



เกาะกระแส Superfood: โอกาสของมะพร้าวไทยในตลาดโลก

▶ ประเด็นสำคัญ

- มะพร้าวที่เป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจของประเทศ ได้ถูกจัดว่าเป็นหนึ่งใน Superfood จึงได้รับอานิสงส์และทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวได้รับความนิยมในตลาดโลก ส่งผลให้ **ความต้องการมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวในตลาดโลกสูงขึ้นอย่างมาก แต่กลับไม่สอดคล้องกับการปลูกมะพร้าวในโลกที่มีปริมาณลดลงเป็นลำดับ** อีกทั้ง ในปี 2560 ประเทศผู้ผลิตหลักมะพร้าวของโลกต่างประสบปัญหาทางด้านผลผลิต
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า **แนวโน้มความต้องการกะทิและผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยจะยังขยายตัวต่อไปในระยะข้างหน้า** โดยคาดว่า ในปี 2560 การส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวจะขยายตัวที่ร้อยละ 18.5 คิดเป็นมูลค่า 16.4 พันล้านบาท และการส่งออกกะทิ จะขยายตัวที่ร้อยละ 16.5 คิดเป็นมูลค่า 12.7 พันล้านบาท
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า **ผลิตภัณฑ์มะพร้าวเป็นสินค้าที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มที่จะเติบโตดีในระยะข้างหน้า** ซึ่งทุกภาคส่วนในองคาพยพทางเศรษฐกิจมีโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำจากเกษตรกรที่อาจจะทำการปรับเปลี่ยนจากพืชชนิดอื่นที่มีแนวโน้มราคาตกต่ำ มาปลูกมะพร้าวที่มีแนวโน้มราคาอยู่ในเกณฑ์ดี รวมทั้งเป็นโอกาสดีของทั้งกลางน้ำอย่าง SMEs และปลายน้ำที่เป็นธุรกิจที่ทำการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าว ที่ควรใช้กระแสความนิยมในมะพร้าวเพื่อนำมาสูการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับแนวทางไทยแลนด์ 4.0 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มะพร้าว

มะพร้าวหนึ่งใน Superfood

จากกระแสดูแลสุขภาพที่เกิดขึ้นทั่วโลก ได้ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารบางประเภทได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก สืบเนื่องจากในประเทศพัฒนาแล้วได้มีการจัดหมวดหมู่อาหารประเภทต่างๆ ที่มีความเชื่อว่าเป็นอาหารที่มีผลดีต่อสุขภาพ โดยเรียกอาหารจำพวกนี้ว่า Superfood ถึงแม้ว่าจะมีนักวิชาการจำนวนหนึ่งได้ออกมาวิจารณ์ว่า อาหารที่ถูกจัดให้เป็น Superfood เป็นเพียงการกล่าวอ้างทางการตลาดเท่านั้น มิได้ผ่านการจัดหมวดหมู่ทางวิทยาศาสตร์อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตาม อาหารในกลุ่มนี้ในประเทศพัฒนาแล้วก็ได้รับความนิยมตามกระแสการรักษาสุขภาพ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

จากงานวิจัยของ Mintel สถาบันวิจัยทางผลิตภัณฑ์และการตลาด พบว่า ในช่วงปี 2554-2558 มีการออกผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มชนิดใหม่ที่ใช้คำที่เกี่ยวข้องกับ Superfood ขยายตัวถึงร้อยละ 202 โดยผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักมีส่วนผสมของวัตถุดิบที่เชื่อว่าเป็น Superfood เช่น คีนัว (Quinoa) เมล็ดเชีย (Chia Seeds) รวมทั้ง

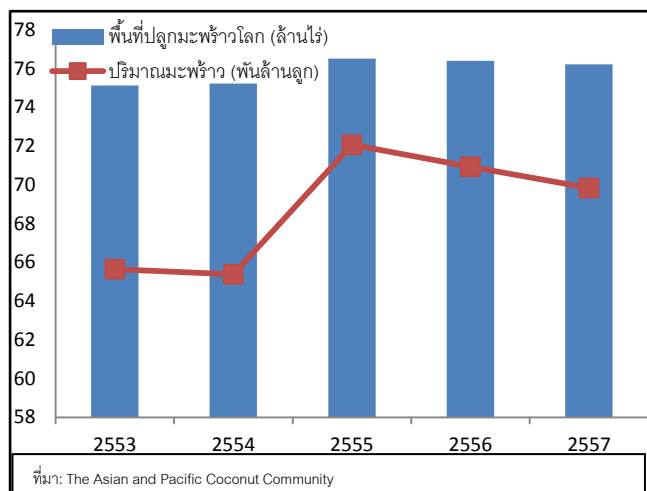
มะพร้าว และเฉพาะในปี 2558 การออกผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มชนิดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับ Superfood ขยายตัวถึงร้อยละ 36 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวในประเทศพัฒนาแล้ว ได้แก่ สหรัฐฯ ออสเตรเลีย อังกฤษ และ แคนาดา เป็นต้น

มะพร้าวที่เป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจของประเทศ และถูกจัดว่าเป็นหนึ่งใน Superfood จึงได้รับอานิสงส์ และทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวทั้งทางตรง เช่น มะพร้าวทั้งลูก น้ำมะพร้าว น้ำมันมะพร้าว และใช้มะพร้าวเป็นวัตถุดิบ เช่น กะทิ เครื่องสำอาง ได้รับความนิยมในตลาดโลก รวมทั้งมีการขยายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวเข้าสู่ตลาดในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น เครื่องดื่มรสต่างๆ ผสมน้ำมันมะพร้าว เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของน้ำมันมะพร้าว เป็นต้น ส่งผลให้ความต้องการมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวในตลาดโลกสูงขึ้นอย่างมาก

ความต้องการมะพร้าวในตลาดโลกเพิ่มขึ้นแต่ผลผลิตไม่ทันกับความต้องการ

จากการที่มะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดโลก ส่งผลให้การบริโภคผลิตภัณฑ์มะพร้าวในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยในปี 2559 มีการบริโภคน้ำมะพร้าวถึง 160 ล้านแกลลอน หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 2.06 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 19.5 นอกจากนี้ กะทิซึ่งเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากมะพร้าวก็นับว่าเจริญเติบโตที่สูงเช่นเดียวกัน โดยมีมูลค่าตลาดโลกอยู่ที่ 0.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 14.8

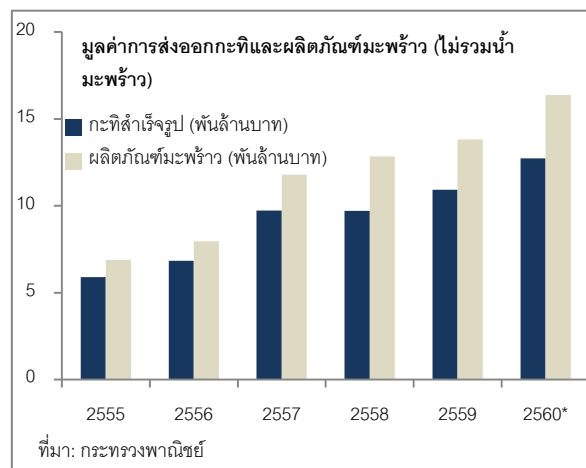
แม้ว่า ความต้องการมะพร้าวที่เกิดขึ้นในโลกตามกระแสของการรักสุขภาพ จะทำให้เกิดความต้องการสินค้ามะพร้าวมากขึ้น แต่การปลูกมะพร้าวในโลกกลับมีปริมาณลดลงเป็นลำดับ โดยในช่วงปี 2553-2557 พื้นที่ปลูกมะพร้าวในโลกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 75.9 ล้านไร่ และมีผลผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 68.8 พันล้านลูกต่อปี หรือเท่ากับมีผลผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 906 ลูก/ไร่ อย่างไรก็ตาม พื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตมีแนวโน้มลดลง และล่าสุดในปี 2560 ประเทศผู้ผลิตมะพร้าวหลักของโลกอย่างฟิลิปปินส์ก็ประสบกับปัญหาทางสภาพอากาศทำให้ผลผลิตมะพร้าวลดต่ำลง ในส่วนของอินโดนีเซีย จังหวัดสุลาเวสีที่เป็นพื้นที่ปลูกมะพร้าวที่สำคัญได้ประสบกับปัญหาทางด้านผลผลิตต่อไร่ที่ลดต่ำลง จากอายุของต้นมะพร้าวได้ผ่านจุดสูงสุดและเริ่มให้ผลผลิตที่ต่ำลง นอกจากนี้ ผลผลิตมะพร้าวในประเทศอินเดียก็ต้องพบกับปัญหาศัตรูพืช ดังนั้น ในปี 2560 ผลผลิตมะพร้าวในโลกมีแนวโน้มที่จะลดลง จากปัญหาของผู้ผลิตรายหลักของโลกดังกล่าว



ผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทย

มะพร้าวเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจของไทย ในปี 2558 มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 1.2 ล้านไร่ และมีผลผลิตประมาณ 1 ล้านตัน ผลผลิตส่วนหนึ่งจะใช้บริโภคภายในประเทศ เป็นวัตถุดิบสำหรับโรงงานกะทิ และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นการส่งออก โดยสัดส่วนการบริโภคในประเทศกับอุตสาหกรรมและการส่งออกเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 60: 40 พื้นที่เพาะปลูกสำคัญส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคใต้ โดยจังหวัดที่มีผลผลิตมะพร้าวมากที่สุดได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี อย่างไรก็ตาม จากกระแสความนิยมในสินค้ามะพร้าว ส่งผลให้ความต้องการวัตถุดิบมะพร้าวไปผลิตเพื่อการส่งออกยังคงไม่เพียงพอ ภาครัฐจึงได้อนุญาตให้มีการนำเข้ามะพร้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันมะพร้าวยังถูกจัดอยู่ในหมวดสินค้าควบคุม ยังไม่สามารถนำเข้าได้อย่างเสรี

ผลิตภัณฑ์มะพร้าวได้มีการแบ่งหมวดหมู่ออกเป็นสินค้าจำนวนมาก ทั้งมะพร้าวสด มะพร้าวแปรรูป เป็นต้น เช่น กะทิ น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น โดย กะทิ (Coconut Milk) เป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทย มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 75 ของสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวทั้งหมด โดยมีตลาดส่งออกสำคัญได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐฯ และออสเตรเลีย การส่งออกกะทิมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นตามกระแสความนิยมอาหารไทย จำนวนร้านอาหารไทยที่เพิ่มขึ้นในต่างประเทศ รวมทั้งกระแสการดูแลสุขภาพ ในปี 2559 ไทยส่งออกกะทิทั้งสิ้น 10.9 พันล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.6 และมีการขยายตัวเฉลี่ยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 16.7



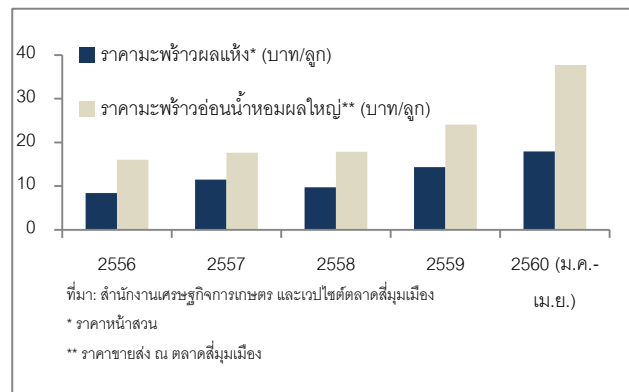
นอกจากนั้น ผลิตภัณฑ์มะพร้าวประเภทอื่นๆ ก็มีแนวโน้มที่จะขยายตัวในอัตราที่สูงเช่นเดียวกันจากกระแสการดูแลสุขภาพ และ Superfood ที่เกิดขึ้นในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น น้ำมันมะพร้าวที่งานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่า น้ำมันมะพร้าวมีส่วนผสมของกรดลอริก (Lauric Acid) ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกายทั้งการบริโภคผ่านการรับประทาน หรือการนำมาเป็นส่วนประกอบของเครื่องสำอาง และน้ำมะพร้าวที่เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งจากกระแสการดูแลสุขภาพ รสชาติของมะพร้าวน้ำหอมไทยที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศจีน รวมถึงผลจากงานวิจัยที่ระบุถึงองค์ประกอบที่เป็นประโยชน์ของน้ำมะพร้าวที่ทำให้หนักกีฬาจำนวนมากหันมาดื่ม

จากความต้องการกะทิที่เพิ่มสูงขึ้นจากความนิยมในอาหารไทย รวมทั้ง การขยายตัวของจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วอย่าง สหภาพยุโรป และสหรัฐฯ ที่ต้องใช้กะทิเป็นส่วนประกอบทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า แนวโน้มความต้องการกะทิจะยังขยายตัวต่อไปในระยะ

ข้างหน้า โดยคาดว่า ในปี 2560 การส่งออกกะทิจะขยายตัวที่ร้อยละ 16.5 คิดเป็นมูลค่า 12.7 พันล้านบาท โดยมีตลาดหลักในสหภาพยุโรป และสหรัฐฯ อีกทั้งกระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์มะพร้าวประเภทอื่นๆ ทำให้ความต้องการผลิตภัณฑ์มะพร้าวมีแนวโน้มจะขยายตัวต่อไปในระยะข้างหน้าเช่นเดียวกัน โดยในปี 2560 คาดว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวจะขยายตัวที่ร้อยละ 18.5 คิดเป็นมูลค่า 16.4 พันล้านบาท อย่างไรก็ตาม การส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยยังคงมีสัดส่วนที่ไม่สูงนักเมื่อเปรียบเทียบกับผู้นำการค้ามะพร้าวโลกอย่างอินโดนีเซีย หรือฟิลิปปินส์

ต้นน้ำถึงปลายทาง: อุตสาหกรรมมะพร้าว

ผู้นำการส่งออกมะพร้าวหลักของโลก ซึ่งได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และอินเดีย ต่างมีความพร้อมในการส่งออกผลิตภัณฑ์มะพร้าวมากกว่าไทยที่มีผลผลิตที่ต่ำกว่า รวมทั้งค่าจ้างแรงงานที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับผู้นำการส่งออกมะพร้าวหลักของโลก อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยก็มีจุดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้มะพร้าวไทยได้รับความสนใจในตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูปมะพร้าวของไทยที่ได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง รวมทั้งมะพร้าวน้ำหอมที่มีรสชาติและกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ จากการที่เป็นมะพร้าวพันธุ์พิเศษที่สามารถปลูกได้เฉพาะในประเทศไทยและมีจำนวนมากในแถบจังหวัดภาคกลางเท่านั้น จากจุดเด่นดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยมองว่า ไทยมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยให้เป็นทั้งเกษตรและอุตสาหกรรมชั้นนำ ซึ่งแนวทางการพัฒนาสามารถทำได้ทั้งซัพพลายเชนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ดังนี้



ต้นน้ำ: เกษตรกรผู้ปลูก

ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบจากพื้นที่และผลผลิตที่ลดลงของมะพร้าวสวนทางกับความต้องการมะพร้าวในตลาดโลกและความต้องการนำมาเป็นวัตถุดิบในประเทศ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำเข้ามะพร้าวแกงที่เป็นวัตถุดิบในการคั้นกะทิจากประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้ง มะพร้าวน้ำหอมที่เป็นพันธุ์พิเศษและสามารถปลูกได้ในไทยเท่านั้น ยังเป็นที่ต้องการในต่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศจีน ดังนั้น คาดว่าราคามะพร้าวทั้งสองชนิดจะมีแนวโน้มราคาที่ดีต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสอันดีของเกษตรกรที่ปลูกพืชชนิดอื่นที่อาจจะปรับเปลี่ยนมาปลูกมะพร้าว และยังสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการผลิตมะพร้าวและถั่วเหลืองแบบครบวงจรของภาครัฐที่คาดว่าจะมีนโยบายที่ช่วยเหลือให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนจากพืชชนิดอื่นมาปลูกมะพร้าวได้อย่างสะดวกมากขึ้น

อย่างไรก็ดี การปรับเปลี่ยนจากพืชชนิดอื่นมาปลูกมะพร้าวจำเป็นต้องใช้เวลาในการออกผลผลิตทั้งพันธุ์ต้นเตี้ยที่จะให้ผลผลิตภายใน 3-4 ปี และพันธุ์ต้นสูงที่จะให้ผลผลิตภายใน 5-6 ปี ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรที่จะปรับเปลี่ยนจากพืชชนิดอื่นได้ รวมถึงมะพร้าวแกงที่แม้จะสามารถปลูกได้ทุกภาคของประเทศไทย

แต่จะเจริญเติบโตได้ดีในสภาพดินเป็นกลาง ลักษณะดินร่วนปนทราย และมีฝนกระจายสม่ำเสมอตลอดปี ในขณะที่มะพร้าว น้ำหอมจะเหมาะสมกับพื้นที่ที่มีน้ำค่อนข้างมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในภาคกลาง อีกทั้ง การปลูกมะพร้าวของไทยในปัจจุบันยังคงมีผลผลิตที่ต่ำ ทั้งจากปัญหาด้านศัตรูพืชและวิธีการปลูกมะพร้าว ซึ่งยังต้องพัฒนาองค์ความรู้ของเกษตรกรที่เพื่อขจัดปัญหาต่างๆ ที่กระทบต่อผลผลิตของมะพร้าว

กลางน้ำ: ผู้ค้าและ SMEs

จากราคาสินค้าเกษตรหลักต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นราคาข้าว หรือมันสำปะหลังในช่วงที่ผ่านมาและแนวโน้มในระยะข้างหน้า ซึ่งคาดว่าผู้ค้าพืชไร่ในสินค้าเกษตรหลักจะต้องเผชิญกับความผันผวนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ค้าอาจพิจารณาค้ามะพร้าวที่มีแนวโน้มราคาที่ดีในระยะข้างหน้า โดยการป้อนให้กับทั้ง SMEs และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ในปัจจุบันประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม ความนิยมของมะพร้าวน้ำหอมกลับทำให้มีพ่อค้าชาวจีนเข้ามาตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้หรือที่เรียกกันว่า “ล้าง” มากขึ้น เพื่อรับซื้อมะพร้าวน้ำหอมถึงในสวนและส่งออกไปประเทศจีน ซึ่งการเกิดขึ้นของล้างอาจทำให้เกิดผูกขาดการซื้อขาย และส่งผลกระทบต่อราคาของมะพร้าวน้ำหอมของไทย

สำหรับ SMEs การนำผลผลิตมะพร้าวมาแปรรูปขั้นต้น ไม่ว่าจะเป็นน้ำมะพร้าวหอม กะทิ หรือน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นเพื่อการส่งออกมีแนวโน้มที่ดี โดยเฉพาะในตลาดประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยคาดว่า ความต้องการสินค้าผลิตภัณฑ์มะพร้าวจะยังมีความต้องการสูงไปในระยะข้างหน้า ซึ่งจะเป็นโอกาสอันดีของ SMEs ในการขยายกำลังการผลิตเพื่อพัฒนารูปร่างได้ต่อไป นอกจากนี้ การวิจัยและพัฒนาโดย SMEs อาจเริ่มต้นจากการทดลองขนาดเล็กหรือร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตร อาจนำมาสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีส่วนผสมของมะพร้าว ซึ่งมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้จากกระแสความนิยมของมะพร้าวในตลาดโลก

ปลายน้ำ: มะพร้าว 4.0 โอกาสในการพัฒนาสินค้าของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

การนำนวัตกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาจจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงซึ่งเป็นข้อจำกัดของ SMEs ดังนั้น อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ควรใช้กระแสความนิยมในมะพร้าวเพื่อนำมาสู่การวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับแนวทางไทยแลนด์ 4.0 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มะพร้าว โดยอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิเช่น เครื่องดื่มรสชาติต่างๆ ที่มีส่วนผสมของมะพร้าวที่ปัจจุบันได้รับความนิยมในต่างประเทศ อาหารและขนม หรือเครื่องสำอางทั้งการบำรุงผิวพรรณและเส้นผมที่มีส่วนประกอบของมะพร้าวหรือน้ำมันมะพร้าว เป็นต้น หรือพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณภาพและเป็นการสร้างมูลค่า เช่น กะทิออร์แกนิก การสร้างแบรนด์กะทิผ่านร้านอาหารไทยที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี จากข้อจำกัดที่มะพร้าวไทยยังไม่มีปริมาณผลผลิตเท่ากับประเทศผู้ค้ามะพร้าวชั้นนำ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์ รวมทั้งใช้การวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยที่มีศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดเฉพาะกลุ่ม หรือนิชมาร์เก็ต เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าและความแตกต่าง

ให้กับมะพร้าวของไทย นอกจากนั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่อาจพิจารณาไปถึงการไปลงทุนในต่างประเทศที่มี
วัตถุดิบมะพร้าวเพื่อลดต้นทุนการผลิตและป้องกันปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบมะพร้าวในระยะยาว

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความ
น่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบ
ล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบ
ต่อผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทาง
ธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น