การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดกล้วยไม้ส่งออกที่สำคัญของไทย

An Analysis of Market Potential for Thai Major Orchids Export

สุภาพร หนูชนะภัย[1], บุญจิต ฐิตาภิวัฒนกุล[2]

Supaporn Nuchanapai[1], Boonjit itapiwatanakun[2]

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นผู้ส่งออกกล้วยไม้มากที่สุดของโลก ทำให้มีประเทศคู่แข่งขันต้องการที่เข้ามามีส่วนแบ่งตลาดกล้วยไม้ของโลก ส่งผลต่อประเทศไทยต้องมีการพัฒนาการผลิตและการส่งออกให้มีศักยภาพมากกว่าคู่แข่งขันดังนั้นจึงได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพตลาดกล้วยไม้ส่งออกที่สำคัญของไทย โดยมีวัตถุประสงค์ คือ วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งขัน และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดกล้วยไม้ในตลาดนำเข้าที่สำคัญ ด้วยการวิเคราะห์ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ใช้ข้อมูลรายปีเฉลี่ยใน 2 ช่วงเวลา คือ ในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 ประเทศที่ศึกษา คือ ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, จีน และไต้หวัน ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ พบว่า ประเทศไทยได้เปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, จีน และไต้หวัน ส่วนในตลาดอิตาลี พบว่า ประเทศไทยเสียเปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ และผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก คือ ผลจากการแข่งขัน รองลงมา คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกโลก, ผลกระทบร่วม และผลจากการกระจายตลาด

Abstract

Thailand is the major exporter of orchids in the world. This facts make Thailand have competitors that want to share orchids market. Therefore Thailand have to develop production and exportation in order to enhance the potential more than the competitors. The objectives of this study aim to analyze the comparative advantages of export and to analyze factors effecting on the change of Thai orchids market share with respect to the essential import market. This study employs the Revealed Comparative Advantages (RCA) and Constant Market Share Analysis (CMS) by using yearly data shares in the second time during the period 2542-2548 compare with the period 2549-2551 Japan, United States of America, Italy, China and Taiwan are the study cases. The results from RCA analysis found that Thai orchids exporting have more advantage than Japan, United States of America, China and Taiwan. On the other hand, Thailand is disadvantage compared to Italy. With respect to CMS analysis, factors effecting on the change of Thai orchids market share are competitiveness effect, world growth effect, interaction effect and directional effect, respectively.

Key Words: Potential, Orchids Export

E-mail: nok04022@hotmail.com

[1,2]ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน กรุงเทพฯ

[1,2]Department of Agricultural and Resource, Economics Faculty of Economics, Kasetsart University, Bang Khen, Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยเป็นแหล่งเพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับเป็นอันดับต้นๆ ของโลก (สมาคมผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทย) ทำรายได้ให้กับประเทศปีละหลายพันล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล้วยไม้ซึ่งเป็นดอกไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยและได้รับความนิยมจากต่างประเทศ ทำให้สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศมีมูลค่าการส่งออกปีละประมาณ 2,000 - 3,000 ล้านบาท(กรมส่งเสริมการส่งออก,2551) เนื่องจากกล้วยไม้มีสีสันสวยงาม สีของดอกมีเกือบทุกสี มีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ หลากหลายแตกต่างกันไปตามลักษณะประจำพันธุ์ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ได้มากตามความต้องการ และที่สำคัญกล้วยไม้เป็นไม้ตัดดอกที่มีอายุการใช้งานนาน สำหรับแหล่งปลูกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ปทุมธานี และสุพรรณบุรี เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเหมาะกับการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและใกล้แหล่งน้ำโดยในช่วงระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา (2542-2551) พบว่า เนื้อที่ปลูกกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2542 มีเนื้อที่ปลูก14,139 ไร่ และเพิ่มขึ้นเป็น 21,215 ไร่ ในปี พ.ศ. 2551 และผลผลิตเพิ่มขึ้นจาก 14,139 ตัน ในปี พ.ศ. 2542 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดเป็น 50,683 ตัน ในปี พ.ศ. 2551 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร,2551)

แนวโน้มมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเทศ พบว่า ประเทศที่ไทยส่งออกกล้วยไม้มากที่สุด 5 อันดับ คือ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดหลักในการส่งออกของไทยในปี พ.ศ. 2549 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 834.74 ล้านบาท รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, จีน และไต้หวัน มีมูลค่าการส่งออก 558.42, 265.17, 184.86 และ 83.61 ล้านบาท ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร,2551) แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2551 การส่งออกกล้วยไม้เริ่มลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยประเทศที่ไทยส่งออกลดลงส่วนใหญ่จะเป็นตลาดหลักที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อิตาลี และไต้หวัน อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มหดตัวลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 แต่ก็พบว่าการส่งออกไปประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในช่วงปี พ.ศ. 2550

สำหรับประเทศผู้ส่งออกกล้วยไม้ที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย ได้แก่ มาเลเซีย, นิวซีแลนด์ และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นคู่แข่งเดิมของไทย และสำหรับประเทศที่เริ่มมีการขยายการปลูกกล้วยไม้ชนิดเดียวกันกับไทย ได้แก่ อินเดีย, เม็กซิโก, เนเธอร์แลนด์ และเวียดนาม แต่ประเทศไทยก็มีข้อได้เปรียบในเรื่องมีภูมิอากาศที่เหมาะสม และมีการพัฒนาเทคโนโลยีการเพาะปลูกโดยคนไทยสามารถใช้เทคโนโลยีที่ไม่สูงนักในการผลิตส่งผลให้ต้นทุนต่ำและเร่งสร้างภาพลักษณ์คุณภาพกล้วยไม้อย่างต่อเนื่องทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ เช่น จีน, ยุโรปตะวันออกและตะวันออกกลาง เป็นต้น

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ที่ผ่านมาจะมุ่งเน้นศึกษาประเทศนำเข้าที่สำคัญประเทศเดียวเท่านั้น โดยไม่มุ่งเน้นศึกษาการค้ากล้วยไม้ที่ครอบคลุมประเทศนำเข้าที่สำคัญในตลาดโลก ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่มีผู้ศึกษาเป็นจำนวนมาก โดยผู้วิจัยส่วนมากจะศึกษาการวิเคราะห์ด้วยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏควบคู่กับการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ เนื่องจากการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนั้นมีข้อจำกัดในการศึกษาจึงต้องนำมาศึกษาร่วมกับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เพื่อทำการศึกษาต่อไปว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อการส่งออกของประเทศไทย

ดังนั้น จึงเห็นสมควรที่จะทำการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเพื่อดูศักยภาพการแข่งขันการส่งออกกล้วยไม้ของไทย รวมถึงวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดกล้วยไม้ของประเทศไทยในตลาดนำเข้าที่สำคัญ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกในการที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดในตลาดส่งออกที่สำคัญไว้ รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มลู่ทางและโอกาสในการขยายตลาดส่งออกให้กับกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังตลาดอื่นๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และช่วยในการกำหนดนโยบายของภาครัฐต่อไป

วิธีการศึกษาและข้อมูล

การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดกล้วยไม้ส่งออกที่สำคัญของไทย ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งขันที่สำคัญ อาศัยทฤษฎีของ Balassa, B. (1989) เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและคู่แข่ง และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดคงที่ของกล้วยไม้ในตลาดหลักที่สำคัญ ซึ่งใช้แบบจำลองของ Leamer, E.E. and R.M. Stern. (1970) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยใดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกกล้วยไม้ ด้วยการใช้ข้อมูลทุติยภูมิในระหว่างช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปี 2549-2551 ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศทั้งของไทยและประเทศคู่แข่งขันของไทย รวมทั้งตลาดนำเข้าของสินค้าในตลาดโลก ซึ่งได้รวบรวมจากกรมส่งเสริมการส่งออก

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยพบว่ามีค่ามากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้ากล้วยไม้ พบว่า ทิศทางความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 มีค่าเท่ากับ 4.26 แต่ในช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่าลดลงเท่ากับ 3.44 ทำให้ไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ ส่วนคู่แข่งขัน คือ ไต้หวัน, มาเลเซีย และนิวซีแลนด์ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า 1 โดยเฉพาะนิวซีแลนด์และมาเลเซีย ซึ่งทำให้ประเทศคู่แข่งขันได้เปรียบในการส่งออกล้วยไม้ในตลาดญี่ปุ่นเหมือนกับประเทศไทย

ตารางที่ 1 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของกล้วยไม้ของไทยและคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น

ปี	ไทย	ไต้หวัน	มาเลเซีย	นิวซีแลนด์
เฉลี่ย 2542-2548	4.26	2.07	3.92	16.00
เฉลี่ย 2549-2551	3.44	2.01	5.81	13.03

ที่มา: จากการคำนวณ

สหรัฐอเมริกา

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย พบว่า ไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้ากล้วยไม้ แสดงถึงทิศทางของความได้เปรียบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 มีค่าเท่ากับ 1.73 และเพิ่มขึ้นเป็น 2.04 ในช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 แสดงว่าไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ ส่วนคู่แข่ง คือ เนเธอร์แลนด์และนิวซีแลนด์ พบว่า ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่ามากกว่าไทยทั้ง 2 ช่วงปี แต่ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยก็ถือว่าได้เปรียบในการส่งออกกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของกล้วยไม้ของไทยและคู่แข่งในตลาดสหรัฐอเมริกา

ปี	ไทย	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์
เฉลี่ย 2542-2548	1.73	15.04	5.05
เฉลี่ย 2549-2551	2.04	10.62	6.44

ที่มา: จากการคำนวณ

อิตาลี

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมีค่าน้อยกว่า1 ซึ่งไทยอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้ากล้วยไม้ในตลาดอิตาลี กล่าวคือ ในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 มีค่าเท่ากับ 0.82 ทำให้ไทยเสียเปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ และมีค่าลดลงเท่ากับ 0.77 ในช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 พบว่าไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ เนื่องจากความต้องการกล้วยไม้ในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยตลาดอิตาลีต้องการความแปลกใหม่ ปัจจุบันการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ในประเทศไทยยังทำกันน้อยมาก ส่วนคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์และนิวซีแลนด์ พบว่า ได้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ทั้ง 2 ประเทศ เนื่องจากได้เปรียบในด้านระยะทางที่ระยะสั้นกว่าในการขนส่งและการรักษาคุณภาพที่สม่ำเสมอในการผลิตกล้วยไม้

ตารางที่ 3 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของกล้วยไม้ของไทยและคู่แข่งในตลาดอิตาลี

ปี	ไทย	เนเธอร์แลนด์	นิวซีแลนด์
เฉลี่ย 2542-2548	0.82	21.45	4.08
เฉลี่ย 2549-2551	0.77	21.06	4.10

ที่มา: จากการคำนวณ

จีน

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดจีน และทิศทางของความได้เปรียบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือ ในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เท่ากับ 69.27 ทำให้ไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ แต่ในช่วงปี 2549-2551 ไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 30.20 ทำให้ไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก

กล้วยไม้ ส่วนคู่แข่ง คือ มาเลเซียและเนเธอร์แลนด์ พบว่า มาเลเซียค่าความได้เปรียบมีค่าน้อยกว่า1 ที่ทำให้เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ และเนเธอร์แลนด์ค่าความได้เปรียบมีค่ามากกว่า 1 ทำให้ได้เปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดจีน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับไทยแล้วพบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าคู่แข่งในการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดจีนมากกว่า

ตารางที่ 4 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของกล้วยไม้ของไทยและคู่แข่งในตลาดจีน

ปี	ไทย	มาเลเซีย	เนเธอร์แลนด์
เฉลี่ย 2542-2548	69.27	0.20	61.91
เฉลี่ย 2549-2551	30.20	0.06	20.54

ที่มา: จากการคำนวณ

ไต้หวัน

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า1 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดไต้หวัน ค่าความได้เปรียบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เท่ากับ 29.14 ทำให้ไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ และในช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 ไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเท่ากับ 37.75 ทำให้ไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้เพิ่มขึ้น เนื่องจากไต้หวันมีความต้องการกล้วยไม้จากไทยเพิ่มมากขึ้นในช่วง พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ส่วนคู่แข่ง คือ มาเลเซียเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้เมื่อเปรียบเทียบกับไทย

ตารางที่ 5 ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของกล้วยไม้ของไทยและคู่แข่งในตลาดไต้หวัน

ปี	ไทย	มาเลเซีย
เฉลี่ย 2542-2548	29.14	0.97
เฉลี่ย 2549-2551	37.75	2.53

ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่

ญี่ปุ่น

มูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกกล้วยไม้ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศไทย มีค่าลดลงเท่ากับ 1,004,265.02 ดอลลาร์สหรัฐ พบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้มีผลจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีค่าเท่ากับ 415,828.06 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งค่าที่ได้เป็นค่าบวก แสดงให้เห็นว่าตลาดกล้วยไม้กำลังขยายการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -20,845,624.21 ดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกที่มีค่าต่ำ และไทยได้มีการส่งออกกล้วยไม้ไปในตลาดที่มีการขยายตัวต่ำ เนื่องจากตลาดญี่ปุ่นมีการกระจุกตัว ทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ

ผลจากการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 19,634,972.71 ดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นเพิ่มสูงขึ้นประกอบกับชาวญี่ปุ่นมีความนิยมในกล้วยไม้จากประเทศไทยมากกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ

ผลกระทบร่วม มีค่าเท่ากับ -209,441.58 ดอลลาร์สหรัฐฯ จากการที่ค่าเป็นลบ เนื่องจากไทยมีการส่งเสริมการส่งออกที่ผิดทิศทาง เนื่องจากไทยจะมุ่งเน้นส่งเสริมแต่ตลาดญี่ปุ่นเป็นสำคัญ และตลาดญี่ปุ่นกำลังหดตัวในช่วงปี พ.ศ 2550-2551

สหรัฐอเมริกา

มูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกกล้วยไม้ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 มีค่าลดลงเท่ากับ 21,525,631.43 ดอลลาร์สหรัฐ เนื่องมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีค่าเท่ากับ 215,993.99 ดอลลาร์สหรัฐ แสดงให้เห็นว่าตลาดกล้วยไม้ในสหรัฐฯกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -35,077,550.40 ดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกที่มีค่าต่ำ และไทยได้มีการส่งออกกล้วยไม้ไปในตลาดที่มีการขยายตัวต่ำที่ให้ตลาดมีการกระจุกตัว ทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ

ผลจากการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 12,280,116.23 ดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปตลาดสหรัฐเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน

ผลกระทบร่วม มีค่าเท่ากับ 1,055,808.74 ดอลลาร์สหรัฐฯ จากการที่ค่าเป็นค่าบวก เนื่องมาจากไทยมีการส่งเสริมการส่งออกที่ถูกทิศทาง

อิตาลี

มูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกกล้วยไม้ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 นั้นมีค่าลดลงเท่ากับ 35,760,983.97 ดอลลาร์สหรัฐ เนื่องมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีค่าเท่ากับ 128,429.06 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งค่าที่ได้เป็นค่าบวก แสดงให้เห็นว่าตลาดกล้วยไม้กำลังขยายการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -39,732,812.91 ดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากไทยได้มีการส่งออกกล้วยไม้ไปในตลาดที่มีการขยายตัวต่ำที่ทำให้ตลาดมีการกระจุกตัว ทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ

ผลจากการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 3,916,920.89 ดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปตลาดอิตาลีเพิ่มสูงขึ้น

ผลกระทบร่วม มีค่าเท่ากับ -73,521.01 ดอลลาร์สหรัฐฯ จากการที่ค่าเป็นค่าลบ เนื่องมาจากไทยมีการส่งเสริมการส่งออกเฉพาะตลาดอิตาลีเป็นจำนวนมากในกลุ่มประเทศแถบยุโรป

จีน

มูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกกล้วยไม้ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549 -2551 นั้นมีมูลค่าเท่ากับ 16,576,053.37 ดอลลาร์สหรัฐ มากจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีค่าเท่ากับ 27,620.93 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งค่าที่ได้เป็นค่าบวก แสดงให้เห็นว่าตลาดกล้วยไม้กำลังขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น

ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -36,465,225.53 ดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกที่มีค่าต่ำ และไทยได้มีการส่งออกกล้วยไม้ไปในตลาดมีการขยายตัวต่ำทำให้ตลาดมีการกระจุกตัว ทำให้ผลจากการกระจายตลาดจึงเป็นค่าลบ

ผลจากการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 56,721,300.16 ดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปตลาดจีนเพิ่มสูง

ผลกระทบร่วม มีค่าเท่ากับ -3,707,642.19 ดอลลาร์สหรัฐฯ จากการที่ค่าเป็นค่าลบ เนื่องมาจากไทยมีการส่งเสริมการส่งออกที่ผิดทิศทาง เนื่องจากในช่วงปี 2550-2551 ตลาดจีนกำลังหดตัว

ไต้หวัน

มูลค่าเฉลี่ยของการส่งออกกล้วยไม้ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 นั้นมีค่าลดลงเท่ากับ 44,373,269.38 ดอลลาร์สหรัฐ มาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลก มีค่าเท่ากับ 37,569.15788 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งค่าที่ได้เป็นค่าบวก แสดงให้เห็นว่าตลาดกล้วยไม้กำลังขยายการส่งออกของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการกระจายตลาด มีค่าเท่ากับ -45,422,574.02 ดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวการส่งออกของโลกที่มีค่าต่ำ และไทยได้มีการส่งออกกล้วยไม้ไปในตลาดที่มีการขยายตัวต่ำ ทำให้ผลจากการกระจายตลาดจึงมีค่าเป็นลบ

ผลจากการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 978,314.78 ดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปตลาดไต้หวันเพิ่มขึ้นมากกว่าคู่แข่ง

ผลกระทบร่วม มีค่าเท่ากับ 33,420.69 ดอลลาร์สหรัฐฯ จากการที่ค่าเป็นค่าบวก เนื่องจากไทยมีการส่งเสริมการส่งออกที่ถูกทิศทางและตลาดไต้หวันกำลังขยายตัวได้ดีในกลุ่มประเทศเอเชีย

สรุป

ประเทศไทยเป็นแหล่งเพาะปลูกกล้วยไม้เขตร้อนมากที่สุด โดยเฉพาะกล้วยไม้สกุลหวายที่ผลิตได้มีศักยภาพในการเพาะปลูก เนื่องจากสภาพอากาศที่เหมาะสม และการพัฒนาสายพันธุ์กล้วยไม้ที่หลากหลาย ทำให้กล้วยไม้จากประเทศไทยเป็นที่นิยมจากประเทศผู้นำเข้า ด้วยลักษณะเด่นในด้านเอกลักษณ์ สีสัน ความทนทาน และราคากล้วยไม้ของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขันแล้วนับว่าราคาต่ำกว่า

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, จีน และไต้หวัน และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ นิวซีแลนด์, เนเธอร์แลนด์, ไต้หวัน และมาเลเซีย ได้ทำการเปรียบเทียบ 2 ช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 พบว่าผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 ในตลาดญี่ปุ่น,สหรัฐอเมริกา,จีน และไต้หวัน ทำให้ไทยได้เปรียบโดยเปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ ส่วนตลาดอิตาลีผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยมีค่าน้อยกว่า 1 ทำให้ไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, จีน และไต้หวัน ได้ทำการเปรียบเทียบ 2 ช่วงปีเฉลี่ย 2542-2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย 2549-2551 พบว่า การเปลี่ยนแปลงการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดนำเข้าที่สำคัญมาจากปัจจัย ดังนี้ ผลทางด้านการแข่งขันมีผลมากที่สุด รองลงมาคือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกโลกและผลกระทบร่วม โดยเฉพาะในตลาดจีน ผลทางด้านการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 56,721,300.16 ดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากการตลาดจีนนำเข้ากล้วยไม้จากไทยมูลค่าสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศนำเข้าอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าผู้ส่งออกกล้วยไม้ภายประเทศมักจะมีการแข่งขันกันเองทางด้านราคามากกว่าที่จะเน้นการพัฒนาคุณภาพกล้วยไม้ให้อยู่ในระดับเดียวกันเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง ส่วนรัฐบาลควรออกกฎระเบียบในการส่งออกกล้วยไม้เพื่อการส่งออกให้มีมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการส่งออก, สถิติการค้าระหว่างประเทศ. 2551. กระทรวงพาณิชย์. (online) http://www.gtis.com/gta/secure/gateway.cfm

วชิราภรณ์ ธรรมรังษี. 2546. การศึกษาศักยภาพการส่งออกสินค้าหลักของประเทศไทยไปยังประเทศอาเซียน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551. ข้อมูลสถิติการส่งออกและนำเข้ากล้วยไม้รายประเทศ.

หทัยรัตน์ ตั้งพูนศรี. 2547. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกและอุปสงค์การนำเข้ากล้วยไม้ของไทยในประเทศญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Balassa, B. 1989. Comparative Advantage Policy and Economics Development. Great Britain: BPCC Weatons Ltd. Exetet.

Leamer, E.E. and R.M. Stern. 1970. Quantitative International Economic, Chapter 7. Boston: Allyn and Bacon.