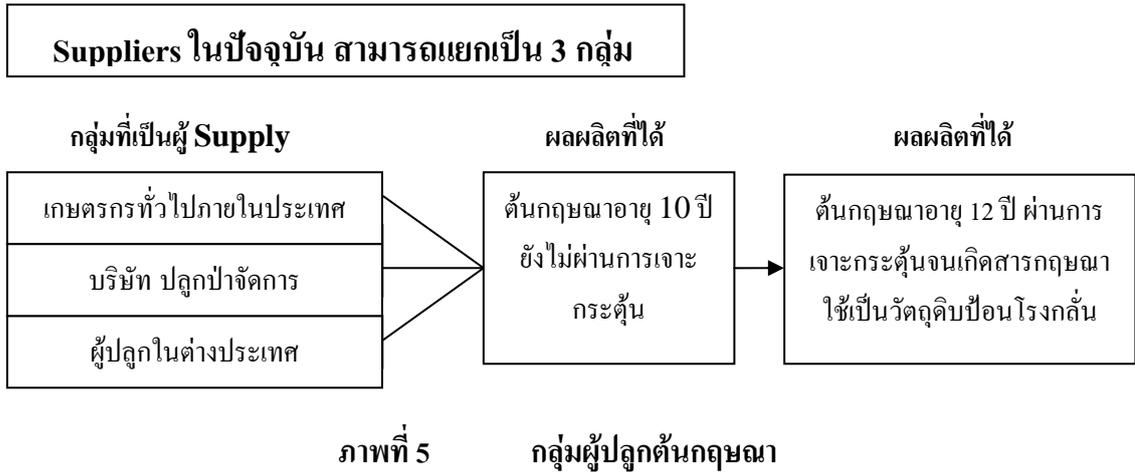
กิจการปลูกไม้กฤษณาเชิงพาณิชย์เพื่อขายท่อนเนื้อไม้กฤษณา มีคู่แข่งโดยตรง 3 กลุ่ม ได้แก่ผู้ปลูกไม้กฤษณารายย่อยทั่วไป บริษัทปลูกป่าจัดการ และ ผู้ผลิตในต่างประเทศ จากข้อมูลผู้ปลูกไม้กฤษณาที่แจ้งกับชมรมผู้ปลูกไม้กฤษณา (ข้อมูล อ.เฉลิมชัย สมมุง หนังสือไม้กฤษณา ) ในปีพ.ศ. 2548 มีการปลูกต้นกฤษณาทั่วประเทศประมาณ 10 ล้านต้น แต่เชื่อว่าในปัจจุบันมีจำนวนประมาณเกือบ 20 ล้านต้น

### คู่แข่งทางธุรกิจ

#### 1. คู่แข่งในประเทศ และ แหล่งผลิตในประเทศไทย

ในอดีตที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการปลูกไม้กฤษณาในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งที่เป็นเจ้าตลาดไม่ชัดเจน สภาพโดยรวมของธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นการปลูกโดยเกษตรกร เมื่อต้นกฤษณาอายุ 7 ปีขึ้นไป จะมีนายทุนมารับซื้อเหมาสวนเพื่อต่อยอดโดยรอจนไม้อายุครบ 10 ปี การเจาะกระตุนเพื่อให้เกิดสารกฤษณา (กระบวนการเจาะกระตุนจนต้นไม้สร้างสารกฤษณา ใช้เวลาประมาณ 2 ปี) ซึ่งมีเกษตรกรบางส่วนที่มีความจำเป็นด้านการเงิน ตัดสินใจขายให้กับนายทุนตามราคาและเงื่อนไขที่ตกลงกัน

ปัจจุบัน โครงสร้างของอุตสาหกรรมเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง เริ่มมีนักลงทุนจากทั้งภายในและภายนอกประเทศให้ความสนใจมากขึ้น ทั้งด้านการปลูกต้นกฤษณาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบรวมถึงการสร้างโรงกลั่นเพื่อทำการกลั่นน้ำมันกฤษณา จากนั้นจึงขายผลผลิตในรูปแบบของน้ำมันหอมกฤษณา เนื่องจากผลตอบแทนที่ได้รับอยู่ในอัตราสูง มีการลงทุนขนาดใหญ่เกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริเวณจังหวัดในภาคตะวันออก



### เกษตรกรทั่วไปภายในประเทศ

เกษตรกรรายย่อย หันมาปลูกไม้กฤษณา เชิงพาณิชย์ มากขึ้นในเกือบทุกภาค โดยส่วนใหญ่ อยู่ใน จังหวัดปราจีนบุรี จันทบุรี และ ตราด

บริษัทปลู่ป่าจัดการหรือบริษัทผู้ระดมทุน ผู้ปลูกไม้กฤษณารายใหญ่ในรูปแบบบริษัทมี 3-4 บริษัท คือ บริษัท ทักษิณี ฟอเรสทรี จำกัด, บริษัท เอเชีย ฟอเรสทรี แมเนจเม้นท์ จำกัด, บริษัท กฤษณา พนาสิน จำกัด, บริษัท ไทยกฤษณา ฟอเรสทรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทรับจ้างปลูกและระดมหาผู้ร่วมทุนจึงเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่พื้นที่ปลูกไม้กฤษณาทั้ง 3 บริษัท รวมประมาณ 5-6 พันไร่ คิดเป็นจำนวนต้นไม้ประมาณ 2 ล้าน ต้น

นอกจากลงทุนด้วยเงินทุนของตนเองแล้ว บริษัทเหล่านี้ ยังระดมทุนโดยเชิญชวนให้ประชาชนทั่วไป มาร่วมลงทุน โดยสัญญาที่จะให้ผลตอบแทนในระดับและรูปแบบที่แตกต่างกัน

### ตัวอย่างผลตอบแทนที่บริษัทปลู่ป่าจัดการสัญญาว่าจะให้

	ระยะเวลาลงทุน	ผลตอบแทนต่อไร่เมื่อครบสัญญา	
บริษัท ทักษิณี ฟอเรสทรี จำกัด	6 ปี	IRR (%)	20.24
บริษัท เอเชีย ฟอเรสทรี แมเนจเม้นท์ จำกัด	2 ปี	IRR (%)	10.19
	6 ปี	IRR (%)	19.19
สวนไม้หอมกฤษณาวังแก้ว	6 ปี	ที่ดิน 1 ไร่+ ต้นกล้า 300 ต้น	

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติม “ตารางเปรียบเทียบการลงทุน – ผลตอบแทน” ในภาคผนวก 7 หน้า 67 - 69 )

มีการจัดสัมมนาเชิงวิชาการโดยกรมอุตสาหกรรมป่าไม้และหน่วยงานภาครัฐ โดยมี คุณ เฉลิมชัย เป็นวิทยากรรับเชิญ เพื่อบรรยาย เผยแพร่ และส่งเสริมให้มีการปลูกไม้กฤษณาเพื่อเป็นทางเลือกในการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร และแก้ปัญหาเศรษฐกิจระดับรากหญ้าของประเทศ

## 2. คู่แข่งต่างประเทศ

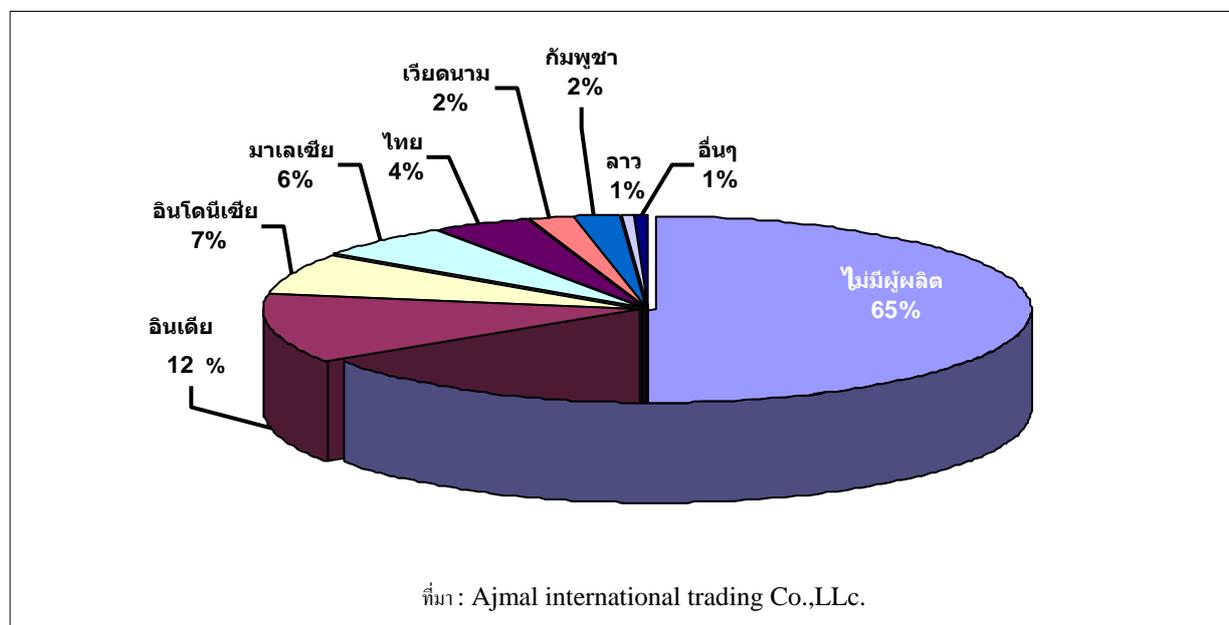
ประเทศเพื่อนบ้านที่เริ่มปลูกคือประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนาม แม้ในปัจจุบันอาจยังไม่ใช่คู่แข่งขั้น แต่ในระยะยาวอาจกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญ

### วิเคราะห์ ผู้ปลูก และผู้ผลิต ในต่างประเทศ (Supply Analysis)

ข้อมูลจากการประชุมผู้ผลิตน้ำมันกฤษณารายใหญ่ที่ประเทศมาเลเซีย ในเดือนสิงหาคม 2550 เรื่อง แหล่งผลิตน้ำมันกฤษณาของ คุณ เจลิมชัย สมมุง ประธานชมรมไม้กฤษณาแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ปริมาณ ความต้องการน้ำมันหอมกฤษณาของกลุ่มตะวันออกกลางผ่านรัฐคูไบมีจำนวนถึง 4 ล้านกิโลกรัม แต่มีผลผลิต เพียง 1 ล้านกิโลกรัมเศษ คิดเป็น 35% ของความต้องการทั้งหมด

แหล่งผลิตน้ำมันกฤษณาอยู่ในประเทศแถบเอเชีย ซึ่งมีภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะต่อการปลูกไม้ กฤษณา จากกราฟแสดงแหล่งผลิตในภาพที่ 6 ปริมาณผลผลิตที่ผลิตได้ 35% ของความต้องการของตลาด ประเทศอินเดียมีผลผลิตเป็นอันดับ 1 มีสัดส่วนการผลิตคิดเป็น 12% ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย มีกำลัง ผลิตได้ใกล้เคียงกัน ที่ประมาณ 7 % ปัจจุบันเวียดนามเริ่มมีการปลูกและผลิตได้ 2% แต่วิธีการและเทคโนโลยี ยังตามหลังประเทศไทย

### แหล่งผลิตน้ำมันกฤษณาที่สำคัญ ในประเทศต่างๆ



ภาพที่ 6

ภาพแสดง แหล่งผลิต เทียบกับ ปริมาณความต้องการรวมของตลาด

## สรุปปัจจัยด้าน คู่แข่ง

จากการวิเคราะห์ คู่แข่ง สรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน คู่แข่ง ยังคงเป็นบวก (+) เนื่องจากคู่แข่งที่เป็นคู่แข่งหลักคือผู้ปลูกรายใหญ่ มีเงินลงทุนสูง สามารถระดม ปลูกในปริมาณมากๆ ได้ ในปัจจุบันมีเพียงบริษัทปลูกป่าจัดการเพียงไม่กี่ราย

ดังนั้น トラบเท่าที่ยังไม่มีผู้ลงทุนรายใหญ่จำนวนมาก เข้ามาลงทุนในธุรกิจพร้อมๆกัน จนเป็นผลให้เกิดผลผลิตปริมาณล้นตลาด และ ป้อนสู่ตลาดในเวลาเดียวกัน ปัจจัยด้านคู่แข่ง ยังคงไม่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบ (-) ต่อธุรกิจภายในระยะเวลาอันใกล้

ในด้านคู่แข่งต่างประเทศ มีเพียงอินเดียที่เป็นคู่แข่งหลัก อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ความเหมาะสมของพื้นที่ปลูก รวมทั้งระยะเวลาลงทุนจนถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตค่อนข้างยาว (ประมาณ 10 - 12 ปี) “กลุ่มร่วมทุนประจักษ์และเพื่อน” ยังเชื่อมั่นว่าปริมาณ Supply จากคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งเกษตรกรรายย่อย บริษัทปลูกป่าจัดการ รวมทั้งคู่แข่งจากต่างประเทศ รวมกันทั้งในปัจจุบันและในอีก 12 ปีข้างหน้า จะยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

## ง. การวิเคราะห์สินค้าทดแทน (The Threats of Substitution Product)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจไม้กฤษณาคือ น้ำมันหอมกฤษณาคุณภาพ และผู้บริโภคหลักรายใหญ่เป็นลูกค้าจากตะวันออกกลางซึ่งนิยมใช้สารหอมกฤษณา จะยังคงมีความต้องการน้ำมันหอมกฤษณาคุณภาพสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นขึ้นทดแทนในราคาที่แข่งขันได้ รวมทั้งการเปลี่ยนรสนิยมของผู้บริโภคหลักซึ่งมีความอนุรักษ์นิยมสูง มีความเป็นไปได้น้อย และใช้เวลานานในการเปลี่ยน

## สรุป สินค้าทดแทน

น้ำมันหอมกฤษณาคุณภาพมีกลิ่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ยังไม่มีสินค้าอื่นทดแทนในระยะเวลา 2 – 3 ทศวรรษนี้

## จ. คู่แข่งชั้นรายใหม่ (New Entrants into the Industry)

คู่แข่งรายใหม่ที่จะทำการปลูกไม้กฤษณา เพื่อขายไม้ท่อนสามารถทำได้ไม่ยากนัก หากผู้ทำธุรกิจมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูก ส่วนกรรมวิธีการกระตุ้นให้เกิดสารกฤษณาสามารถใช้วิธี “รังแก” ต้นไม้คือใช้ตะปูดอก หรือ เจาะลำต้น แต่เนื่องจากการเกิดสารกฤษณาไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ปริมาณสารกฤษณาไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ถือได้ว่าการเข้ามาในอุตสาหกรรมของผู้ลงทุนรายใหม่จึงเหมาะสมสำหรับผู้ที่มีความพร้อม ทั้งด้านเงินทุน และพื้นที่ปลูก อีกทั้งระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่ต้องรอนาน ผลผลิตจากการกระตุ้นให้เกิดสารกฤษณาควบคุมได้ยาก ทำให้มีผู้ลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนน้อยราย ผลกระทบจึงไม่น่ามีมากนัก

อย่างไรก็ตาม หากมีผู้ปลูกทรายใหม่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ใกล้เคียงมากขึ้น อาจเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างโรงกลั่นสกัดน้ำมันหอมมฤตยาขึ้นในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง ทำให้ไม่ต้องขนส่งไม้ไปส่งยังโรงกลั่นที่อยู่ห่างไกลพื้นที่ปลูก ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

### สรุปปัจจัยด้านคู่แข่งรายใหม่

เนื่องจากการลงทุนระยะยาวและต้องลงทุนสูง “กลุ่มร่วมทุนประจักษ์และเพื่อน” เชื่อมั่นว่าเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ลงทุนรายใหญ่ ใหม่ๆที่จะเข้าสู่ธุรกิจ

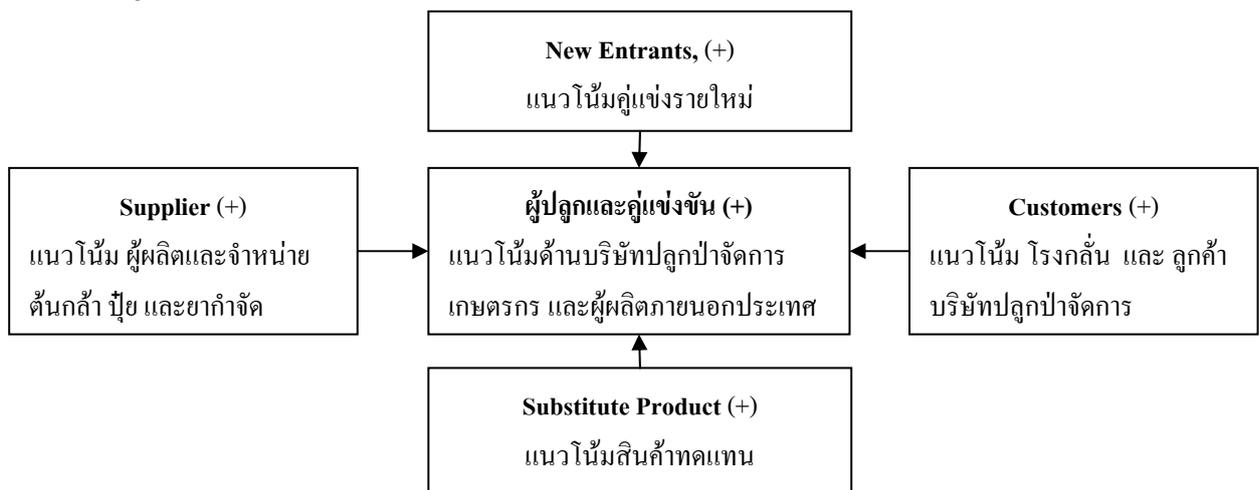
การสนับสนุนให้เกษตรกรหรือผู้ลงทุนรายใหม่ปลูกไม้กฤษณาจากภาครัฐและชมรมต่างๆ ส่วนใหญ่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ นำไปสู่ธุรกิจขายต้นพันธุ์ และสารกระตุ้น การให้ความรู้จริงๆยังมีไม่มากนักนั้นทางกลุ่มฯจึงเชื่อว่า คู่แข่งขันรายใหม่ที่เกิดจากการสนับสนุนของชมรมจะยังมีไม่มาก

ส่วนที่ต้องให้ความสนใจคือผู้ค้ารายใหญ่ ซึ่งเมื่อมีปริมาณความต้องการสูง แต่ไม่มีอุปทาน อาจทำให้ผู้ค้าเหล่านี้ หันมาลงทุนปลูกไม้กฤษณาด้วยตนเอง เพื่อรองรับความต้องการที่ตนเองไม่สามารถหาไม้กฤษณาจำนวนมากได้ กลุ่มนี้มีทุนพร้อม อีกทั้งรู้จักตลาดเป็นอย่างดีจึงนับ เป็นคู่แข่งที่สำคัญ

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้ค้าเหล่านี้กังวลและให้ความสำคัญคือ ความยุ่งยากในการปลูกและดูแล ความไม่มั่นใจต่อความคุ้มค่าในการลงทุน รวมทั้งระยะเวลาลงทุนจนถึงการเก็บเกี่ยวยาวนานถึง 13 ปี จึงจะเห็นผลตอบแทน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ค้าเลือกที่จะไม่ปลูกไม้กฤษณาเอง

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้าน คู่แข่งขันรายใหม่ ยังเป็นปัจจัยบวก (+) สำหรับธุรกิจปลูกไม้กฤษณาเชิงพาณิชย์

### สรุป



ภาพที่ 7 สรุปแนวโน้มนำผลกระทบ จาก Five Force Model

สรุปผลวิเคราะห์ SWOT พบว่า ปัจจัยต่างๆปัจจัยยังมีแนวโน้มเป็นบวก (+) เอื้อให้ธุรกิจปลูกไม้กฤษณาเชิงพาณิชย์ เป็นธุรกิจที่มีโอกาสประสบผลสำเร็จสูง