



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของตลาดส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย

ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ดกกรรรมของไทยที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท ในปี พ.ศ. 2529 ยอดมูลค่าการส่งออกได้เพิ่มสูงขึ้นถึง 1,146.4 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2520 ถึง 9 เท่าตัวในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการนำเข้าดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ทั่วโลก

ปี พ.ศ.	2524	2525	2526	2527	2528
มูลค่าการค้าดอกไม้ และต้นไม้ประดิษฐ์ในตลาดโลก	337.60	324.68	316.31	407.83	448.56

ที่มา : United Nations. "United Nations Stat. Off. St". Microfilm: 1977.

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)

จึงนับได้ว่าดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ เป็นสินค้าส่งออกที่ขึ้นหน้าขึ้นตาของไทยอย่างหนึ่ง โดยได้มีการพัฒนาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาเป็นอุตสาหกรรมที่ทันสมัย มีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการผลิต ทำให้ปริมาณการผลิตและมูลค่าการส่งออกจำหน่ายต่างประเทศเพิ่มขึ้นกว่าในอดีต โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ของโลกสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด

ตารางที่ 1.2 ค่าร้อยละมูลค่าการนำเข้าดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์จากประเทศไทยยังประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และตลาดโลก

ประเทศ	พ.ศ. 2524	2525	2526	2527	2528
สหรัฐอเมริกา	2.0	3.7	5.8	9.5	11.8
แคนาดา	1.9	2.2	3.7	6.1	11.7
ทั่วโลก	1.7	2.3	3.4	5.8	7.3

ที่มา : United Nations."United Nations Stat.Off.St".Microfilm:1977.

(หน่วย : ร้อยละ)

ตัวเลขในตารางข้างต้นได้มาจากการนำมูลค่าการนำเข้าของแต่ละประเทศมาคำนวณออกมาเป็นร้อยละเปรียบเทียบกันในแต่ละปี จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งการตลาดได้ค่อยๆ เพิ่มขึ้นจนในปี พ.ศ. 2528 ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าประเภทนี้จากไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดาเท่ากับร้อยละ 11.8 และ 11.7 ตามลำดับ และคิดเป็นร้อยละ 7.3 ของมูลค่าการค้าดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์ทั่วโลกในปีเดียวกัน

สภาพการตลาดและปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ แนวโน้มของอุปสงค์อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมของไทยรวมทั้งอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ได้แสดงให้เห็นถึงช่องทางในการขยายส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นอีกในอนาคต อุตสาหกรรมการผลิตดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ยังได้ช่วยสร้างงานให้กับคนไทย และก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องไปอีกหลายประเภท ตั้งแต่กิจการของผู้ผลิตวัตถุดิบ ไปจนกระทั่งถึงกิจการบริการและขนส่งประเภทต่างๆ เช่น จากโรงงานไปสู่จุดขนถ่ายสินค้าหรือท่าเรือ และ ไปยังจุดหมายปลายทางด้วย

อุตสาหกรรมดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง และมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวได้อีกมาก นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้ดี เช่น ฮองกง จีน ไต้หวัน มาเก๊า และเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2531 นี้ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในโลกของการผลิตภัณฑ์นี้ ได้ประกาศตัดการให้สิทธิพิเศษ

ทางการค้า หรือที่เรียกว่า จีเอส พี (Generalized System of Preferences) แก่กลุ่มประเทศสี่เสือแห่งเอเชีย อันได้แก่ ฮองกง ไต้หวัน เกาหลี และสิงคโปร์ ซึ่งย่อมจะมีผลต่อการส่งออกดอกไม้และต้นไม้มงคลของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะทำให้มูลค่าการส่งออกดอกไม้และต้นไม้มงคลของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตดอกไม้และต้นไม้มงคลของไทยควรได้รับความสนใจจากนักลงทุน คือ ปัจจัยทางด้านภาวการณ์ลงทุนซึ่งสามารถเริ่มต้นด้วยวงเงินลงทุนที่ไม่สูงนัก ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเครื่องจักรหรือวัตถุดิบ รวมทั้งช่างเทคนิคเนื่องจากเป็นสินค้าที่จัดอยู่ในหมู่สินค้าหัตถกรรมซึ่งอาศัยความเชี่ยวชาญ ความประณีตและแรงงานเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันก็ทำรายได้ให้กับผู้ลงทุนเป็นจำนวนไม่น้อย จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีทุนรอนไม่มากนักสามารถเข้ามาลงทุนได้ ซึ่งจะเป็นการขยายฐานของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

1. ศึกษาถึงสภาพตลาดของอุตสาหกรรมผลิตไม้ดอกไม้ประดับและต้นไม้มงคลของไทย
2. ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตไม้ดอกไม้ประดับและต้นไม้มงคลของไทย
3. ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดับและต้นไม้มงคลของไทย

สมมติฐาน

1. ราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญว่าคุณภาพ ในการส่งออกผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดับและต้นไม้มงคลของไทย
2. ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดับและต้นไม้มงคลของไทย คือ การขาดแคลนช่างฝีมือ

วิธีดำเนินการศึกษา

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

โดยการสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิต ผู้ส่งออก หน่วยราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากแบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามนี้จะครอบคลุมเนื้อหาทางด้านการผลิต การตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมนี้เพื่อรวบรวมรายละเอียดและความคิดเห็นมาประมวลผล เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขจุดบกพร่องที่ทำให้การส่งออกไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

โดยการสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากสถิติ บทความ ตลอดจนผลงานวิจัยที่ปรากฏจากหน่วยราชการต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก (คือ กรมพาณิชย์สัมพันธ์เดิม) กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม และธนาคารแห่งประเทศไทย และห้องสมุดสถาบันการศึกษาต่างๆ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และจากหน่วยงานเอกชน เช่น หอการค้าไทย หอการค้าต่างประเทศ ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย สถานทูตของประเทศคู่ค้าที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย หน่วยข้อมูลของต่างประเทศ เช่น สหประชาชาติ ทูตพาณิชย์ของต่างประเทศในประเทศไทย และธนาคารต่างๆ เช่น ธนาคารกสิกรไทย

2. ตัวอย่างในการทำวิจัย

กรอบตัวอย่าง (Sampling Frame) ที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างเจ้าของคนเดียว ซึ่งเป็นผู้ผลิต ผู้ส่งออก หรือเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออก ผลิตภัณฑ์ดอกไม้และต้นไม้ประดับช่อกุหลาบของไทย สำหรับตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีรวบรวมรายชื่อของผู้ผลิต หรือผู้ส่งออกทั้งหมดของไทยตามรายชื่อที่ได้จาก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม และสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง ซึ่งรวบรวมรายชื่อได้ทั้งหมด 55 ราย แต่ที่นำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์จริงๆ ได้เพียง 11 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์แยกเป็น 2 ส่วน โดยดูจากแหล่งที่มาของข้อมูลเป็นหลัก โดยถ้าเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการรวบรวมให้ออกมาในรูปแบบของตารางก่อนแล้วนำมาวิเคราะห์สัดส่วนโดยใช้อัตราร้อยละ และสำหรับข้อมูลที่ใช้ในการนิสจน์สมมติฐาน จะนำมาข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ โดยใช้ χ^2 -Goodness of Fit Test เพื่อทดสอบว่าสมมติฐานนั้นจะถูกปฏิเสธหรือไม่ สำหรับข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ จะทำการสรุปออกมาในรูปแบบของตาราง และแสดงการเปรียบเทียบโดยใช้มูลค่าร้อยละ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการทำวิจัย

1. เป็นแนวทางให้ผู้สนใจการส่งออกผลิตภัณฑ์ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ได้เข้าใจถึงปัจจัยที่สำคัญอันจะมีผลต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ ตลอดถึงปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจ
2. ทำให้ทราบถึงสภาพของตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการรักษาตลาดและขยายตลาดในอนาคต
3. เป็นแนวทาง หรือหลักฐานอ้างอิงให้ผู้สนใจได้ทำการศึกษาต่อไปในตัวผลิตภัณฑ์นี้ในอนาคต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย