

ทนิศา ไทยจงรักษ์ 2552: การวิเคราะห์อุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทย

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน, วท.ม.
122 หน้า

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงระบบธุรกิจของอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทย วิเคราะห์ตำแหน่งประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องที่สำคัญในตลาดโลก จำนวน 4 ประเทศได้แก่ ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ โดยใช้แบบจำลอง Boston Consulting Group Matrix (BCG) เพื่อศึกษาคำแนะนำความสามารถในการผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่าการส่งออก วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มความสามารถในการส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องของประเทศผู้ผลิตและส่งออกดังกล่าว ณ ช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2550 และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของสินค้าและข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องไทยในตลาดผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร รัสเซีย และญี่ปุ่น โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2545 -2547 และ 2548 -2550

ผลการวิเคราะห์ระบบธุรกิจของอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทย พบว่า ระบบย่อยปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญต่อระบบธุรกิจข้าวโพดหวานมากที่สุดในปัจจุบัน คือ เมล็ดพันธุ์ เนื่องจากพันธุ์ข้าวโพดหวานที่ดีเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาสินค้าข้าวโพดหวานให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของลูกค้าในตลาดโลก ทั้งนี้การส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยมักอยู่ในรูปแบบการรับจ้างผลิตเป็นหลัก

ผลการวิเคราะห์ตำแหน่งประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง พบว่า ในเชิงปริมาณและมูลค่าการส่งออก ช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2547 ประเทศไทยอยู่ ณ ตำแหน่ง Question mark และปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นมาอยู่ ณ ตำแหน่ง Star ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2550 ส่วนผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบผู้ผลิตและส่งออกข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง ในช่วงปี พ.ศ. 2545 – 2550 พบว่า ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และอังกฤษ มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก โดยประเทศไทยและฝรั่งเศสมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพิ่มขึ้น ส่วนสหรัฐอเมริกาและอังกฤษกลับมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง สำหรับผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋องไทยในตลาดผู้นำเข้ารวมทั้ง 3 ประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นสูงสุดเกิดจากผลของการกระจายตลาด ที่สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มขึ้น 51.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองมา คือ ผลจากการแข่งขัน ทำให้มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น 29.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ