

การศึกษาระบบการตลาดส่งออกกล้วยไม้ไทย

A Study on Thai - Orchid Export Marketing Systems

นภาพร พรหมชนะ¹

Napaporn Phromchana

ABSTRACT

The objectives of this report were to study export marketing system of orchid and factors affecting its efficiency. The study also analyzed the trend of orchid exports to major importing countries. The results would be used to explore potentials to improve the export market of the country.

The study showed that exporters obtained orchid from various sources including orchid growers, contract growers and owned farm. The peak period of demand was from October to February. Most of orchids was sold by order. Very occasionally the customers came to the office for the product. The more popular exported orchids were *Dendrobium* (*Den.*) Big Pink, *Den.* Pompadour, *Den.* Purple Lip, *Den.* Pure White and others. Each of them shared 46.43, 31.87, 10, 4.29 and 7.41 percent of their aggregate respectively. Buying and selling prices of exporters were based on cost plus pricing methods. In general, export price was 37.5 percent above the buying price. Units for sale were in bouquets or spikes. The packaging methods varied according to the preferences of importers. Exporting procedures of the exporters were similar. Most of them exported the products through shipping agents. The major export markets of Thai orchid were Japan, Italy, the Netherland, West Germany and United States which cover About 80% of total orchid exports.

The trend of orchid exports increased on an average of 490 tons/year. Exports to Japan, Italy, the Netherland and America increased on an average of 230, 140, 30 and 48 tons per year respectively. The export to West Germany, however, reduced by about 110 tons per year. The analysis of the export trend showed that there was still a good potential to expand the export market in the next 4 - 5 years, provided that quality improvement, packaging facilities and new species are promoted. In addition, good cooperation between various related agencies, public and private will also be needed to support the growth of the industry.

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาถึงสภาพการตลาดส่งออกกล้วยไม้ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระบบตลาดแต่ละชั้น

ตอนที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของตลาด ศึกษาแนวโน้มการส่งออกกล้วยไม้จำแนกตามรายประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ทั้งนี้เพื่อหาทางปรับปรุงและแก้ไขปัญหามarketส่งออก

¹ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Dept. of Agricultural Economics, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand.

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ส่งออกรับซื้อดอกกล้วยไม้จากเกษตรกรทั่วไป ลูกสวนและสวนของตนเอง โดยรับซื้อมากในช่วงเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ แล้วทำการจำหน่ายโดยส่งออกตามใบสั่งซื้อ มีเพียงบางสวนที่ถูกค้าจะมาติดต่อซื้อเอง ดอกกล้วยไม้ที่ต่างประเทศมีความนิยมและต้องการซื้อมาก ได้แก่ หวายสีชมพู หวายปอมปาดัวร์ หวายสีม่วงแดง หวายสีขาว และหยาวยสีอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 46.43 31.87 10 4.29 และ 7.41 ตามลำดับ การกำหนดราคาซื้อและจำหน่ายนั้นส่วนใหญ่ใช้พิจารณาจากต้นทุนบวกอัตรากำไรคงที่ซึ่งราคาขายโดยทั่วไปจะเพิ่มขึ้นอีกเฉลี่ยร้อยละ 37.5 ของราคาที่ได้รับซื้อ รูปแบบที่จำหน่ายมีทั้งแบบเป็นกำและเป็นช่อ บรรจุหีบห่อแตกต่างกันไปตามความต้องการของลูกค้าและความจำเป็นของแต่ละบริษัท แต่ละบริษัทจะมีขั้นตอนและวิธีการส่งออกคล้ายคลึงกันโดยมี Shipping Agent เป็นผู้ดำเนินการให้ ตลาดที่สำคัญของดอกกล้วยไม้ไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และสหรัฐอเมริกา โดยตลาดทั้ง 5 นี้ไทยส่งออกคิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

จากการศึกษาแนวโน้มการส่งออกดอกกล้วยไม้พบว่าแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 490 ตัน โดยในตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 230 ตัน ตลาดอิตาลีปีละ 140 ตัน เนเธอร์แลนด์ปีละ 30 ตัน สหรัฐอเมริกาปีละ 48 ตัน ส่วนสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันมีแนวโน้มลดลงปีละ 110 ตัน จากค่าแนวโน้มจะเห็นว่าการขยายตลาดดอกกล้วยไม้ในช่วง 4 – 5 ปีนี้ คาดว่ายังจะมีช่องทางที่แจ่มใสพอควร หากได้ปรับปรุงในเรื่องคุณภาพ การบรรจุหีบห่อ การร่วมมือทางการรับซื้อและจำหน่าย การหาพันธุ์กล้วยไม้ชนิดใหม่ ๆ ตลอดจนความร่วมมือจากหน่วยราชการต่าง ๆ

บทนำ

การผลิตกล้วยไม้ได้ขยายตัวจากการผลิตเพื่อเป็นงานอดิเรกมาเป็นการผลิตเพื่อการค้ามากขึ้น โดยเฉพาะด้านตลาดต่างประเทศนั้นกล้วยไม้ นับได้ว่าเป็นไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญที่สุด มีมูลค่าการส่งออกมากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด จากสถิติของกรมศุลกากรแสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงระหว่างปี 2520 – 2523 โดยเพิ่มขึ้นจากมูลค่าการส่งออก 132.9 ล้านบาท ในปี 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 421.8 ในปี 2523 หลังจากนั้นมูลค่าการส่งออกได้ลดลงมาเป็น 401.7 334.5 ล้านบาทในปี 2524 และ 2525 ตามลำดับ ซึ่งเป็นช่วงที่การค้ำกล้วยไม้ซบเซามาก การส่งออกกล้วยไม้ได้กลับฟื้นตัวขึ้นอีกในปี 2526 เรื่อยมาจนถึงปี 2528 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกถึง 489.35 ล้านบาท หลังจากนั้นมูลค่าการส่งออกกลับลดลงอีกเหลือ 386.7 และ 408.9 ล้านบาท ในปี 2529 และ 2530 ตามลำดับจากการที่มูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวขึ้นลงทุกปีเนื่องมาจากปริมาณผลผลิตของดอกกล้วยไม้ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ ราคาภายในประเทศและราคาที่ผู้ขายแข่งขันกันในตลาดโลก รสนิยมและความต้องการของประเทศผู้ซื้อเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังมีผลมาจากการดำเนินงานด้านการตลาดส่งออกซึ่งมีปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน ทำให้การขยายตลาดไม่กว้างขวางเท่าที่ควร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการตลาดส่งออกของดอกกล้วยไม้ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ตลอดจนทั้งปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระบบตลาดแต่ละขั้นตอนที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของตลาด

2. ศึกษาแนวโน้มการส่งออกดอกกล้วยไม้ตามรายประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

3. เพื่อหาทางปรับปรุงและแก้ไขปัญหาคาดส่งออกดอกกล้วยไม้ ตลอดจนหาช่องทางในการขยายตลาดต่างประเทศให้กว้างขวางออกไปอีก

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ครอบคลุมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกเฉพาะดอกกล้วยไม้เท่านั้น ไม่รวมต้นกล้วยไม้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากงานวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรในฐานะผู้ผลิต พ่อค้า ในฐานะผู้จำหน่าย ทั้งนี้เพราะผลงานนี้จะเป็นรายงานเบื้องต้นที่ทำให้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการตลาดดอกกล้วยไม้และทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถมองเห็นช่องทางในการวางแผนปรับปรุงให้การผลิตและการตลาดก้าวหน้ามากขึ้นไปอีกรวมทั้งสามารถหาช่องทางขยายตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ให้กว้างขวางมากขึ้นอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้านการตลาดจากผู้ทำการส่งออกดอกกล้วยไม้รายใหญ่ และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิด้านการผลิตและอื่น ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษากระบวนการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้โดยวิธีการศึกษาปัญหาทางหน้าที่การตลาด ได้แก่ การรับซื้อ การจำหน่าย เป็นต้น และสินค้าเฉพาะอย่าง (Functional and Commodity Approach) ตลอดจนศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนจากการดำเนินการ การศึกษานี้ใช้วิธีการพรรณนาและวิเคราะห์ค่าทางสถิติในรูปของร้อยละและค่าเฉลี่ย

3. วิเคราะห์แนวโน้มการส่งออกของดอกกล้วยไม้ โดยวิธี Linear time trend ในการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ผลการวิจัย

แหล่งผลิตและปริมาณการผลิตดอกกล้วยไม้

แหล่งผลิตกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการค้ากระจายอยู่ในภาคต่าง ๆ ภายใน 15 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นคร นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สมุทรปราการ เพชรบุรี สงขลา ภูเก็ต เชียงใหม่ นครสวรรค์ ชลบุรี นครราชสีมา และอุดรธานี จากการสำรวจของฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับฯ กรมส่งเสริมการเกษตรในปี 2530/31 พบว่ามีผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกทั่วประเทศประมาณ 3,872 ราย มีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้งหมดประมาณ 13,000 ไร่ แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในบริเวณรอบชานเมืองกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กทม. สมุทรสาคร และนครปฐม โดยปลูกมากใน 5 อำเภอ ได้แก่ ภาษีเจริญ ดลิ่งชั้น กระทุ่มแบน สามพราน และหนองแขม ในแหล่งนี้มีพื้นที่ปลูกรวมกันประมาณร้อยละ 90 ของพื้นที่ปลูกทั้งหมด ส่วนมากปลูกกล้วยไม้สกุลหวายโดยเฉพาะ หวายมาดามปอมปาดัวร์รองลงมาคือ หวายขาว และหวายสีชมพู ส่วนพื้นที่ปลูกอีกประมาณร้อยละ 10 กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น จังหวัดที่ปลูกมากในกลุ่มนี้คือ เชียงใหม่ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีอากาศเย็นจึงเหมาะที่จะปลูกกล้วยไม้สกุลอื่น ๆ เช่น ชิมิเดียม รองเท้านารี แวนด้า หวาย อะแรนดา และอะแรนเทอร่า

ชนิดของดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก¹

ดอกกล้วยไม้สดที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศมี 6 ชนิดที่สำคัญ คือ

¹ ธนาคารกสิกรไทย, ไม้ตัดดอก เอกสารวิชาการ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1/2529

1. หวายมาดามปอมปาดัวร์ (*Dendrobium Pompadour* : MD) ดอกกล้วยไม้พันธุ์มาดามปอม-ปาดัวร์นี้อยู่ในสกุลหวาย มีดอกสีม่วง ช่อยาวกลีบดอกใหญ่กลมติดกัน

2. หวายชีชาร์ (*Dendrobium Ceacar* : White Pink (WH.) ดอกกล้วยไม้พันธุ์ชีชาร์ในสกุลหวายมีดอกสีขาวตรงปลายกลีบดอกออกสีชมพู กล้วยไม้ชนิดนี้กลีบดอกแคบและยาวกว่าดอกมาดาม ช่อยาว

3. หวายแจ็กเกอร์ลิน (*Dendrobium Jacquelyn Thomas* : Pure White (PWH.)) ดอกกล้วยไม้พันธุ์แจ็กเกอร์ลินโทมัส อยู่ในสกุลหวาย ดอกสีขาวล้วน กลีบดอกเล็ก ช่อยาว

4. คริสติน (*Aranda Christine* : CH.) ดอกกล้วยไม้พันธุ์ประเภทแมลงปอ มีดอกสีชมพูมีจุดเล็ก ๆ บนกลีบดอกสีม่วงอมชมพู บางต้นกลีบดอกมีจุดกระ

5. แมกกี อูย (*Arachnis Maggie Oei* : MG.) ดอกกล้วยไม้พันธุ์แมลงปอ มีดอกออกสีลาย ๆ ขาวกับน้ำตาล

ดอกกล้วยไม้พันธุ์แมลงปอนี้กลีบดอกจะมีรูปร่างคล้ายกัน คือมีกลีบแคบเรียวยาว 5 กลีบ ซึ่งแต่ละช่วงกลีบมีระยะห่างกันมาก เป็นพันธุ์ที่นำเอามาจากสิงคโปร์ และนำมาขยายพันธุ์จนเพียงพอับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

6. ออนชิตียม โกลเดนเชาเวอร์ (*Oncidium Golden Shower* หรือ *Oncidium Goldiana* : ONC) มีลักษณะดอกเล็ก ๆ สีเหลืองและมีจุดเล็กน้อยออกสีส้ม ช่อดอกมีแขนงแบบก้างปลาพร้อมทั้งดอกเล็ก ๆ บนช่อ

มาตรฐานของดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออกแยกตามพันธุ์

1. หวาย (*Dendrobium*)

1.1 ช่อยาวพิเศษ - ความยาวประมาณ 50 – 60 เซนติเมตร

- ดอกบานประมาณ 8 – 9 ดอก รวมทั้งดอกตูมด้วย ไม่น้อยกว่า 16 ดอก

1.2 ช่อยาว - ความยาวช่อประมาณ 45 – 50 เซนติเมตร

- ดอกบานประมาณ 6 – 7 ดอก รวมทั้งดอกตูมด้วย ไม่น้อยกว่า 13 ดอก

1.3 ช่อสั้น - ความยาวช่อประมาณ 40 – 45 เซนติเมตร

- ดอกบานไม่น้อยกว่า 5 ดอก รวมทั้งดอกตูมด้วย ไม่น้อยกว่า 9 ดอก

1.4 ช่อสั้นสุด - ความยาวช่อประมาณ 30 – 40 เซนติเมตร

- ดอกบานไม่น้อยกว่า 5 ดอก

2. คริสติน (*Aranda Christine*)

ช่อยาว มีจำนวน 10 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 9 ดอกลงมา

3. เจมสตอรี (*Aranthera James Storiei*)

ช่อยาว มีแขนง 3 แขนงขึ้นไป (แต่ละแขนงยาวไม่เกิน 25 เซนติเมตร)

ช่อสั้น มีแขนง 2 แขนงขึ้นไป

4. แมกกี อูย (*Arachnis Maggie Oei*)

ช่อยาว มีขนาด 50 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาด 49 เซนติเมตร

5. โกลเด็น (*One. Golden Shower*)

ช่อยาว มีขนาด 20 เซนติเมตร ยาว 65 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาด 15 เซนติเมตร ยาว 55 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้นที่สุด มีขนาดกว้าง 14 เซนติเมตร ยาว 54 เซนติเมตรลงมา

นอกจากมาตรฐานดอกกล้วยไม้ดังกล่าวแล้วยังมีข้อกำหนดอื่น ๆ ในการคัดเลือกดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออกดังนี้ คือ

1. ความห่างของแต่ละดอกในช่อ ต้องมีความห่างเท่า ๆ กัน
2. ความสมบูรณ์ของดอก ต้องปราศจากรอยตำหนิของโรคและแมลง
3. ความสะอาดของดอก ต้องปราศจากคราบปุ๋ย ยาว และฝุ่นละออง
4. ดอกต้องไม่มีการผสมเกสร และไม่เป็นโรคเกสรดำ

การดำเนินงานด้านการตลาด

1. การรับซื้อดอกกล้วยไม้ ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ร้อยละ 28.57 จะรับซื้อดอกกล้วยไม้จากเกษตรกรทั่วไป ร้อยละ 42.86 ของผู้ส่งออกรับซื้อกล้วยไม้จากสวนของตนเอง และจากเกษตรกรที่เป็นลูกสวน ส่วนอีกร้อยละ 28.57 ของผู้ส่งออกได้รับดอกกล้วยไม้จากสวนของตนเอง

การซื้อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกนั้น จากการสอบถามพบว่าร้อยละ 71.43 ของผู้ส่งออกจะออกไปรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง ส่วนอีกร้อยละ 28.57 ใช้วิธีการออกไปรับซื้อควบคู่ไปกับการรับซื้อจากผู้ขายที่นำมาขายส่งให้ จำนวนช่อกล้วยไม้ที่ผู้ส่งออกรับซื้อเองเฉลี่ย 15,428.57 ช่อ/เที่ยว ซึ่งในการออกไปรับซื้อเองนี้ ผู้ส่งออกต้องเสียค่าขนส่งเฉลี่ย 264.29 บาท/เที่ยว และไม่เกิดความเสียหายจากการขนส่งเลย หรือถ้าจะมีก็เพียงจำนวนน้อยมาก ไม่ถึงร้อยละ 1 ของจำนวนดอกกล้วยไม้ที่รับซื้อ

ลักษณะของดอกกล้วยไม้ที่ผู้ส่งออกรับซื้อนั้น จะแยกตามขนาดความยาวของช่อ และขนาดของดอกเป็นสำคัญ ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่ได้รับความนิยมซื้อจากผู้ส่งออกเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยคือ

หวายสีชมพูชนิดลึบกว้าง หวายปอมปาดัวร์ หวายสีขาวชนิดลึบกว้าง หวายสีอื่น ๆ นอกจากสีม่วง และหวายสีม่วงแดง โดยเฉลี่ยผู้ส่งออกแต่ละรายจะซื้อหวายสีชมพู หวายปอมปาดัวร์ หวายสีขาว หวายสีอื่น ๆ นอกจากสีม่วง และหวายสีม่วงแดง คิดเป็นร้อยละ 41, 24, 14.57, 7.57 และ 12.86 ของปริมาณการรับซื้อทั้งหมดในแต่ละครั้ง

สำหรับเดือนที่ผู้ส่งออกรับซื้อดอกกล้วยไม้มากอยู่ในระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ และช่วงเดือนที่ผู้ส่งออกรับซื้อดอกกล้วยไม้น้อยจะอยู่ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนกันยายน ส่วนราคารับซื้อดอกกล้วยไม้จะสูงมากในช่วงเดือนธันวาคม ถึงเดือนพฤษภาคม และราคารับซื้อดอกกล้วยไม้จะต่ำในช่วงเดือนมิถุนายน ถึงเดือนสิงหาคม

การชำระเงินในการซื้อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกมี 2 วิธีด้วยกัน กล่าวคือร้อยละ 85.71 ของผู้ส่งออกใช้วิธีจ่ายชำระเป็นงวด ๆ โดยระยะเวลาของแต่ละงวดเท่ากับ 30 วัน และร้อยละ 14.29 ใช้วิธีการจ่ายชำระเงินทั้งหมดทันที สำหรับราคารับซื้อนั้น จากการสอบถามพบว่า ร้อยละ 57.14 ของผู้ส่งออกกำหนดราคาเอง และร้อยละ 42.86 ของผู้ส่งออกจะใช้ราคาที่ได้จากการต่อรองราคากันระหว่างผู้ส่งออก ซึ่งในที่นี้คือผู้รับซื้อกับผู้ขาย สำหรับเกณฑ์ที่ผู้ส่งออกใช้กำหนดราคารับซื้อ จากการวิจัยพบว่าร้อยละ 57.14 จะใช้หลักเกณฑ์การนำเอาต้นทุนบวกอัตรากำไรคงที่ในการกำหนดราคารับซื้อ และร้อยละ 42.86 จะใช้หลักเกณฑ์การกำหนดราคารับซื้อจากคุณภาพของดอกกล้วยไม้ราคาในวันที่ผ่านมา และปริมาณความต้องการในแต่ละวัน

ด้านการแข่งขันในการรับซื้อดอกกล้วยไม้ระหว่างผู้ส่งออกมีปรากฏอยู่มากถึงร้อยละ 71.43 โดยจะแข่งขันกันเสนอราคารับซื้อให้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ ในช่วงที่ต้องการดอกกล้วยไม้มาก ส่วนผู้ส่งออกอีกจำนวนร้อยละ 28.57 นั้นไม่มีการแข่งขันกันรับซื้อ

ก่อนการจำหน่ายดอกกล้วยไม้พบว่าดอกกล้วยไม้ไม่เกิดความเสียหายเฉลี่ยประมาณร้อยละ 19.67 เนื่องจากเกิดโรค เช่น การมีจุดใบปลา สนิมสีดำและขึ้นมวง (เกิดสีมวงเข้มขึ้นกว่าธรรมดาในดอกสีมวงแดง) เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 83.33 ของจำนวนดอกกล้วยไม้ที่เสียหาย ส่วนอีกร้อยละ 16.67 เกิดความเสียหายทางกายภาพ เช่น กลีบใบชำ เกสรเสียหาย เป็นต้น

2. การจำหน่ายดอกกล้วยไม้

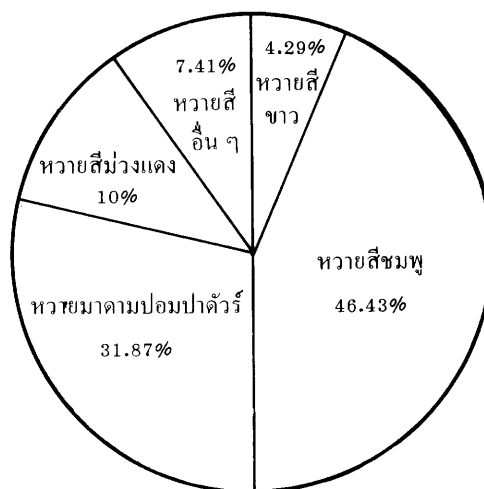
การดำเนินธุรกิจของผู้ส่งออกโดยส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดไปยังลูกค้าในต่างประเทศมีจำนวนร้อยละ 85.71 ของจำนวนผู้ส่งออก อีกร้อยละ 14.29 ของผู้ส่งออกทำการจำหน่ายให้ทั้งลูกค้าในต่างประเทศและพ่อค้ารายอื่น ๆ ด้วย

ในด้านการติดต่อจำหน่ายของผู้ส่งออกนั้น ร้อยละ 28.57 ของผู้ส่งออก จะมีลูกค้าติดต่อซื้อเอง

ร้อยละ 57.14 ใช้วิธีการติดต่อจำหน่ายโดยการส่งไปให้ตามใบสั่งซื้อ สำหรับอีกร้อยละ 14.29 นั้น ใช้วิธีการติดต่อจำหน่ายทั้ง 2 วิธี คือทั้งที่ลูกค้ามาติดต่อซื้อเองและส่งไปตามใบสั่งซื้อ ซึ่งในกรณีนี้ลูกค้าร้อยละ 40 จะมาซื้อเอง และอีกร้อยละ 60 จะส่งใบสั่งซื้อมาให้

การกำหนดราคาขายนั้น จากการวิจัยพบว่า ผู้ส่งออกร้อยละ 85.71 ใช้การกำหนดราคาขาย โดยอาศัยหลักเกณฑ์ ต้นทุนบวกอัตรากำไรคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 14.29 ใช้การกำหนดราคาขายโดยดูจากปริมาณดอกกล้วยไม้ในตลาด ซึ่งราคาขายโดยทั่วไป จะเพิ่มราคาขึ้นอีกเฉลี่ยร้อยละ 37.5 ของราคาที่รับซื้อมา

ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่ต่างประเทศมีความนิยมและต้องการรับซื้อ ได้แก่ หวายสีชมพู หวายมาดาม-ปอมปาด้ว และหยาวยสีอื่น ๆ ดังแผนภาพ



ดอกกล้วยไม้ชนิดที่ขายได้กำไรมากที่สุดนั้นจากการสอบถามพบว่า ได้แก่ หยาวยสีชมพู ทั้งนี้เนื่องจากมีความต้องการของลูกค้ามาก เพราะเป็นกล้วยไม้ที่มีสีสวยงามทน ราคารับซื้อค่อนข้างถูก ง่าย และเป็นพันธุ์ใหม่ รองลงมาคือ หยาวยสีม่วงแดง ส่วนดอก

กล้วยไม้ที่ขายได้กำไรน้อยที่สุดคือ หยาวยปอมปาด้ว ทั้งนี้เพราะความต้องการของลูกค้าลดลงกว่าแต่ก่อนเนื่องจากเป็นพันธุ์ที่ล้าสมัย และราคาดอกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ทางด้านต้นทุนในการจำหน่ายกล้วยไม้นั้น จาก

การวิจัยพบว่าบริษัทจะต้องใช้เงินทุนหมุนเวียน เฉลี่ย 1,860,000 บาท/เดือน และรายได้เฉลี่ยที่ได้รับประมาณ 6,620,000 บาท/เดือน สำหรับค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดคือ ค่าดอกกล้วยไม้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 53.75 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. รูปแบบของดอกกล้วยไม้ที่ส่งออก

ลักษณะรูปแบบของดอกกล้วยไม้ที่ส่งจำหน่ายต่างประเทศมี 2 ลักษณะ

1. ดอกกล้วยไม้เป็นช่อเดี่ยว ๆ ซึ่งจำหน่ายในรูปแบบนี้ประมาณร้อยละ 42.86

2. ดอกกล้วยไม้กำ (Bouquets) นิยมจำหน่ายในรูปแบบนี้ถึงร้อยละ 57.14

ลักษณะดอกไม้กำคือ ดอกกล้วยไม้ชนิดต่าง ๆ หรือชนิดเดียวกันรวมกับใบเฟิร์นซึ่งมีหลายแบบด้วยกัน ขึ้นอยู่กับบริษัทผู้ส่งออกแต่ละรายจะเป็นผู้กำหนดชนิดหรือตั้งเป็นมาตรฐานของบริษัท เพื่อความสะดวกในการสั่งซื้อของลูกค้า และผู้ส่งออกในการที่จะจัดดอกกล้วยไม้ให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

ลักษณะไม้กำมีดังนี้

1. BOUQUET 3 SMD. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายปอมปาดัวร์ทั้งหมด 3 ก้าน และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกัน

2. BOUQUET 2 SMD. 1 SWH. OR SPW. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายปอมปาดัวร์ก้านสั้น 2 ก้าน หวายชีชาร์ หรือหวายแจ็กเกอร์ลิน 1 ช่อ อย่างใดอย่างหนึ่ง และมีใบเฟิร์น 2 ก้านรวมกัน

3. BOUQUET 3 DIFFERENT KINDS OF ORCHID 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยกล้วยไม้ชนิดต่าง ๆ 3 ชนิดรวมกัน และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกัน

4. BOUQUET 3 SPW. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายแจ็กเกอร์ลินสีขาวก้านสั้น 3 ก้าน

และใบเฟิร์นอีก 2 ก้าน

5. BOUQUET 3 SWH. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายชีชาร์สีชมพูก้านสั้น 3 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

6. BOUQUET 5 SMD. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายชีชาร์สีชมพูก้านสั้น 5 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

7. BOUQUET 3 MD. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายปอมปาดัวร์ก้านสั้น 3 ก้าน และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมติดกัน

8. BOUQUET 2 MD. 1 WH. OR PW. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามขนาดกลาง 2 ก้าน หวายชีชาร์ขาวอมชมพูหรือหวายแจ็กเกอร์ลินสีขาวอย่างใดอย่างหนึ่งขนาดกลาง 1 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

9. BOUQUET 3 SMD. 2 SWH. 2 FERNS ไม้กำประกอบด้วยหวายปอมปาดัวร์ก้านสั้น 3 ก้าน หวายชีชาร์ขาวอมชมพูขนาดสั้น 2 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกันเป็น 1 กำ

10. BOUQUET 1 SMD. 2 OTHER. 2 FERNS ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายปอมปาดัวร์ก้านสั้น 1 ช่อ ดอกกล้วยไม้ชนิดอื่น ๆ อีก 2 ช่อ และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกันเป็นไม้กำ

4. การบรรจุหีบห่อ

วิธีการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้เพื่อส่งจำหน่ายต่างประเทศ มีขั้นตอนดำเนินงานดังนี้คือ

1. คัดดอกไม้ตามที่ลูกค้าต้องการ ว่าต้องการเป็นช่อเดี่ยวหรือกำ

2. ใช้มีดปาดปลายก้าน แล้วแช่ในน้ำยาอีตอย ประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง จากนั้นหุ้มปลายก้านด้วยสาลี ขุบขายีตอย

3. นำกล้วยไม้เก็บไว้ในห้องเย็น ที่มีอุณหภูมิ ประมาณ 12 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ ประมาณ

90% อย่างน้อย 30 นาที

4. นำกล้วยไม้จากห้องเย็นเข้าห้องที่จะทำการหีบห่อ ทำการห่อดอกกล้วยไม้ด้วยกระดาษที่อ่อนนุ่ม ใส่สารดูดซับก๊าซเอทิลีน

5. จากนั้นนำกล้วยไม้ใส่ถุงพลาสติก จากการบรรจุในถุงพลาสติกแล้วจะทำการบรรจุในกล่องกระดาษขนาดเล็ก จากกล่องกระดาษขนาดเล็ก ก็จะนำไปใส่กล่องขนาดใหญ่ที่เรียกว่า bundle box หรือ กล่องสวมนอก

6. จากนั้นนำกล่องที่บรรจุกล้วยไม้แล้วไปเก็บไว้ในห้องเย็นที่มีอุณหภูมิประมาณ 10 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ประมาณ 40% เพื่อรอการจำหน่ายต่อไป

วิธีการบรรจุหีบห่อข้างต้นนั้น บางบริษัทอาจจะมีการบรรจุหีบห่อที่ต่างกันออกไป เช่น บางบริษัททำธุรกิจขนาดเล็ก อาจจะไม่มีการเก็บดอกกล้วยไม้ในห้องเย็น ไม่มีการใส่สารดูดซับเอทิลีน ไม่มีการแช่น้ำยายืดอายุก็ได้ แล้วแต่ความจำเป็นของแต่ละบริษัท ตลอดจนความต้องการของลูกค้า เพราะลูกค้าบางประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น มีความต้องการดอกกล้วยไม้ที่ผ่านการควั่นเพื่อป้องกันโรคและแมลงที่จะติดมากับดอกกล้วยไม้ได้ ส่วนการห่อดอกกล้วยไม้ใ้สูงนั้น จำนวนช่อดอกที่ใส่สูง แต่ละบริษัทแตกต่างกันไป บางรายอาจมี 5 ช่อ บางราย 6 ช่อสำหรับช่อยาว และ 9 ช่อสำหรับช่อสั้น การบรรจุในกล่องเล็กแต่ละกล่องเล็กจะบรรจุกล้วยไม้แตกต่างกันออกไป เช่น บางรายบรรจุ 20 – 30 ช่อ สำหรับกล่องบรรจุชนิดเก๋ขนาด 18 x 75 x 7 ซม. บางรายบรรจุ 100 ช่อต่อ 1 กล่องเล็ก ในขนาดกล่องแบบใหม่ที่ใหญ่เป็น 2 เท่าของกล่องเดิมคือมีขนาด 36 x 75 x 7 ซม. เช่นเดียวกับการบรรจุกล่องเล็กในกล่องใหญ่ (bundle box) ซึ่งมีขนาด 38 x 75 x 39 ซม. แต่ละบริษัทก็จะบรรจุต่างกันออกไป เช่น บรรจุ 5 กล่องเล็ก สำหรับกล่องที่บรรจุ 100 ช่อ และบางรายบรรจุ 10 กล่องเล็กสำหรับกล่องที่บรรจุ

20 ช่อ เป็นต้น

5. ขั้นตอนในการส่งออก

ขั้นตอนในการเตรียมส่งออกดอกกล้วยไม้ จนกระทั่งขึ้นเครื่องบินนั้น จากการสอบถามพอจะสรุปขั้นตอนในการเตรียมการส่งออกดังนี้

1. ทำการจัดหากล้วยไม้ตามใบสั่งซื้อของลูกค้า
2. ทำการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ (รายละเอียดกล่าวแล้วข้างต้น)

3. จัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ เช่น ใบ invoice ในรับรองปลอดโรคพืช (จากฝ่ายด้านตรวจโรคพืช ของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยฝ่ายด้านตรวจโรคพืชจะทำการตรวจสอบประมาณ 10% ของจำนวนดอกกล้วยไม้ที่จะทำการส่งออกทั้งหมด) ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า หรือที่เรียกว่า Form A (ใบ Form A นี้เป็นใบที่กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้ออกให้ ซึ่งจะให้ผู้ส่งออกได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้า ในด้านภาษีอากร ได้ครบถ้วนตามที่ลูกค้าต้องการ) ให้เรียบร้อย

4. นำสินค้าไปผ่านการตรวจที่ด่านกักกันพืช เพื่อรับการตรวจสอบก่อนขึ้นเครื่อง

5. ต่อจากนั้นจะเป็นหน้าที่ของ Shipping Agent ที่จะมารับสินค้าไปที่สนามบินดอนเมือง โดย Shipping Agent นี้จากการสำรวจบางบริษัทจะทำการขนส่งเองโดยไม่ผ่าน Shipping Agent แต่บางรายจะให้ Shipping Agent จัดการเกี่ยวกับการขนส่งทุกอย่าง นั่นคือ ตั้งแต่การติดต่อลูกค้าจองเครื่อง จนกระทั่งขนสินค้าขึ้นเครื่องบิน

ในการขนส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น จะขนส่งทางเครื่องบินทั้งหมด และในการขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยังต่างประเทศนั้น ร้อยละ 85.71 ของผู้ส่งออกไม่เกิดความเสียหายใด ๆ จากการส่งออก อีกร้อยละ 14.29 จะเกิดความเสียหายเนื่องจากการขนส่ง ซึ่งจะเกิดความเสียหายเฉลี่ยร้อยละ 40 ของปริมาณ

ดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกทั้งหมด โดยความเสียหายมักเกิดขึ้นเนื่องจากเครื่องบินเลื่อนเวลาการเดินทาง (Delay) ทำให้สินค้าไปถึงประเทศลูกค้าไม่ได้ตามกำหนด

6. ประเทศลูกค้าที่สำคัญ

ประเทศที่สั่งซื้อดอกกล้วยไม้จากไทยเป็นจำนวนมาก ได้แก่ ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี เนเธอร์แลนด์ และฝรั่งเศส ส่วนประเทศที่เป็นคู่แข่งในการส่งออกดอกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทย ได้แก่ สิงคโปร์ โดยเฉพาะการส่งออกกล้วยไม้สกุลแมลงปอลูกผสม

แนวโน้มในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย จำแนกตามรายประเทศ

1. ญี่ปุ่น จากสถิติของกรมศุลกากรพบว่าญี่ปุ่นเป็นตลาดดอกกล้วยไม้ที่สำคัญเป็นอันดับ 1 ของไทย ในปัจจุบัน เนื่องจากการนำเข้าจากไทยในปริมาณที่สูงเพิ่มขึ้นทุกปีจาก 260 ตันในปี 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 1,267 ตันในปี 2525 และ 3,142 ตันในปี 2530 เมื่อดูจากสมการแนวโน้มการส่งออกตาม Figure 1 แล้วจะเห็นว่าปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นปีละ 230 ตัน

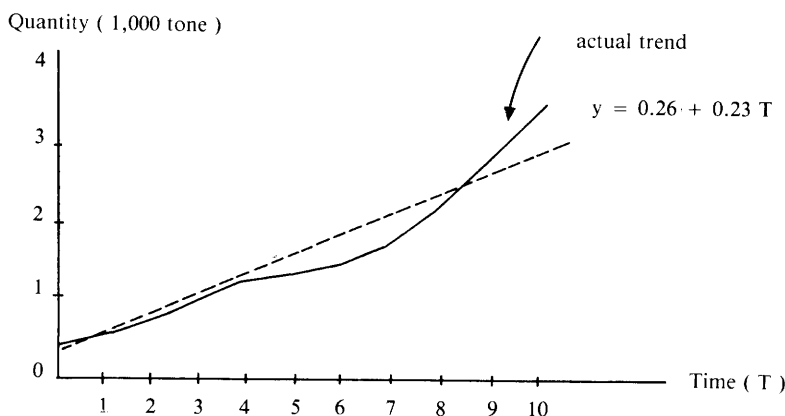


Figure 1. Projected and actual trends of orchid export to Japan, 1977 - 1987.

ซึ่งสมการที่ได้มีลักษณะใกล้เคียงกับปริมาณการส่งออกจริง

การส่งออกดอกกล้วยไม้ไปตลาดญี่ปุ่นนั้นไทยได้รับการยกเว้นภาษีขาเข้า แต่จะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพและตรวจสอบโรคและแมลงจากสำนักงานกักกันโรคพืชของญี่ปุ่นก่อนปัจจุบันญี่ปุ่นส่งเสริมให้มีการผลิตไม้ตัดดอก เช่น แกลดิโอลัส กล้วยไม้ และเบญจมาศ ที่หมู่เกาะโอกินาวาเพื่อใช้ภายในประเทศและทดแทนการนำเข้าในอนาคต โดยกำหนดระยะเวลาภายใน 5 ปี อย่างไรก็ตามในประเด็นนี้ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้

ไทยมีความเห็นว่าไม่น่าวิตกกัง เพราะญี่ปุ่นมีความจำกัดในหลายเรื่อง เช่น พื้นที่ สภาพแวดล้อม แสงแดด อุณหภูมิ แรงงาน และค่าจ้างแรงงานสูง ประกอบกับภูมิอากาศของไทยเหมาะสมในการปลูกกล้วยไม้มากกว่าโดยเฉพาะสกุลหวาย นอกจากนี้ดอกกล้วยไม้จากไทยได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในญี่ปุ่นเนื่องจากเป็นดอกไม้ที่มีเกรดดีและมีภาพพจน์ที่ดี ตลอดจนเป็นดอกไม้ชนิดเดียวที่มีให้เลือกหลายสี และหลายแบบ อย่างไรก็ตามควรที่จะระวังรักษาสถานะนี้ไว้ด้วยการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความ

แปลกใหม่ และรักษาระดับราคาไม่ให้ตกต่ำจนผู้ส่งออกและผู้ปลูกเลี้ยงต้องขาดทุน

2. อิตาลี ในช่วง 2 - 3 ปีมานี้ อิตาลีเลื่อนอันดับขึ้นมาเป็นตลาดดอกกล้วยไม้ของไทยเป็นอันดับ 2 รองจากญี่ปุ่น ปริมาณการนำเข้าไม่ค่อยแน่นอนขึ้นอยู่กับการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ เช่น

การนำเข้าในปี 2530 จำนวน 952 ตัน สูงขึ้นกว่าปี 2529 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับ 788 ตัน นั่นก็เนื่องมาจากราคาของกล้วยไม้พันธุ์มาตามปอมปาดัวร์ของไทยมีราคาถูกลง เป็นต้น อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์จากสมการแนวโน้มระยะยาวแล้วจะเห็นว่าตั้งแต่ปี 2520 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 140 ตัน ดัง Figure 2

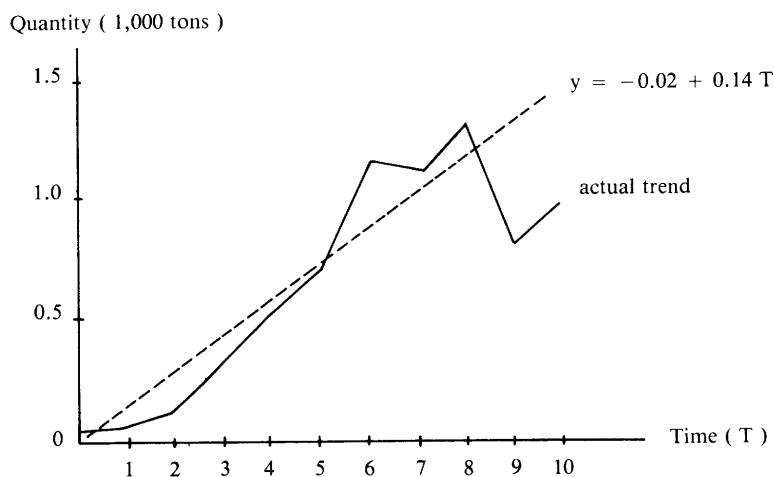


Figure 2. Projected and actual trends of orchid export to Italy, 1977 - 1987.

3. สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เดิมสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันเป็นประเทศที่นำเข้ากล้วยไม้จากไทยมากเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดของไทย ทั้งนี้เพราะดอกกล้วยไม้สกุลหวายเป็นดอกไม้ที่เหมาะสมมากในการขนส่งไปยังเยอรมันเนื่องจากไม่มีการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้พันธุ์นี้ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันจึงไม่มีคู่แข่งแต่ในระยะหลังปริมาณนำเข้าลดลงมากจากคำบรรยายของ Mr. Helmuth Philippi ผู้จัดการฝ่ายบริหารสหกรณ์นำเข้าไม้ตัดดอกของเยอรมันตะวันตก ได้กล่าวถึงสถานการณ์ตลาดดอกไม้ในประเทศเยอรมันว่าอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ตลาดดอกไม้ที่ลูกค้าจะซื้อไปเพื่อเป็นของขวัญในตลาดนี้ดอกไม้จะไม่มีคุณค่าในความ

รู้สึกของผู้ซื้อ ราคาของดอกไม้ค่อนข้างสูง อีกตลาดหนึ่งนั้นเป็นตลาดดอกไม้ที่ลูกค้าจะซื้อไปใช้เอง เช่น นำไปตกแต่งบ้าน ซึ่งมักเป็นดอกไม้ที่มีราคาถูก เดิมดอกกล้วยไม้เคยเป็นดอกไม้ที่แพงมากในตลาดเยอรมัน และพิเศษมากในความรู้สึกของผู้ซื้อ จึงเป็นที่นิยมนกันมาก ต่อมามีการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากไทยเป็นจำนวนมากขึ้นในระยะเวลาอันสั้น ประกอบกับการผลิตดอกกล้วยไม้สกุลแมลงปอ หวาย และซิมบิเดียม จากเรือนกระจกในประเทศฮอลแลนด์ ทำให้ปริมาณดอกกล้วยไม้มีมากและมีจำหน่ายทั่วไปในราคาที่ถูกลง ผลที่ตามมาคือคุณค่าในความรู้สึกของดอกกล้วยไม้ตกต่ำลงและดอกกล้วยไม้ก็ค่อย ๆ หายไปจากตลาด

ของขวัญ นอกจากนี้แล้วความนิยมของผู้ซื้อในประเทศเยอรมันได้เปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมช่อดอกไม้หลายสีคละกัน โดยนำดอกไม้ต่างชนิดที่เข้ากันได้มาจัดรวมกัน แต่ดอกกล้วยไม้ยักที่จะจัดรวมเข้ากลุ่มกับดอกไม้ชนิดอื่น ๆ นั้นได้ ประกอบกับความนิยมดอกไม้ชนิดที่ยัง

ตูมอยู่ และสามารถบานต่อได้อีกหลังจากที่ซื้อไปแล้ว จึงทำให้ดอกกล้วยไม้ของไทยหมดความนิยมลง

แนวโน้มในการส่งออกกล้วยไม้ไปยังสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันเมื่อเปรียบเทียบการส่งออกแล้วเป็นดัง Figure 3

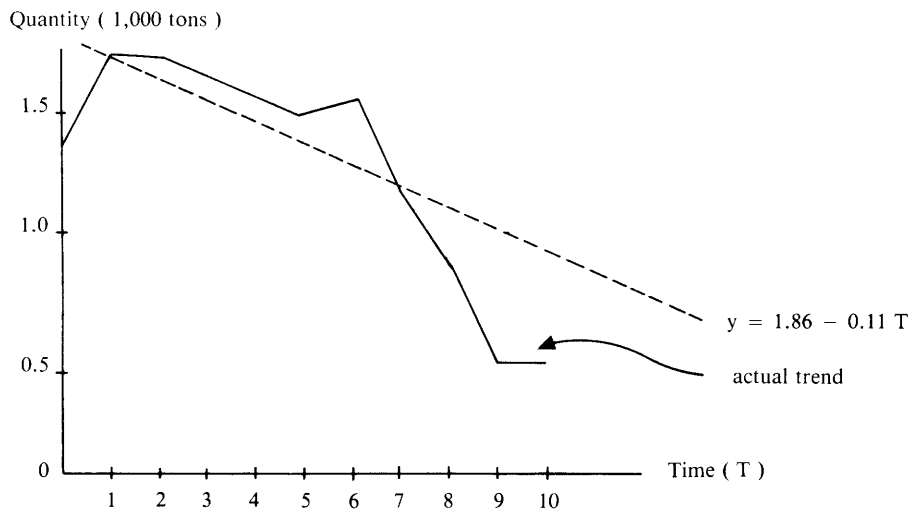


Figure 3. Projected and actual trends of orchid export to West Germany, 1977 - 1987.

4. สหรัฐอเมริกา การส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังสหรัฐอเมริกาในช่วง 5 ปีมานี้ (2526 - 2530) มีแนวโน้มสูงขึ้น แม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะสามารถผลิตดอก

กล้วยไม้และดอกไม้ชนิดต่าง ๆ ได้มาก แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ ปริมาณและมูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้นปีละ 48 ตัน ดัง Figure 4

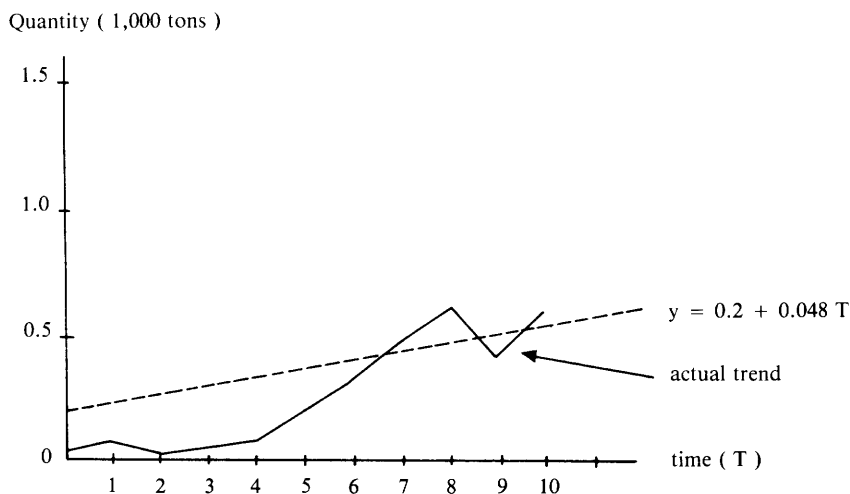


Figure 4. Projected and actual trends of orchid export to America, 1977 - 1987.

5. เนเธอร์แลนด์ ปริมาณการนำเข้าดอกกล้วยไม้ของเนเธอร์แลนด์จะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงไม่แน่นอน ทั้งนี้เนื่องจากการนำเข้าของเนเธอร์แลนด์นั้นนอกจากจะใช้ภายในประเทศแล้วยังมีการนำเข้าเพื่อส่งออกต่ออีก ปริมาณความต้องการจึงขึ้นอยู่กับปริมาณไม้ตัด

ดอกที่ผลิตได้ในประเทศเป็นสำคัญ นอกจากนั้นเนเธอร์แลนด์มีการผลิตกล้วยไม้สกุลเข็มบิเดียม ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในแถบนั้น อย่างไรก็ตามแนวโน้มการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากไทยก็มีเพิ่มขึ้นปีละ 30 ตัน Figure 5.

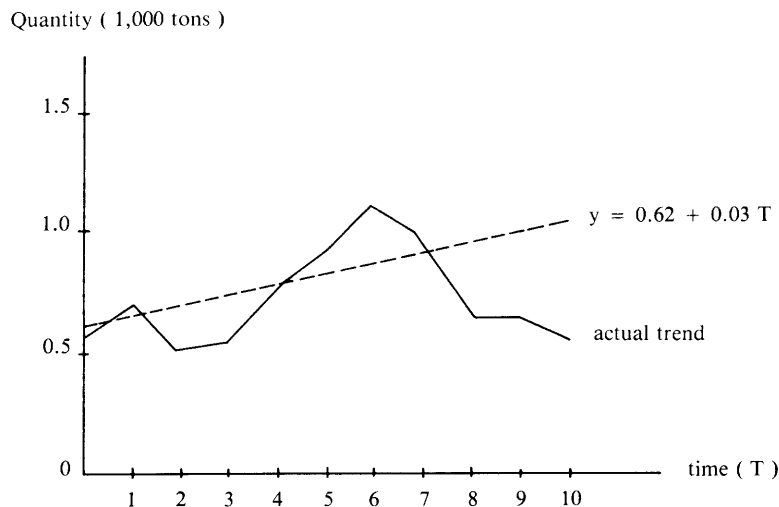


Figure 5. Projected and actual trends of orchid export to Netherlands, 1977 - 1987.

จากการศึกษาแนวโน้มของการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมด ตั้งแต่ปี 2520 - 2530 พบว่าปริมาณการ

ส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 490 ตัน ดัง Figure 6

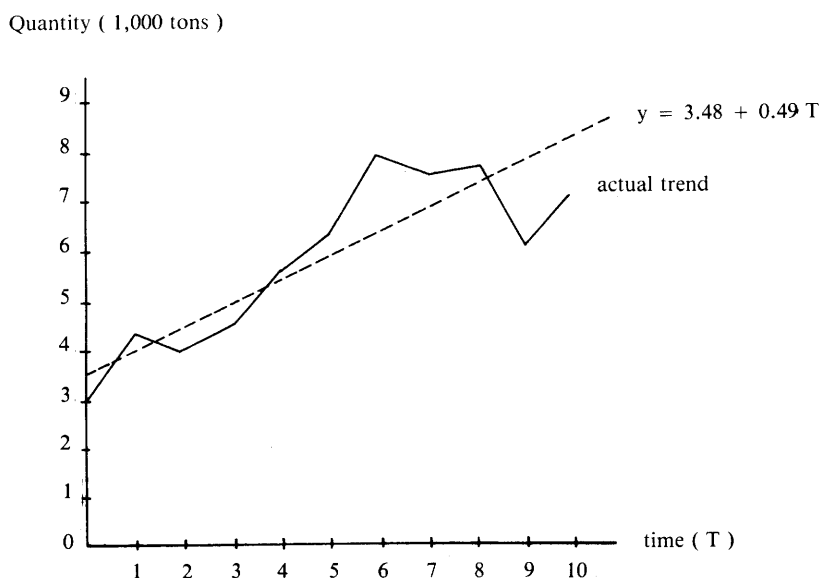


Figure 6. Projected and actual trends of orchid exported from Thailand, 1977 - 1987.

ปัญหาการตลาด

จากการสอบถามปัญหาที่ผู้ส่งออกประสบในการดำเนินกิจการมีดังนี้คือ

1. ไม่มีเนื้อที่ในการขนส่ง เนื่องจากสายการบินมีเนื้อที่สำหรับบรรจุสินค้าจำกัด อีกประการทางสายการบินสามารถกำหนดราคาค่าระวางสูงกว่าที่รัฐบาลกำหนด ทำให้ผู้ส่งออกเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้สูงกว่าที่ควรจะเป็น

2. มีการตัดราคารับซื้อในระหว่างผู้ส่งออกด้วยกัน

3. ปัญหาปริมาณรับซื้อ บางฤดูกาลมีดอกกล้วยไม้ล้นตลาด บางฤดูกาลแทบจะไม่มีดอกกล้วยไม้ ทำให้ผู้ส่งออกส่งสินค้าไม่ได้ตามที่ลูกค้าสั่ง

4. ปัญหาด้านคุณภาพของดอกกล้วยไม้ เนื่องจากการแข่งขันการรับซื้อของผู้ส่งออกมาก ทำให้เกษตรกรรีบตัดดอกกล้วยไม้เพื่อขาย โดยที่ดอกกล้วยไม้ที่ตัดนั้นมีคุณภาพที่ไม่ดีพอ เช่น ความบานของดอกไม่ได้มาตรฐาน

5. การบรรจุหีบห่อยังไม่ได้มาตรฐาน สำหรับผู้ส่งออกบางราย มีผลให้คุณภาพของดอกลดลง เก็บไว้ได้ไม่นาน

6. มีการตัดราคาขายในระหว่างผู้ส่งออกด้วยกัน โดยเฉพาะในช่วงที่มีดอกกล้วยไม้ไม่มาก ทำให้ราคาตกต่ำ ซึ่งมีผลกระทบต่อค่านิยมของผู้บริโภคที่จะซื้อดอกกล้วยไม้เป็นของขวัญ

7. ขาดการพัฒนากล้วยไม้ในลักษณะใหม่ ๆ เพื่อทดแทน ดอกกล้วยไม้พันธุ์มาดามปอมปาดัวร์ ซึ่งเสื่อมความนิยมลง

สรุปและข้อเสนอแนะ

ดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดในจำนวนไม้ตัดดอกทั้งหมด ทำรายได้ให้แก่ประเทศปีละ

400 กว่าล้านบาท แต่มูลค่าการส่งออกมีความเคลื่อนไหวขึ้นลงทุกปี เนื่องจากปริมาณผลผลิตราคายในประเทศ ราคาที่ผู้ขายแข่งขันกันในตลาดต่างประเทศ รสนิยม และความต้องการของประเทศผู้ซื้อที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังมีผลมาจากการดำเนินงานด้านการตลาดส่งออกอีกด้วย

การรับซื้อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกนั้น รับซื้อจากเกษตรกรทั่วไป จากสวนของตนเองบางส่วน และลูกสวน และจากสวนของตนเองทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 28.57 42.86 และ 28.57 ของจำนวนผู้ส่งออก โดยส่วนใหญ่จะออกไปรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง ลักษณะที่รับซื้อจะพิจารณาขนาดความยาวของช่อและขนาดของดอกเป็นสำคัญ ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่นิยมรับซื้อได้แก่ หวายสีชมพูชนิดกลีบกว้าง หวายปอมปาดัวร์ หวายสีขาวชนิดกลีบกว้าง และหยาวยสีอื่น ๆ โดยจะรับซื้อมากในช่วงเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ หลักเกณฑ์ที่ใช้กำหนดราคารับซื้อร้อยละ 57.14 กำหนดจากต้นทุนบวกอัตรากำไรคงที่ และร้อยละ 42.86 ของผู้ส่งออกกำหนดจากคุณภาพของดอกกล้วยไม้ ราคาในวันที่ผ่านมาและปริมาณความต้องการในแต่ละวัน มีการแข่งขันในการรับซื้อสูงในช่วงที่มีความต้องการดอกกล้วยไม้ไม่มาก

ด้านการจำหน่ายนั้น ร้อยละ 57.14 ของผู้ส่งออกทำการจำหน่ายโดยส่งดอกไม้ไปให้ตามใบสั่งซื้อ ร้อยละ 28.57 ของผู้ส่งออกจะมีลูกค้ามาติดต่อซื้อเอง นอกนั้นจะทำการจำหน่ายทั้ง 2 รูปแบบ ดอกกล้วยไม้ที่ต่างประเทศมีความนิยมและต้องการรับซื้อได้แก่ หวายสีชมพู หวายปอมปาดัวร์ หวายสีม่วงแดง หวายสีขาว และหยาวยสีอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 46.43 31.87 10 4.29 และ 7.41 ตามลำดับ ในการกำหนดราคาจำหน่ายนั้นส่วนใหญ่ใช้หลักเกณฑ์ต้นทุนบวกอัตรากำไรคงที่ ซึ่งราคาขายโดยทั่วไปจะเพิ่มขึ้นอีกเฉลี่ยร้อยละ 37.5 ของราคาที่รับซื้อมา รูปแบบที่จำหน่ายมีทั้งแบบเป็นกำ

และเป็นข้อ การบรรจุหีบห่อแตกต่างกันไปตามความต้องการของลูกค้าและความจำเป็นของแต่ละบริษัท ส่วนขั้นตอนและวิธีการส่งออกของแต่ละบริษัทคล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่จะให้ Shipping Agent เป็นผู้ดำเนินการให้ ตลาดที่สำคัญของดอกกล้วยไม้ไทย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส

จากการศึกษาแนวโน้มการส่งออกดอกกล้วยไม้ โดยวิธี Linear Time Trend พบว่าการส่งออกดอกกล้วยไม้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 490 ต้น เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ ลูกค้าที่สำคัญจะเห็นว่าตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดที่สำคัญอันดับ 1 ของไทยในปัจจุบัน การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นปีละ 230 ต้น อันดับ 2 ได้แก่ อิตาลี มีแนวโน้มส่งออกเพิ่มขึ้นปีละ 140 ต้น ในขณะที่การส่งออกไปยังสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ซึ่งเคยเป็นตลาดดอกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทย มีแนวโน้มลดลงปีละ 110 ต้น อย่างไรก็ตามการขยายตลาดดอกกล้วยไม้ในช่วง 4 – 5 ปีนี้ คาดว่ายังจะมีลูกค้าใหม่ที่สนใจพอสมควรโดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอเมริกา รวมทั้งตลาดอื่น ๆ ที่เป็นลูกค้าอยู่ในปัจจุบันนี้ ถ้าหากว่าผู้ส่งออกทุกคนพยายามปรับปรุงในเรื่องของคุณภาพการบรรจุหีบห่อ การหาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ มีความร่วมมือกันในการจำหน่ายให้มาก

ขึ้นโดยการรักษาระดับราคา ตลอดจนได้รับความร่วมมือจากทางราชการที่จะส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ การขนส่งและระเบียบต่าง ๆ ที่จะเอื้ออำนวยต่อการส่งออกให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกสิกรไทย. 2529. *ไม้ตัดดอก* กรุงเทพฯ: สยาม
บรรณาการพิมพ์.

_____. 2530. *สรุปผลการสัมมนาเรื่องศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการผลิต ไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก.* (อัดสำเนา)

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2531. “ การผลิตและการส่งออกดอกกล้วยไม้ปี 2530 ” *ภาวะสินค้าเกษตรกรรม* (ตุลาคม 2531) : 48 – 62.

นันทนา กุลวาไชย. 2530. *ภาวะการตลาดการส่งออก ไม้ตัดดอกของประเทศไทย* กรุงเทพฯ: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศักดิ์สิทธิ์ วัชรารัตน์. 2531. *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย* กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตร-
ศาสตร์.