



กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2562



**IMPACTS OF RULE, REGULATIONS, AND GOVERNMENT POLICIES
ON THE EXPORT OF THAI ORCHIDS**

BY

SUPA SRIPHOCAROEN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENTS FOR

**THE DEGREE OF MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION
IN THE INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION AND PUBLIC POLICY**

GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2019

วิทยานิพนธ์เรื่อง

กฎระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย

โดย

สุภา ศรีโพธิ์เจริญ

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2562

ศ.ดร.สมบูรณ์ สุขสำราญ
ประธานกรรมการสอบ

รศ.ดร.จุมพล นิมิตพานิช
กรรมการ

ดร.เฉลิมพร เย็นเชือก
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรณี สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

29 พฤษภาคม 2563

Thesis entitled

**IMPACTS OF RULE, REGULATIONS, AND GOVERNMENT POLICIES
ON THE EXPORT OF THAI ORCHIDS**

by

SUPA SRIPHCHAROEN

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Public Administration

Rangsit University
Academic Year 2019

Prof. Somboon Suksamran, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Assoc. Prof. Jumpol Nimpanich, Ph.D.
Member

Chalernporn Yenyuak, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

May 29, 2020

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดีเนื่องมาจากได้รับความอนุเคราะห์จากศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สุขสำราญ ที่ได้กรุณาให้ความเอาใจใส่ช่วยเหลือและคอยให้คำปรึกษาแนะนำเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้ง ดร.เฉลิมพร เย็นเยือก รองคณบดีฝ่ายวิชาการ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ ที่ช่วยเหลือให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณ ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยรังสิต ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ยาวะประกาย คณบดี และ คณาจารย์ประจำสถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ ให้ข้อเสนอแนะและคำปรึกษาในการศึกษาตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษามาจนสำเร็จการศึกษา

ขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จอย่างสมบูรณ์ ประโยชน์อันใดที่เกิดขึ้นจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณทั้งที่กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามมาข้างต้น

สุภา ศรีโพธิ์เจริญ

ผู้วิจัย

5807088 : สุภา ศรีโพธิ์เจริญ
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออก
 กัญชาไม้ไทย
 หลักสูตร : รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.เฉลิมพร เข็นเขือก

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญคือเพื่อศึกษา 1) ปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกัญชาไม้ของไทย 2) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกัญชาไม้ของไทย และ 3) แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารวิชาการ และ ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญ จำนวน 4 ราย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกัญชาไม้ไทย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มส่งออกกัญชาไม้รายใหญ่ ที่มีมูลค่าส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาทต่อปี และ กลุ่มส่งออกกัญชาไม้รายย่อยที่มีมูลค่าไม่เกิน 10,000,000 บาทต่อปี แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนด

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแวดล้อมสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกกัญชาไม้ของไทย ได้แก่ ด้านตลาดขายส่งกัญชาไม้ ซึ่งเป็นลักษณะตลาดที่มีการแข่งขันแบบไม่สมบูรณ์ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนมากในตลาดกลางจะมีข้อตกลงสำคัญกับชาวสวน อาทิ การให้การช่วยเหลือในการกู้ยืมเงินหรือปุ๋ย จึงส่งผลให้เกิดการตัดราคาและปริมาณการรับซื้อในตลาดกัญชาไม้ ทำให้ปริมาณกัญชาไม้ที่ผู้ประกอบการอื่นที่ไม่มีข้อตกลงสำคัญกับชาวสวนได้น้อยกว่า ส่วนปัจจัยการกำหนดราคาที่มีการเปลี่ยนแปลงตามปริมาณความต้องการของตลาด ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกของกัญชาไม้ รวมถึงอัตราค่าบริการขนส่งและการบรรจุหีบห่อพิเศษ เพื่อรักษาความสวยงามและสดใหม่ของกัญชาไม้ให้คงอยู่นานที่สุด และเมื่อพิจารณาข้อเสนอ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของภาครัฐที่เอื้อต่อการส่งออกกัญชาไม้ พบว่านโยบายภาครัฐควรช่วยสนับสนุน มากกว่ากำหนดแนวปฏิบัติรวมถึงขั้นตอนปฏิบัติที่เข้มงวดเกินไป ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตกัญชาไม้ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 105 หน้า)

คำสำคัญ: กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายภาครัฐ, การส่งออก, กัญชาไม้ไทย

ลายมือชื่อนักศึกษา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

5807088 : Supa Sriphochaleorn
 Thesis Title : Impacts of Rule, Regulations, and Government Policies on the Export
 of Thai Orchids
 Program : Master of Public Administration
 Thesis Advisor : Chalernporn Yenyuak, D.P.A.

Abstract

This research aimed to study current environmental factors that affect the export volume of Thai orchids, to investigate rules, regulations, and government policies that support Thai orchid export, and to study possible approaches that can enhance the efficiency of the production and the competitiveness in the international market. The research applied qualitative methods. Secondary data were collected from academic documents and primary data were collected from interviews with four key informants divided into two groups of Thai orchid exporters: large orchid exporters with an annual export value of not less than THB 10,000,000 and small orchid exporters with an annual export value not exceeding 10,000,000. Data were analyzed using content analysis and were analyzed.

The result revealed that the major important environmental factor affecting Thai orchid exports was the wholesale orchid market considered to be an incomplete competition market. Most wholesalers in the central orchid market had important agreements with farmers to offer loan and to lend fertilizers, resulting in undercutting orchid prices and lowering the sale volume. According to the result from the interviews, other wholesalers not having agreements with farmers had lower orchid volumes. In addition, pricing factors varying according to the demand and a high shipping fee for special packing to maintain the beauty and freshness of orchids were found to affect the export volume. Considering rules, regulations, government policies supporting orchid export, the government should launch policies that support orchid export instead of strict rules and procedures. This would lead to the enhancement of the efficiency and the quality of orchid production and the sustainable promotion of the competitiveness among entrepreneurs.

(Total 105 pages)

Keywords: Rule, Regulations, Government Policies, Export, Thai orchids

Student's Signature Thesis Advisor's Signature

สารบัญ

| | หน้า |
|---|----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ข |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ค |
| สารบัญ | ง |
| สารบัญรูป | ฉ |
| | |
| บทที่ 1 | |
| บทนำ | 1 |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย | 5 |
| 1.3 ขอบเขตการวิจัย | 5 |
| 1.4 สมมติฐานการวิจัย | 6 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 7 |
| 1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย | 7 |
| 1.7 นิยามศัพท์ | 7 |
| | |
| บทที่ 2 | |
| ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 9 |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ | 9 |
| 2.2 วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ | 11 |
| 2.3 บทบาทการค้าระหว่างประเทศ | 14 |
| 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ | 15 |
| 2.5 สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ | 22 |
| 2.6 การส่งออก | 25 |
| 2.7 เครื่องมือทางการค้าระหว่างประเทศ | 26 |
| 2.8 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ | 41 |
| 2.9 สถานการณ์และกฎระเบียบการส่งออกกล้วยไม้ไทย | 49 |
| 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 65 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า | |
|------------------------|--|------------|
| บทที่ 3 | วิธีการดำเนินงานวิจัย | 68 |
| | 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 68 |
| | 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 68 |
| | 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล | 69 |
| | 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 71 |
| บทที่ 4 | การส่งออกกล้วยไม้ของไทย | 73 |
| | 4.1 ธุรกิจการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อส่งออก | 73 |
| | 4.2 ภาพรวมตลาดกล้วยไม้ตัดดอก | 74 |
| | 4.3 การประเมินแนวโน้มตลาดโอกาสการตลาดและทิศทางการแข่งขัน | 79 |
| บทที่ 5 | ผลการวิจัย | 81 |
| | 5.1 ปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ไทย | 81 |
| | 5.2 กฎ ระเบียบข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย | 86 |
| | 5.3 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการแข่งขัน | 89 |
| บทที่ 6 | สรุปและข้อเสนอแนะ | 94 |
| | 6.1 สรุปผลการวิจัย | 94 |
| | 6.2 ข้อเสนอแนะ | 97 |
| | 6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป | 98 |
| บรรณานุกรม | | 99 |
| ประวัติผู้วิจัย | | 105 |

สารบัญรูป

| รูปที่ | หน้า |
|--------|------|
| 2.1 | 60 |
| 2.2 | 61 |
| 2.3 | 62 |
| 2.4 | 63 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์มากที่สุดประเทศหนึ่งจึงทำให้ภาคเกษตรกรรมของไทยมีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก แม้ว่าในปัจจุบันภาคการเกษตรจะถูกลดบทบาทลงแต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าภาคการเกษตรนั้นยังคงมีส่วนสำคัญต่อโครงสร้างระบบ เศรษฐกิจของไทยที่ผ่านมา โครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2557 ขยายตัวเพียงร้อยละ 0.7 จากปีก่อน เพราะมีข้อจำกัดด้านการเจริญเติบโตจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2557 เศรษฐกิจไทยไม่ขยายตัวเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบต่อการค้าเงินบางส่วน ของภาครัฐและความเชื่อมั่นของครัวเรือน ธุรกิจรวมทั้งนักท่องเที่ยว ประกอบกับหนี้สินภาคครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่าย นอกจากนี้สถาบันการเงินก็ระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อในด้านการส่งออกสินค้ายังพื้นตัวซ้ำตามอุปสงค์จากต่างประเทศที่ขยายตัวช้าๆ รวมทั้งประเทศไทยที่มีข้อจำกัดด้านการผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีสูง จากสถานการณ์ดังกล่าว ธุรกิจจึงชะลอ การผลิตและการลงทุนใหม่ออกไป ต่อมาในปี 2558 เศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวได้ดีขึ้น โดยมีการใช้จ่ายภาคเอกชนซึ่งได้รับผลจากราคาน้ำมัน ที่ลดลงและภาคการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นต่างเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก ร่วมกับการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐที่รวดเร็วมากขึ้นจึงเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้นเป็นปัจจัยช่วยสร้างความเชื่อมั่นและบรรยากาศที่ดีต่อการลงทุน ของภาคธุรกิจ ส่วนการส่งออกสินค้ามีแนวโน้ม ค่อยๆ พื้นตัวตามภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า รวมถึงปัจจัยด้านอัตราเงินเฟ้อในระดับต่ำ ราคาน้ำมัน และแรงกดดันจากอุปสงค์ในประเทศ ในส่วนของโครงสร้างทางเศรษฐกิจของไทยพบว่าภาคการเกษตร มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แสดงว่ามีความสำคัญไม่น้อยกว่าภาคอุตสาหกรรมหรือภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเกษตรได้สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานและเป็นที่รู้จักทั่วโลก รวมถึงไม้ดอกที่ส่งออกมากที่สุดของประเทศแต่ไม้ดอกก็สามารถส่งออกไปตลาดต่างประเทศและสร้างรายได้ ให้กับประเทศต่างๆ และมีแนวโน้มว่าการส่งออกไม้ดอกของประเทศไทยจะสูงขึ้นเรื่อยๆ อีกด้วย (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ, 2559)

กล้วยไม้ไทยเป็นไม้ดอกชนิดหนึ่งซึ่งเป็นผลิตผลที่ได้มาจากภาคการเกษตรและจัดเป็นสินค้าไม้ดอก ไม้ประดับซึ่งเป็นที่นิยมสูงในตลาดโลกถึงแม้ว่ากล้วยไม้ไทยจะไม่ใช่อะไหล่เศรษฐกิจหลักของประเทศ แต่ กล้วยไม้ถือเป็นสินค้า Product Champion ที่สำคัญของไทย จังหวัดที่เป็นแหล่งปลูกกล้วยไม้ที่สำคัญคือ กรุงเทพฯ นนทบุรี นครปฐม ราชบุรีและสมุทรสาคร นอกจากนี้ยังมีการเพาะปลูกกล้วยไม้ในจังหวัดใกล้เคียงได้แก่กาญจนบุรีปทุมธานีพระนครศรีอยุธยา สุพรรณบุรี และชลบุรีเนื่องจากพื้นที่เหล่านี้มีทำเลเหมาะสมในการปลูกกล้วยไม้ทั้งสภาพภูมิอากาศแหล่งน้ำ ที่มีสภาพเหมาะสม และการคมนาคมขนส่งที่สะดวก จากข้อมูลมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ (2559) พบว่าปริมาณผลผลิตกล้วยไม้ของไทยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 45,000 ต้นทั้งนี้ธุรกิจการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ของไทยสามารถสร้างรายได้นำเงินเข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมากและการส่งออกกล้วยไม้ของไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ต่อเนื่องสำหรับความต้องการกล้วยไม้ตัดดอกยังคงมีมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สำหรับประดับอาคารสถานที่และใช้ตกแต่งในธุรกิจบริการ โรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหารต่าง ๆ ทั้งนี้ ไทยเองมีจุดแข็งในฐานะเป็นประเทศผู้ส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเมืองร้อนที่มีสัดส่วนสูงเป็นอันดับ 1 ของโลกมาโดยตลอด โดยในปี 2555 มีปริมาณส่งออก 20,945 ต้น คิดเป็นมูลค่า 2,095 ล้านบาท ปี 2556 มี ปริมาณส่งออก 22,605 ต้นคิดเป็นมูลค่า 2,008 ล้านบาท ปี 2557 มีปริมาณส่งออก 23,471 ต้นคิดเป็นมูลค่า 1,954 ล้านบาท ปี 2558 มีปริมาณส่งออก 1,983 ต้นคิดเป็นมูลค่า 155 ล้านบาท (เฉพาะเดือนมกราคม) โดยมีตลาดส่งออกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทย คือ ญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา เวียดนาม และอินเดีย ตามลำดับ หลังจากปี 2557 เป็นต้นมา การส่งออกกล้วยไม้ของไทยลดลงจากการแข่งขันของโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีว่าที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้มี “การส่งเสริมการปลูกกล้วยไม้ในประเทศ” เนื่องจากเห็นว่า การส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยมียอดส่งออกตกลงมาเป็นอันดับ 2 ของโลก โดยนายกรัฐมนตรีได้แสดงความห่วงใยสถานการณ์กล้วยไม้ของไทยซึ่งพบว่ากำลังประสบปัญหาเรื่อง การตลาดทั้งตลาดภายในและต่างประเทศที่มีอัตราการสั่งซื้อลดลง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศเช่น ประเทศ ญี่ปุ่น ซึ่งนำเข้ากล้วยไม้จากประเทศไทยมีมูลค่ามากที่สุด ประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันราคาที่เกษตรกรขายได้ในปี 2558 ต่ำกว่าปี 2557 เนื่องจากมีปริมาณกล้วยไม้ออกสู่ตลาดมากโดยเฉพาะในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม และช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม-ตุลาคม ทำให้ผู้บริหารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้จัดทำแผนระยะสั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการค้าขายกล้วยไม้มากขึ้น โดยกระทรวงเกษตรฯ ร่วมกับสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีได้สนองนโยบายรัฐบาล ได้จัดให้มีงานตลาดนัดกล้วยไม้คุณภาพขึ้นที่ห้างทำเนียบ โดยมีการร่วมมือกับสมาชิกสหกรณ์กล้วยไม้สมาคมกล้วยไม้ตัดดอก ผู้ประกอบการและผู้ส่งออกกล้วยไม้รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

การส่งออกกล้วยไม้ไทยในปัจจุบันกำลังประสบปัญหาการค้ากล้วยไม้ในรูปของไม้ตัดดอกและไม้กระถาง เป็นไปตามการค้าโดยปกติทั่วไป ต้องมีการส่งสินค้าไปตรวจที่ด่านกักกันพืช เพื่อให้ที่ด่านออกหนังสือรับรองว่ากล้วยไม้ที่ทำการจัดส่งนั้นปราศจากโรคและแมลงที่ประเทศนำเข้าได้ระบุไว้ซึ่งรายละเอียดของแต่ละประเทศก็จะแตกต่างกันออกไป แต่ที่มีความสำคัญมากและสร้างปัญหาให้แก่ผู้ค้าและผู้ซื้อคือ กล้วยไม้ เนื่องจากประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในอนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่กำลังจะสูญพันธุ์ (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, CITES) ในอนุสัญญานี้มีสาระที่สำคัญคือเป็นการควบคุมไม่ให้มีการลักลอบค้าขายพืชและสัตว์ป่าที่ใกล้จะสูญพันธุ์หรือถ้าหากไม่มีการควบคุมใด ๆ ก็อาจทำให้พืชและสัตว์ป่าที่มีอยู่นั้นสูญพันธุ์ไปได้และเพื่อให้การควบคุมการค้าระหว่างประเทศของชนิดพันธุ์ที่กำลังจะสูญพันธุ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560) นอกจากนี้ยังมีปัญหาอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราซึ่งทำให้เกิดการผันผวนทั้งปริมาณและ มูลค่าการส่งออกรวมทั้งภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงเนื่องจากมูลค่าของตลาดกล้วยไม้ของโลกมีมูลค่าสูงเป็นแรงกระตุ้นให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดกล้วยไม้และในภาวะเศรษฐกิจที่อำนาจซื้อของผู้บริโภคลดลง ต้นทุนในการผลิตเพิ่มมากขึ้นและประเทศคู่แข่งมีศักยภาพที่เหนือกว่าในด้าน เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น การนำเทคโนโลยี IT มาใช้ในระบบการบริหารจัดการกล้วยไม้ทั้งระบบของประเทศสิงคโปร์และการมีระบบการขนส่งกล้วยไม้ที่มีประสิทธิภาพของประเทศไต้หวัน แต่รัฐบาลไทยได้มีความพยายามแก้ไขปัญหในเรื่องดังกล่าว โดยมีมาตรการหลายอย่างออกมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาการค้าส่งออกกล้วยไม้ไทยทั้งระยะสั้นและระยะยาว ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทย เพื่อนำไปเป็นแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกในการขยายตลาดการส่งออกและกลับมา เป็นผู้นำด้านการส่งออกกล้วยไม้อันดับหนึ่งของโลกอีกครั้งหนึ่ง

กล้วยไม้จัดเป็นสินค้าไม้ดอกไม้ประดับซึ่งเป็นที่นิยมสูงในตลาดโลกและเป็นสินค้า Product Champion ที่สำคัญของไทย มีความสวยงามโดดเด่น มีเสถียรภาพ มีมูลค่าสูง และจัดเป็นสินค้าที่อยู่ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) จากการรายงานข้อมูลการส่งออกกล้วยไม้ของไทย โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2562) พบว่าอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของไทยสามารถสร้างรายได้นำเงินเข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก ในปี 2552 ประเทศไทยส่งออกดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้คิดเป็นมูลค่า 2,738.82ล้านบาท ซึ่งเป็นอันดับ 1 ในบรรดาไม้ดอกไม้ประดับที่ส่งออกโดยเป็นผู้ส่งออก ดอกกล้วยไม้เขตร้อนมีส่วนสูงเป็นอันดับ 1 ของโลกมาโดย

ตลอดและส่งออกต้นกล้วยไม้เป็น อันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศไต้หวันซึ่งการส่งออกดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้ของประเทศไทยที่ผ่านมาในอดีตมีอัตราเติบโต เฉลี่ย ร้อยละ 10-15 ต่อปี และยังมีโอกาสพัฒนาให้สามารถขยายตลาดทำรายได้เข้าประเทศได้อีกมาก เนื่องจากมูลค่าการซื้อกล้วยไม้ดอกไม้ประดับของตลาดโลกมีสูงถึงประมาณห้าแสนล้านบาทต่อปี

นอกจากผลประโยชน์โดยตรงจากรายได้จากตัวสินค้าเองแล้วยังสามารถใช้กล้วยไม้เป็นจุดขาย ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมความสวยงามของกล้วยไม้ไทย ตามนโยบายการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของการบินไทย พบว่าได้มีการใช้ดอกกล้วยไม้เป็นสัญลักษณ์ อีกทั้งงานวันครูก็ใช้กล้วยไม้เป็นสัญลักษณ์ ซึ่งหากประเทศไทยนำกล้วยไม้มาเชิดชูให้เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทยโดยทำให้เกิดเป็นภาพของดินแดนแห่งกล้วยไม้ (Land of Orchids) จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดีขึ้น ในสายตาของชาวโลกซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อประเทศชาติอย่างมากมาย มหาศาลตามมาโดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติอยากเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อชมความงดงามของกล้วยไม้ไทยและเข้ามาจับจ่ายใช้สอยในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และทำให้เกิดความต้องการกล้วยไม้จากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ที่มีอยู่ประมาณ 3,000 รายได้รับผลประโยชน์โดยตรงมีความมั่นคงในอาชีพรวมทั้งธุรกิจหรืออุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้หลายภาคส่วนจะได้รับผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำเรื่อยมาตั้งแต่ปี 2551 จนถึงปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการขายมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของไทย จากข้อมูลกรมการค้าต่างประเทศ (2562) พบว่ามูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของไทยยังคงเผชิญปัจจัยเสี่ยงหลายประการทั้งด้านการผลิตและการตลาด โดยมีอุปสรรคสำคัญจากปัญหาการค้า ปัจจัยการผลิต ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ปัญหาโรคแมลงศัตรูพืช และ มาตรการกีดกันทางการค้าที่ประเทศคู่ค้านำมาบังคับใช้ในการนำเข้าสินค้าเข้าไปในประเทศของตน ประกอบกับต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้นในตลาดโลกทั้งจากประเทศที่เป็นคู่แข่งมานาน ได้แก่ประเทศไต้หวัน สิงคโปร์ และมาเลเซีย รวมทั้งคู่แข่งใหม่ เช่น เวียดนาม และนิวซีแลนด์ โดยประเทศคู่แข่งเหล่านี้ต่างเร่งพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการผลิต เพื่อมุ่งเพิ่มคุณภาพดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้ การคิดค้นพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ๆ ทั้งในด้านสีสันและรูปทรง เพื่อให้มีความหลากหลาย เน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดที่ต้องการของใหม่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาทางการขนส่งเพื่อเจาะตลาดส่งออก สร้างส่วนแบ่งตลาดจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทำให้การส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยอยู่ในสถานะที่บรรดาผู้เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัวเพื่อรักษาตลาดคู่ค้าเดิมและเร่งขยายตลาดใหม่เพื่อรักษาระดับความเป็นผู้นำในการส่งออกอันดับ 1 ของโลกต่อไป ดังนั้นเพื่อช่วย

พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของไทย ที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมากให้สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน คณะกรรมการกล้วยไม้แห่งชาติ (2554) ได้นำหลักการที่ได้ใช้กำหนด “ยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. 2554-2559” มาปรับปรุงเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการบริหารงานของรัฐบาลปัจจุบัน ได้พยายามแก้ไขปัญหามาในเรื่องดังกล่าวโดยมีมาตรการหลายอย่างออกมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาค่าส่งออกกล้วยไม้ไทย ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา กฎ ระเบียบ ข้อ บังคับ และนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทยในการขยายตลาดการส่งออกและกลับมาเป็นผู้นำด้านการส่งออกกล้วยไม้อันดับหนึ่งของโลกอีกครั้งหนึ่ง

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ ของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทย
- 1.2.2 เพื่อศึกษา กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกล้วยไม้ ของไทย
- 1.2.3 เพื่อค้นหาแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษากฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้นี้เป็นการศึกษา วิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิทั้งจากเอกสารที่มีอยู่แล้วและการสัมภาษณ์ โดยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทบทวนและสรุปสาระสำคัญจากกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐ ที่ยังมีผลบังคับใช้กับ การส่งออกกล้วยไม้ไทยทั้งประเทศต้นทางและประเทศปลายทาง นโยบายภาครัฐของ รัฐบาลปัจจุบัน อาทิเช่น

1.3.1.1 พระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2518

1.3.1.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542

1.3.1.3 อนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่กำลังจะสูญพันธุ์ (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, CITES) หรือ อนุสัญญาไซเตส

1.3.1.4 ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้าขององค์การการค้าโลก (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights หรือ TRIPs)

1.3.1.5 ยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. 2554 – 2559 กฎระเบียบกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ว่าด้วยการบรรจุผักและผลไม้ส่งออกไปสหภาพ ยุโรป พ.ศ. 2555

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทย 2กลุ่ม คือผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกรายใหญ่ (มูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปี) และผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกรายย่อย (มูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปี)

1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่ที่ใช้เก็บข้อมูลคือพื้นที่ในประเทศไทย

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลและศึกษางานวิจัยนี้คือ ตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ถึง เมษายน 2562

1.4 สมมติฐานการวิจัย

กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายภาครัฐ และปัจจัยอื่น ๆ มีผลต่อการปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้ไทย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทย

1.5.2 เพื่อทราบถึงกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออก กล้วยไม้ของไทย

1.5.3 นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงเพื่อขยายการส่งออกกล้วยไม้ของไทยให้เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ดุลการค้า ของประเทศดีขึ้น

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดจากปัจจัยด้าน กฎ ระเบียบ ข้อ บังคับ ในการส่งออกกล้วยไม้ไทยที่ยังมีผลบังคับใช้นโยบายภาครัฐและปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการกำหนดนโยบายทางการ ตลาดของธุรกิจการส่งออกกล้วยไม้ไทยในปัจจุบันอันเป็นสาเหตุบางส่วนที่ทำให้การส่งออกกล้วยไม้ อัตราการสั่งซื้อลดลงทำให้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญให้กับประเทศคู่แข่ง

1.5 นิยามศัพท์

ส่งออก หมายถึง การจำหน่ายสินค้าและบริการของประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งซึ่งการ จำหน่ายสินค้านั้นจะเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความต่างของต้นทุนการผลิตรวมถึงราคาสินค้า

กล้วยไม้ หมายถึงกล้วยไม้เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยวในวงศ์ Orchidaceous ลักษณะต้น ใบ และช่อดอก ต่าง ๆกันเจริญเติบโตได้ในทุกทวีปยกเว้นทวีปแอนตาร์กติกา รูปแบบการเจริญเติบโตมีหลายแบบบางชนิด เกาะตามต้น ไม้และหินบางชนิดขึ้นอยู่บนพื้นดินและที่ชื้นแฉะบางชนิดมีดอกงามบางชนิดมีกลิ่นหอม ความ แตกต่างของชนิดกล้วยไม้จะพบมากในเขตร้อน (Tropic) และมักเป็นกล้วยไม้อากาศ (Epiphyte) ส่วน กล้วยไม้เขตอบอุ่น (Temperate) มักเป็นพวกกล้วยไม้ดิน (Terrestrial) สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะหมายถึงดอก กล้วยไม้สดที่ตัดเฉพาะดอกมาเท่านั้น

กล้วยไม้ตัดดอกหรือการค้ากล้วยไม้ หมายถึง เป็นการนำดอกกล้วยไม้ไปใช้ ไม่ใช่การนำไปปลูก เพื่อเพิ่มปริมาณแต่เป็นการนำดอกไปประดับตกแต่งซึ่งดอกกล้วยไม้เหล่านี้เมื่อตัดไปจากต้น แล้วนำไปจำหน่ายเพื่อใช้งานแล้วก็จะโรยไปในที่สุดอีกทั้งดอกกล้วยไม้ยังเป็นอาหารที่บริโภคทางจิตใจ

ดอกกล้วยไม้ไทย หมายถึงดอกกล้วยไม้ที่ตัดดอก สกุลหรือตระกูลต่าง ๆ ที่ปลูกเลี้ยงในประเทศไทย

ปัจจัยส่งผลกระทบ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดผลกระทบต่อการส่งออกทั้งในทางที่ดี และไม่ใช่อ่างมีนัยสำคัญ

ชื่อดอกกล้วยไม้ไทย หมายถึง ดอกกล้วยไม้ที่ผ่านการตัดออกมาเป็นชื่อจำนวน 1 ชื่อ

ผู้ส่งออกรายย่อย หมายถึงกิจการที่มีมูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปีเป็นกิจการขนาดเล็ก

ผู้ส่งออกรายใหญ่ หมายถึงกิจการที่มีมูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปีเป็นกิจการขนาดใหญ่

บทที่ 2

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง กฎ ระเบียบ ข้อ บังคับ และนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้
นี้ได้ศึกษา จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ
- 2.2 วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ
- 2.3 บทบาทการค้าระหว่างประเทศ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ
- 2.5 สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ
- 2.6 การส่งออก
- 2.7 เครื่องมือทางการค้าระหว่างประเทศ
- 2.8 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ นโยบายสาธารณะ
- 2.9 สถานการณ์และกฎ ระเบียบการส่งออกกล้วยไม้ของไทย
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจเป็นแบบเปิดทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศหรือ
การค้าระหว่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ต่าง ๆ
โดยทั่วไปการค้าระหว่างประเทศจะอยู่ในลักษณะที่ว่าแต่ละประเทศจะผลิตสินค้าที่ตนเองมีความ
ถนัดซึ่งเป็นสินค้าออก ขณะเดียวกันก็จะสั่งเข้าสินค้าที่ตนเองผลิตไม่ได้หรือผลิตได้แต่ต้นทุนสูงกว่า
จึงเสมือนกับการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ ทำให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
และประหยัด การค้าระหว่างประเทศ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศต่างๆ ได้รับประโยชน์
ร่วมกันทำให้ประชาชนต่าง ๆ ทั่วโลกมีมาตรฐาน การครองชีพ โดยเฉลี่ยสูง โดยความหมายของ
ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความ สามารถสรุปได้ดังนี้

นิพัทธ์ จิตรประสงค์ (2531, น. 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นธุรกิจของ เอกชนหรือของรัฐที่ดำเนินงานข้ามประเทศถ้าเป็นธุรกิจเอกชนการประกอบธุรกิจก็เพื่อหวังผลกำไรแต่ถ้า เป็นธุรกิจของรัฐบาลมีเป้าหมายที่จะหวังผลกำไรหรือไม่ก็ได้

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2543, น. 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นธุรกิจต่างๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาลซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่างๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการธุรกิจระหว่างประเทศมีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วโลกและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต แต่ในขอบเขตของธุรกิจระหว่างประเทศจะเน้นเฉพาะองค์กรธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรจากการประกอบการ

สุนีย์ ศิลพิพัฒน์ (2554, น. 14) ได้ให้ความหมายธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นการดำเนินธุรกรรมต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ประกอบธุรกิจข้ามพรมแดน ทั้งการค้าระหว่างประเทศ (International Trade) เช่น การส่งออก การนำเข้าสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น การลงทุนระหว่างประเทศ (International Investment) เช่น การเคลื่อนย้ายแหล่งผลิตไปต่างประเทศ เป็นต้น การร่วมทุนกับธุรกิจต่างชาติโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและ โอกาสที่มีอยู่ ทำให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยอาจรวมถึงการผลิตตามใบอนุญาต (Licensing) การให้สัมปทานในการจำหน่าย (Franchising) สัญญา การบริหารและดำเนินการ (Management Contract) ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะแตกต่างกันในแต่ละประเทศ

ศินีย์ สังข์ศรี (2549, น. 5) เสนอว่าธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่า 1 ประเทศ มีผลกระทบจากปัจจัยภายนอกสภาพแวดล้อมภายในประเทศ สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศและสภาพแวดล้อมของประเทศที่ทำการค้าด้วย ตลอดจนสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการค้าระหว่างประเทศเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการจากประเทศหนึ่งข้ามพรมแดนไปยังอีกประเทศหนึ่ง โดยการดำเนินกิจกรรมระหว่างประเทศมีขั้นตอนดำเนินการตั้งแต่การผลิต การบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่ง การทำสัญญาการค้าระหว่างประเทศ การดำเนินการส่งออก การเลือกวิธีการขนส่ง การประกันภัย

สินค้าการชำระเงินข้ามประเทศและการดำเนินการด้านพิธีการศุลกากรในการนำเข้าสินค้าไปยังอีกประเทศหนึ่ง

2.2 วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศ

ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นจากหลักความเสียเปรียบที่เรียกว่า Principle of Comparative Advantage โดยมุ่งผลิตสินค้าที่ตัวเองมีความชำนาญหรือมีความได้เปรียบไปขายยังต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันจะซื้อหรือนำเข้าสินค้าที่ตัวเองไม่มีความชำนาญหรือเสียเปรียบ การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศมีวัตถุประสงค์เหมือนกับการดำเนินธุรกิจทั่วไป คือกำไร ผู้ทำธุรกิจระหว่างประเทศจึงต้องพยายามทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดโดยคำนึงถึงคุณภาพด้วยซึ่งจะสามารถทำให้คู่แข่งได้ทั้งรายได้ และกำไรมีส่วนกระตุ้นให้ผู้ประกอบธุรกิจระหว่างประเทศขยายกว้างทั่วโลก (คินีย์ สังข์ศรี, 2549, น. 2-3) ปัจจุบันธุรกิจระหว่างประเทศมีความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศทำให้ประเทศ ได้รับเงินตราจากต่างประเทศการทำธุรกิจระหว่างประเทศทำให้ปัจจัยการผลิตของประเทศถูกใช้ในการ ผลิตที่ตนได้เปรียบทรัพยากรถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะช่วยยกระดับรายได้ ของประชากรการกระจายรายได้ไปยังสาขาต่าง ๆ ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัว รัฐบาลมีรายได้จากการ จัดเก็บภาษีสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศต่อไป ลดอัตราการว่างงานเกิดความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ทำให้สินค้าและบริการมีความหลากหลาย (คินีย์ สังข์ศรี, 2549, น. 4) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น วัตถุประสงค์ของการค้าระหว่างประเทศที่แต่ละประเทศต้องการให้เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะ เริ่มจากการค้าขายในประเทศจนมีความพร้อมในระดับหนึ่งธุรกิจนั้นก็ก้าวไปสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมีมูลเหตุจูงใจคือ (กัตญญู หิรัญญูสมบูรณ์, 2543, น. 7)

1) เพื่อเพิ่มยอดขาย (Expand Sales) ด้วยเหตุที่ว่าความต้องการและจำนวนของผู้บริโภคทั่วโลก มีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเดียวซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายและมีกำไรสูงสุดขึ้น โดยสามารถกำหนดตลาดที่ชัดเจนในลักษณะของธุรกิจระหว่างประเทศได้

2) การแสวงหาแหล่งทรัพยากร (Acquire Resources) ผู้ประกอบกิจการระหว่างประเทศจะต้อง แสวงหาสินค้า บริการและส่วนประกอบในการผลิตหรือวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ ตลอดจนมองหาแหล่งเงินทุน เทคโนโลยีข้อมูลจากต่างประเทศที่สำคัญและรายละเอียดต่างๆ เพื่อ

จะใช้ในกิจการของ ประเทศตนเองและเพื่อลดค่าใช้จ่ายทำให้บริษัทได้รับผลกำไรมากขึ้นจากต้นทุนที่ถูกลง

3) การกระจายแหล่งขายและปัจจัยการผลิต (Diversify Sources of Sales and Supplies) เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ยอดขายและกำไรเปลี่ยนแปลงไปบริษัทควรจัดหาตลาดและแหล่งปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศเพื่อที่จะทำให้บริษัทสามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบของราคาสินค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือการขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศใดประเทศหนึ่ง

4) ลดความเสี่ยงทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด (Minimize Competitive Risk) บริษัทจะต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากการดำเนินการในแต่ละประเทศเพื่อที่จะปกป้องตนเองในตลาดภายในประเทศโดยนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาบริษัทเพื่อลดความเสี่ยงทางการแข่งขันน้อยที่สุด

ศิริพร ปัญญาบาล (2535, น. 6) ได้ระบุถึงมูลเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ มีดังนี้

- 1) ประโยชน์ทางด้านรายได้และผลกำไร
- 2) ใช้เป็นเครื่องมือแก้ปัญหาความไหวตัวของการผลิตตามฤดูกาล
- 3) ประโยชน์ในการรักษาเสถียรภาพของการผลิตและการจำหน่าย
- 4) เพื่อสนองความต้องการในตลาดต่างประเทศ

Kahal (1994, pp. 65-66) ได้อธิบายว่ามีหลายเหตุผลว่าทำไมการค้าระหว่างประเทศได้พัฒนามากขึ้น สิ่งที่เป็นปัจจัยสนับสนุนหลักที่นำไปสู่การค้าระหว่างประเทศ คือ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการดังต่อไปนี้

- 1) การสร้างมูลค่าทางการค้า
- 2) การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร
- 3) การลดต้นทุนการผลิตจากการประหยัดจากขนาด
- 4) การแบ่งงานกันทำ

5) ผู้บริโภคได้ราคาต่ำลง ความแตกต่างในด้านของต้นทุนการผลิตเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่เกิดขึ้นให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ หลายประเทศพบว่า มีประโยชน์มากกว่าการที่สามารถผลิตสินค้าที่ตนมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ นอกจากนี้การค้าระหว่างประเทศยังทำให้มีการผลิตขนาดใหญ่และมีผลกำไรมากขึ้น ซึ่งจะไม่สามารถเป็นไปได้ถ้าหากทำการค้าเฉพาะภายในประเทศ

Ellsworth and Leith (1984, p. 77) ได้กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการค้าระหว่างประเทศ คือ เป็นการสนับสนุนความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งเป็นการจัดแบ่งให้เกิดโอกาสสำหรับแต่ละประเทศที่จะนำสินค้าและแลกเปลี่ยนกับการส่งออกสินค้าที่ตนผลิตได้ราคาถูกลงกว่า ซึ่งจะทำให้ประเทศมีการประหยัดจากการใช้ทรัพยากรส่งผลให้เกิดรายได้เป็นจำนวนมากกว่าที่จะมีการผลิตสินค้าทั้งหมดด้วยตนเอง

Daniels and Radebaugh (1998, p. 218) ได้กล่าวถึงเหตุผลของธุรกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจาก

1) การได้เปรียบทางการแข่งขันในการกำหนดสถานะของความได้เปรียบทางการค้าตามแนวคิดของ Michael E.Porter จะประกอบด้วยสถานะของความต้องการปัจจัยการผลิตอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุนกลยุทธ์ของบริษัท โครงสร้างและสถานะการแข่งขันในประเทศ

2) การได้เปรียบของกลยุทธ์สินค้าส่งออกแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการส่งออกประกอบด้วย

2.1) การใช้กำลังการผลิตส่วนเกินเนื่องจากปริมาณความต้องการในประเทศมีไม่เพียงพอ หรือในบางครั้งการผลิตที่คุ้มค่ากับธุรกิจคือการผลิตสินค้าในจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดโดยขนาด (Economies of Scale) ดังนั้นเมื่อปริมาณความต้องการในประเทศมีน้อยกว่าระดับการผลิต จึงทำให้จำเป็นต้องมีการส่งออก

2.2) การลดลงของต้นทุน ได้มีการศึกษาพบว่าการผลิตจำนวนมากจะทำให้ต้นทุนผลิตต่อหน่วยลดลง ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตที่คุ้มกับต้นทุนคงที่กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพราะการมีประสบการณ์มาก

2.3) ทำให้กำไรเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตอาจจะสามารถขายผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันในตลาดต่างประเทศได้กำไรที่สูงกว่าตลาดในต่างประเทศ ทั้งนี้เป็นเพราะบางครั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันระหว่างตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

2.4) การกระจายความเสี่ยงโดยจะมีตลาดต่างประเทศมากกว่าหนึ่งแห่ง ทั้งนี้เนื่องจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละตลาด จะส่งผลทำให้มีการกระจายตลาดแล้วจะช่วยลดความผันผวนของความต้องการของตลาด

3) กลยุทธ์การได้เปรียบของการนำเข้า ผู้ผลิตจะแสวงหาการผลิตที่ต้นทุนต่ำ ธุรกิจจึงแสวงหาการนำเข้าเพื่อการผลิตสินค้าที่เป็นลักษณะผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เพราะการนำเข้าถูกกว่าและมีคุณภาพที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่ขายในประเทศ โดยสรุปแล้วการค้าระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นนั้นเนื่องมาจากวัตถุประสงค์ที่มาจากเหตุจูงใจภายในคือการบริหารต้นทุนการผลิตที่ทำให้ต้นทุนต่ำลง

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและมูลเหตุจูงใจภายนอกคือการขยายตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ

2.3 บทบาทการค้าระหว่างประเทศ

คำรศกค้ ชัยสนธิท และก่อเกียรตวิริยะกิจพัฒนา (2536, น. 5) ได้กล่าวถึงบทบาทการค้าระหว่างประเทศไว้ ดังนี้

1) การนำเข้าทำให้ประชาชนมีสินค้าต่างๆ เพื่อการอุปโภคบริโภคมากขึ้นทำให้การกินอยู่ดีขึ้น

2) การนำเข้าสินค้าทุนและวัตถุดิบ จะเป็นฐานที่จำเป็นสำหรับการขยายการผลิต

3) เป็นการโอนอำนาจซื้อจากประเทศหนึ่งไปอีกประเทศหนึ่ง

4) การส่งออกมีผลต่อลูกค้า คุลการชำระเงินของประเทศ

5) การส่งออกเป็นการระบายสินค้าส่วนเกินที่เหลือจากการอุปโภคบริโภคภายใน

6) ทำให้เกิดการยกระดับหรือปรับปรุงประสิทธิภาพให้สูงขึ้น

7) การส่งออกเป็นที่มาของรายได้เพื่อนำมาซื้อสินค้าเข้า (Exports Pay for Imports)

8) ทำให้รัฐบาลมีรายได้สูงขึ้นในรูปของการเก็บภาษีอากรขาออก ภาษีอากรขาเข้า ภาษีการค้า ภาษี เงินได้ค่าธรรมเนียมและอื่น ๆ

ศิริพร ปัญญาบาล (2535, น. 4-5) ได้ระบุถึงบทบาท หรือประโยชน์ของธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนี้

1) บัจจัยการผลิตต่าง ๆ ของประเทศถูกใช้ไปในการผลิตที่ตนได้เปรียบ (Comparative Advantage)

2) ประชากรของประเทศได้รับสินค้าและบริการมากขึ้น

3) ยกระดับรายได้ของประชากร

4) ลดปัญหาการว่างงาน

5) ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

6) ทำให้เกิดการยกระดับหรือปรับปรุงประสิทธิภาพให้สูงขึ้น

7) การส่งออกเป็นที่มาของรายได้เพื่อนำมาซื้อสินค้าเข้า (Exports Pay For Import)

8) ทำให้รัฐบาลมีรายได้สูงขึ้นในรูปของการเก็บภาษีอากรขาออก ภาษีอากรขาเข้า ภาษีการค้า ภาษี เงินได้ค่าธรรมเนียมและอื่น ๆ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2542, น. 38 -41) ตามหลักเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีการคำนวณบัญชีรายได้ประชาชาติการค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเข้าเงินตราต่างประเทศรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศนั้นๆ ได้มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้เกิดความมั่นคงแล้วข้อมนำไปสู่การพัฒนาด้านสังคมของประเทศ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีบำรุงเศรษฐกิจของชาติหรือลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism) เกิดขึ้นในช่วงค.ศ. 1500 ที่มีการล่าอาณานิคมของประเทศมหาอำนาจในยุโรป ประเทศใหญ่ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน ได้พยายามขยายอาณานิคมการปกครอง เพื่อแสวงหาทรัพยากรจากแหล่งต่างๆ มาเสริมความมั่งคั่งให้กับตัวเอง ทฤษฎีนี้มีจุดประสงค์หลักเพื่อบำรุงเศรษฐกิจของชาติและรัฐบาลด้วยการสะสมโลหะที่มีค่า เช่น ทองคำ แร่เงิน การค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดนี้ ถือเป็นแนวคิดที่เน้นการได้เปรียบจากดุลการค้า คือประเทศสามารถส่งออกได้ มากกว่าการนำเข้าและการเสียเปรียบดุลการค้าเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา (Kahal, 1994, อ้างถึงใน วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2544, น. 13-14)

ทฤษฎีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage) โดย Adam Smith (1776, อ้างถึงใน วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2544, น. 15) ได้เขียนหนังสือ The Wealth of Nations ซึ่งแยกการวิเคราะห์เป็น 2 ประเด็น คือ Absolute Advantage และ Division of Labor โดย Absolute Advantage เสนอว่า ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใดสินค้านั้นอย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าประเทศอื่น ก็ควรให้ประเทศนั้นผลิตสินค้านั้นแล้วส่งไปค้าขายแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพรวม และ Division of Labor ได้เสริมทฤษฎี Absolute Advantage ว่าแต่ละประเทศควรใช้ทรัพยากรของตนผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จนเกิดการได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้อื่น ซึ่งความเชี่ยวชาญเฉพาะที่เกิดขึ้นมีสาเหตุจาก

- 1) แรงงานเกิดความชำนาญในการทำงานนั้นซ้ำ ๆ อยู่เป็นประจำ
- 2) แรงงานเกิดความชำนาญโดยการทำงานนั้นไปอีกงานหนึ่ง
- 3) การผลิตอย่างต่อเนื่องยาวนานจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาหาวิธีการทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านก่อให้เกิดความได้เปรียบ (Advantage) ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ชนิดคือ

1) ความได้เปรียบโดยธรรมชาติ (Natural Advantage) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากสภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานที่มีอยู่อย่างล้นเหลือ

2) ความได้เปรียบจากการเรียนรู้ นอกจากทฤษฎีความได้เปรียบ ยังกล่าวถึงขนาดของประเทศหนึ่ง ซึ่งมีผลต่อชนิดและปริมาณของสินค้าที่จะทำการค้าขายกัน ขนาดของประเทศที่แตกต่างกันจะมีผลต่อบัจจัยดังต่อไปนี้

2.1) ความหลากหลายของทรัพยากร ประเทศใหญ่มีทรัพยากรหลายชนิดกระจายอยู่ตามภาคต่างๆ ในประเทศจนแทบสามารถพึ่งพาตนเองได้หมด

2.2) ค่าขนส่ง ประเทศใหญ่และประเทศเล็กได้รับผลกระทบจากค่าขนส่งแตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วค่าขนส่งจะแปรตามระยะทางประเทศใหญ่มักจะทำการค้าขายกับแหล่งตลาดที่อยู่ใกล้ จึงทำให้ค่าขนส่งต่ำราคาสินค้าก็ต่ำไปด้วย

2.3) ขนาดของเศรษฐกิจ ขนาดของประเทศมิได้บอกถึงความมั่งคั่งของประเทศ ความร่ำรวยของประเทศวัดได้จากขนาดเศรษฐกิจและรายได้ประชาชาติที่ค่อนข้างสูงจึงควรมีการผลิตสินค้าในปริมาณมากอย่างต่อเนื่องด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเพื่อให้เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคภายในประเทศและทำการส่งออกด้วย

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) (Ricardo, 1819 อ้างถึงใน กตัญญู หิรัญญูสมบุญ, 2543, น. 14) Wallow Ricardo ได้เขียนหนังสือชื่อ On The Principles of Political and Taxation โดยได้นำพื้นฐานแนวคิดของ Adam Smith มาพัฒนาต่อเนื่องออกไปว่าถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไปประเทศนั้นควรจะผลิตสินค้าที่ตนผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดแล้วสิ่งที่ตนไม่ได้ผลิตจากประเทศอื่น

ทฤษฎี Comparative Advantage จะมีประสิทธิผลเต็มที่ภายใต้ข้อสมมุติฐานของการใช้ความชำนาญ เฉพาะดังต่อไปนี้

1) การว่าจ้างแรงงานเต็มที่ไม่มีการว่างงานซึ่งแสดงถึงการให้ทรัพยากรเต็มที่ถ้ามีการว่างงานเกิดขึ้น จะมีการลดการนำเข้าลงเพื่อให้แรงงานที่ว่างงานอยู่ได้รับการว่าจ้างให้ทำการผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า

2) การมุ่งวัตถุประสงค์ของประเทศ บางครั้งประเทศไทยไม่ได้มีวัตถุประสงค์เชิงเศรษฐศาสตร์ หรือต้องการกำไรสูงสุดเสมอไป นอกจากนั้นรัฐบาลได้เล็งเห็นว่าการเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในสินค้าเฉพาะอย่างเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการขึ้นลงของราคาสินค้านั้น จึงควรผลิตสินค้าที่ตนไม่ได้เปรียบด้วยเพื่อกระจายความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

3) การคิดค่าขนส่ง ไม่มีทฤษฎีใดคำนึงถึงค่าขนส่งซึ่งต้องสัมพันธ์กับระยะทางที่เคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศ ปัญหาจะเกิดขึ้นถ้าค่าขนส่งรวมกับสินค้าแล้วสูงกว่าต้นทุนที่ประเทศผู้ซื้อผลิตเอง เพราะจะทำให้การค้าระหว่างประเทศไม่เกิดขึ้นความชำนาญและการได้เปรียบเฉพาะสินค้าจะหมดความหมายไปในที่สุด

ทฤษฎี Comparative Advantage แตกต่างจากทฤษฎี Absolute Advantage ตรงที่ Absolute Advantage กล่าวว่าประเทศใดสามารถใช้ทรัพยากรที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ก็ควรผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่ประเทศอื่นแต่ทฤษฎี Comparative Advantage แสดงการวิเคราะห์ที่ซับซ้อนขึ้นไปอีก โดยกล่าวถึงประเทศที่เกิดความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเหนือกว่าอีกประเทศหนึ่ง ควรทำการผลิตโดยใช้ความได้เปรียบในสิ่งที่ตนสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นอย่างมาก และให้อีกประเทศหนึ่งผลิตสินค้าที่ประเทศแรกผลิตแล้วจะมีประสิทธิภาพเหนือกว่าเป็นส่วนน้อยแล้วทั้งสองประเทศจะได้ผลผลิตมากกว่าผลิตโดยปราศจากการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีปัจจัยสัดส่วนการผลิต (Factor Proportion) ในปี ค.ศ. 1950 นักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 คน คือ Heckscher and Ohlin (1950, อ้างถึงใน ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลินี วรบัณฑิต, 2536, น. 12-13) ได้สร้างทฤษฎี Factor Proportion โดยเน้นไปที่ปัจจัยการผลิต คือ ที่ดิน แรงงานและทุน โดยกล่าวว่าแต่ละประเทศมีปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกันไป ประเทศใดก็ตามที่มีแรงงานมากเมื่อเทียบกับที่ดินและแรงงานก็จะส่งผลให้ทุนด้านแรงงานถูกลงทางตรงกันข้ามต้นทุนด้านและทุนก็จะสูง ดังนั้นแต่ละประเทศก็ควรผลิตสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตในประเทศที่มีอยู่มากหาได้ง่ายและต้นทุนไม่สูงผลิตสินค้าส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการลงทุนระหว่างประเทศ (International Investment and Product Life Cycle) โดย Vernon (1966, อ้างถึงในมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2556, น. 6) ได้เน้นตัวสินค้ามากกว่าประเทศหรือเทคโนโลยีใด ๆ หรือปัจจัยการผลิต ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการเลือกที่ตั้งในการผลิตสินค้าต่างๆ จะย้ายจากประเทศหนึ่งไปอีกประเทศหนึ่งตามขั้นตอนในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์และเพิ่มข้ออ้างอิงทางเทคโนโลยีเพิ่มเติมอีก 2 ข้อ คือ

1) นวัตกรรมทางเทคนิคในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้กำไรเป็นที่น่าพอใจ จะต้องอาศัยเงินทุนเป็นจำนวนมากและใช้แรงงานที่มีความชำนาญเป็นอย่างสูงในช่วงแนะนำซึ่งปัจจัยการผลิตเช่นนี้จะมิได้ในประเทศอุตสาหกรรมที่มีเงินทุนมาก

2) ในช่วงต่อมาของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ทั้งสามช่วงผลิตภัณฑ์จะถูกผลิตในเชิงพาณิชย์เป็นปริมาณสูงมีมาตรฐานมากขึ้นใช้แรงงานฝีมือน้อยลงจะมีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศหนึ่งไปสู่ต่างประเทศในที่สุด

ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage) Porter (2003, อ้างถึงใน ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลินี วรรณชุกร, 2536, น. 14) ได้กล่าวว่าแต่ละประเทศแต่ละชนชาติมีลักษณะของธรรมชาติ เช่น ภูมิอากาศ คุณสมบัติเฉพาะคน และความสามารถในการคิดสร้างสรรค์แตกต่างกันออกไป ซึ่งก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศและการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้น Michael E. Porter จึงแสดงให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจไม่ได้พิจารณาในส่วนของผลิตภัณฑ์หรืออุตสาหกรรมเท่านั้น การค้าระหว่างประเทศจึงเป็นการมองภาพรวมทั้งระดับประเทศ ระดับรัฐบาล ตลอดจนระดับธุรกิจเอกชนร่วมกัน ดังนั้นความได้เปรียบของการแข่งขันเชิงบริษัทในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจึงขึ้นอยู่กับสถานะของบริษัทในด้านต่าง ๆ และความสัมพันธ์ระหว่างสถานะเหล่านั้น

ปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้ง 4 สถานะคือ

1) สถานะปัจจัยด้านการผลิต (Factor Condition) ปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญโดดเด่นคือ ความสามารถในการสร้างสรรค์ยกระดับและเพิ่มปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้ก้าวหน้าพัฒนาต่อไป แรงงาน ชำนาญงาน เงินทุน เทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่าง ๆ

2) สถานะด้านอุปสงค์ (Demand Condition) เป็นความสามารถที่จะแข่งขันและประสบความสำเร็จในตลาดภายในประเทศและมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศสูง

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวพันกัน (Relate and Supporting Industries) ธุรกิจใดมีความสัมพันธ์ที่ดีกับการขายวัตถุดิบหรือบริษัทขนส่งที่ให้ประโยชน์ด้านต้นทุนค่าขนส่ง จะเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันสูงและสามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้ดี

4) กลยุทธ์โครงสร้างการแข่งขันของธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) เป็นลักษณะเด่นของธุรกิจที่จะสร้างสรรค์และดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความยืดหยุ่นของแต่ละองค์กรที่มีต่อธุรกิจประเภทนั่นเอง

นอกจากนี้ทั้ง 4 กลุ่มปัจจัยที่กล่าวมาแล้วยังมีปัจจัยภายนอกอีก 2 ปัจจัย ที่มีความสำคัญต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันคือ Porter (2003, อ้างถึงใน ศรีวงศ์ สุมิตร และสาลินี วรรณชุกร, 2536, น. 18)

1) รัฐบาล ภาครัฐบาลถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอย่างยิ่ง หาก รัฐบาลให้การส่งเสริม เช่น การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม ให้สิทธิ พิเศษต่างๆ เช่น ลดภาษีวัตถุดิบก็จะทำให้อุตสาหกรรมมีต้นทุนที่ต่ำลง

2) เหตุสุดวิสัย เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันซึ่งผู้ผลิตใน อุตสาหกรรมไม่สามารถทำการควบคุมได้ด้วยอย่าง เช่น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยีครั้งสำคัญ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตครั้งสำคัญการเปลี่ยนแปลงตลาดเงินของ โลกหรืออัตราแลกเปลี่ยนครั้งสำคัญการตัดสินใจทางการเมืองโดยรัฐบาลประเทศอื่น ๆ และ สงคราม เหตุสุดวิสัยจะเป็นตัวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรม เหตุสุดวิสัยอาจ กระทบข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิมเกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันจากประเทศอื่น สามารถเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิมได้ขณะเดียวกัน ประเทศอาจได้รับผลประโยชน์จากการ เปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกันและทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน จากปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เมื่อมีการผสมผสานกันเพื่อประกอบการพิจารณาถึงความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ

ดังนั้น ทฤษฎีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเป็นทฤษฎีที่มีมุมมองกว้างขึ้นซึ่งไม่ได้ พิจารณาเฉพาะต้นทุนหรือปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียวแต่มีการพิจารณาถึงสภาวะของอุปสงค์การ แข่งขันอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องบทบาทของภาครัฐรวมถึงเหตุสุดวิสัยด้วย

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศจำแนกได้เป็น 2 ยุคคือ ทฤษฎียุคเก่า (Classical Theory) และทฤษฎียุคใหม่ (Modern Theory) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

แนวคิดของทฤษฎียุคเก่าเริ่มมีมาตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 18 โดยมุ่งที่จะศึกษาถึงเหตุที่มีการ แลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ และเมื่อมีการซื้อขายกันแล้วประเทศคู่ค้าใดจะได้รับ ประโยชน์จากการซื้อขายนั้น นักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในทฤษฎียุคเก่า ได้แก่ Adam Smith, David Ricardo และ John Stuart Mill ส่วนนักเศรษฐศาสตร์ยุคใหม่ ได้แก่ Edgeworth, Haberler, Leontief, Marshall, Meade และ Heckscher – Ohlin

ทฤษฎียุคเก่า (Classical Theory) ทฤษฎียุคเก่านี้มีต้นกำเนิดมาจากทฤษฎีมูลค่าของ แรงงาน (Labour Theory of Value) ซึ่งระบุว่ามูลค่าหรือราคาของสินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดจะสูง หรือต่ำเพียงใด ขึ้นอยู่กับปริมาณของแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้นๆ (กนกพร ชัยประสิทธิ์, 2559, น. 2-12)

ทฤษฎียุคเก่านี้มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

- 1) มีประเทศคู่ค้า 2 ประเทศ
- 2) ซื้อขายสินค้า 2 ประเภท
- 3) แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพเหมือนกัน
- 4) ต้นทุนการผลิตคงที่ (Constant Cost)
- 5) มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์ในตลาดสินค้าและตลาดปัจจัย
- 6) การค้าเป็นไปโดยเสรีไม่มีค่าขนส่ง

จากข้อสมมติฐานดังกล่าว นักเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศในยุคเก่าได้เสนอแนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศไว้ดังนี้ (กนกพร ชัยประสิทธิ์, 2559, น. 2-12)

ทฤษฎีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) Smith (1976) เป็นผู้เสนอแนวคิดทฤษฎีนี้โดยกล่าวว่าประเทศต่างๆ จะมีความสามารถในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่าเทียมกันในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งจำนวนเท่ากันประเทศหนึ่งจะผลิตได้ด้วยปริมาณแรงงานน้อยกว่าอีกประเทศหนึ่ง เช่นนี้ถือว่าเป็นการได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) และการได้เปรียบโดยสมบูรณ์นี้เป็นต้นเหตุของการค้าระหว่างประเทศ

ทฤษฎีนี้มีข้อบกพร่องบางประการคือกรณีของประเทศที่ได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกชนิดอาจจะไม่ได้รับประโยชน์จากการค้ากับประเทศอื่น ๆ แต่จากข้อเท็จจริงปรากฏว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้แม้ประเทศผู้ส่งออกจะมีได้มีการได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าที่ส่งออก อยู่ในขณะนั้น

ทฤษฎีการได้เปรียบสัมพัทธ์หรือได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Relative or Comparative Advantage Theory) Ricardo (1817) ได้ทำการปรับปรุงทฤษฎีการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ต่อจาก Smith (1976) และ อธิบายว่าต้นเหตุของการค้าระหว่างประเทศนั้นมิใช่การได้เปรียบโดยสมบูรณ์แต่เป็นการได้เปรียบสัมพัทธ์ หรือได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทั้งนี้เพราะปัจจัยการผลิตไม่มีการเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศการได้เปรียบในการผลิตของสินค้าต่าง ๆ จึงปรากฏออกมาในรูปของการได้เปรียบโดยสัมพัทธ์

ข้อบกพร่องของทฤษฎีนี้คือไม่สามารถหาอัตราแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศได้ว่าเป็นเท่าใด Mill (1861) ได้ปรับปรุงทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศต่อจาก Ricardo (1817) โดยกำหนดให้ปริมาณแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าทั้งสองประเทศมีอยู่คงที่และเปรียบเทียบสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่แรงงานนั้นสามารถทำการผลิตออกมาได้

ทฤษฎียุคใหม่ (Modern Theory) เป็นการนำทฤษฎีราคามาอธิบายให้เข้าใจถึงสภาพดุลยภาพ โดยทั่วไป (General Equilibrium) กล่าวคือเมื่อเกิดดุลยภาพโดยทั่วไปไปราคาปัจจัยการผลิตและราคาสินค้าที่ถูกกำหนดขึ้นพร้อมกันนั้นจะเป็นผลของการจัดสรรปัจจัยในการผลิตเพื่อการผลิตและการแจกจ่ายสินค้าเพื่อการบริโภคในลักษณะที่ทำให้เกิดดุลยภาพในตลาดปัจจัยการผลิตทุกชนิดและตลาดสินค้าทุกชนิด

ในทฤษฎียุคใหม่การผลิตเกิดจากการเอาปัจจัยการผลิตหลายชนิดมาใช้ประกอบเป็นสินค้าต่างๆ และปัจจัยเหล่านี้อาจใช้สลับเปลี่ยนทดแทนกันได้โดยผู้ผลิตสามารถเลือกส่วนผสมของปัจจัยการผลิตได้ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยใช้ราคาสัมพัทธ์ (Relative Price) ของปัจจัยเหล่านั้นเป็นตัวในการตัดสินใจ เลือกใช้นักเศรษฐศาสตร์ที่เสนอแนวคิดทฤษฎียุคใหม่ได้แก่

1) Gottfried Harberler เป็นผู้นำต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) มาอธิบายว่าเป็นค่าเสียโอกาสจากการนำปัจจัยการผลิตไปทำการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งแทนที่จะนำไปผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ต้นทุนค่าเสียโอกาสนี้อาจปรากฏในสภาพต้นทุนค่าเสียโอกาสคงที่ (Constant Opportunity Cost) ต้นทุนค่าเสียโอกาสเพิ่มขึ้น (Increasing Opportunity Cost) และต้นทุนค่าเสียโอกาสลดลง (Decreasing Opportunity Cost)

2) Heckscher – Ohlin Theorem หรือทฤษฎีสัดส่วนปัจจัยในการผลิต (Theory of Factor Proportions) ซึ่งกล่าวว่า การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นจากความแตกต่างในต้นทุนเปรียบเทียบ (Comparative Cost) เพราะมีความแตกต่างกันในความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตและสัดส่วนการใช้ปัจจัยการผลิตในสินค้าแต่ละประเภทจะแตกต่างกันออกไป แต่ละประเทศจะมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบจะมีการขายสินค้าที่ผลิตได้จากปัจจัยการผลิตที่ประเทศตนมีความอุดมสมบูรณ์และซื้อสินค้าที่ตนเสียเปรียบอันเนื่องมาจากมีปัจจัยการผลิตในประเทศตนในปริมาณน้อย

2.5 สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจระหว่างประเทศ

2.5.1. สภาพแวดล้อมทางการเมือง เป็นสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการและนโยบายของรัฐบาล Zikmund and D'Amico (2001, p. 654) สภาพแวดล้อมทางการเมืองจะประกอบด้วยปัจจัย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

2.5.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองด้านการเมืองของประเทศเจ้าบ้าน (Host – County Political Environment) ประเทศต่างๆ ต้องการรักษาและเพิ่มพูนเอกราชของชาติของตน กิจการของต่างประเทศมักจะถูกมองว่าเป็นการคุกคามเอกราชภายในประเทศหรือมีผลเสียหายต่อธุรกิจในประเทศ ดังนั้นในช่วงที่เกิดการจลาจลวุ่นวาย กิจการต่างประเทศหรือสถานทูตต่างประเทศจะเป็นเป้าหมายที่จะโดนโจมตีมากที่สุด ดังนั้น ในแต่ละประเทศจึงต้องการที่จะปกป้องความมั่นคงของชาติตนเอง (National Security) โดยปกติรัฐบาลจะห้ามกิจการต่างประเทศดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันประเทศหรืออุตสาหกรรมที่เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศเช่น การป้องกันประเทศ (Defense) การสื่อสาร (Communication) พลังงาน ไฟฟ้าและทรัพยากรธรรมชาติ (Energy and Resources)

2.5.1.2 การควบคุมโดยประเทศเจ้าบ้าน (Host – County Controls) ประเทศเจ้าบ้านจะมีค่านิยม (Goodwill) ให้กิจการต่างประเทศช่วยให้บรรลุเป้าหมายของประเทศตน รัฐบาลอาจใช้เครื่องมือต่างๆ ในการป้องกันพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนา และส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงปรารถนาที่เกิดขึ้นจากกิจการต่างประเทศ ซึ่งวิธีการที่รัฐบาลใช้ในการควบคุมมี 5 วิธีดังนี้

1) การจำกัดการนำเข้า (Entry Restrictions) ถ้าอนุญาตให้ธุรกิจเข้าประเทศได้กิจการก็จะถูกจำกัดในอุตสาหกรรมที่เข้ามา เช่น ไม่มีการอนุญาตให้เป็นเจ้าของ 100% โดยถูกจำกัดในรูปแบบของการร่วมลงทุน (Join Venture) กับกิจการภายในประเทศ

2) การควบคุมราคา (Price Controls) เป็นระเบียบข้อบังคับของรัฐเพื่อควบคุมราคาผลิตภัณฑ์และบริการไม่ให้สูงเกินกว่าที่กำหนดเพื่อป้องกันไม่ให้ค่าครองชีพสูงต่อเนื่องไปเป็นลูกโซ่ มักจะใช้ช่วงต่อต้านปัญหาภาวะเงินเฟ้อ การควบคุมราคานี้มักจะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นแก่การครองชีพบางชนิด และมักใช้ในช่วงเวลาสั้นๆ เท่านั้น โดยเฉพาะประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีเพื่อมิให้กระทบต่อกลไกตลาดมากนัก (ศิริพร สัจจามันท์, 2543, น. 235) ดังนั้นกิจการต่างประเทศจึงต้องเผชิญกับข้อจำกัดอย่าง มากสิ่งที่เหมือนกันมากที่สุด คือการควบคุมราคาให้ต่ำซึ่งถ้าเศรษฐกิจมีภาวะเงินเฟ้อทำให้ต้นทุนสูงจะจำกัดกำไรอย่างมหาศาล

3) การจำกัดการนำเข้า (Quotas) เป็นการจำกัดปริมาณนำเข้าหรือปริมาณสินค้านำเข้า และปริมาณการส่งออกสินค้าในแต่ละปี (Daniels and Radebaugh, 2001, p. 784) การเก็บภาษีศุลกากร (Tariffs) เป็นภาษีที่เก็บสำหรับสินค้านำเข้าในประเทศ ดังนั้นการจำกัดการนำเข้าและการเก็บภาษีศุลกากร อาจจะจำกัดตามความสามารถของกิจการในการนำเข้า เครื่องมือเครื่องจักร (Equipment) ชิ้นส่วนประกอบ (Components) และผลิตภัณฑ์ (Product) การจำกัดดังกล่าวเพื่อจะเพิ่มจำนวนวัตถุดิบในประเทศมากกว่าจำนวนกิจการต่างประเทศ

4) การควบคุมอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Control) ในหลายประเทศจะประสบปัญหาการขาดดุลชำระเงิน (Balance of Payments) การขาดดุลเรื้อรังซึ่งทำให้การขาดแคลนของเงินตราต่างประเทศ

5) การเวนคืน (Expropriation) หมายถึงการเวนคืนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินของธุรกิจเอกชน โดยรัฐบาลของประเทศใดประเทศหนึ่ง (Daniels and Radebaugh, 2001, p. 777) โดยการบังคับอย่างเป็นทางการในทรัพย์สินของกิจการต่างประเทศ การเวนคืนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการควบคุมกิจการต่างประเทศ

2.5.2 สภาพแวดล้อมทางกฎหมายกฎหมายของประเทศและกฎที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของกิจการต่างประเทศ กิจการต้องทราบสภาพแวดล้อมทางกฎหมายในแต่ละตลาดเพราะว่ากฎหมายนั้นถือว่าเป็นเกณฑ์ของเกม (Rules of the game) ในขณะที่เดียวกัน กิจการต้องทราบว่า สภาพแวดล้อมทางการเมืองเป็นอย่างไรกฎหมายนั้นมีผลบังคับใช้อย่างไร และระบุทิศทางของกฎหมายใหม่ด้วยสภาพแวดล้อมทางกฎหมายระหว่างประเทศเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนกฎหมายที่สำคัญมี 3 ประการ คือ

- 1) กฎหมายของประเทศแม่ (Hom's Laws)
- 2) กฎหมายระหว่างประเทศ (International Law)
- 3) กฎหมายภายในประเทศที่บริษัทได้ดำเนินการในต่างประเทศหรือในประเทศนั้นๆ

2.5.3 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ อิทธิพลด้านเศรษฐกิจจะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้นการเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจของประเทศและตลาดต่างประเทศ จะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสามารถพยากรณ์แนวโน้มที่มีผลกระทบต่อการทำงานในอนาคต รายละเอียดอิทธิพลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ (Key Economic Forces) จะประกอบด้วย

- 1) โครงร่างงานทางเศรษฐกิจของประเทศ (Economic Framework)

- 2) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (Economic Stability)
- 3) ความสำคัญและอิทธิพลของตลาดทุน (Existence and Influence of Capital Markets)
- 4) สมรรถภาพของปัจจัยการผลิต (Factor Endowments)
- 5) ขนาดของตลาด (Market Size)
- 6) ความสามารถในการจัดหาสาธารณูปโภค (Availability of Economic Infrastructure)

2.5.4. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม การคำนึงวัฒนธรรม (Cultural Awareness) คือ การรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ที่จะเข้าไปทำธุรกิจเนื่องจากมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นธุรกิจจะต้องปรับตัวและตัดสินใจว่าจะนำสิ่งที่เคยปฏิบัติในประเทศของตนเองไปใช้ในสภาพแวดล้อมต่างประเทศได้หรือไม่ เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่แตกต่างกันทั่วโลก การเข้าใจถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจ ดังนั้น การทำธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องศึกษาถึงลักษณะเด่นและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ซึ่งจะประกอบด้วย

2.5.4.1 ความเป็นชาติ (ชาตินิยม) เป็นค่านิยมที่ใช้สำหรับสังคมหนึ่งเนื่องจากอาศัยอยู่ในเขตแดนเดียวกันและอยู่ภายใต้พื้นฐานกฎหมายที่ใช้ร่วมกันเพราะความคล้ายคลึงระหว่างบุคคลเป็นเหตุและผลของวัฒนธรรมของกลุ่มชนหรือวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เพื่อประโยชน์ในการจ้างงาน การขาย และซื้อสินค้าตลอดจนมีกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งใช้สำหรับประชาชนหรือคนในประเทศนั้นๆ

2.5.4.2 การสร้างวัฒนธรรมใหม่ (Cultural Formation) และการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม (Cultural Dynamics) เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากผู้นำสังคมสู่คนในสังคมนั้นๆ ระบบค่านิยมทางวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม ประเพณีและสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะเกี่ยวข้องกับ 3 ประเด็น คือ

- 1) สมัครงใจเลือก (Choice)
- 2) ถูกบังคับ (Imposition)
- 3) การเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดขึ้นจากการสื่อสารกับวัฒนธรรมอื่นๆ

(Contact with Other Cultures)

2.5.4.3 ภาษาเปรียบเสมือนผู้ดำรงวัฒนธรรม (Language as a Cultural Stabilizer) ภาษาจัดเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อความมีเสถียรภาพของวัฒนธรรมเมื่อบุคคลมาจากต่างสถานที่กันแต่ใช้ภาษาเดียวกัน การแพร่หลายของวัฒนธรรมเมื่อบุคคลมาจากต่างสถานที่กันแต่ใช้ภาษาเดียวกันการแพร่หลายของวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ง่าย ทำให้ความคล้ายคลึงของภาษามีมากขึ้น

2.5.4.4 ศาสนา เป็นปัจจัยที่ช่วยรักษาเสถียรภาพด้านวัฒนธรรม (Religion as a Cultural Stabilizer) ศาสนาเป็นค่านิยมที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุด โดยมากศาสนาทั้งหมดเกิดจากประชาชนที่มีความเชื่อวัฒนธรรมของภูมิภาคซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาเพราะฉะนั้นเขตของศาสนาจึงมีอิทธิพลออกไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งด้วย ดังนั้นศาสนาที่เด่นจึงมีอิทธิพลทั้งในด้านกฎหมายและการดำเนินการทางธุรกิจระหว่างประเทศ

2.6 การส่งออก

การดำเนินงานของกิจการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศมีหลายระดับไม่ว่าจะเป็นระดับพื้นฐาน ได้แก่การส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ (Export) จนถึงการไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment หรือ FDI) การที่ธุรกิจจะเลือกวิธีการใดในการเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในกิจการเหล่านั้นและขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยภายในประเทศที่จะไปลงทุนสำหรับการออกสู่การค้าดำเนินงานในต่างประเทศ ประกอบด้วย (ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, 2547, น. 118-120)

การส่งออก (Exporting) เป็นวิธีการพื้นฐานที่สุดของการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศและเป็นวิธีการที่มีความเสี่ยงน้อยเพราะเพียงแค่จัดส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ มิใช่การลงทุนสร้างโรงงานหรือฐานการผลิตที่ต้องการระยะเวลาในการผูกพันที่จะได้ทุนคืน การที่ธุรกิจจะส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในต่างประเทศแบ่งได้ 2 วิธี

1) การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) คือ การขยายตลาดผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศที่ซื้อสินค้าเพื่อการส่งออก วิธีการนี้จะช่วยลดเงินลงทุนทั้งทางด้านบุคลากรและทรัพยากรอื่นๆ รวมทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดที่ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในลักษณะตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพทางเศรษฐกิจกฎหมาย และการเมือง

ตลอดจนสภาวะการแข่งขันและอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม วิธีการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ วิธีการนี้มีข้อด้อยตรงที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมเหนือนโยบายการทำธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการในอนาคต เช่น การวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) นโยบายราคา เป็นต้น

2) การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) วิธีการนี้ธุรกิจจะมีแผนกขายระหว่างประเทศ (Exporting Department) ซึ่งแผนกดังกล่าวจะทำหน้าที่รับผิดชอบในการหาลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ วิธีการดังกล่าวทำให้ธุรกิจจะต้องแบกรับความเสี่ยงเพิ่มมากยิ่งขึ้นแต่ในขณะเดียวกันธุรกิจก็มีอำนาจในการควบคุมนโยบายการทำตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยมากกิจการจะใช้วิธีการขยายตลาดด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและใช้อินเตอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายเป็นหลัก

2.7 เครื่องมือทางการค้าระหว่างประเทศ

เครื่องมือที่สำคัญในการควบคุมการนำเข้าหรือส่งเสริมการส่งออกของแต่ละประเทศให้ดำเนินไปตามเป้าหมายทางการค้าระหว่างประเทศ มี 4 ประการ คือ ภาษีศุลกากร (Tariffs) โควต้า (Quotas) การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของรัฐบาล และการผูกขาด คาร์เทล และการเลือกปฏิบัติในการคิดราคาสินค้า เครื่องมือทั้ง 4 ประการนี้ รัฐบาลแต่ละประเทศอาจนำมาใช้เฉพาะกรณีใดกรณีหนึ่งหรือนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลทางการค้าระหว่างประเทศดังนี้ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554)

- 1) ทำให้ต้นทุนหรือราคาตลาดมีการเปลี่ยนแปลง
- 2) มีการทำการควบคุมทางปริมาณทางการค้า
- 3) ทำให้การค้ามีความยุ่งยากหรือสินค้านั้นราคาแพงขึ้นอันเนื่องมาจากข้อบังคับทางการบริหาร และทางวิชาการ
- 4) มีการใช้นโยบายลำเอียงเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ตามนโยบายของรัฐบาล

2.7.1 ภาษีศุลกากร (Tariffs) ภาษีศุลกากรเป็นภาษีที่ก่อให้เกิดความลำเอียงแก่สินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เมื่อสินค้านั้นมีการขนส่งข้ามประเทศ อาจจำแนกภาษีศุลกากรตามการเดินทางของสินค้าได้ 3 ประเภท คือ

2.7.1.1 อากรขาออก (Export Duty) ได้แก่ภาษีศุลกากรที่เก็บจากสินค้าที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จุดประสงค์ของการเก็บอากรขาออกเพื่อนำมาเป็นรายได้ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกำลังพัฒนาต้องพึ่งพารายได้จากอากรขาออกเป็นส่วนใหญ่อากรขาออกยังเป็นการเก็บเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมภายในประเทศ เช่น เพื่อสงวนวัตถุดิบไว้ใช้ภายในประเทศ หรือเพื่อส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม (Value - Added) สูงมากกว่าจะส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ

2.7.1.2 อากรขาเข้า (Import Duty) ได้แก่ภาษีศุลกากรที่เก็บจากสินค้าที่นำเข้ามาประเทศ นับว่าเป็นอากรที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศ อากรขาเข้าอาจนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญของนโยบายการค้าระหว่างประเทศเพื่อใช้คุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ (Protective Duty) หรือใช้เป็นเครื่องมือในการเจรจาแก้แค้นตอบแทนประเทศที่ไม่ให้ความเป็นธรรมแก่ สินค้าออกของตน ด้วยการเพิ่มภาษีเป็นการแก้แค้นตอบแทน (Retaliation) หรือเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับประเทศคู่ค้า

2.7.1.3 อากรผ่านแดน (Transit Duty) ได้แก่ภาษีศุลกากรที่เก็บจากสินค้าที่ส่งออกจากประเทศที่หนึ่ง โดยต้องผ่านเข้าไปดินแดนของประเทศที่สอง เพื่อเข้าสู่ประเทศปลายทาง ทั้งนี้เนื่องจากประเทศปลายทางเป็นประเทศไร้ชายฝั่งทะเล (Land - Locked Country) เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อัฟกานิสถาน ธิเบต ภูฏาน และสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น ประเทศเหล่านี้จึงต้องอาศัยการขนส่งสินค้าโดยผ่านแดนประเทศที่สองเพื่อไปยังประเทศตน และต้องเสียภาษีอากรผ่านแดน ต่อมาสหประชาชาติเห็นว่าอากรชนิดนี้ไม่เป็นธรรมแก่ประเทศไร้ชายฝั่งทะเลและไม่สมควรจะเก็บ เพราะสินค้าผ่านแดนมิได้นำมาบริโภคในประเทศที่สองและการเก็บภาษีศุลกากรเป็นการเพิ่มต้นทุนของสินค้าจึงได้มีการยกเลิกอากรผ่านแดน อย่างไรก็ตามก็ถือว่าอากรผ่านแดนมีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศที่สองดีขึ้น โดยมีรายได้จากเรือเดินสมุทรที่มาเทียบท่า

2.7.2 ภาษีศุลกากรอาจจำแนกตามมูลค่าในการจัดเก็บซึ่งเก็บจากสินค้าเข้าและสินค้าออก 3 ประเภท คือ

2.7.2.1 อากรตามราคา (Ad Valorem Duty) ได้แก่ภาษีศุลกากรที่จัดเก็บตามราคาสินค้า โดยการกำหนดเป็นอัตราร้อยละ เช่น ร้อยละ 5 หรือ ร้อยละ 10 ของราคาสินค้าเข้าหรือราคาสินค้าออก สินค้าที่จัดเก็บอากรตามราคามักจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง ราคาแพง แต่มีขนาดหรือปริมาณไม่ใหญ่โต อากรชนิดนี้จึงแตกต่างกันตามราคาของสินค้า

2.7.2.2 อากรตามสภาพ (Specific Duty) ได้แก่ ภาษีศุลกากรที่จัดเก็บตามสภาพของสินค้า เช่น เก็บจากน้ำหนักหรือขนาดของสินค้าที่นำเข้าหรือส่งออกโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพหรือราคาของสินค้า เช่น คิดจากน้ำหนักเป็นปอนด์หรือเป็นหลา สินค้าที่จัดเก็บอากรตามสภาพมักจะ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพปานกลางหรือสินค้าชั้นปทุม ซึ่งมีราคาต่อหน่วยต่ำแต่มีขนาดหรือใช้พื้นที่ในการบรรจุหรือขนส่งมาก

2.7.2.3 อากรผสม (Mixed or Compound Duty) ได้แก่ ภาษีศุลกากรที่มีการจัดเก็บทั้งในรูปตามราคาของสินค้าและตามสภาพของสินค้านั้น เช่น เก็บภาษีฝ้าตามราคา ร้อยละ 10 และเก็บตามสภาพอีกหลาละ 1 บาท เป็นต้น อากรชนิดนี้อาจจะเป็นการจัดเก็บเพื่อชดเชยให้แก่ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ ซึ่งต้องเสียภาษีศุลกากรขาเข้าสำหรับการนำวัตถุดิบเข้ามาผลิตสินค้า อากรที่เก็บเพื่อชดเชยผู้ผลิตภายในประเทศนี้เรียกว่าอากรชดเชย (Compensatory Duty) อย่างไรก็ตาม การที่จะกล่าวว่าอากรผสมเป็นอากรที่จัดเก็บเพื่อรายได้หรือเพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตภายในประเทศนั้น จะต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการจัดเก็บเป็นสำคัญ

ในกรณีที่น่าจะเป็นจะต้องมีการเลือกเก็บภาษีศุลกากรตามราคาหรือตามสภาพอาจพิจารณา โดยการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของอากรทั้งสองประเภทในแต่ละกรณีได้ดังนี้

2.7.3 ข้อดีของอากรตามราคาแต่เป็นข้อเสียของอากรตามสภาพ

2.7.3.1 อากรตามราคาจะเก็บภาษีได้มากหรือน้อยตามการเคลื่อนไหว (Fluctuation) ของราคาสินค้าเป็นการจัดเก็บที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศในขณะนั้น เช่น กรณีราคาสินค้าสูง แสดงว่าค่าของเงินลดลงการเก็บอากรตามราคาจะช่วยในการเก็บภาษีเพิ่มขึ้นเป็นการลดปริมาณเงินในตลาด รัฐบาลจะได้ภาษีเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องแก้ไขกฎหมาย อากรชนิดนี้จึงเป็นที่นิยมของประเทศทั่วไปกรณีของการเก็บอากรตามสภาพ สมมติว่าสินค้าน้ำหนัก กิโลกรัมละ 100 บาท เก็บภาษีกิโลกรัมละ 10 บาท ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงเป็นกิโลกรัมละ 200 บาท หรือ 80 บาท อากรที่เก็บได้จะเท่าเดิม เพราะเป็นการเก็บตามสภาพ (คือตามน้ำหนัก) ภาษีที่จัดเก็บไม่สอดคล้องกับปริมาณเงินในตลาด หากจะมีการปรับปรุงอัตราการจัดเป็นอากรตามสภาพ จะต้องมีการแก้ไขกฎหมายทำให้เกิดความยุ่งยากและเสียเวลานาน

2.7.3.2 การเก็บอากรตามราคาให้ความเป็นธรรมต่อสินค้าประเภทเดียวกันแต่มีคุณภาพและราคาแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น การเก็บอากรตามสภาพจากการใช้กระสอบใหม่และการใช้กระสอบเก่ากันว่าไม่ให้ความเป็นธรรมแก่สินค้าน้ำหนัก

2.7.3.3 การทำกฎหมายพิกัดอัตราภาษีศุลกากรไม่เหมือนกันถ้าใช้อกรตามราคา จะทำได้ง่าย เพราะคิดอกรตามราคาสินค้าโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพและประเภทสินค้าจึงไม่ต้อง จำแนกสินค้าที่มีชื่ออย่างเดียวกันแต่มีคุณภาพแตกต่างกันเช่น ผ้าฝ้าย และไม่ต้องเปลี่ยนแปลง กฎหมายพิกัดอัตราภาษีศุลกากรเสมอ ๆ

2.7.4 ข้อดีของอกรตามสภาพหรือข้อเสียของอกรตามราคา

2.7.4.1 การเก็บอกรตามสภาพทำได้ง่าย ไม่ต้องใช้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้สูงมาก เพื่อทำการตรวจสอบและพิจารณาคุณภาพของสินค้าแต่ละประเภทเหมือนเช่นการจัดเก็บอกรตาม ราคาของสินค้า เนื่องจากพ่อค้ามักจะแจ้งราคาสินค้าให้ต่ำ เพื่อประเมินภาษีต่ำกว่าความเป็นจริง รัฐบาลจึงต้องมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการประเมินคุณภาพของสินค้า ซึ่งรัฐบาลจะต้องเสีย ค่าใช้จ่ายในการจ้างเจ้าหน้าที่เหล่านี้ก่อนข้างสูงการเก็บอกรตามสภาพ จึงสะดวกเสียค่าใช้จ่ายน้อย และไม่ยุ่งยาก

2.7.4.2 การเก็บอกรตามสภาพตรวจสอบได้ง่าย กระทำโดยการชั่งน้ำหนักหรือ วัดขนาดเท่านั้นจึงมีการทุจริตหรือหลีกเลี่ยงภาษีได้ยากกว่าการเก็บอกรตามราคา

2.7.4.3 นอกจากจะมีการจำแนกการจัดเก็บตามประเภทของสินค้าและตาม ประเภทของอัตราการจัดเก็บแล้ว ยังมีการจำแนกการจัดเก็บภาษีศุลกากรตามความมุ่งหมาย โดย จำแนกออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) อกรแก้แค้นตอบแทน (Retaliatory Duty) เป็นอากรขาเข้าที่เก็บ เพื่อแก้แค้นตอบแทนประเทศอื่น โดยการเก็บจากสินค้าเข้าของประเทศหนึ่งประเทศใดโดยเฉพาะ ซึ่งประเทศนั้นมีการเก็บภาษีสินค้าออกของตนในอัตราสูง แต่การเก็บอกรประเภทนี้จะขัดกันหลัก ปฏิบัติแห่งชาติที่ได้รับอนุเคราะห์ยิ่ง (Most - Favored Nation Treatment = MFN) ซึ่งระบุว่าจะต้อง ปฏิบัติแก่ทุกชาติโดยเท่าเทียมกัน

2) อกรโต้กลับ (Counter – Vailing Duty: CVD) เป็นภาษีอากรขาเข้า ที่จัดเก็บจากสินค้าเข้าที่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลของประเทศผู้ส่งออก (Subsidy = Bounty = เงิน อุดหนุน) เงินอุดหนุนอาจจะเป็นการอุดหนุนเพื่อการส่งสินค้าออก (Export Subsidy) เป็นการ ส่งเสริมให้มีการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศในกรณีที่ราคาสินค้าออกสูงกว่าราคา ตลาดโลก แต่การให้เงินอุดหนุนหรือช่วยเหลือในการส่งออกเป็นการไม่ยุติธรรม และขัดกับทฤษฎี Theory of Comparative Cost เพราะเป็นการช่วยเหลืออุตสาหกรรมที่ไม่มีประสิทธิภาพ ในปัจจุบัน สหรัฐอเมริกาเริ่มเก็บภาษี CVD จากสินค้าไทยที่ส่งไปขายในสหรัฐฯ

3) อากรชดเชย (Compensatory Duty) ได้แก่ อากรขาเข้าที่เก็บแก่สินค้าสำเร็จรูป เพื่อชดเชยกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในประเทศ ในเมื่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเกิดจากอากรขาเข้าที่เก็บจากวัตถุดิบที่นำเข้ามาในประเทศหลังจากผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้ว ราคาจะสูงกว่าสินค้าสำเร็จรูปที่นำเข้ารัฐบาลจึงต้องหาทางคุ้มครองผู้ผลิตภายในประเทศโดยการเก็บอากรชดเชย

4) อากรป้องกันการทุ่มตลาด (Anti – Dumping Duty) ได้แก่ อากรขาเข้าที่เก็บแก่สินค้าเข้าในประเทศ เพื่อป้องกันและแก้ไขการทุ่มตลาด (Dumping) การทุ่มตลาด (Dumping) เป็นการจำหน่ายสินค้าชนิดเดียวกันในเวลาเดียวกันในราคาที่ต่างกันและต่างสถานที่กัน หรือเป็นการจำหน่ายสินค้าในตลาดต่างประเทศในราคาที่ต่ำกว่าราคาในประเทศ โดยไม่คำนึงว่าราคาจำหน่ายนั้นจะสูงหรือต่ำกว่าราคาค้นทุนการผลิต ทั้งนี้เพื่อเป็นการทำลายตลาดของกลุ่มและเข้ายึดครองเป็นผู้จำหน่ายสินค้านั้น ๆ ในตลาดแต่ผู้เดียว การทุ่มตลาดอาจจะเป็นการทุ่มตลาดในระยะสั้นหรือระยะยาวก็ได้ถ้าเป็นการทุ่มตลาดในระยะสั้นเพื่อทำลายคู่แข่งขึ้นทุกประเทศจะมีการใช้ Anti – Dumping Duty แต่ถ้าเป็นการทุ่มตลาดระยะสั้นหรือระยะยาวเพื่อจะขายสินค้าที่มีเหลือค้างสต็อกก็ไม่แน่ว่าก่อความเสียหายแก่อุตสาหกรรมใด ถ้าเป็นเช่นนี้ก็ควรจะเก็บเป็นภาษีถาวร

2.7.5 ภาษีศุลกากร (Tariff System) อาจจำแนกตามระบบได้เป็น 3 ระบบ คือ

2.7.5.1 ระบบภาษีศุลกากรอัตราเดียว (Single – Column Tariff System) คือ ภาษีศุลกากรที่จัดเก็บจากสินค้าประเภทเดียวกันในอัตราเท่าเทียมกันทั้งหมดหรือสินค้าชนิดที่นำเข้ามาจากต่างประเทศหรือสินค้าที่ส่งไปจำหน่ายต่างประเทศจะถูกเก็บภาษีศุลกากรในอัตราเดียว ไม่มีการให้สิทธิพิเศษ (Preference) และไม่มีการเลือกปฏิบัติต่อสินค้าที่มาจากประเทศใดๆ ทั้งสิ้น เช่น ระบบภาษีของไทย ให้มีการเก็บภาษีศุลกากรจากสินค้านำเข้าจากแต่ละประเทศในอัตราเดียวกันหมด

2.7.5.2 ระบบภาษีศุลกากร 2 อัตรา (Maximun – Minimum Column Tariff System) คือ ภาษีศุลกากรที่จัดเก็บจากสินค้าประเภทเดียวกันใน 2 อัตราคือ มีอัตราอย่างสูงและอัตราอย่างต่ำ อัตราอย่างสูงใช้เก็บจากสินค้านำเข้าจากประเทศโดยทั่วไป อัตราอย่างต่ำใช้เก็บจากสินค้านำเข้าจากบางประเทศที่มีการตกลงกันเป็นกรณีพิเศษ หรืออัตราอย่างต่ำอาจใช้กับสินค้าจากประเทศโดยทั่วไป และอัตราอย่างสูงอาจใช้กับบางประเทศเพื่อเป็นการแก้แค้นก็ได้

2.7.5.3 ระบบภาษีศุลกากรหลายอัตรา (Multiple Column Tariff System) คือ ภาษีศุลกากรที่มีการจัดเก็บจากสินค้าประเภทเดียวกันตั้งแต่ 2 อัตราขึ้นไป เช่น มีอัตราอย่างสูงอัตรา

อย่างกลาง และอัตราอย่างต่ำกลุ่มประเทศที่มีการจัดภาษีศุลกากรหลายอัตรา ได้แก่กลุ่มประเทศในเครือจักรภพ ซึ่งมีอัตราอย่างต่ำสำหรับสินค้าที่มาจากเครือจักรภพ อัตราอย่างกลางสำหรับบางประเทศที่มีข้อตกลงทางการค้าเป็นพิเศษและอัตราอย่างสูงจากประเทศโดยทั่ว ๆ ไป

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบภาษีศุลกากรทั้ง 3 ระบบดังกล่าวข้างต้น พบว่าแต่ละระบบจะมีข้อดีข้อเสีย ดังต่อไปนี้ คือ

2.7.6 ข้อดีของระบบภาษีอัตราเดียวหรือข้อเสียของระบบภาษีหลายอัตรา

2.7.6.1 สะดวกในการจัดเก็บ ไม่ต้องสอบสวนถึงแหล่งกำเนิดของสินค้า (Country of Origin) ว่ามีกำเนิดมาจากประเทศนั้นๆ จริงหรือไม่ เพราะไม่ว่าสินค้านั้นมาจากประเทศใด จะถูกเก็บภาษีในอัตราเดียวเหมือนกันหมด แต่ถ้ามีการเก็บภาษีหลายอัตราจะต้องมีการสืบสวนถึงถิ่นกำเนิดของสินค้าเพื่อเป็นการรับรองว่าเป็นสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศนั้นประเทศนี้จริง ต้องตรวจสอบดู Certificate of Origin หรือใบเอกสารแสดงแหล่งกำเนิดของสินค้าว่าเป็นสินค้าของประเทศนั้นจริงหรือไม่ การเก็บภาษีศุลกากรหลายอัตราจึงยุ่งยาก

2.7.6.2 การเก็บภาษีศุลกากรอัตราเดียวให้ความเท่าเทียมแก่สินค้าจากทุกประเทศเท่ากันหมด เป็นการปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักของนโยบายการค้าเสรีส่งเสริมให้มีการแข่งขันกันได้ โดยไม่ควรมีให้สิทธิพิเศษ เป็นการปฏิบัติต่อทุกประเทศโดยเท่าเทียมกันทำให้ทุกประเทศมีความพอใจถ้ามีการเก็บภาษีศุลกากรหลายอัตรา และ เก็บอัตราสูงจากประเทศ ก. ประเทศ ก.อาจจะแก้แค้น โดยทำการเก็บภาษีในอัตราสูงเป็นตอบแทน ทำให้เกิดการต่อสู้เป็นสงครามภาษีได้ ดังนั้นภาษีศุลกากรอัตราเดียวจึงเป็นการป้องกันมิให้ประเทศทั้งหลายขัดเคืองกัน

2.7.6.3 ภาษีศุลกากรอัตราเดียว เป็นประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแก่ประเทศที่เก็บภาษี เพราะการเก็บภาษีศุลกากรหลายอัตรา อาจจะทำให้ประเทศผู้จัดเก็บภาษีเสีย ประโยชน์เช่น ทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นหรือมีการหลีกเลี่ยงภาษีศุลกากร ทำให้ประเทศนั้นขาดรายได้เท่าที่ควรจะเป็น การเก็บภาษีหลายอัตราเป็นการขัดกับหลักการแบ่งแยกแรงงาน และเป็นการช่วยแรงงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จึงสนับสนุนการจัดเก็บภาษีศุลกากรอัตราเดียว ซึ่งเป็นการถูกต้องตามหลักของนโยบายการค้าเสรี และการแบ่งแยกแรงงานระหว่างประเทศ

2.7.7 ข้อดีของระบบภาษีศุลกากรหลายอัตราหรือข้อเสียของระบบภาษีศุลกากรอัตราเดียว ประโยชน์ที่สำคัญคือนำระบบนี้มาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการค้ากับบางประเทศเป็นพิเศษ เพื่อเป็นการให้สิทธิพิเศษหรือแก้แค้นตอบแทนแก่ประเทศ ซึ่งมีการให้สิทธิพิเศษแก่ตนหรือประเทศที่ไม่ให้ความเป็นธรรมแก่สินค้าของตน

จากข้อมูลภาษีศุลกากรดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดเก็บภาษีในแต่ละอัตรา ตามความมุ่งหมายในการจัดเก็บจะก่อให้เกิดผลกระทบทางการค้าระหว่างประเทศแตกต่างกันไป การพิจารณาถึงหลักการจัดเก็บและการนำมาใช้จึงเป็นสิ่งที่ควรระมัดระวังอย่างยิ่ง

สำหรับประเทศไทยถือระบบภาษีศุลกากรอัตราเดียวจึงทำให้เกิดความลำบากในเวลาไปเจรจาทางการค้ากับประเทศอื่น ๆ การที่ไทยเราถือระบบภาษีศุลกากรอัตราเดียวอาจเกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

- 1) เป็นเหตุผลทางประวัติศาสตร์ โดยที่ไทยไม่เคยเป็นเมืองขึ้นใครมาก่อนจึงไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศใดทั้งสิ้น
- 2) เป็นเหตุผลทางเศรษฐกิจ โดยที่สินค้าส่งออกของไทยเป็นวัตถุดิบและอาหาร ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นที่ต้องการของประเทศอุตสาหกรรม และอาหารขาเข้าที่เก็บจากวัตถุดิบและอาหารจะมีอัตราต่ำ ไทยจึงได้รับความกระทบกระเทือนน้อย ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นจะต้องใช้ภาษีศุลกากรหลายอัตรา

2.7.8 โควต้า (Quota) คือการที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะกำหนดปริมาณสินค้าที่ควบคุมการนำเข้า (Import Quota) หรือควบคุมการส่งออก (Export Quota) ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โควตาอาจจะกำหนดเป็นรูปปริมาณสินค้าหรือมูลค่าของสินค้าก็ได้ อาจกระทำในรูปของการนำเข้าหรือส่งออกการใช้ระบบโควตา การออกใบอนุญาต (Licensing) หรือการใช้ระบบผูกขาด (Monopoly System) จุดประสงค์ของการใช้โควตา เพื่อแก้ไขปัญหาทางการค้าเพื่อตอบโต้หรือเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมภายในประเทศ

2.7.8.1 วัตถุประสงค์ในการควบคุมการนำเข้าสินค้า มีเหตุผลหลายประการ คือ

- 1) เพื่อแก้ไขดุลการค้าและดุลการชำระเงินที่ขาดดุล เมื่อประเทศมีดุลการค้าเสียเปรียบ รายรับที่เป็นรูปเงินตราต่างประเทศจะน้อยกว่ารายจ่าย ทำให้เกิดปัญหาในทางการค้าและการชำระ เงินระหว่างประเทศ วิธีแก้ไขภาวะการณ์ขาดดุลการค้าคือ ควบคุมการรั่วไหลของเงินตรามีให้ออกไปต่างประเทศมากเกินไป โดยการควบคุมการนำเข้าไม่ให้เกินไปโดยเสรี โดยปกติการควบคุมสินค้าเข้าไม่ให้ขาดดุลมักเป็นการควบคุมสินค้าเข้าทั้งหมด เรียกว่า Comprehensive Import Control หมายถึงว่า สินค้าเข้าทั้งหมดของประเทศที่นำเข้าจะต้องได้รับอนุญาตจากทางการ การควบคุมการนำเข้าได้มีการใช้อย่างแพร่หลาย ตั้งแต่เกิดวิกฤตการณ์ทาง

การเงินของโลก และได้มีการนำมาใช้จนถึงปัจจุบันนี้ สำหรับกำแพงภาษีได้มีการใช้มาตั้งแต่ นโยบายการค้าเสรีและใช้คู่กันตลอดมา

2) เพื่อสงวนเงินตราต่างประเทศ เป็นการควบคุมเฉพาะสินค้า ฟุ่มเฟือยหรือไม่จำเป็นเท่านั้น เป็นการควบคุมแบบ Selective Import Control โดยเลือกควบคุม เฉพาะรายการบางอย่าง เพื่อสงวนเงินตราต่างประเทศ เมื่อเห็นว่าสินค้านั้นมีความฟุ่มเฟือย เช่น ผลไม้ ถ้าปล่อยให้เข้ามาเสรีจะทำให้สินเปลืองเงินตราต่างประเทศมาก เพราะยังมีอุปสงค์สินค้า ชนิดนั้นอยู่ในประเทศการจะเพิ่มภาษีให้สูงมากหรือห้ามนำเข้าเลยก็จะมีกรณีภาษี

3) เพื่อให้สินค้านำเข้ามีปริมาณที่เหมาะสม โดยหลักทั่วไปการนำ สินค้าเข้าขึ้นอยู่กับภาวะของอุปสงค์และอุปทาน ว่ามีความต้องการมากน้อยเพียงใด ดังนั้นการนำเข้า จึงปรับตัวเองได้โดยรัฐบาลไม่ต้องไปทำการควบคุม และถ้าพ่อค้าขายไม่ออกประสบการณขาดทุน ก็จะลดการนำเข้ามาเอง แต่ในบางกรณีพ่อค้าอาจคำนวณผิดพลาดมาก ทำให้เกิดภาวะสินค้าล้น ตลาดปัญหาทางเศรษฐกิจและการค้าจะตามมา เช่น ผ้า ในบางกรณีรัฐบาลจึงได้เข้ามาควบคุมการนำ สินค้าเข้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศมากขึ้น

4) เพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมในประเทศ (Infant Industry) การช่วยเหลืออุตสาหกรรมภายในประเทศ ระยะแรกรัฐบาลอาจใช้ภาษีศุลกากรเป็นเครื่องมือแต่ถ้ายังไม่อาจยับยั้งการนำสินค้าเข้าจากต่างประเทศได้โดยต่างประเทศอาจลดราคาสินค้าลงมาเพื่อทำการ ทุ่มตลาด (Dumping) แล้วรัฐบาลอาจจะจำเป็นต้องทำการควบคุมปริมาณการนำเข้าซึ่งให้ผลมากกว่า รัฐบาล หลายประเทศจึงนำการควบคุมการนำเข้าและภาษีศุลกากรมาเป็นเครื่องมือในการช่วยเหลือ อุตสาหกรรมภายในประเทศ

2.7.9 วัตถุประสงค์ในการควบคุมการส่งออก (Export Control or Export Quota)

จุดประสงค์ในการควบคุมการส่งออกหรือกำหนดโควตาในการส่งออกเพื่อ

2.7.9.1 เพื่อสงวนสินค้าไว้ใช้ภายในประเทศโดยการที่รัฐบาลอาจเข้า มาทำการควบคุมไม่ให้เป็นการส่งออกโดยเสรี อาจจะควบคุมมิให้ส่งออกโดยเด็ดขาดหรือกำหนด ปริมาณการส่งออกไว้ อาจกำหนดคุณภาพและราคาไว้ด้วย เช่น การควบคุมการส่งข้าวเปลือกและรำ ไปต่างประเทศเพื่อสงวนไว้สำหรับอุตสาหกรรมโรงสีและอาหารสัตว์ภายในประเทศ

2.7.9.2 เพื่อป้องกันการขาดแคลนภายในประเทศโดยการควบคุมการส่งออกให้มีปริมาณเท่าที่กำหนดไว้ไม่ให้มากกว่านั้น เพื่อมิให้ภายในประเทศขาดแคลน เช่น ข้าว โคน กระบือ เป็นต้น สำหรับข้าว แม้จะเป็นสินค้าออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศสูงสุด เราก็ต้องทำการควบคุม ถ้าส่งออกเกินไปจะทำให้ราคาข้าวภายในประเทศสูงผู้ส่งออกต้องไปจดทะเบียนว่าเป็นผู้ส่งออกและไปเสียค่าพรีเมียม (Premium) ซึ่งเป็นเงินที่พ่อค้าส่งออกจะต้องจ่ายให้กับกระทรวงพาณิชย์ นอกเหนือไปจากค่าอากรขาออก ถ้าในขณะใดมีการส่งออกมากเกินไป รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์จะทำการควบคุมโควตาการส่งออก

2.7.9.3 เพื่อการส่งมอบเงินตราต่างประเทศหรือการเก็บค่าธรรมเนียมการส่งออก คือ รัฐบาลจะควบคุมปริวรรตต่างประเทศ และมีข้อบังคับให้ผู้ส่งสินค้าออกต้องนำเงินมามอบให้รัฐบาลตามอัตราที่กำหนดไว้ซึ่งเรียกว่า Surrender ในสมัยพ.ศ. 2498 ไทยก็เคยใช้ Surrender คือผู้ส่งออกที่ส่งข้าว ยาง ดีบุก ไปต่างประเทศจะต้องนำเงินตราต่างประเทศมาแลกกับธนาคารแห่งประเทศไทย ตามอัตราที่กำหนดไว้ซึ่งมีอัตราต่ำกว่าที่แลกกันในตลาดทั่วไป เมื่อมีการควบคุมปริวรรตเงินตราต่างประเทศจึงมีการควบคุมสินค้าออกโดยผู้ที่ส่งสินค้าออกจะต้องทำหนังสือรับรองว่าจะนำเงินเข้าประเทศในปริมาณหนึ่ง นอกจากนี้การส่งสินค้าออกยังต้องมีการเสียค่าธรรมเนียมบางอย่าง เช่น ข้าว น้ำตาลในรูป Premium ในอัตราต่อกระสอบหรือต่อตัน ตามที่กระทรวงพาณิชย์ กำหนดไว้ตามแต่คุณภาพของข้าวและน้ำตาล

ทั้งนี้ การปฏิบัติตามข้อผูกพันระหว่างประเทศ คือ ในบางกรณีอาจมีข้อตกลงกันระหว่าง 2 ประเทศ คืออาจจะมีการจำกัดการส่งสินค้าออกหรือควบคุมการส่งออกเท่าที่จำกัดปริมาณไว้ ได้มีการทำข้อตกลงเกี่ยวกับสินค้าไว้ 7 อย่าง เช่น ข้าวสาลีเริ่มในปี 1970 น้ำตาล เริ่มปี 1969 ดีบุก กาแฟ เริ่มในปี 1963 โกโก้ปี 1972 - 73 น้ำมันมะกอกและผลิตภัณฑ์นมผง เรียกว่า International Commodity Agreements (ICA's) เป็นข้อตกลงสินค้าระหว่างประเทศ จุดประสงค์เพื่อที่จะรักษาเสถียรภาพของราคาสินค้าขึ้นปฐม กรณีที่มีการผลิตมากหรือน้อยเกินไป ดังนั้น I.E.Meade จึงได้เสนอให้ประเทศผู้ผลิตและนำเข้าสินค้านี้ตกลงร่วมมือกันหาทางแก้ไข มิให้ราคาสินค้าเหล่านั้นมีความเคลื่อนไหวมาก การดำเนินงานความตกลงทางการค้ามี 5 มาตรการ คือ

1) การจำกัดการส่งออก (Export Restriction Schemes) เพื่อเป็นการมิให้มีสินค้าออกมาสู่ตลาดมากเกินไป ซึ่งผลการดำเนินการจะช่วยให้ราคาสินค้าในตลาดโลกสูงขึ้น มาตรการนี้จะต้องทำการควบคุมประเทศผู้ส่งออกฝ่ายเดียวในขณะที่เดียวกันจะต้องควบคุมมิให้ปริมาณการส่งออกต่ำเกินไป ซึ่งอาจจะทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นและส่งผลให้เกิดความเดือนร้อนแก่ประเทศผู้บริโภคร

2) มุลกัณฑ์กันชน (Buffer Stock) เป็นการตั้งมุลกัณฑ์ๆ เก็บสินค้าไว้ในขณะราคาตกต่ำ และนำสินค้าออกมาจำหน่ายเมื่อมีราคาสูงขึ้น ประเทศไทยเป็นสมาชิกสินค้าดิบ กาแฟ ยา การดำเนินการนี้ ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการซื้อสินค้ามาเก็บไว้ในมุลกัณฑ์สำหรับสินค้าดิบนั้น ประเทศผู้ผลิตเท่านั้นที่จะต้องช่วยกันออกค่าใช้จ่ายในการซื้อและเก็บรักษาสินค้าไว้ในมุลกัณฑ์กันชน และอาจมีปัญหาในด้านการเสื่อมคุณภาพของสินค้าจากการเก็บไว้ในมุลกัณฑ์นานเกินไป

3) สัญญาหลายฝ่าย (Multilateral Contracts) มีการกำหนดราคาขึ้นสูงสำหรับประเทศผู้จำหน่าย ซึ่งจะต้องจำหน่ายสินค้าในราคาที่กำหนดแก่ประเทศผู้ซื้อและมีการกำหนดราคาขึ้นต่ำสำหรับประเทศผู้ซื้อ ซึ่งจะต้องซื้อในปริมาณที่กำหนดจากประเทศผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ดังนั้นสัญญาหลายฝ่ายจึงเป็นระบบสองราคา (Two – Price System) หากราคาตลาดอยู่ภายในช่วงของราคาขึ้นสูงและขึ้นต่ำแล้ว กลไกราคาจะทำหน้าที่ของมันในทุกครั้งที่มีการซื้อขายกัน

4) การชดเชยทางด้านราคา (Price Compensation) วิธีนี้อาจจะกระทำความตกลงกันเพียงสองประเทศหรือหลายประเทศก็ได้ โดยประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้าจะกำหนดราคาสินค้าที่จะค้าขายกันให้เหมาะสม เรียกว่าราคามาตรฐาน (Standard Price) ถ้าราคาโลกต่ำกว่าราคามาตรฐานที่กำหนดไว้ ประเทศผู้ส่งเข้าจะต้องจ่ายเงินซึ่งเป็นส่วนที่แตกต่างระหว่างราคามาตรฐานและราคาของตลาดโลกให้แก่ประเทศผู้ส่งออก ในทางตรงข้าม ถ้าราคาตลาดโลกสูงกว่าราคามาตรฐานประเทศผู้ส่งออกก็ต้องจ่ายเงินในส่วนที่แตกต่างระหว่างราคามาตรฐานและราคาในตลาดโลกให้แก่ประเทศผู้ส่งเข้า และอาจจะมีการปรับปรุงราคามาตรฐานเสียใหม่เป็นครั้งคราวเพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่ประเทศคู่ค้ามากขึ้น

5) การชดเชยทางการเงิน (Compensating Finance) กรณีที่การชดเชยทางด้านราคาไม่อาจให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่ประเทศผู้ส่งออกอาจใช้วิธีการชดเชยทางการเงินแทนกรณีที่ประเทศผู้ส่งออกมีแนวโน้มที่มีรายได้ลดลงก็อาจทำความตกลงกับ ประเทศผู้ส่งเข้าให้จ่ายเงินชดเชยให้ตามหลักเกณฑ์ที่ได้ตกลงกันไว้จุดประสงค์ของการชดเชยเพื่อให้ประเทศผู้ส่งออกมีอำนาจซื้ออย่างเพียงพอ

2.7.10 เพื่อควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐานของสินค้าออกการที่ต้องทำการควบคุมมาตรฐานหรือ คุณภาพในการส่งออกเนื่องจากผู้ส่งออกบางรายอาจส่งสินค้าคุณภาพเลวหรือต่ำกว่า

ที่ตกลงกับผู้ซื้อในต่างประเทศได้เป็นการช่วยให้ความมั่นใจแก่ผู้ซื้อในต่างประเทศว่า เราได้สินค้าที่มีคุณภาพสอดคล้องกับราคาที่ตกลงกันไว้ ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องกำหนดรายละเอียดของคุณภาพสินค้าการทำสัญญาทางการค้าจึงสะดวกและคล่องตัวกว่า เช่น การซื้อยางอาจมีการระบุเกรด 1 – 5 ว่า ต้องการเกรดใด ซึ่งแต่ละเกรดราคาจะแตกต่างกันถือเป็นมาตรฐานสากล ดังเช่น สินค้าส่งออกของไทยมีการควบคุมมาตรฐานการส่งออก สินค้า 17 ประเภท คือ ปอฝอก ข้าวโพด เมล็ดละหุ่ง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เปลือก ปุ๋ยนุ่น ไม้สักแปรรูป ข้าว ฟาง เครื่องเงินไทยผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยมีกำหนดพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503 จุดมุ่งหมายเพื่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าขาออกให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ ผู้ส่งออกสินค้ามาตรฐานจะต้องให้ทางการ โดยกระทรวงพาณิชย์หรือบริษัทตรวจสอบมาตรฐานสินค้าขาออกไปทำการตรวจสอบคุณภาพเสียก่อนว่าเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ ต่อมาเพิ่มอีก 7 ประเภทก่อนมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าออก การส่งออกของไทยค่อนข้างมีปัญหา เนื่องจากไทยถือว่ามาตรฐานส่วนรวมคือ F.A.Q. คือ Fair Average Quality แต่สินค้าที่มีปัญหามากคือข้าวโพด และมันสำปะหลัง ซึ่งกำหนดความชื้นไว้ไม่เกิน 14.5% เวลาส่งออกจะมีความชื้นตามที่กำหนด และเมื่อถึงปลายทางความชื้นจะเพิ่มขึ้น ข้อควรพิจารณาอีกข้อหนึ่งคือ พ่อค้าส่งออกมักจะไม่นำสินค้าส่งออกมีความชื้นน้อยกว่าที่กำหนดไว้เพราะจะทำให้เสียน้ำหนัก

2.7.11 เพื่อจัดระบบการส่งออกที่เหมาะสม (เป็นเหตุผลของไทยโดยเฉพาะ) เนื่องจากผู้ส่งออกสินค้าบางอย่างมีการแย่งขายตัดราคากันทำให้ขายสินค้าได้ในราคาต่ำกว่าที่ควรจะเป็น เป็นเหตุให้มีการผิดสัญญากับผู้ซื้อเมื่อหาสินค้าส่งไปไม่ได้ ปัจจุบันทุกประเทศหันมาผลิต Food Grain ซึ่งเป็นธัญพืชสำหรับคน ทั้งนี้เพราะการเพิ่มขึ้นของประชากรมีมากทำให้ความต้องการ Food Grain มีมากขึ้น ทุกประเทศจึงหันไปผลิต Food Grain ขณะเดียวกันการผลิต Food Grain ซึ่งเป็นธัญพืชสำหรับเป็นอาหารสัตว์มีการผลิตลดลง เช่น ข้าวโพดแต่การส่งออกข้าวโพดของไทยไปญี่ปุ่น ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่สุดมีปัญหา โดยพ่อค้าแย่งกันขายล่วงหน้าและตัดราคากันเมื่อถึงกำหนดส่งมอบไม่สามารถหาสินค้าได้ในราคาราคานั้น จึงมีการหลบเลี่ยงสัญญาทางการ โดยกระทรวงพาณิชย์จึงได้เข้ามาทำการควบคุมและจัดสรรการส่งออก แต่ก็ทำได้ในบางปีเท่านั้น สินค้าประเภทอื่นที่ทางการได้เข้ามาจัดสรรการส่งออก ได้แก่ มันสำปะหลัง น้ำตาล

2.7.12 เพื่อเหตุผลทางการเมืองการควบคุมการส่งออก เนื่องจากเหตุผลข้อนี้ได้แก่กรณีการค้ากับประเทศสังคมนิยมหรือคอมมิวนิสต์ ซึ่งมีนโยบายทางการเมืองและการปกครองแตกต่างจากไทย ปัจจุบันไทยทำการค้ากับจีนในรูปรัฐบาลต่อรัฐบาล (G to G) เพื่อป้องกันการเผยแพร่ลัทธิ

การเมืองมายังพ่อค้า ประชาชน หรือการควบคุมการส่งออกสินค้าประเภทอาหารในระหว่างสงคราม เป็นต้น

นอกจากนี้แล้วยังมีการควบคุมการส่งออกเพื่อเหตุผลทางด้านอื่น ๆ อีกเช่น ด้านอนามัย โดยการห้ามส่งพืชไร่บางอย่างไปต่างประเทศ เนื่องจากเกรงว่าอาจมีโรคระบาด ด้านความมั่นคง แห่งรัฐเช่น การควบคุมการส่งอาวุธยุทธโปกรณ์ไปต่างประเทศ การควบคุมทางด้านศีลธรรม ได้แก่ ควบคุมทางด้านสิ่งเสพติด หนังสือไม่ดี เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าโควตาจะมีประโยชน์แก่ประเทศผู้นำเข้าเป็นส่วนใหญ่ ผู้ที่เสียประโยชน์คือ ประเทศผู้ส่งออก

2.7.13 ประเภทของโควตา โควตาจำแนกออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.7.13.1 Absolute or Unilateral Quota เป็น โควตาฝ่ายเดียวที่ประเทศผู้นำสินค้าเข้ากำหนดขึ้นเองตามความเหมาะสมและความต้องการสินค้าประเภทนั้นๆ โดยมีได้มีการหารือหรือเจรจากับประเทศคู่ค้าของตน เป็นการกระทำแต่ฝ่ายเดียว (Unilateral Action) การใช้โควตาประเภทนี้จึงทำให้ประเทศคู่ค้าไม่พอใจที่ถูกกีดกันทางการค้า และอาจใช้มาตรการตอบโต้ได้ โควตาประเภทนี้ อาจจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) Global Quota คือ โควตาที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดขึ้นว่าจะให้มีการนำเข้าสินค้าชนิดหนึ่งจากต่างประเทศทั้งหมด ในระยะเวลาหนึ่งเป็นปริมาณเท่าใดโดยไม่มีการจัดสรรให้แก่ประเทศผู้ส่งออกแต่ละประเทศ แต่ให้ประเทศผู้ส่งออกแต่ละรายส่งเข้ามาจนกระทั่งมีปริมาณรวมไม่เกินจากโควตาที่กำหนดไว้

2) Allocated Quota คือ โควตาจัดสรรที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดขึ้นว่า ในระยะเวลาหนึ่ง จะอนุญาตให้มีการนำสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเข้ามาเป็นปริมาณรวมเท่าใด และจัดสรรให้แก่ประเทศผู้ส่งออกประเทศละปริมาณเท่าใด แต่ผลรวมที่ทุกประเทศได้รับจากการจัดสรรจะต้องไม่เกินปริมาณโควตาที่กำหนดไว้ หลังการจัดสรรโควตาแบบ Allocated Quota คือ การที่ประเทศผู้นำเข้าจะกำหนดโควตาให้แก่แต่ละประเทศโดยคำนึงถึงประวัติในการส่งออกที่ผ่านมา (Past Performance) ถ้าประเทศใดได้รับโควตาและใช้ไม่หมดภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ จะต้องคืนให้แก่ส่วนกลาง เพื่อประเทศผู้นำเข้าจะได้นำไปจัดสรรให้แก่ประเทศผู้ส่งออกรายใหม่ (New Comer) ในกรณีที่ประเทศใดประเทศหนึ่งต้องการใช้โควตาในการควบคุมการค้าจึงควรทำการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของ Global Quota และ Allocated Quota เสียก่อน

2.7.13.2 ข้อดีของ Global Quota แต่เป็นข้อเสียของ Allocated Quota

- 1) สะดวกในการปฏิบัติ เพราะไม่ต้องไปจัดสรรโควตานำเข้าให้กับแต่ละประเทศและไม่ต้องคอยตรวจสอบว่าแหล่งของสินค้ามาจากที่ซึ่งแจ้งไว้จริงหรือไม่ มีการปลอมแปลงหรือไม่
- 2) ทำให้มีการแข่งขันกันระหว่างบรรดาผู้ผลิตและผู้ส่งออกชาวต่างประเทศ กล่าวคือ ทำให้ผู้บริโภครวมสามารถเลือกสินค้าที่มีคุณภาพตามความพอใจมากที่สุดเพราะผู้ส่งออกแข่งขันกันมาก

2.7.13.3 ข้อดีของ Allocated Quota หรือข้อเสียของ Global Quota

- 1) ถ้าใช้ Allocated Quota อาจใช้เป็นเครื่องมือในการแก้แค้นตอบแทนได้คือ ถ้าประเทศใดปฏิบัติต่อเราไม่ดีเราอาจจัดสรรโควต่าให้น้อยหรือไม่จัดสรรให้เลยก็ได้ทำให้ประเทศคู่ค้าเกรงใจเรา
- 2) ถ้าไม่มีการใช้ Allocated Quota จะทำให้แต่ละประเทศรีบส่งสินค้าเข้ามาจำหน่ายเพราะเกรงว่าโควตารวมจะเต็มเสียก่อน อาจทำให้สินค้าล้นตลาดในช่วงระยะแรก และมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการค้าในประเทศโดยผู้นำเข้าและประเทศส่งออกจะเร่งรีบช่วงชิงให้ได้มาซึ่งส่วนแบ่งให้ได้มากที่สุดก่อนที่จะมีการใช้โควต่าหมด ผลจึงทำให้มีการส่งสินค้าเกินโควต่ากันเสมอและมักมีการเรียกเก็บค่าตอบแทนจากพ่อค้านักธุรกิจที่สามารถทำกำไรจากการที่ได้ส่วนแบ่งโควต่าไปมากกว่าผู้อื่น

2.7.14 Negotiated or Bilateral Quota เป็นโควตาสองฝ่ายที่กำหนดขึ้นจากการเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้า โควต่าประเภทนี้เป็นที่พอใจของประเทศคู่ค้าทางปฏิบัติมักจะมีการใช้ควบคู่ไปกับการออกใบอนุญาต ซึ่งภายใต้ข้อตกลงสองฝ่าย ประเทศผู้ส่งออก มักจะเป็นผู้ที่ต้องทำหน้าที่ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ส่งออกของตนระบบโควต่าสองฝ่ายมีข้อดีคือจะช่วยลดแรงกดดันของผู้นำเข้าไป ประเทศต่อรัฐบาลของตนเองและช่วยส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ส่งออกในประเทศคู่ค้า ทำให้การใช้โควต่าประเภทนี้ประสบความสำเร็จพอสมควรแต่ก็มีข้อบกพร่องคือ หากมีการมอบหมายให้หน่วยงานเอกชนของต่างชาติเป็นผู้ออกใบอนุญาต จะทำให้ส่วนแบ่งทางการค้าต้องตกไปอยู่ในมือของบริษัทขนาดใหญ่หรือ บริษัทซึ่งจะดำเนินการค้าในรูปแบบการผูกขาด ทำให้รัฐบาลประเทศผู้นำเข้าซึ่งเป็นกำหนดโควต่าสูญเสีย โอกาสที่จะเรียกเก็บภาษีเงินได้จากบริษัทดังกล่าว

2.7.15 Tariff Quota หมายถึง ปริมาณหรือมูลค่าของสินค้าที่นำเข้าประเทศได้จำนวนหนึ่ง โดยไม่ต้องเสียอากรขาเข้าหรือเสียในอัตราที่ต่ำกว่าปกติเป็นการให้สิทธิพิเศษแก่สินค้าบางประเภท จากบางประเทศส่วนใหญ่เป็นการให้สิทธิทางการเมือง เช่น Tariff Quota ที่สหรัฐอเมริกาเคยให้แก่ กล้วย โดยให้กล้วยส่งไปขายสุบเข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ ได้ปีละ 22 ล้านปอนด์ และคิดอากรขาเข้า ปอนด์ละ 14 เซ็นต์ ถ้ากล้วยส่งไปขายสุบเข้าไปในสหรัฐฯ มากกว่าปีละ 22 ล้านปอนด์เท่าใด ส่วนที่เกิน นั้นจะต้องเสียอากรขาเข้าปอนด์ละ 28 เซ็นต์ เหมือนเช่นที่คิดจากประเทศอื่น ๆ สินค้าส่วนที่มีการ นำเข้าเกินจะต้องเสียอากรขาเข้าในอัตราที่คิดจากประเทศทั่วไป หรือในอัตราที่สูงขึ้น โควต้าในรูปแบบ นี้ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างภาษีศุลกากรและโควต้าเข้าด้วยกัน

2.7.16 Mixing Quota คือ โควตาที่รัฐบาลประเทศหนึ่งกำหนดไว้สำหรับการใช้สินค้าจาก ต่างประเทศกับสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศอาจจะเรียกว่า Mixing Regulation ก็ได้เป็นเครื่องมือใน การช่วยเหลืออุตสาหกรรมในประเทศวิธีหนึ่ง ในกรณีที่สินค้าในประเทศไม่มีคุณภาพดีพอ จึงต้อง กำหนดให้ผู้ผลิตในประเทศใช้วัตถุดิบจากในประเทศควบคู่ไปกับวัตถุดิบจากต่างประเทศเช่น กรณี เส้นด้ายไหมยีนในประเทศกิโกรัมละ 700 บาท มีความมัน และยาวนานกว่าเส้นไหมยีนจากจีน ซึ่งมี ราคาเพียงกิโกรัมละ 500 บาท เช่นนี้ ผู้ผลิตผ้าไหมในประเทศจึงนิยมใช้ไหมยีนจากจีนซึ่งมีราคา ถูกและมีคุณภาพดีกว่าทำให้ผู้ผลิตเส้นด้ายไหมยีนในประเทศได้รับความเดือดร้อน ทางกรจึง กำหนด Mixing Quota ไว้ว่าถ้าผู้ผลิตรายใดจะใช้ไหมยีนจากต่างประเทศ 3 กิโกรัม จะต้องซื้อไหม ยีนจากในประเทศ 1 กิโกรัม เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ผลิตเส้นด้ายไหมยีนในประเทศ

2.7.17 ข้อได้เปรียบของการใช้ภาษีศุลกากรหรือข้อเสียของการใช้โควต้า

ดังกล่าวมาแล้วว่า เครื่องมือที่สำคัญในการควบคุมการนำเข้าและการส่งออกให้เป็นไป ตามเป้าหมายของนโยบายการค้าต่างประเทศคือ ภาษีศุลกากรและ โควต้าซึ่งเครื่องมือแต่ละประเภท มีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบแตกต่างกันไป อาจทำการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของ ภาษีศุลกากร และ โควต้าได้ดังนี้

2.7.17.1 การใช้ภาษีศุลกากรเป็นการถูกต้องตามหลักเศรษฐศาสตร์และข้อ ปฏิบัติทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่ง GATT เห็นว่าการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรใช้ กำแพงภาษีมากกว่าการควบคุมการนำเข้า เพราะจะก่อให้เกิดอุปสรรคการใช้กำแพงภาษีไม่เป็นการ กระทบกระเทือนต่ออำนาจของตลาด (Market Force) เพราะอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) จะเป็นเครื่องกำหนดราคาสินค้าเช่นเดิม แต่ถ้าใช้การควบคุมการนำเข้าสินค้า จะเป็นการ กำหนดปริมาณสินค้าแน่นอน อุปทานถูกจำกัดตายตัว ราคาสินค้ากำหนดโดยผู้ขายไม่ใช่โดยอำนาจ

ของตลาด (Market Force) ดังนั้นในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์และหลักการค้าจึงสนับสนุนให้มีการใช้
กำแพงภาษี

2.7.17.2 การใช้ภาษีศุลกากรสะดวกในการปฏิบัติเพราะจะทำให้เกิดความเป็น
ธรรมเท่าเทียมกันหมด จะนำสินค้าประเภทใดเข้ามาก็ได้ แต่ถ้าใช้การกำหนดโควต้าจะทำให้เกิดการ
ทุจริต และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายคือจะต้องจ้างเจ้าหน้าที่มากขึ้น ดังนั้นในการควบคุมการทุจริตภาษี
ศุลกากรจึงเหนือกว่าการใช้โควต้า

2.7.17.3 การควบคุมสินค้าเข้าโดยเด็ดขาด ทำให้ขาดการแข่งขันกันระหว่าง
สินค้าที่ผลิตในประเทศและสินค้าจากต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตภายในขาดความกระตือรือร้นที่จะ
ผลิตและปรับปรุงการผลิตของตนให้ดีขึ้น ผู้บริโภคจึงเป็นผู้รับภาระการเสียเปรียบนั้น ในกรณีของ
ภาษีศุลกากรจะมีสินค้าแข่งขันกันมาก ทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจมากกว่าและผู้ผลิต
ภายในประเทศจะพยายามปรับปรุงผลผลิตของตนให้มีคุณภาพดีขึ้นและหาทางลดต้นทุนการผลิต
เพื่อแข่งขันกับสินค้าจากต่างประเทศ

2.7.17.4 การควบคุมการนำเข้าทำให้ผู้ผลิตเป็นผู้ผูกขาดการจำหน่าย นอกจากจะ
ไม่ปรับปรุงเทคนิคและคุณภาพของสินค้าเพื่อสนองผู้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังขาดความ
กระตือรือร้นที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศอีกด้วย

2.7.17.5 อาจใช้ภาษีศุลกากรเป็นเครื่องมือในการแก้แค้นหรือเจรจาการค้าได้
แต่ในทางหลักเศรษฐศาสตร์การใช้การควบคุมสินค้าเข้าเพื่อการแก้แค้นตอบแทน เป็นการไม่
สมควร เพราะจะทำให้ประเทศต่าง ๆ มีการใช้แพร่หลายมากขึ้น อันจะเป็นอุปสรรคต่อการค้า
ระหว่างประเทศและเป็นการขัดกับหลักการปฏิบัติแห่งชาติที่ได้รับอนุเคราะห์ยิ่ง (Most Favored
Nation Treatment: MFNs)

2.7.17.6 รายได้จากภาษีศุลกากรจะเป็นรายได้ของรัฐบาล ซึ่งจะจ่ายออกไป
ในรูปจ้างคนงานเพื่อการก่อสร้างสิ่งสาธารณูปโภค ทำให้เกิดการกระจายรายได้ต่อไป แต่รายได้ที่
เพิ่มขึ้นจากการควบคุมการนำเข้าจะตกอยู่กับพ่อค้าผู้ได้รับโควต้า ซึ่งอาจจะขึ้นราคาสินค้าได้ตามใจ
ชอบ

2.7.18 ข้อได้เปรียบของการใช้โควต้าหรือข้อเสียเปรียบของการใช้ภาษีศุลกากร

2.7.18.1 การใช้โควต้าให้ผลศักดิ์สิทธิ์กว่า (More Effective) กล่าวคือแม้จะ
กำหนดภาษีศุลกากรในอัตราสูงก็จะมีสินค้าเข้ามาแข่งขันได้หรือผู้ผลิตสินค้าในต่างประเทศอาจจะ
ยอมลดราคาสินค้าเพื่อทำการ Dumping หรือทำลายอุตสาหกรรมในประเทศเราก็ได้ ถ้าเป็นเช่นนี้
กำแพงภาษีจึงไม่เป็นเครื่องมือที่จะให้การช่วยเหลือได้เพียงพอ จึงต้องใช้การควบคุมการนำเข้าซึ่งจะ

กำหนดปริมาณสินค้าเข้าได้แน่นอน ถ้าในประเทศสามารถทำการผลิตสินค้าชนิดใดได้แล้ว ก็ควรห้ามการนำเข้าอย่างเด็ดขาดเพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตภายในประเทศ และควรให้การช่วยเหลือผู้ผลิตภายในประเทศโดยการให้ใช้ Linking System โดยให้ใช้ สินค้าในประเทศกับสินค้าจากต่างประเทศตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ดังนั้น ถ้ามีผู้ขอความช่วยเหลือจะต้องใช้การควบคุมการนำเข้าซึ่งให้ผลเหนือกว่าระบบศุลกากร

2.7.18.2 การควบคุมการนำเข้าอาจยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วและง่ายกว่ากำแพงภาษี และหลักในการช่วยเหลืออุตสาหกรรมภายในประเทศนั้นจะต้องเป็นการช่วยเหลือแบบชั่วคราว ไม่ใช่ถาวรหลังจากให้การช่วยเหลือนานพอสมควร ยังไม่อาจช่วยเหลือตัวเองได้ ทางกรก็ควรจะยกเลิกการช่วยเหลือ ซึ่งทำได้ง่ายและรวดเร็วมากแต่การเปลี่ยนแปลงภาษีศุลกากรกระทำได้ยาก เนื่องจากพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีศุลกากรถูกกำหนดขึ้นด้วยอำนาจนิติบัญญัติต้องผ่านรัฐสภาซึ่งต้องใช้เวลายาวนานกว่าจะแก้ไขได้เรียบร้อยบางครั้งอาจไม่ทันใช้กับเหตุการณ์เร่งด่วนก็ได้

2.7.18.3 เป็นผลดีในด้านราคาสินค้า กล่าวคือการใช้ภาษีศุลกากรจะเป็นการเพิ่มราคาของสินค้าขาเข้าให้สูงขึ้น ทำให้เป็นภาระต่อผู้บริโภคแต่การควบคุมการนำเข้าให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมกับการผลิต และความต้องการภายในประเทศก็จะทำให้ราคาไม่เพิ่มขึ้นไม่เป็นภาระแก่ผู้บริโภค

2.7.19. มาตรการของรัฐบาล เป็นการดำเนินมาตรการต่างๆ ภายในประเทศเช่น การเก็บภาษีอากรและ การใช้จ่ายการใช้ระบบภาษีอากรที่แตกต่างกันรัฐบาลทำการค้าแต่ผู้เดียว การทำสงครามทางเศรษฐกิจกับประเทศคู่สงครามการค้าของประเทศสังคมนิยม มาตรการต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อถึงการเปลี่ยนแปลง ในด้านต้นทุนและราคาสินค้า และการค้าระหว่างประเทศในที่สุด

2.7.20. การผูกขาด คาร์เทลและการเลือกปฏิบัติในการคิดราคาสินค้า มาตรการเหล่านี้จะถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจของประเทศอาจดำเนินการโดยรัฐบาลหรือเอกชนก็ได้

2.8 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

Sharkansky (1970, อ้างถึงใน ศุภชัย ยาวะประภาส และ ปียากร หวังมหาพร, 2551) ให้ความหมายเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะคือกิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาลซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล ขณะที่ Dye (1978, อ้างถึงใน ศุภชัย ยาวะประภาส และ ปียากร หวังมหาพร, 2551) ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะคือสิ่งที่รัฐบาลเลือกจะกระทำหรือไม่กระทำในส่วนที่จะกระทำ

ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตรและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่านโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตของระบบการเมืองและนโยบายสาธารณะจะส่งผลกระทบต่อทางใดทางหนึ่งต่อวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน อาทิเช่น สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ เช่นปัญหามลพิษ ปัญหาเศรษฐกิจ เป็นต้น

องค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ (สุภชัย ขวาระประภาส และ ปิยากร หวังมหาพร, 2551)

- 1) เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลจะกระทำหรือไม่กระทำ
- 2) เป็นการใช้อำนาจของรัฐในการจัดสรรกิจกรรมเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคม
- 3) ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายสาธารณะ ได้แก่ ผู้นำทางการเมือง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายตุลาการ ประมุขของประเทศ ตัวอย่าง โครงการพระราชดำริ
- 4) กิจกรรมที่รัฐเลือกที่จะกระทำต้องมีเป้าหมายวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย
- 5) กิจกรรมที่เลือกกระทำจะต้องมีผลลัพธ์ในการแก้ปัญหาที่สำคัญของสังคม
- 6) เป็นการตัดสินใจที่จะกระทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนจำนวนมากมิใช่การตัดสินใจเพื่อผลประโยชน์ส่วนบุคคล
- 7) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 8) เป็นกิจกรรมที่รัฐเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสังคม

สรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะหมายถึงกิจกรรมของรัฐบาลที่เลือกจะกระทำหรือไม่กระทำ โดยมุ่งถึงค่านิยมและผลประโยชน์ของสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญ โดยเน้นข้อบัญญัติที่ชอบด้วยกฎหมาย

ความสำคัญของนโยบายสาธารณะ (สุภชัย ขวาระประภาส และ ปิยากร หวังมหาพร, 2551)

1) ความสำคัญต่อผู้กำหนดนโยบาย รัฐบาลที่สามารถกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และสามารถนำนโยบายไปปฏิบัติจนประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะได้รับความเชื่อถือและความนิยมจากประชาชนส่งผลให้รัฐบาลดังกล่าวมีโอกาสในการดำรงอำนาจในการบริหารประเทศยาวนานขึ้น

2) ความสำคัญต่อประชาชน นโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตทางการเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ดังนั้นประชาชนสามารถแสดงออกซึ่งความต้องการของพวกเขาผ่านกลไกทางการเมือง ต่าง ๆ เช่น ระบบราชการ นักการเมืองความต้องการดังกล่าวจะถูกนำเข้าสู่ระบบ

การเมืองไปเป็นนโยบายสาธารณะ เมื่อมีการนำนโยบายไปปฏิบัติและได้ผลตามเป้าประสงค์ก็จะทำให้ประชาชนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ประเภทของนโยบายสาธารณะ

Lowi (1972, อ้างถึงใน ศุภชัย ยาวะประภาส, 2544) แบ่งประเภทนโยบายสาธารณะดังนี้

1) นโยบายมุ่งเน้นขอบเขตเฉพาะด้านและนโยบายมุ่งเน้นสถาบันกำหนดนโยบาย นโยบายมุ่งเน้นขอบเขตเฉพาะด้าน เช่น นโยบายด้านการเมือง นโยบายด้านการบริหาร นโยบายด้านเศรษฐกิจ นโยบายด้านสังคม นโยบายมุ่งเน้นสถาบันที่กำหนดนโยบาย สถาบันนิติบัญญัติสถาบันบริหารสถาบันตุลาการ

2) นโยบายมุ่งเน้นเนื้อหาสาระและนโยบายมุ่งเน้นขั้นตอนการปฏิบัติ นโยบายมุ่งเน้นเนื้อหาสาระ รัฐบาลมีประสงค์ที่จะทำอะไรเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน สิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจอาจก่อให้เกิดผลประโยชน์หรือต้นทุนต่อประชาชน หรืออาจทำให้ประชาชนกลุ่มใดได้เปรียบหรือเสียเปรียบ เช่น นโยบายการสร้างทางด่วนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล นโยบายการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ นโยบายมุ่งเน้นขั้นตอนการปฏิบัติ ลักษณะจะเกี่ยวข้องกับวิธีการดำเนินการ นโยบายว่าจะดำเนินการอย่างไรและใครเป็นผู้ดำเนินการ ดังนั้นนโยบายนี้จะครอบคลุมองค์การที่จะต้องรับผิดชอบการบังคับใช้นโยบาย เช่น นโยบายส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยให้คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

3) นโยบายมุ่งเน้นการควบคุมโดยรัฐและนโยบายมุ่งเน้นการควบคุมตนเอง นโยบายมุ่งเน้นการควบคุมโดยรัฐ ลักษณะนโยบายประเภทนี้มุ่งเน้นกำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลซึ่งเป็นการลดเสรีภาพหรือการใช้ดุลยพินิจที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดของผู้ถูกควบคุม เช่น นโยบายควบคุมอาวุธปืน วัตถุประสงค์ นโยบายควบคุมการพนัน นโยบายลดอุบัติเหตุจากการจราจรทางรถยนต์ นโยบายมุ่งเน้นการควบคุมกำกับตนเองลักษณะมีลักษณะคล้ายคลึงกับนโยบายเน้นการควบคุมโดยรัฐแต่แตกต่างกันคือ มีลักษณะของการส่งเสริมการป้องกันผลประโยชน์และความรับผิดชอบต่อกลุ่มตน เช่น พรบ.วิชาชีพเภสัช กรรม พ.ศ. 2537 พรบ. ทนายความ พ.ศ. 2528

4) นโยบายมุ่งเน้นการกระจายผลประโยชน์และนโยบายมุ่งเน้นการกระจายความเป็นธรรม นโยบายมุ่งเน้นการกระจายผลประโยชน์ การจำแนกโดยการใช้เกณฑ์การรับผลประโยชน์จากนโยบายของรัฐ เป็นนโยบายเกี่ยวกับการจัดสรรบริการหรือผลประโยชน์ให้กับประชาชนบางส่วน

อย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งผู้รับผลประโยชน์อาจจะเป็นปัจเจกบุคคลกลุ่มคน องค์กร เช่น นโยบายการแก้ปัญหาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นโยบายมุ่งเน้นการกระจายความเป็นธรรม เป็น ความพยายามของรัฐที่จะจัดสรรความมั่นคง รายได้ ทรัพย์สินและสิทธิต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนอย่างเป็นธรรม เช่น นโยบายพื้นฐานไม่ต่ำกว่า 12 ปี นโยบายการจัดตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

5) นโยบายมุ่งเน้นเชิงวัตถุประสงค์และนโยบายมุ่งเน้นเชิงสัญลักษณ์ นโยบายมุ่งเน้นเชิงวัตถุประสงค์เกิดขึ้นเพื่อก่อให้เกิดการจัดหาทรัพยากรหรืออำนาจที่จะให้ประโยชน์แก่บุคคลกลุ่มต่าง ๆ เช่น นโยบายช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบอุทกภัย นโยบายปรับปรุงชุมชนแออัด นโยบายมุ่งเน้นเชิงสัญลักษณ์เป็นลักษณะของนโยบายที่ตรงกันข้ามกับนโยบายมุ่งเน้นเชิงวัตถุประสงค์คือเป็นนโยบายที่มีได้เป็นการจัดสรรเชิงวัตถุประสงค์หรือสิ่งของที่จับต้องได้ แต่เป็นนโยบายมุ่งเสริมสร้างคุณค่าทางจิตใจให้แก่ประชาชน เช่น นโยบายรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม นโยบายส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย

6) นโยบายมุ่งเน้นลักษณะเสรีนิยมและนโยบายมุ่งเน้นลักษณะอนุรักษนิยม นโยบายมุ่งเน้นลักษณะเสรีนิยม เป็นนโยบายที่เกิดจากการผลักดันของกลุ่มความคิดก้าวหน้าที่ต้องการจะเห็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นความเสมอภาค เช่น นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ นโยบายการกระจายอำนาจการปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายมุ่งเน้นลักษณะอนุรักษนิยม แนวความคิดกลุ่มนี้จะอยู่ในกลุ่มชนชั้นของสังคมกลุ่มความคิดเหล่านี้จะเห็นว่าสิ่งที่ดำรงอยู่นั้นคืออยู่แล้วถ้าจะทำการเปลี่ยนแปลงแก้ไขควรทำแบบค่อยเป็นค่อยไป รักษาผลประโยชน์ของกลุ่มต่อต้านการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ เช่น นโยบายจัดตั้งรัฐวิสาหกิจเพื่อผูกขาดการผลิตสินค้าและบริการ

7) นโยบายมุ่งเน้นลักษณะสินค้าสาธารณะ และนโยบายมุ่งเน้นลักษณะสินค้าเอกชน นโยบายมุ่งเน้นลักษณะสินค้าสาธารณะคือการกำหนดสินค้าที่ไม่สามารถแยกกลุ่มผู้รับผลประโยชน์ออกจากนโยบายได้ เมื่อรัฐจัดสรรสินค้านั้นแล้วประโยชน์จะตกอยู่กับประชาชนทุกคน ไม่จำกัดบุคคล กลุ่ม เช่น นโยบายป้องกันประเทศ นโยบายควบคุมจรรยาบรรณ นโยบายมุ่งเน้นลักษณะสินค้าเอกชน สินค้าเอกชนสามารถแยกกลุ่ม ผู้รับผลประโยชน์ออกเป็นหน่วยย่อย ๆ ได้และสามารถเก็บค่าใช้จ่ายอันเนื่องจากผู้ได้รับผลประโยชน์ได้โดยตรง เช่น การเก็บขยะของเทศบาล การไปรษณีย์โทรเลข ตัวแบบนโยบายสาธารณะ ตัวแบบชนชั้นนำจะให้ความสำคัญกับบทบาทหรืออิทธิพลของชนชั้นนำหรือชนชั้นปกครองที่มีอำนาจในการตัดสินใจนโยบายอย่างเด็ดขาด ชนชั้นปกครองจะยึดถือความพึงพอใจหรือค่านิยมของตนเองเป็นหลักข้าราชการทำหน้าที่เพียงนำนโยบาย

ที่กำหนดโดยชนชั้นนำไปสู่ประชาชน ทิศทางการกำหนดนโยบายจึงเน้นทิศทางแบบแนวตั้ง คุณลักษณะที่สำคัญในตัวแบบนี้คือ คนในสังคมแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือคนส่วนน้อยที่มีอำนาจ และคนส่วนมากที่ไม่มีอำนาจคนส่วนน้อยไม่ได้มีลักษณะเช่นเดียวกับ คนส่วนมากคือมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าการเปลี่ยนแปลงฐานะขึ้นไปสู่ชนชั้นนำจะเป็นไปอย่างช้า ๆ นโยบายสาธารณะไม่ได้สะท้อนความต้องการของประชาชนแต่สะท้อนความต้องการของชนชั้นนำแนวคิดตัวแบบนี้ยังเห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความเฉื่อยชาไม่สนใจการเมืองความรู้สึกของประชาชนจึงถูกรวบงำโดยชนชั้นนำ

2.8.1 ตัวแบบนโยบาย

2.8.1.1 ตัวแบบดุลยภาพระหว่างกลุ่มคนในสังคมประกอบด้วยกลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์กลุ่มอิทธิพล มุ่งเรียกร้องการพิทักษ์ความเป็นธรรมของสังคม กลุ่มผลประโยชน์ มุ่งรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของตนเพื่อป้องกันการละเมิด “นโยบายที่เกิดขึ้นจึงเป็นผลผลิตของดุลยภาพระหว่างกลุ่มโดยตรง” Bently (1948, อ้างถึงใน สมบัติ ชำรงธัญวงศ์, 2553, น.51) “การเมืองนั้นเปรียบเสมือนระบบที่มีแรงผลักดัน ที่กระทำปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันในการกำหนดนโยบายสาธารณะ”คุณลักษณะสำคัญของตัวแบบนี้คือเป็นลักษณะของกลุ่ม ที่มีขนาดใหญ่ในสังคม เรียกว่า “กลุ่มแพงเร้น”กลุ่มที่สมาชิกบางส่วนคาบเกี่ยวกันลักษณะกลุ่ม เช่นนี้จะมีส่วนในการดำรงรักษาดุลยภาพระหว่างกลุ่ม โดยป้องกันมิให้กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเคลื่อนไหวเกินกว่าผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างกลุ่ม การตรวจสอบและความสมดุลที่เกิดขึ้นจากกลุ่มที่แข่งขันกันจะมีส่วนช่วยดำรงรักษาความสมดุลระหว่างกลุ่ม

2.8.1.2 ตัวแบบเชิงระบบ ซึ่งมีฐานคติสำคัญว่าชีวิตจะดำรงอยู่ได้เมื่อองค์ประกอบต้องทำงานอย่างเป็นระบบ Easton (1960, อ้างถึงใน เอกนถ ภู นคร, 2538, น. 51) ได้นำมาประยุกต์เพื่ออธิบายทางการเมืองว่าการเมืองดำรงอยู่ได้ต้องดำรงอยู่อย่างเป็นระบบ มีความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมและระบบการเมืองที่ก่อให้เกิดนโยบายสาธารณะ ภายใต้แนวคิดนี้ นโยบายสาธารณะคือผลผลิตของระบอบการเมืองที่เกิดจากอำนาจในการจัดสรรค่านิยม หรืออำนาจในการตัดสินใจนโยบาย ความต้องการของประชาชนที่มีต่อระบบการเมือง เช่น ด้านการศึกษา สาธารณสุข สวัสดิการ สวัสดิภาพ การคมนาคม การสนับสนุนของประชาชน เช่น การปฏิบัติตามกฎหมายการชำระภาษี ระบบการเมืองจะดำรงอยู่ไม่ได้ ถ้าหากขาดการสนับสนุนจากประชาชน

2.8.1.3 ตัวแบบสถาบัน เสนอว่านโยบายสาธารณะคือผลผลิตของสถาบันทางการเมือง ซึ่งได้แก่สถาบันนิติบัญญัติ สถาบันบริหาร สถาบันตุลาการ ความสัมพันธ์ของนโยบาย

สาธารณะและสถาบันราชการจะมีความใกล้ชิดกัน คือ นโยบายจะไม่นับเป็นนโยบายสาธารณะจนกว่า จะได้รับความเห็นชอบและถูกนำไปปฏิบัติและบังคับใช้โดยสถาบันราชการที่รับผิดชอบ โดยมี บทบาทในการกำหนดคุณลักษณะนโยบายสาธารณะ 3 ประการ

1) สถาบันราชการเป็นผู้รับรองความชอบธรรมของนโยบายกล่าวคือ นโยบายของรัฐถือว่าเป็นข้อผูกพันทางกฎหมายที่ประชาชนต้องปฏิบัติตาม

2) นโยบายสาธารณะมีลักษณะครอบคลุมทั้งสังคมทั้งนี้เพราะนโยบายสาธารณะ มีผลต่อประชาชนทั้งสังคม

3) รัฐบาลเท่านั้นเป็นผู้ผูกขาดอำนาจการบังคับใช้ในสังคมคือ มีแต่รัฐบาลเท่านั้นที่สามารถลงโทษผู้ฝ่าฝืนนโยบายหรือกฎหมายของรัฐ

2.8.1.4 ตัวแบบกระบวนการแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ (Sharkensky, 1978 อ้างถึงใน จุมพล หนิมพานิช, 2547)

1) การจำแนกปัญหา : การพิจารณาปัญหาจากการเรียกร้องของประชาชนที่ต้องการให้รัฐแก้ไขว่าเป็นลักษณะใด เช่น ปัญหาความยากจน ปัญหาไร้ที่ดินทำกิน ปัญหาชุมชนแออัดจะต้องนำมาวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

2) การจัดทำทางเลือกนโยบาย : การกำหนดวาระสำคัญของการอภิปรายนโยบาย เพื่อหาทางเลือกปัญหามาไปสู่ทางเลือก โดยต้องพิจารณาทางเลือกหลาย ๆ ทางเลือกนำมาทำเลือกมาวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ความคุ้มค่าในด้านต้นทุนผลประโยชน์ต่อประชาชน

3) การให้ความเห็นชอบของนโยบาย : ขั้นตอนสำคัญในการตัดสินใจนโยบายว่าจะเลือก ทางใดต้องคำนึงถึงผลที่เกิดและความสอดคล้องต่อความต้องการของประชาชน และต้องผ่านความเห็นชอบจากสถาบันนิติบัญญัติ

4) การนํานโยบายปฏิบัติ: การกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบจัดสรรงบประมาณสนับสนุน การนํานโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์

5) การประเมินผลนโยบาย : ศึกษาการดำเนินงานและการประเมินผลโครงการ

กระบวนการกำหนดนโยบาย

การก่อรูปนโยบาย เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการนโยบายสาธารณะ คือ ก่อรูปกำหนดทางเลือกนำไปปฏิบัติประเมินผลลักษณะและความสำคัญของปัญหา นโยบาย

1) ระดับปัจเจกบุคคล บุคคลจะรับรู้สภาพปัญหา นโยบายต้องเผชิญกับเงื่อนไข 2 ประการคือ

1.1 เมื่อเกิดความขัดแย้งระหว่างแบบแผนของพฤติกรรมที่คุ้นเคยกับความคาดหวังของสิ่งแวดล้อมของบุคคล

1.2 ข้อมูลของความขัดแย้งถูกนำมาสู่ความสนใจของสถาบัน

2) การรับรู้ระดับสถาบันจะเกิดขึ้นต่อเนื่องจากการรับรู้สภาพปัญหาของปัจเจกบุคคลดังกล่าวคือ เมื่อปัจเจกบุคคลวิเคราะห์ปัญหาเป็นที่ยอมรับสภาพปัญหาว่ามีอยู่จริง ก็นำเข้าสู่การพิจารณาของสถาบันการพิจารณาคุณลักษณะและความสำคัญของนโยบายต่อไป

ความสำคัญของนโยบาย จำแนกได้ 3 ประการ (สมบัติ ธำรงธัญวงศ์, 2553)

1) การรับรู้สภาพปัญหา นโยบาย

1.1) สถาบันที่เกี่ยวข้องกับปัญหา นโยบาย

1.2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ปัญหาและสถาบันที่เกี่ยวข้อง

2) ความแปลกใหม่ของปัญหา

3) การพิจารณาต้นทุนและผลประโยชน์ของการแก้ปัญหา

4) ความซับซ้อนของนโยบายทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง

5) ภาพลักษณ์ของผู้ได้รับผลกระทบ

6) ค่านิยมของรัฐบาลในการพิจารณาปัญหา

วงจรประเด็นปัญหาของนโยบาย

1) ขึ้นก่อนเริ่มต้นปัญหาของนโยบาย

2) สัญญาณเตือนภัยจากปัญหาที่เริ่มก่อตัวขึ้น

3) การระบุด้านทุนในการแก้ปัญหา

4) การเสื่อมถอยของความสนใจของสาธารณชนที่มีต่อปัญหา

5) ขั้นตอนสุดท้ายของปัญหา

การกำหนดวาระการพิจารณา นโยบายผลประโยชน์ทางการเมือง หน่วยงานที่รับผิดชอบ ความต้องการของประชาชน ควรพิจารณาตามวงจรประเด็นปัญหาจะช่วยทำให้การกำหนดนโยบาย ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบาย

การกำหนดทางเลือกและการตัดสินใจในนโยบายการกำหนดทางเลือกนโยบายพิจารณาได้จากปัจจัยดังนี้

- 1) คุณลักษณะของทางเลือกนโยบาย ประกอบด้วย การสร้างสรรค์ นวัตกรรม
- 2) การแสวงหาทางเลือกนโยบาย
- 3) การกลั่นกรองทางเลือกนโยบาย
- 4) การตรวจสอบทางเลือกนโยบาย

2.8.2 ทฤษฎีการตัดสินใจทางเลือกนโยบาย (วิพุธ พูลเจริญ, 2548)

2.8.2.1 ทฤษฎีหลักการเหตุผล มุ่งเน้นการตัดสินใจที่บรรลุเป้าประสงค์สูงสุด ประกอบด้วย

- 1) ผู้ตัดสินใจต้องเผชิญกับปัญหาที่สามารถจำแนกออกจากปัญหาอื่นได้ หรืออย่างน้อยต้องสามารถพิจารณาเปรียบเทียบกับปัญหาอื่นได้อย่างมีความหมาย
- 2) ผู้ตัดสินใจมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าประสงค์ (Goals) ค่านิยม (Values) หรือ วัตถุประสงค์ (Objectives) ที่ผู้ตัดสินใจต้องคำนึงถึงและสามารถทำให้การพิจารณาปัญหา มีความชัดเจนและ จัดลำดับตามความสำคัญของแต่ละกรณี
- 3) การตรวจสอบทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน
- 4) การตรวจสอบผลลัพธ์ทั้งทางด้านต้นทุน ผลประโยชน์ ข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบที่ อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจเลือกทางใดทางหนึ่ง
- 5) การเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นของทางเลือกแต่ละทาง
- 6) ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกและผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกที่ จะต้องตอบสนองต่อ เป้าประสงค์

2.8.2.2 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วน เป็นทฤษฎีที่มีลักษณะของการพรรณนาความเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของรัฐบาล การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง หรือการเพิ่มเติมจากนโยบายที่มีอยู่อย่างจำกัดสาระสำคัญของทฤษฎี พิจารณาจากองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

- 1) การพิจารณาในการเลือกเป้าประสงค์หรือวัตถุประสงค์ และการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ จะกระทำโดยพิจารณาร่วมกันอย่างใกล้ชิดมากกว่าการที่จะแยกพิจารณาในแต่ละประเด็น
- 2) ผู้ตัดสินใจจะพิจารณาเฉพาะทางเลือกบางทางเลือกที่จะใช้ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งจะแตกต่างไปจากนโยบายเดิมเพียงเล็กน้อย

3) การประเมินผลทางเลือกแต่ละทางเลือกจะกระทำเฉพาะเพื่อพิจารณาผลลัพธ์ที่สำคัญของทางเลือกบางทางเลือกเท่านั้น

4) สำหรับปัญหาที่ผู้ตัดสินใจกำลังเผชิญอยู่นั้น ผู้ตัดสินใจจะต้องทำการนิยามปัญหาใหม่อย่างต่อเนื่อง

5) ทฤษฎีนี้ถือว่าไม่มีการตัดสินใจเพียงครั้งเดียวหรือทางแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องเพียงทางเดียว

6) การตัดสินใจโดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วนเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยในการแก้ไขปัญหาลดอุปสรรคจากวิธีการอื่น ๆ และนำไปสู่สภาพปัจจุบันที่ดีกว่า รวมทั้งช่วยแก้ไขความไม่สมบูรณ์ทางสังคมให้เป็นรูปธรรมมากกว่าการพิจารณาเป้าประสงค์ของสังคมในอนาคต โดยเห็นว่า “การตัดสินใจโดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วนจะสะท้อนให้เห็นผลประโยชน์ของกลุ่มและองค์การที่มีอำนาจสูงสุดในสังคมแต่กลุ่มผลประโยชน์ของประชาชนที่ด้อยสิทธิ์และกลุ่มที่ไม่มีบทบาทจะถูกขจัดเลย”

2.8.2.3. ทฤษฎีผสมผสานระหว่างทางกว้างและทางลึกทฤษฎีผสมผสานระหว่างทางกว้างและทางลึกจะเปิดโอกาสให้ผู้ตัดสินใจสามารถใช้ประโยชน์จากทฤษฎีหลักการเหตุผลและทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมบางส่วนขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างทฤษฎีและทฤษฎีการผสมผสานระหว่างทางกว้างและทางลึกมีความเหมาะสมสำหรับผู้ตัดสินใจนโยบายที่มีขีดความสามารถต่างกัน

2.8.3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกนโยบาย (วิพุธ พูลเจริญ, 2548)

2.8.3.1 ค่านิยม ค่านิยมองค์กร ค่านิยมด้านวิชาชีพ ค่านิยมส่วนบุคคล ค่านิยมด้านอุดมการณ์

2.8.3.2 ความสัมพันธ์กับ นักการเมือง

2.8.3.3. ผลประโยชน์ของเขตเลือกตั้ง

2.8.3.4. มติมหาชน

2.8.3.5. ประโยชน์ของสาธารณะชน

2.9 สถานการณ์และกฎระเบียบการส่งออกกล้วยไม้ของไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2562) โดยสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม ได้รายงานข้อมูลด้านการตลาดกล้วยไม้โลกมีมูลค่าประมาณ 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้เขตร้อน โดยมีตลาดรับซื้อกว่า 69 ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม จีน และ อิตาลีคิดเป็นร้อยละ 64.38 ของการส่งออกรวม โดยไทยเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้อันดับ 1 ของโลกในขณะที่เนเธอร์แลนด์ เป็นผู้ส่งออกต้นกล้วยไม้อันดับ 1 ของโลก แหล่งผลิตกล้วยไม้โลกที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ ไต้หวัน สิงคโปร์ นิวซีแลนด์จีน และเกาหลีใต้ การผลิตกล้วยไม้ของประเทศไทย กล้วยไม้ถือเป็นหนึ่งในสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของไทย พันธุ์ที่ส่งออกหลักได้แก่สกุลหวายอะแรนด้า อะแรคนิส ออนซิเดียม และแวนด้า ช่วงผลผลิตสูง 2 ช่วง คือ เดือน ก.พ. - มี.ค. และ เดือน ส.ค. -ก.ย. แหล่งผลิต (5 อันดับแรก) คือ นครปฐม สมุทรสาคร กาญจนบุรี นนทบุรี และราชบุรี ผลผลิตกล้วยไม้ไทย เป็นผลผลิตเพื่อส่งออก ประมาณ 53% ส่วนอีก 47% เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปัจจุบันมีผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทย ประมาณ 100 รายและเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ประมาณ 3,000 ราย สถานการณ์การส่งออก ปี 2560 การส่งออกเดือน ม.ค. - ม.ค. 2561 มีมูลค่ารวม 6.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดย (1) ดอกกล้วยไม้มีปริมาณ 1,853 เมตริกตัน คิด เป็นมูลค่า 4.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 3.14% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (2) ต้นกล้วยไม้มีปริมาณ 2,824 พันต้น คิดเป็น มูลค่า 1.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราการขยายตัวลดลง 21.57% คู่ค้าสำคัญ ประเภทดอกกล้วยไม้ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน เวียดนาม และอิตาลี (ร้อยละ 76.02) ประเภทต้นกล้วยไม้ ได้แก่ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์บราซิลเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น (ร้อยละ 75.83)

คู่แข่งที่สำคัญประเภท ดอกกล้วยไม้ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ประเภทต้นกล้วยไม้ได้แก่ ไต้หวัน จุดแข็งของประเทศไทยคือ 1.ไทยเป็นผู้นำการผลิตกล้วยไม้ของโลก 2. เป็นแหล่งรวบรวมพันธุ์กรรมกล้วยไม้ที่สำคัญของโลก 3. แหล่งเพาะปลูกมีสภาพภูมิอากาศและแหล่งน้ำเหมาะแก่การปลูกกล้วยไม้ โดยมีปัญหาและอุปสรรคสำคัญคือ 1. การขยายพื้นที่เพาะปลูกทำได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากที่ดินแถวแหล่งเพาะปลูกมีราคาแพง 2. ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมีสารกำจัดศัตรูพืช ฯลฯ มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น 3. ผู้ค้าต่างชาติเข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยตรงที่สวน โดยไม่ผ่านผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้รวบรวม ทำให้กลไกตลาดกล้วยไม้บิดเบือนไปจากความเป็นจริง 4. ขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร ต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวเป็นหลัก กลยุทธ์สำคัญของประเทศไทยคือ 1. สนับสนุน/ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์จากกล้วยไม้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 2. ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพกล้วยไม้เพื่อการส่งออก โดยส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าร่วมแนวปฏิบัติ GAP 3. ส่งเสริมการให้ความรู้เทคโนโลยีการผลิตกล้วยไม้คุณภาพแก่เกษตรกรผู้ปลูก 4. สนับสนุนและประชาสัมพันธ์กล้วยไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น

แนวโน้มการส่งออก- มูลค่าการส่งออกสินค้า กัญชง ไม้ เดือน ม.ค. – ม.ค. 2561 ลดลง 2.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในช่วงชะลอตัวส่งผลให้ความต้องการของตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่ยังอยู่ที่ตลาดเดิม - พฤติกรรมการบริโภคของตลาดต่างประเทศค่อนข้างหลากหลายผู้บริโภคมีความต้องการดอกกัญชง ไม้ที่มีคุณภาพ/ กัญชง ไม้สายพันธุ์ใหม่ๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องรักษามาตรฐานในการผลิต รวมถึงการพัฒนาสายพันธุ์ ใหม่ๆ

กัญชง ไม้เป็นไม้ดอกที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก มีมูลค่าการส่งออกนับพันล้านบาทต่อปีจัดให้เป็น 1 ใน 10 ของพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ในเชิงการค้าไม้ตัดดอกจัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่ทำเงินเข้ามามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไม้กระถาง และยังมีอีกส่วนหนึ่งที่มีการค้าขายกันอยู่แต่ไม่มีสถิติที่บ่งชี้ชัดคือการค้ากัญชง ไม้ป่า เนื่องจากการค้ากัญชง ไม้ป่าในรูปของไม้ตัดดอกและ ไม้กระถาง เป็นไปตามการค้าโดยปกติทั่วไปต้องมีการส่งสินค้าไปตรวจที่ด่านกักกันพืช เพื่อให้ที่ด่านออกหนังสือรับรองว่ากัญชง ไม้ป่าที่ทำการจัดส่งนั้นปราศจากโรคและแมลงที่ทางประเทศนำเข้าได้ระบุไว้ซึ่งรายละเอียดของแต่ละประเทศก็จะแตกต่างกันออกไป แต่ที่มีความสำคัญมากและสร้างปัญหาให้แก่ผู้ค้าและผู้ซื้อคือกัญชง ไม้ป่า

ด้วยประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในอนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดสัตว์ป่า และพืชป่าที่กำลังจะสูญพันธุ์ (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, CITES) เป็นประเทศที่ 80 เมื่อปีพ.ศ. 2526 และปัจจุบันนี้มีประเทศที่ร่วมลงนามในอนุสัญญานี้ 143 ประเทศด้วยกัน ในอนุสัญญานี้มีสาระที่สำคัญคือเป็นการควบคุมไม่ให้มีการลักลอบค้าขายพืชและสัตว์ป่าที่กำลังจะสูญพันธุ์หรือถ้าหากไม่มีการควบคุมใด ๆ ก็อาจทำให้พืชและสัตว์ป่าที่มีอยู่น้อยสูญพันธุ์ไปได้และเพื่อให้การควบคุมการค้าระหว่างประเทศของชนิดพันธุ์ที่กำลังจะสูญพันธุ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้มีการจัดแบ่งพันธุ์พืชและสัตว์ตามบัญชีที่ใช้แนบท้ายในอนุสัญญาดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

1) บัญชีแนบท้ายที่ 1

เป็นชนิดพันธุ์ที่ได้มาจากป่าหรือเป็นของป่า และใกล้สูญพันธุ์ จึงห้ามทำการค้าโดยเด็ดขาด (ยกเว้น กรณีที่ได้จากการขยายพันธุ์เทียมหรือเพาะพันธุ์หรือการศึกษาวิจัย) การนำเข้าและส่งออกต้องคำนึงถึงความอยู่รอดและผลกระทบต่อจำนวนประชากรในธรรมชาติเป็นสำคัญการส่งออกต้องได้รับอนุญาตให้นำเข้าจากประเทศผู้นำเข้าเสียก่อนจึงจะส่งออกได้ตัวอย่างกัญชง ไม้รองเท้านารี พ้ามุ่ย เอื้องปากนกแก้ว (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

2) บัญชีแนบท้ายที่ 2

เป็นชนิดพันธุ์ที่เหลือน้อยค่อนข้างน้อย แต่ยังไม่ใกล้จะสูญพันธุ์สามารถทำการค้าได้ (สามารถทำการค้าพันธุ์ที่ได้ มาจากป่าได้แต่ต้องไม่เป็นการละเมิดกฎหมายภายในประเทศ) ตัวอย่างกล้วยไม้ชนิดอื่น ๆ ที่ไม่อยู่ในบัญชีที่ 1 (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

3) บัญชีแนบท้ายที่ 3

เป็นชนิดพันธุ์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายของประเทศใดประเทศหนึ่ง แล้วขอความช่วยเหลือจากประเทศภาคีให้ช่วยควบคุมการค้าชนิดพันธุ์นั้นด้วย ไม่มีกล้วยไม้ของไทยอยู่ในบัญชีนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

ทั้งนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงชนิดพืชที่อยู่ในแต่ละบัญชีได้ตามความเหมาะสมของปริมาณชนิดพันธุ์ ที่มีอยู่โดยการเปลี่ยนแปลงนี้จะสามารถกระทำได้ทุก ๆ 2 ปี 6 เดือน

ในทางปฏิบัติจริงแล้ว การค้ากล้วยไม้บางชนิด เช่นรองเท้านารีเพื่อให้สะดวกในการค้า ผู้ค้ากล้วยไม้รองเท้านารี จะขายต้นพันธุ์ที่ได้จากการเพาะเมล็ด และขายในรูปของต้นที่อยู่ในขวดปลอดเชื้อ เพราะเมื่อมีการส่งออกหรือนำเข้าก็สามารถผ่านด่านได้สะดวกเนื่องเป็นการแสดงให้เห็นว่าเป็นต้นที่ได้มาจากการขยายพันธุ์เทียมหรือเพาะพันธุ์

การค้าขายกล้วยไม้ที่เป็นพันธุ์ป่า โดยเฉพาะที่ขึ้นบัญชีเป็นพืชบัญชี 1 ต้องมีใบอนุญาตกำกับในการค้าขายถ้าเป็นการค้าภายในประเทศก็ไม่ยุ่งยากมากนัก แต่ถ้าเป็นการค้าให้กับผู้ซื้อซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ต้องแสดงใบอนุญาตก่อนที่จะนำพืชต้นนั้นออกนอกประเทศในการนี้ผู้ที่มิกล้วยไม้ป่าที่มีรายการอยู่ในบัญชีที่ 1 ต้องยื่นขอขึ้นทะเบียนพันธุ์กล้วยไม้ป่าไว้ โดยต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าการครอบครองพืชป่านั้นๆ ได้มีมาก่อนที่จะมีการประกาศกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองพันธุ์พืชและสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 ออกมาใช้

กฎหมายที่เกี่ยวกับการค้าและอนุรักษ์พืชในวงศ์กล้วยไม้

ปัจจุบันการค้าขายพืชในวงศ์กล้วยไม้ ไม่ว่าจะค้าขายภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศปัจจุบันถูกควบคุม โดยกฎหมายภายในหลายฉบับ กฎหมายที่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ พืชใน วงศ์กล้วยไม้ควรจะต้องรู้จักและรับทราบ มีดังนี้คือ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

- 1) กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์
- 2) กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองพันธุ์พืช
- 3) กฎหมายว่าด้วยการควบคุมการนำเข้า ส่งออก นำผ่าน
- 4.กฎหมายว่าด้วยการกักกันพืช

กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์

กล้วยไม้ป่าทุกชนิด จัดเป็น “ของป่าหวงห้าม” ตามพระราชกฤษฎีกากำหนดของป่าหวงห้าม พ.ศ. 2530 และพระราชบัญญัติป่าไม้พ.ศ. 2484 กฎหมายฉบับนี้ได้บัญญัติไว้ว่าผู้ใดเก็บหาของป่าหวงห้าม หรือทำอันตรายด้วยประการใด ๆ แก่ของป่าหวงห้ามในป่า ต้องได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่และต้องเสียค่าภาคหลวงกับ ทั้งต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในกฎกระทรวงหรือในการอนุญาต (มาตรา 29) และผู้ใดนำไม้ หรือของป่าเคลื่อนที่ ต้องมีใบเบิกทางของพนักงานเจ้าหน้าที่กำกับไปด้วยตามข้อกำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 39) นอกจากนี้กฎหมายป่าไม้ยังได้บัญญัติไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดค้าหรือมีไว้ในครอบครองซึ่งของป่า หวงห้ามเกินปริมาณที่กำหนด ในราชกิจจานุเบกษา (มาตรา 29 ทวิ) สำหรับกล้วยไม้ป่าปริมาณที่กฎหมายอนุญาตให้มีไว้ในครอบครองเพื่อใช้สอยในครัวเรือนแห่งตน คือ 20 ต้น บทกำหนดโทษของกฎหมายป่าไม้ คือผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 29 มาตรา 29ทวิและมาตรา 39 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ ทรัพยากรพืชป่าไว้ในถิ่นเดิม (In Situ Conservation) อีกหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติพ.ศ. 2507 เป็นต้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองพันธุ์พืช

พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 ได้กำหนดคำนิยาม (มาตรา 3) ว่า พันธุ์พืชป่า และ พันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป ไว้ว่า “พันธุ์พืชป่า” หมายความว่า พันธุ์พืชที่มีหรือเคยมีอยู่ในประเทศตามสภาพธรรมชาติและยังมีได้นำมาใช้เพาะปลูกอย่างแพร่หลายและ “พันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป” หมายความว่าพันธุ์พืชที่กำเนิดภายในประเทศหรือมีอยู่ในประเทศ ซึ่งได้มีการใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายและให้หมายความรวมถึง พันธุ์พืชที่ไม่ใช่พันธุ์พืชใหม่พันธุ์พืชพื้นเมืองเฉพาะถิ่นหรือพันธุ์พืชป่าและในมาตรา 52ได้บัญญัติไว้ว่าผู้ใดเก็บ จัดหา หรือรวบรวมพันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป พันธุ์พืชป่า หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของพันธุ์พืชดังกล่าวเพื่อการปรับปรุงพันธุ์ศึกษาทดลอง หรือวิจัยเพื่อประโยชน์ในทางการค้าจะต้องได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่และทำข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์โดยให้นำเงินรายได้ตามข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ส่งเข้ากองทุนคุ้มครองพันธุ์พืช

ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกระทรวง ในที่นี้กล้วยไม้ป่าหรือกล้วยไม้พันธุ์ปลูกที่มีแพร่หลายอยู่แล้วในประเทศจะถูกควบคุมและคุ้มครองโดยกฎหมายฉบับนี้ กล่าวคือหากผู้ใดนำพันธุ์เหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อให้ได้พันธุ์ใหม่ๆ ขึ้นมา จะต้องขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่และทำข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ให้รัฐก่อน เนื่องจากกฎหมายนี้เป็นกฎหมายบังคับบทลงโทษได้กล่าวไว้ในมาตรา 66 ว่าผู้ใดไม่ปฏิบัติตาม มาตรา 52 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ในปัจจุบันทางภาครัฐกำลังอยู่ในระหว่างพิจารณาถึงความเหมาะสมในข้อกำหนดเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้รัฐ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

สำหรับพันธุ์พืชใหม่ ปัจจุบันกล้วยไม้สกุลหวาย (Dendrobium) และสกุลแวนดา (Vanda) ที่เป็นพันธุ์พืชใหม่ มีลักษณะประจำพันธุ์แตกต่างจากพันธุ์อื่น ๆ ชัดเจน มีลักษณะคงที่ ขยายพันธุ์แล้วสามารถนำปิ่นของจดทะเบียนเพื่อคุ้มครองสิทธิในพันธุ์นั้นๆ ได้ ณ กองคุ้มครองพันธุ์พืช กรมวิชาการเกษตร (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองพันธุ์พืช

พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542 ได้กำหนดคำนิยาม (มาตรา 3) คำว่า พันธุ์พืชป่าและ พันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป หมายความว่า “พันธุ์พืชป่า” หมายความว่า พันธุ์พืชที่มีหรือเคยมีอยู่ในประเทศตามสภาพธรรมชาติและยังมีได้นำมาใช้เพาะปลูกอย่างแพร่หลายและ “พันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป” หมายความว่าพันธุ์พืชที่กำเนิดภายในประเทศหรือมีอยู่ในประเทศ ซึ่งได้มีการใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลายและให้หมายความรวมถึงพันธุ์พืชที่ไม่ใช่พันธุ์พืชใหม่พันธุ์พืชพื้นเมืองเฉพาะถิ่นหรือพันธุ์พืชป่าและในมาตรา 52 ได้บัญญัติไว้ว่าผู้ใดเก็บ จัดหา หรือรวบรวมพันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไป พันธุ์พืชป่า หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของพันธุ์พืช ดังกล่าวเพื่อการปรับปรุงพันธุ์ศึกษาทดลอง หรือวิจัยเพื่อประโยชน์ในทางการค้าจะต้องได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่และทำข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์โดยให้นำเงินรายได้ตามข้อตกลงแบ่งปัน ผลประโยชน์ส่งเข้ากองทุนคุ้มครองพันธุ์พืช ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกระทรวง ในที่นี้กล้วยไม้ป่าหรือกล้วยไม้พันธุ์ปลูกที่มีแพร่หลายอยู่แล้วในประเทศจะถูกควบคุมและคุ้มครองโดยกฎหมายฉบับนี้ กล่าวคือหากผู้ใดนำพันธุ์เหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อให้ได้พันธุ์ใหม่ๆ ขึ้นมา จะต้องขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่และทำข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ให้รัฐก่อน เนื่องจากกฎหมายนี้เป็นกฎหมายบังคับบทลงโทษได้กล่าวไว้ในมาตรา 66 ว่าผู้ใดไม่ปฏิบัติตาม มาตรา 52 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ในปัจจุบันทาง

ภาครัฐกำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณาถึงความเหมาะสมในข้อกำหนด กฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้รัฐ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

สำหรับพันธุ์พืชใหม่ ปัจจุบันกล้วยไม้สกุลหวาย (Dendrobium) และสกุลแวนดา (Vanda) ที่เป็นพันธุ์พืชใหม่ มีลักษณะประจำพันธุ์แตกต่างจากพันธุ์อื่น ๆ ชัดเจน มีลักษณะคงที่ ขยายพันธุ์แล้วสม่ำเสมอ สามารถนำไปยื่นขอจดทะเบียนเพื่อคุ้มครองสิทธิในพันธุ์นั้น ๆ ได้ ณ กองคุ้มครองพันธุ์พืช กรมวิชาการเกษตร ซึ่งสิทธิในการคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ในพืชวงศ์กล้วยไม้มีอายุ 12 ปี หลังจากที่ได้รับสิทธิแล้ว

กฎหมายว่าด้วยการควบคุมการนำเข้า ส่งออก นำผ่าน

พืชในวงศ์กล้วยไม้ทุกชนิด จัดเป็น “พืชอนุรักษ์” ตามพระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2518 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติพันธุ์พืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 กฎหมายฉบับแก้ไขเพิ่มเติมได้บัญญัติขึ้นมาเพื่อให้ครอบคลุมถึงการปฏิบัติงานตามพันธกรณีต่ออนุสัญญาไซเตส ที่ประเทศไทยได้เป็นสมาชิก ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สาระสำคัญของพระราชบัญญัติพันธุ์พืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 (แก้ไขเพิ่มเติม) มีดังนี้คือ เพิ่มเติมคำนิยามคำว่า พืชอนุรักษ์โดยให้หมายถึงพืชในบัญชีแนบท้ายอนุสัญญาไซเตสซึ่งรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษาและกำหนดความหมายของคำว่า “การ ขยายพันธุ์เทียม” หมายความว่า การขยายพันธุ์ที่ไม่ใช่การขยายพันธุ์โดยธรรมชาติตามเกณฑ์และวิธีการที่อธิบดีกำหนด (มาตรา 3) (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

ห้ามมิให้ผู้ใดนำเข้า ส่งออก นำผ่าน พืชอนุรักษ์และซากของพืชอนุรักษ์เว้นแต่ได้รับหนังสืออนุญาตจากอธิบดีกรมวิชาการเกษตร หรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมาย (มาตรา 29 ตรี)

ผู้ใดประสงค์จะขยายพันธุ์เทียมพืชอนุรักษ์เพื่อการค้าให้ยื่นคำขอเป็นหนังสือเพื่อขอขึ้นทะเบียน สถานที่เพาะเลี้ยงพืชอนุรักษ์ต่อกรมวิชาการเกษตร (มาตรา 29 จัตวา)

บทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 29 ตรีและมาตรา 29 จัตวา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายบังคับ ควบคุมการนำเข้า ส่งออก นำผ่าน พืชอนุรักษ์หรือซากของพืชอนุรักษ์ ซึ่งในที่นี้รวมถึงพืชในวงศ์กล้วยไม้ทุกชนิด ในปัจจุบันผู้ใดจะทำการนำเข้า ส่งออก หรือ นำผ่านพืชอนุรักษ์วงศ์กล้วยไม้ทุกชนิดหรือแม้กระทั่งซากไม่ว่าจะมีชีวิตหรือซากที่ตายแล้วที่สามารถจำแนกออกได้ว่าเป็นพืชในวงศ์กล้วยไม้จะต้อง มีหนังสืออนุญาตไชเตส (CITES Permit) กำกับสินค้าทุกครั้ง ถ้าไม่มีถือว่ามีความผิดตามกฎหมายฉบับนี้เช่นในกรณีที่จะส่งออกต้นกล้วยไม้ไปยังต่างประเทศ จะต้องขอหนังสืออนุญาตส่งออก(CITES Export Permit) จากกรมวิชาการเกษตรก่อนทำการส่งออกครั้งนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

ในกรุงเทพมหานครยื่นแบบคำขอได้ที่ฝ่ายการค้าพืชตามอนุสัญญา กองคุ้มครองพันธุ์พืช กรมวิชาการเกษตร

ในต่างจังหวัดยื่น แบบคำขอได้ที่ด่านตรวจพืชท่าอากาศยานเชียงใหม่ด่านตรวจพืชท่าอากาศยานภูเก็ต ด่านตรวจพืชท่าอากาศยานหาดใหญ่และด่านตรวจพืชเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย

ในกรณีจะนำเข้าต้นกล้วยไม้เข้ามาในราชอาณาจักร จะต้องขอหนังสืออนุญาตนำเข้า (CITES Import Permit) ณ ด่านตรวจพืชทุกด่าน สังกัดกรมวิชาการเกษตรที่เปิดทำการเท่านั้นที่สำคัญการขออนุญาต 52 นำเข้าจะต้องแนบหลักฐานหนังสืออนุญาตไชเตสส่งออก(CITES Export Permit) ของประเทศต้นทางฉบับจริงมาแสดงประกอบเป็นหลักฐานด้วย พนักงานเจ้าหน้าที่จึงจะออกหนังสืออนุญาตนำเข้าและอนุญาตให้ นำเข้าได้

สำหรับกรณีที่เป็นกล้วยไม้ลูกผสม (Hybrid) ข้ามชนิด (Intragenetic) และลูกผสมข้ามสกุล (Intergeneric) ไม่ถือว่าเป็นพืชอนุรักษ์ตามพระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2518 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชบัญญัติพันธุ์พืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 แต่เนื่องจากตามบทบัญญัติแห่งอนุสัญญาไชเตสถือว่า กล้วยไม้ลูกผสมทุกชนิดยังอยู่ภายใต้การควบคุมของอนุสัญญา ทำให้ประเทศภาคีอนุสัญญาไชเตสบางประเทศยังมีการควบคุมกล้วยไม้ลูกผสมอยู่ดังนั้นเวลาส่งออกกล้วยไม้ลูกผสมไปยังต่างประเทศยังต้องถือปฏิบัติเช่นเดียวกับกล้วยไม้พันธุ์แท้ทุกประการ (แต่ไม่เป็นการบังคับ) ซึ่งทางกรมวิชาการเกษตรได้บริการออกหนังสือรับรองการส่งออกพืชลูกผสมพืชในบัญชีแนบท้ายอนุสัญญาไชเตสให้โดยจะใช้แบบฟอร์มเดียวกันกับหนังสืออนุญาตส่งออกไชเตส เพียงแต่ระบุประเภทของหนังสืออนุญาตเป็นหนังสือรับรอง ประเภทอื่น ๆ (Other Certificate) แทน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

แต่ปัจจุบันได้มีข้อยกเว้นเพิ่มเติม กล่าวคือกล้วยไม้พันธุ์ลูกผสมที่ได้มาจากการขยายพันธุ์เทียมในสกุล Cymbidium สกุล Dendrobium สกุล Phalaenopsis และสกุล Vanda ไม่ถือว่าเป็นพืชในบัญชีแนบท้ายอนุสัญญาไซเตส โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร, 2555)

1) ตัวอย่างสินค้านั้นจะต้องบรรจุอยู่ในหีบห่อได้แก่กล่องกระดาษ กล่องหรือลัง โดยบรรจุกล่อง ๆ ละ 20 ต้น หรือมากกว่าขึ้นไป และเป็นกล้วยไม้พันธุ์ลูกผสมชนิดเดียวกัน

2) ตัวอย่างพืชในแต่ละกล่องจะต้องมีลักษณะที่ง่ายต่อการจำแนกออกได้ว่าเป็นตัวอย่างที่ มาจากการขยายพันธุ์เทียม แสดงลักษณะถึงความสม่ำเสมอและมีสภาพสมบูรณ์ และ

3) ตัวอย่างสินค้านั้นมีเอกสารกำกับ ได้แก่ใบรายการแสดงสินค้า เป็นต้น ระบุสำแดง จำนวนต้น ต่อ ชนิดกล้วยไม้พันธุ์ลูกผสมอย่างชัดเจน และอีกกรณีหนึ่งคือ กล้วยไม้พันธุ์ลูกผสมที่ได้มาจากการขยายพันธุ์เทียม ในสกุลต่อไปนี้

1) สกุล Cymbidium (ลูกผสมต่างชนิดภายใต้สกุลเดียวกันและลูกผสมข้ามสกุล)

2) สกุล Dendrobium (ลูกผสมต่างชนิดภายใต้สกุลเดียวกันประเภทประเภท Nobile type และ Phalaenopsis Type เท่านั้น)

3) สกุล Phalaenopsis (ลูกผสมต่างชนิดภายใต้สกุลเดียวกันและลูกผสมข้ามสกุล)

4) สกุล Vanda (ลูกผสมต่างชนิดภายใต้สกุลเดียวกันและลูกผสมข้ามสกุล)

ส่วนพันธุ์กล้วยไม้ที่ไม่ถือว่าเป็นพืชภายใต้อนุสัญญาไซเตส ในเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ

1) ตัวอย่างพืชเหล่านั้นค้าขายในลักษณะต้น พืชนั้นอยู่ในระยะการออกดอกได้แก่มีดอกบานให้เห็น อย่างน้อย 1 ดอก

2) ตัวอย่างพืชเหล่านั้นอยู่ในกระบวนการพร้อมที่จะจำหน่ายปลีกได้แก่มีป้ายชื่อชัดเจน และบรรจุ หีบห่อเรียบร้อย

3) ตัวอย่างพืชเหล่านั้นมีลักษณะการขยายพันธุ์เทียม บ่งบอกถึงลักษณะสะอาด ช่อดอกไม่ถูก ทำลายระบบรากสมบูรณ์ปกติไม่มีร่องรอยการถูกทำลาย มีลักษณะแตกต่างจากที่ได้มาจากป่า

4) ตัวอย่างพืชนั้นปราศจากลักษณะที่เป็นของป่า ได้แก่มีลักษณะถูกทำลายโดยแมลงศัตรูพืชหรือ แมลงอื่น ๆ ไม่มีเชื้อรา หรือสาหร่ายบนใบ หรือช่อดอกรากใบ หรือส่วนอื่น ๆ ไม่มีร่องรอยความเสียหายที่เกิดจากการกระทำหรือวิธีการเก็บเกี่ยวและ

5) ตัวอย่างพืชนั้นมีป้ายชื่อ หรือบรรจุหีบห่อแสดงชื่อทางการค้าประเทศต้นทางที่ขยายพันธุ์เทียม หรือในกรณีที่ทำการค้าระหว่างประเทศกระบวนการจำหน่ายสินค้านั้นจะต้องมีป้าย

บอกประเทศผู้ผลิต บรรจุหีบห่อ ป้ายชื่อพืช หรือมีรูปภาพประกอบ ทั้งนี้จะต้องออกได้ง่ายๆ ในกรณีที่ว่าอย่างพืชนั้นไม่อยู่ในเงื่อนไขดังกล่าวโดยสมบูรณ์จะต้องมีหนังสืออนุญาตให้เทศก้ากับมาด้วย

พืชอนุรักษ์ในวงศ์กล้วยไม้ตามกฎหมายฉบับนี้จัดแบ่งออกเป็น 2 บัญชี พืชอนุรักษ์ในวงศ์กล้วยไม้บัญชีที่ 1 ประกอบด้วยดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

- 1) *Aerangis Ellisii* เออแรงจิส เอลลิสชีไอ
- 2) *Dendrobium Cruentum* เดนโดรเบียม ครูเอนตัม (เอื้องปากนกแก้ว)
- 3) *Laelia Jongheana* เลเลียจงเกียนา
- 4) *Laelia Lobata* เลเลีย โลบาตา
- 5) *Paphiopedilum Spp.* พาฟี โอเพดิลัม สปีชีส์ (สกุลรองเท้านารีทุกชนิด)
- 6) *Peristeria Elata* เพริสเตเรีย อีลาตา
- 7) *Phragmipedium Spp.* แฟรงมิพีเดียม สปีชีส์
- 8) *Renanthera Imschootiana* รีแนนเธอร่า อิมชูทเทียนา

พืชอนุรักษ์ในวงศ์กล้วยไม้บัญชีที่ 1 ถ้าเก็บออกมาจากป่าตามธรรมชาติจะห้ามทำการค้าโดยเด็ดขาด ยกเว้นการศึกษาวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์เท่านั้นแต่ก็จะถูกควบคุมโดยเข้มงวดทั้งประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้าแต่ถ้าได้มาจากการขยายพันธุ์เทียมและมีการขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงเพื่อการค้าไว้กับกรมวิชาการเกษตรแล้วจะอนุญาตให้ทำการค้าได้

สำหรับพืชอนุรักษ์บัญชีที่ 1 ในวงศ์นี้ถ้าเป็นต้นอ่อนหรือที่ได้จากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อในสภาพปลอดเชื้อ ไม่ว่าจะอยู่ในอาหารแข็งหรืออาหารเหลวซึ่งขนส่งในภาชนะบรรจุที่ปลอดเชื้อไม่ถือว่าเป็นพืชอนุรักษ์ตามพระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2518 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติพันธุ์พืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 สามารถทำการค้าได้โดยเสรีแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องขึ้นอยู่กับกฎหมายของประเทศปลายทางเช่นกันผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบข้อมูล เงื่อนไขของประเทศผู้นำเข้าไว้ด้วย

พืชอนุรักษ์ในวงศ์กล้วยไม้บัญชีที่ 2 หมายถึง พืชในวงศ์กล้วยไม้ทุกชนิด (ORCHIDACEAE Spp.) นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในบัญชีที่ 1 และยกเว้นข้อต่อไปนี้กฎหมายฉบับนี้จะไม่ควบคุม ดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

- 1) เมล็ด และละอองเกสร (รวมถึงละอองเกสรที่มีลักษณะเป็นกลุ่มก้อนหรือเป็นเมือก)
- 2) ต้นอ่อนหรือที่ได้จากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อในสภาพปลอดเชื้อไม่ว่าจะอยู่ในอาหารแข็งหรือ อาหารเหลวขนส่งในภาชนะที่ปลอดเชื้อ
- 3) ไม้ตัดดอกที่ได้จากต้นที่ขยายพันธุ์เทียม และ
- 4) ผลและส่วนของชนิดนั้นที่ได้จากต้น ที่เกิดการขยายพันธุ์เทียมของทุกชนิดในสกุล *Vanilla spp.* (วานิลลา สปีชีส์)

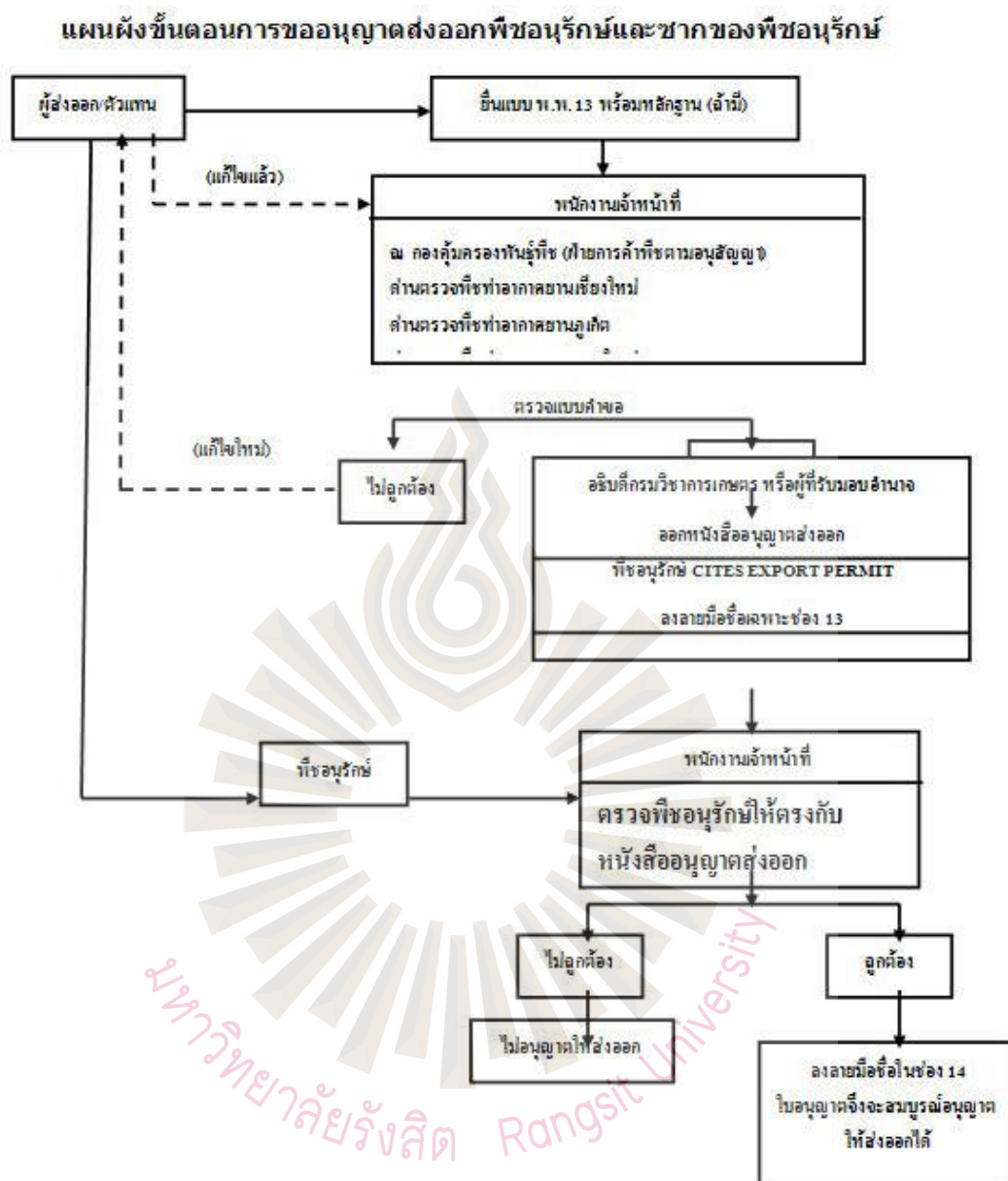
การขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงกล้วยไม้พันธุ์แท้เพื่อการค้า

ผู้ใดประสงค์จะทำการขยายพันธุ์เทียม (Artificially Propagated) กล้วยไม้พันธุ์แท้ (Species) ทุกชนิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้ากฎหมายฉบับนี้บัญญัติให้ต้องขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงเพื่อการค้ากับกรมวิชาการเกษตร สำระสำคัญการขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงพืชอนุรักษ์เพื่อการค้าคือ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

- 1) ต้องแจ้งแหล่งที่มาของพ่อ-แม่พันธุ์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- 2) ต้องคงจำนวนของพ่อ-แม่พันธุ์ตลอดอายุใบสำคัญการขึ้นทะเบียนฯ ซึ่งมีอายุ 5 ปีและมีการต่ออายุใบสำคัญฯ
- 3) ต้องแจ้งวิธีการขยายพันธุ์เทียมให้ชัดเจน ได้แก่ เพาะเมล็ดหรือแบ่งกอ/แยกหน่อ หรือ ปั้นตา/ เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เป็นต้น
- 4) ต้องจัดทำรายงานปริมาณของต้นกล้วยไม้ที่มีการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ สิ้นปีปฏิทิน
- 5) ห้ามนำกล้วยไม้ป่า (ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย) มาปะปนในสถานที่เพาะเลี้ยงที่ขึ้นทะเบียนไว้
- 6) ต้องจัดระเบียบสถานที่เพาะเลี้ยงให้เป็นระเบียบ/เป็นสัดส่วน พร้อมทั้งจะได้รับการตรวจสอบจากพนักงานเจ้าหน้าที่

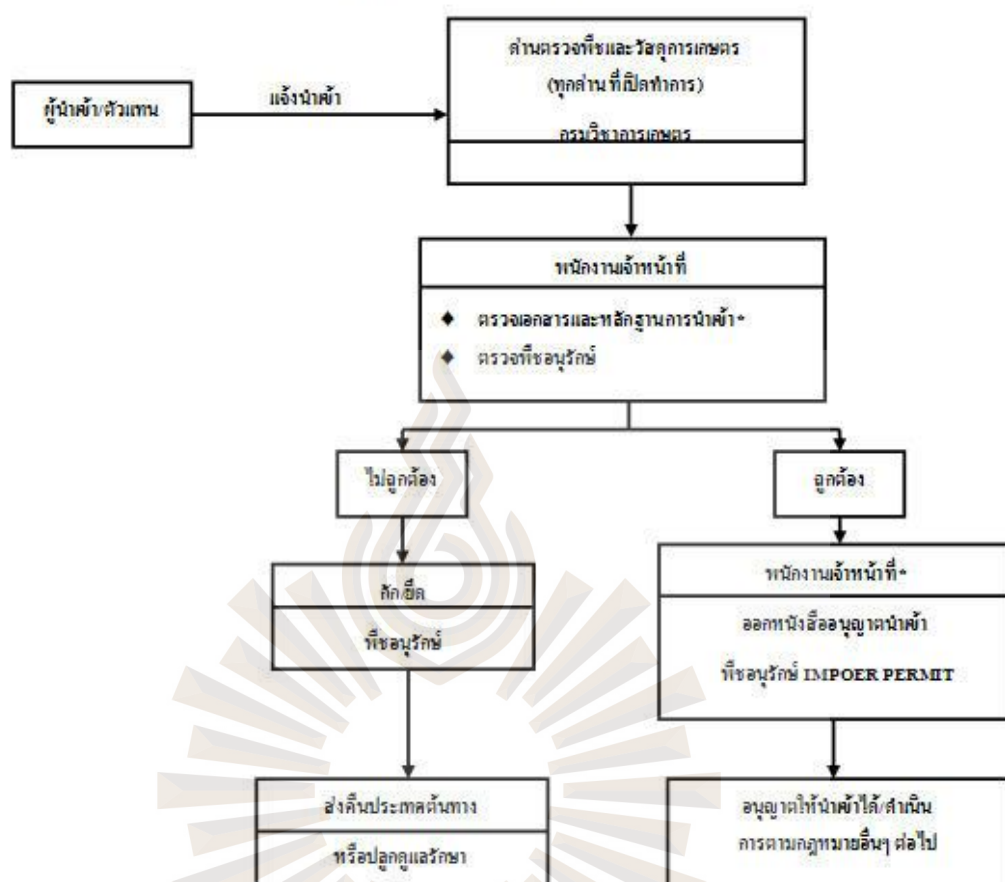
สำหรับการขยายพันธุ์เทียมตามกฎหมายจะต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์และข้อกำหนดตามประกาศกรมวิชาการเกษตร ดังต่อไปนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

- 1) ต้องคงปริมาณของพ่อ-แม่พันธุ์ตลอดอายุการขึ้นทะเบียนใบสำคัญฯ
- 2) ต้องจัดการและควบคุมสภาพแวดล้อมเพื่อการผลิตพันธุ์เช่น การให้น้ำ ให้ปุ๋ยการพรางแสง เป็นต้น กล้วยไม้ป่าทุกชนิดปัจจุบันจะไม่อนุญาตให้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร ยกเว้นได้มาโดยถูกต้องตามกฎหมายป่าไม้นั้น ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อสอบถามได้ที่ฝ่ายการค้าพืชตามอนุสัญญาคุ้มครองพันธุ์พืชกรมวิชาการเกษตร



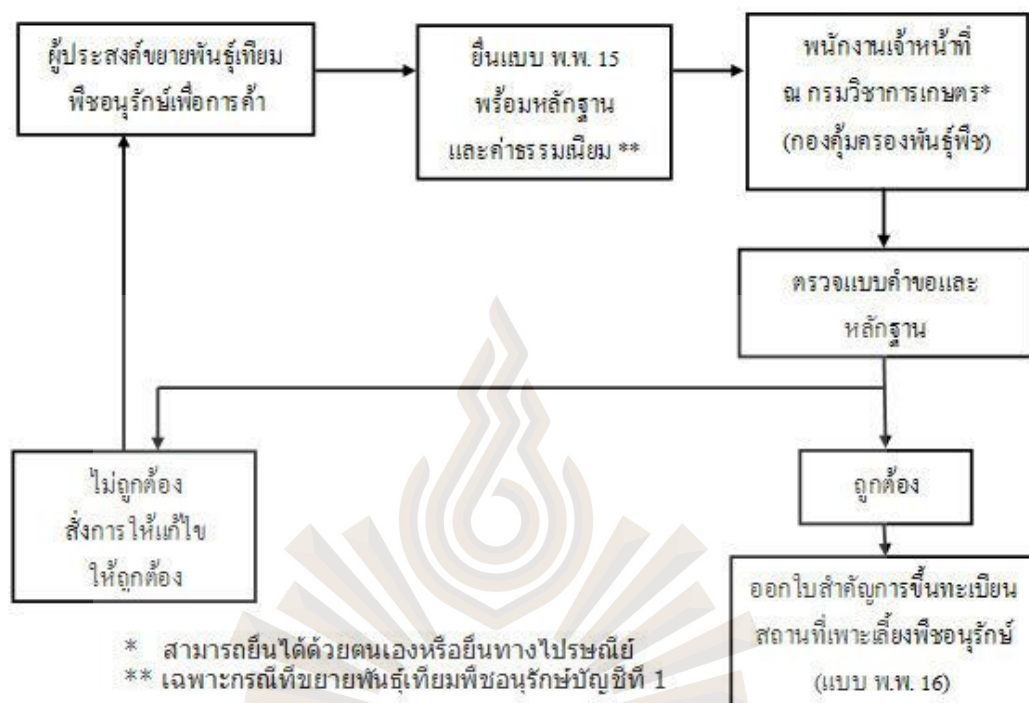
รูปที่ 2.1 แผนผังขั้นตอนการขออนุญาตส่งออกพืชอนุรักษ์และซากของพืชอนุรักษ์
ที่มา : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักคุ้มครองพันธุ์พืช, 2562

แผนผังขั้นตอนการขออนุญาตนำเข้าพืชอนุรักษ์และซากของพืชอนุรักษ์



รูปที่ 2.2 แผนผังขั้นตอนการขออนุญาตนำเข้าพืชอนุรักษ์และซากของพืชอนุรักษ์
ที่มา : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักคุ้มครองพันธุ์พืช, 2562

แผนผังขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงพืชอนุรักษ์เพื่อการค้า

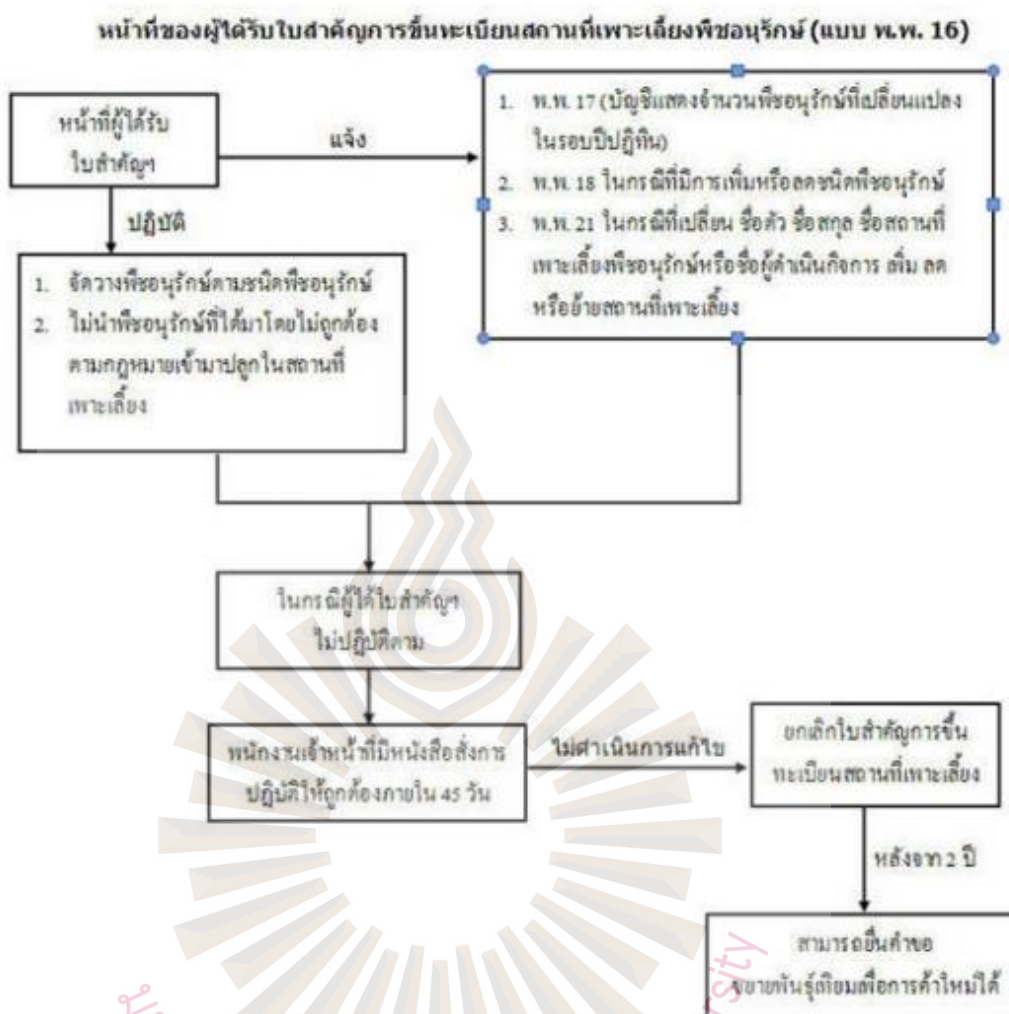


รูปที่ 2.3 แผนผังขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงพืชอนุรักษ์เพื่อการค้า

ที่มา : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักคุ้มครองพันธุ์พืช, 2562

* ตรวจสอบแบบคำขออนุญาตนำเข้าพืชอนุรักษ์ (แบบ พ.พ. 13) และหลักฐานการนำเข้า เช่น CITES Export Permit, Phytosanitary Certificate, Certificate of Origin จากประเทศต้นทาง

หมายเหตุในกรณีขออนุญาตนำเข้าพืชอนุรักษ์และซากของพืชอนุรักษ์ล่วงหน้า ให้ยื่นแบบคำขอ ณ กอง คุ้มครองพันธุ์พืช กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เท่านั้น



รูปที่ 2.4 หน้าที่ของผู้ได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนสถานที่เพาะเลี้ยงพืชอนุรักษ์

ที่มา : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักคุ้มครองพันธุ์พืช, 2562

กฎหมายว่าด้วยการกักกันพืช (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555)

พืชในวงศ์กล้วยไม้จัดเป็น “สิ่งกักต” ตามพระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 ผู้ใดประสงค์จะนำเข้า สิ้นค้าประเภทกล้วยไม้พันธุ์แท้และรวมถึงกล้วยไม้ลูกผสม ด้วย เช่น ไม้ขวด ต้น ตากิ่ง หน่อไม้ตัดดอกหรือฝัก เป็นต้น จะต้องมีหนังสือรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) ฉบับจริงจากประเทศต้นทางกำกับมาด้วยและจะต้องแจ้งการนำเข้าทุกครั้ง ณด่านตรวจพืชและวัสดุการเกษตรของกรมวิชาการเกษตร ทางพนักงานเจ้าหน้าที่กักกันพืชหรือนายตรวจพืชจะทำการกัก

และตรวจสอบศัตรูพืชเบื้องต้น เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าเหล่านั้นปลอดจากโรคและศัตรูพืชทางด้าน กักกันพืช (Quarantine Pest) เสียก่อน จึงจะอนุญาตให้นำเข้าได้ในกรณีที่น่าเข้ากล้วยไม้เพื่อใช้ทำ พันธุ์ปลูกสินค้ากล้วยไม้ไม่ต้องถูกกักและตรวจสอบในขั้นละเอียด ณ สถานกักพืชก่อนประมาณ 7-15 วัน ถ้าหากไม่พบอาการ โรคและศัตรูพืชใด ๆ ทางพนักงานเจ้าหน้าที่กักพืชจึงจะอนุญาตให้นำเข้ามา ในราชอาณาจักรได้

ในการส่งออกพืชในวงศ์กล้วยไม้ไปยังต่างประเทศไม่ว่าจะส่งออกในรูปแบบใด ๆ ได้แก่ต้น (Plant) หรือ ไม้ตัดดอก (Cut Flower) ปัจจุบันนอกจากจะมีกฎหมายควบคุมการนำเข้า ส่งออกแล้ว ยังมีกฎหมายและ กฎระเบียบว่าด้วยการกักกันพืช (Plant Quarantine Regulation) และมาตรฐาน สินค้าเกษตรเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยการส่งออกสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ประเทศปลายทางจะกำหนดให้ มีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) กำกับสินค้าไปด้วย บางประเทศจะเข้มงวดใน การนำเข้าซึ่งบางครั้งจะต้องมีการตรวจรับรองพิเศษโดยระบุข้อความในใบรับรองปลอดศัตรูพืช ผู้ ส่งออกจึงควรติดต่อสอบถามไปยังประเทศที่ต้องการจะนำเข้าก่อนเป็นการล่วงหน้าเพื่อทราบ เงื่อนไขต่าง ๆ ในการขออนุญาตนำเข้า (Import Permit) ถ้าหากต้องการรายละเอียดหรือสอบถาม ข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่กลุ่มบริการส่งออกสินค้าเกษตร สำนักควบคุมพืชและ วัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร บริเวณเกษตรกลางบางเขน กรุงเทพมหานคร หรือด่านตรวจพืช และวัสดุการเกษตรกรมวิชาการเกษตรได้ทุกด่านที่เปิดทำการ

สำหรับการส่งออกสินค้าดอกกล้วยไม้ไปยังสหภาพยุโรป ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่93) พ.ศ. 2542 (กรมการค้าต่างประเทศ, 2562) ได้กำหนดให้ต้องมีใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) จากกรมวิชาการเกษตรไปแสดง ต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากร โดยผู้ที่ส่งออกดอกกล้วยไม้จะต้องยื่นขอจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกดอก กล้วยไม้ออกไปนอกราชอาณาจักรต่อกรมวิชาการเกษตร ตามประกาศกรมวิชาการเกษตร เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการจดทะเบียนเป็นผู้ส่งดอกกล้วยไม้ไปนอกราชอาณาจักร ลงวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2542 ในการส่งออกนั้น ผู้ส่งออกจะต้องมีบัตรประจำตัวมาแสดงและติดป้ายหรือ ฉลากหรือประทับข้อความโดยระบุข้อความต่อไปนี้เป็นภาษาอังกฤษให้ชัดเจนที่ภาชนะบรรจุดังนี้

- 1) ชื่อและหมายเลขทะเบียนผู้ส่งออก
- 2) ชื่อพืชและพันธุ์
- 3) ชั้นและจำนวนช่อหรือน้ำหนักของสินค้า
- 4) ประเทศผู้ผลิต

นอกจากนี้ผู้ส่งออกจะต้องรายงานการส่งออกสินค้าดังกล่าวให้กรมวิชาการเกษตรทราบ ทุกๆ 30 วันสำหรับการส่งออกเพื่อเป็นสินค้าตัวอย่าง หรือเพื่อใช้ส่วนตัว หรือการส่งออกโดยมิใช่เพื่อการค้า ซึ่งมีปริมาณไม่เกิน 5 กิโลกรัม สามารถส่งออกไปได้โดยไม่ต้องปฏิบัติตามมาตรการที่ กรมวิชาการเกษตร

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณิแพรวพรายกุล (2523) ได้ศึกษาถึงปัญหาการตลาดของกล้วยไม้ของไทยเพื่อการส่งออก พบว่าปัญหาภายในที่เกิดขึ้น เช่น ผู้ปลูกเลี้ยง ผู้ส่งออก สมาคม เป็นต้น ปัญหาต่างประเทศ เกี่ยวข้องกับด้านการตลาดเป็นสำคัญข้อเสนอแนะในการแก้ไข คือ ด้านผู้ปลูกเลี้ยงควรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ส่งออก ด้านผู้ส่งออกรวมกลุ่มกันเพื่อต่อรองกับผู้ส่งเข้าในต่างประเทศเรื่องราคาส่งออกเพื่อแก้ปัญหาการตัดราคา สมาคมกล้วยไม้และหน่วยงานราชการให้การสนับสนุนและส่งเสริมในทุกด้านเพื่อให้ กล้วยไม้ส่งออกดอกกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้น

ศักดิ์สิทธิ์ วัชรรัตน์ (2531) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญโดยใช้แบบจำลองเศรษฐมิติมาใช้ในการประมาณสมการอุปสงค์การส่งออกกล้วยไม้ใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา พบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกกล้วยไม้ไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ อิตาลี ญี่ปุ่น และอเมริกา ยืดหยุ่นน้อย นโยบายควรนำมาใช้คือ นโยบายด้านราคากับ นโยบายด้านการตลาด

ปรัชญา เหลืองวงศ์ไพศาล (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มนักศึกษาในประเทศญี่ปุ่นที่มีผลกระทบต่อการขายตลาดอุตสาหกรรมกล้วยไม้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคนิยม กล้วยไม้พันธุ์สวยงามมากที่สุดโดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสีพันธุ์ที่สวยงามเป็นอันดับแรกและนิยมซื้อตามตลาดร้านดอกไม้ช่วงที่มีความต้องการมากที่สุดคือ เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ดอกไม้ที่สามารถใช้ทดแทน ได้คือดอกกลีดิ ดอกคาร์เนชั่น เนื่องจากราคาถูกกว่า

พรชนก หงส์สง่า (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวโน้มมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นเพื่อศึกษาภาวะและสถานการณ์ทั่วไปของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและการวิเคราะห์แนวโน้มการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นในอนาคตโดย

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายไตรมาสระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2551 มาใช้ในการวิเคราะห์ย้อนกรมเวลาเพื่อพยากรณ์มูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น รายไตรมาสระหว่างปีพ.ศ.2552 - 2556 จากการศึกษาพบว่าการส่งออกกล้วยไม้ของไทยมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในญี่ปุ่นแต่ยังมีปัญหาในด้านการผลิตและการตลาดซึ่งต้องมีการร่วมมือแก้ไขกับ ภาครัฐและเอกชน ในส่วนของการวิเคราะห์แนวโน้มโดยวิธีอนุกรมเวลานั้นประเทศไทยมีแนวโน้มส่งออกกล้วยไม้ไปยังประเทศญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น โดยค่าความเคลื่อนไหวตาม ฤดูกาลไตรมาสที่ 4 มีค่าสูงที่สุด และไตรมาสที่ 2 มีค่าน้อยที่สุด งานวิจัยชิ้นนี้ยังได้เสนอแนะให้ปรับปรุงระบบขนส่งและพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ให้มีคุณภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย

วิรัชพัชร อุดมประเสริฐกุล (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพการตลาดดอกกล้วยไม้ไทยไปประเทศญี่ปุ่น จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยยังคงเป็นผู้นำการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยไปประเทศญี่ปุ่น โดยปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสของการตลาดดอกกล้วยไม้ไทยไปประเทศญี่ปุ่นคือ ปริมาณกล้วยไม้เข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น มีปริมาณมากปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคคือภาวะเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นอยู่ในช่วงชะลอตัวส่วนปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งคือความหลากหลายของกล้วยไม้ไทยและปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนคือ ราคาดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกยังคงมีราคาตกต่ำ

โดยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาดดอกกล้วยไม้ไทย ดังนี้คือ ขยายตลาดในเชิงรุกโดยใช้ความหลากหลายและมาตรฐานของดอกกล้วยไม้ไทย พร้อมทั้งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาข้อมูลและการจัดการธุรกิจกล้วยไม้ไทย ทำการวิจัยกล้วยไม้พันธุ์ใหม่ๆและพัฒนาคุณภาพของดอกกล้วยไม้เพื่อเพิ่มความนิยมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในดอกกล้วยไม้ไทยและผู้ส่งออกมากขึ้น รวมทั้งรักษาระดับมาตรฐานสินค้าและมุ่งพัฒนาเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งอื่น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อลดอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อและขยายตลาดไปประเทศใหม่ๆ โดยเข้าร่วมงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ดอกกล้วยไม้ไทยเพื่อให้เห็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

สุภาพร หนูชนะภัย และ บุญจิต วิฐาภิวฒนกุล (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดกล้วยไม้ส่งออกที่สำคัญ โดยวิเคราะห์จากประเด็นสำคัญที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นผู้ส่งออกกล้วยไม้จำนวนมากที่สุดในโลก ทำให้มีประเทศคู่แข่งจำนวนมากที่ต้องการเข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาดกล้วยไม้ของโลก ซึ่งส่งผลต่อประเทศไทย ต้องมีการพัฒนาการผลิต และการส่งออกกล้วยไม้ ให้มีศักยภาพมากกว่าคู่แข่ง ดังนั้น จึงได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของตลาด

กล้วยไม้ส่งออกที่สำคัญของไทย โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทย กับประเทศคู่แข่ง และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดกล้วยไม้ในตลาดนำเข้าที่สำคัญ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทฤษฎีความได้เปรียบที่ปรากฏและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ใช้ข้อมูลรายปีเฉลี่ยใน 2 ช่วงเวลา คือ ในช่วงปีเฉลี่ย พ.ศ. 2542 - 2548 เปรียบเทียบกับช่วงปีเฉลี่ย พ.ศ. 2549 - 2551 ประเทศที่ศึกษา คือ ญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา, อิตาลี, จีน และได้หวั่น ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยวิธีเปรียบเทียบ พบว่า ประเทศไทยได้เปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ในตลาด ญี่ปุ่น , สหรัฐอเมริกา, จีน และได้หวั่น ส่วนในตลาดอิตาลี พบว่าประเทศไทยเสียเปรียบในการส่งออกกล้วยไม้และผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก คือ ผลจากการแข่งขัน รองลงมาคือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกโลก, ผลกระทบร่วม และผลจากการกระจายตลาด



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) จากข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งต่างๆ อาทิ หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเหตุการณ์จริง รวมทั้งข้อมูลจากทางออนไลน์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาเป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินการวิจัยและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทยโดยใช้การสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ กรณีศึกษาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัย จาก ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทย 2 กลุ่ม คือผู้ประกอบธุรกิจส่งออกรายใหญ่ (มูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปี) และผู้ประกอบธุรกิจส่งออกรายย่อย (มูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปี) จำนวน 4 ราย โดยผู้ศึกษาต้องปกปิดชื่อผู้ประกอบการเพราะเป็นคำขอร้องจากผู้ให้สัมภาษณ์เพราะข้อมูลที่ให้อาจมีผลต่อการดำเนินงานและการแข่งขันทางธุรกิจ โดยใช้นามสมมติของผู้ประกอบธุรกิจส่งออกรายใหญ่ (มูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปี) เป็น ก1 และ ก2 และนามสมมติของผู้ประกอบธุรกิจส่งออกรายย่อย (มูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปี) เป็น ข1 และ ข2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Purposive Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนสำคัญต่อไปนี้

3.2.1 ผู้ทำการวิจัยเตรียมการในด้านความรู้เกี่ยวกับ ทฤษฎีและที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 ผู้ทำการวิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำราและการขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีการวิจัย อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็น ที่ต้องการจะศึกษาให้มากที่สุด

3.2.3 แนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ผู้ทำการวิจัยสร้างขึ้นเองโดยการศึกษาประเด็นคำถาม จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้มีครอบคลุมตาม ขอบเขตของการวิจัยอันเป็นสิ่งที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ มีการเรียงลำดับคำถาม เนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด โดยมีข้อคำถามที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ท่านคิดว่าปัจจัยแวดล้อมใดที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทยในปัจจุบัน
- 2) ท่านคิดว่ากฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐ ในหัวข้อใดที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทยในปัจจุบัน
- 3) ท่านคิดว่า กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐ ในหัวข้อใดที่ไม่ได้เป็นปัจจัย เกื้อหนุนต่อ การส่งออกกล้วยไม้ของไทยในปัจจุบัน
- 4) จากประสบการณ์ของท่านคิดว่าแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการ แข่งขันของผู้ส่งออกกล้วยไม้ของไทยในตลาดโลก
- 5) ท่านมีข้อเสนอแนะในการที่จะปรับปรุงแก้ไขกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐ เพื่อที่จะเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของผู้ส่งออกกล้วยไม้ของไทยในตลาดโลก

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัยแล้ว ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดวิธีการเข้าถึงข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือการเก็บรวบรวม ข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data) ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสารผู้ทำการวิจัย ได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูลและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น เอกสารทางวิชาการ นิตยสาร เอกสารการประชุม วารสาร หนังสือพิมพ์บทความต่างๆ ข้อมูลจากระบบออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

3.3.2.1 ผู้ทำการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) แบบตัวต่อตัวเพื่อเปิดเผยสิ่งจูงใจ ความเชื่อ ทศนคติของผู้ตอบ โดยเตรียมคำถาม กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการ กำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ก่อนเริ่มการทำการ สัมภาษณ์ ผู้ทำการวิจัยได้แสดงถึง วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ โดยขออนุญาตในการจดบันทึก และบันทึกเสียง ระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้ทำการวิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อนักกับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และมีการทดสอบคำถามและคำตอบเพื่อเป็น แนวทางในการถามคำถามต่อไป โดยจะใช้เวลาในการ สัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาทีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์การสัมภาษณ์แต่ละรายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัย หรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่าข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์

3.3.2.2 ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้ทำการวิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปลึ้น ๆ เฉพาะ ประเด็นที่สำคัญและเมื่อจบการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกข้อมูลอื่น ๆ ทันทิเช่น ลักษณะท่าทาง ลักษณะน้ำเสียง ตามความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึกหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ทำการวิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล ซึ่งการเขียนบันทึกสรุปลึ้น ๆ ดังกล่าวมีประโยชน์สำหรับผู้วิจัยในการมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหัวข้อสรุป

3.3.2.3 ข้อมูลจะถูกนำมาทำการบันทึกและถอดเทป เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูล ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และข้อมูลที่ได้มา ผู้ทำการวิจัยจะนำมาถอดเทปคำต่อคำ ประโยคต่อประโยคแล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีก ครั้งด้วยการ ฟังเทปบันทึกเสียงซ้ำ

3.3.3 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้นำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

3.3.3.1 ผู้สัมภาษณ์สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อให้เกิดความ ไว้วางใจในตัวผู้ทำการวิจัย ซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและเป็นจริงของข้อมูล

3.3.3.2 การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member Checking) โดยการนำข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จดบันทึกอย่างละเอียดและอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปผู้ให้สัมภาษณ์ ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่

3.3.3.3 ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3.3.3.4 ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัย ในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

3.3.3.5 การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้ทำการวิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit Trial) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้อาจไม่มีความลำเอียง หรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังขั้นตอนต่อไปนี้

3.4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปและการบันทึกภาคสนามมาอ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ

3.4.2 นำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้งโดยละเอียดทุกบรรทัด และจึงตีความพร้อมทำการตั้งข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้

3.4.3 นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกันโดยมีรหัส ข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยคแล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-Theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวคือการสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูลอธิบายว่ากระทำโดยอ่านทบทวนข้อมูลปฐมภูมิที่อยู่ในรูปข้อความทางภาษา (Textual Primary Data) ซึ่งเก็บรวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ ในภาคสนาม เสร็จแล้วจึงแบ่งแยก ข้อมูลดังกล่าว ออกเป็นส่วนย่อย (Breaking Down) ตามหน่วยความหมาย (Meaning Unit) หรือหน่วยวิเคราะห์ (Analysis Unit) ในระดับเบื้องต้น จากนั้นทำการกำหนดข้อความสั้น ๆ เพื่อใช้เป็นมโนทัศน์ หรือ หัวข้อสรุปแนวคิดที่สะท้อนความหมายสำคัญทั้งที่ปรากฏชัดแจ้งและแฝงอยู่ในข้อมูลส่วนย่อยนั้นแล้วจึงนำหัวข้อสรุปแนวคิดที่มีความหมายคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันมาจัดเป็นกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิด (Conceptual Categories) ต่าง ๆ กลายเป็นหน่วยความหมายของข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีระดับความเป็นนามธรรมมากขึ้น

3.4.4 ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไป
ควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความ
ชัดเจนของ ปรากฏการณ์



บทที่ 4

การส่งออกกล้วยไม้ของไทย

การศึกษา กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออกกล้วยไม้ของไทย ที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

4.1 ธุรกิจการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อส่งออก

กล้วยไม้ตัดดอกที่ผลิตในประเทศไทยนั้นพบว่าประมาณร้อยละ 40 จะถูกส่งไปขายยังต่างประเทศ ส่วนที่เหลือจะขายภายในประเทศ โดยกล้วยไม้ตัดดอกส่งออกส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้สกุลหวายที่มีสีขาว รูปทรงกิ่งฟอร์มกลม กลีบแคบ-กว้าง สีขาว-ชมพูกิ่งฟอร์มกลม กลีบแคบ-กว้าง สีชมพูฟอร์มกลม สีม่วง-แดง สีน้ำเงิน ฟอร์มกลม กลีบแคบ-กว้างสีชมพูฟอร์มกลม กิ่งฟอร์มกลีบกว้าง สีชมพูฟอร์มกลม สีม่วง-แดง สีน้ำเงิน ฟอร์มกลม สีเหลืองกิ่งฟอร์มกลม กลีบแคบ แต่ละสีแต่ละฟอร์มมีมากมายหลายพันธุ์ด้วยกันประมาณร้อยละ 90 นอกนั้นเป็นสกุลอื่น ทั้งนี้กล้วยไม้เป็นพืชที่ออกดอกตลอดปีการซื้อขายมีตลอดทั้งปี ดังนั้นตลาดที่มีการจำหน่ายกล้วยไม้ตัดดอกจึงมีทั้งตลาดขายส่งและตลาดขายปลีก (กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์บริการข้อมูลสารสนเทศ, 2562)

4.1.1 ตลาดขายส่ง เป็นตลาดที่มีความสำคัญจะอยู่ที่ปากคลองตลาด เรียกได้ว่าเป็นตลาดกลางขายดอกไม้จากแหล่งผลิตในแถบชานเมืองผู้ขายส่งจะทำการรับซื้อกล้วยไม้ตัดดอกจากชาวสวน ซึ่งส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 จะรับซื้อกล้วยไม้ตัดดอกที่อยู่ในตลาด โดยผู้จำหน่ายจะนำไปส่งให้ทุกเช้า ส่วนร้อยละ 30 จะส่งออกไปรับซื้อจากชาวสวนหรือพ่อค้าในท้องถิ่นเอง

4.1.1.1 ลักษณะของตลาดรับซื้อกล้วยไม้จะเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ เนื่องจากว่าครึ่งหนึ่งของผู้ขายส่งในตลาดกลางจะมีข้อผูกพันกับชาวสวน ในเรื่องของการให้ความช่วยเหลือในการกู้ยืมเงิน ให้อุปหรือ ปัจจัยอื่นผู้ขายส่งเหล่านี้จะเป็นผู้ขายส่งรายใหญ่และส่วนผู้ขายส่งรายเล็กจะแข่งขันในการซื้อกล้วยไม้ตัดดอกในด้านราคาและปริมาณรับซื้อ

4.1.1.2 การกำหนดราคาซื้อขายของผู้ขายส่งกล้วยไม้ตัดดอกดอกนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้ จะขึ้นอยู่กับปริมาณอุปสงค์ ปริมาณอุปทานและจะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปริมาณ คุณภาพ ของกล้วยไม้ที่ออกสู่ท้องตลาดและกำไรที่ควรจะได้รับ โดยช่วงเวลาที่ยอดกล้วยไม้ตัดดอกจะมีราคาแพงคือช่วงฤดูแล้งจะมีกล้วยไม้ตัดดอกออกสู่ตลาดในปริมาณที่น้อย และจะมีราคาถูกในฤดูฝนและฤดูหนาว

4.1.1.3 การจำหน่ายก็จะมีการขายให้แก่ผู้ค้าปลีกโดยประมาณร้อยละ 60 ซึ่งจะเป็นผู้ค้าปลีกที่ขายในกรุงเทพฯ และร้อยละ 40 จะส่งขายยังต่างจังหวัดซึ่งถ้าส่งในแถบจังหวัดใกล้เคียงก็จะขนส่งทางรถยนต์แต่ถ้าส่งไปทางแถบภาคใต้จะส่งทางรถไฟก็จะต้องมีเรื่องของค่าขนส่งและการบรรจุหีบห่อด้วยโดยช่วงเวลาที่จำหน่ายกล้วยไม้ตัดดอกไม่ได้มากก็คือช่วงของเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ต่าง ๆ มาก

4.1.1.4 ลักษณะของกล้วยไม้ตัดดอกที่ตลาดมีความต้องการคือจะต้องมีลักษณะที่สวยงามลักษณะช่อดอกดี ฟอร์มดี และมีความบานทน

4.1.2 ตลาดขายปลีก ผู้ค้าปลีกกล้วยไม้ตัดดอก คือผู้ขายปลีกจำหน่ายดอกไม้ทั่วไป ผู้ขายปลีกใน ตลาดสด ผู้ขายปลีกตามแผงลอย ผู้รับจัดดอกไม้ในวัดและโรงแรม

4.1.2.1. การรับซื้อนั้นจะมีทั้งไปรับเองหรือมีพ่อค่านำมาส่งให้ถึงร้าน ซึ่งในการกำหนดราคานั้นผู้ค้าปลีก จะมีลักษณะเป็นผู้ถูกกำหนดราคา (Price Taker) จากผู้ขายส่งกล้วยไม้ให้ ส่วนในเรื่องของการจำหน่ายนั้นก็จะขึ้นอยู่กับความต้องการกล้วยไม้เช่น เทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ หรือเทศกาลท่องเที่ยวก็จะมีผลกับโรงแรมต่าง ๆ และลักษณะทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกด้วย

4.1.2.2. ลักษณะของกล้วยไม้ตัดดอกที่ตลาดค้าปลีกต้องการจะไม่แตกต่างจากตลาดขายส่งคือสวยงาม บานทน ช่อดอกดีฟอร์มดอกดีสวย นอกจากนั้นจะดูเรื่องความเหมาะสมในการใช้งานอธิบายในหัวข้อที่กล่าวถึง

4.2 ภาพรวมตลาดส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก

ตลาดกล้วยไม้โลกมีมูลค่าประมาณ 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้เขตร้อน โดยมีตลาดรับซื้อกว่า 69 ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม จีน และ อิตาลีคิดเป็นร้อยละ 64.38 ของการส่งออกรวม -ไทยเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้อันดับ 1 ของ

โลก และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ถึง 79 ประเทศ สำหรับผู้นำเข้ารายใหญ่คือประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลีและฮ่องกง ซึ่งหากพิจารณาสัดส่วนการส่งออกแบ่งตามทวีปสามารถแบ่งออกเป็น 3 โซนคือ ยุโรป อเมริกาและเอเชีย โดยหากพิจารณาจากปริมาณและมูลค่าการส่งออกแล้วพบว่าประเทศญี่ปุ่น เป็นผู้นำเข้ารายใหญ่คิดเป็นประมาณร้อยละ 25 และร้อยละ 36 ของปริมาณและมูลค่าการส่งออกทั้งหมดตามลำดับ (กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์บริการข้อมูลสารสนเทศ, 2562)

4.2.1 ตลาดยุโรป

เป็นตลาดส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกที่สำคัญ โดยประเทศที่มีการนำเข้าจากประเทศไทย ได้แก่ ประเทศออสเตรีย เบลเยียม เดนมาร์ก อังกฤษ ฟินแลนด์ฝรั่งเศส เยอรมันนี กรีซ ไอร์แลนด์ อิตาลี เนเธอร์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก โปรตุเกส สเปน และสวีเดน โดยการนำเข้าจากประเทศไทยมีปริมาณน้อยลงแต่มูลค่าเพิ่มขึ้นเพราะการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว

ความต้องการของกล้วยไม้ตัดดอกของตลาดยุโรปจะเป็นช่วงฤดูหนาว ซึ่งจะเป็นช่วงที่ดอกไม้ของท้องถิ่นจะผลิติดอกได้ในปริมาณที่น้อยแม้จะมีการผลิตในเรือนกระจกแต่ก็ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง และเป็นช่วงที่มีเทศกาลรื่นเริง เช่น วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่จึงนำเข้าจากประเทศอื่นมาก ส่วนช่วงฤดูร้อนความต้องการจะมีน้อยและปริมาณดอกไม้ภายในประเทศก็เพียงพอต่อความต้องการ ส่วนกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีเป็นการทั่วไป (GSP) โดยจำแนกรายประเทศได้ดังต่อไปนี้

4.2.1.1 อิตาลี เป็นตลาดที่มีความสำคัญมากเนื่องจากในประเทศอิตาลีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้จะมีน้อย ดังนั้นกล้วยไม้ที่มีการขายอยู่ในประเทศนั้นจะเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถ้าเป็นกล้วยไม้ตัดดอกก็จะมีผู้นำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด โดยเฉพาะกล้วยไม้สกุลหวายมีคู่ทางการส่งออกที่แจ่มใสแต่ผู้ส่งออกต้องระมัดระวังปัญหาเกี่ยวกับผู้สั่งซื้อที่บิดพลิ้วเรื่องการชำระเงิน ผู้ส่งออกประสบปัญหานี้ส่วนใหญ่จะดำเนินการติดต่อกันทางโทรศัพท์ โทรสารหรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แนวทางในการดำเนินธุรกิจไม่ให้เสียเปรียบก่อนที่จะส่งกล้วยไม้ให้กับผู้สั่งซื้อนั้นผู้ส่งออกควรที่จะต้องทำความรู้จักกับผู้สั่งซื้อกล้วยไม้ให้แน่ชัด โดยการตรวจสอบใบอนุญาตประกอบอาชีพ ซึ่งสามารถสืบค้นได้ทางอินเทอร์เน็ต แต่จะต้องเป็นสมาชิกสภาหอการค้าที่รวบรวมข้อมูลและให้ข้อมูลแก่สมาชิกและเกี่ยวกับการตัดปัญหาถูกบิดพลิ้วเรื่องการชำระเงินนั้น ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบใบสั่งสินค้าให้ถูกต้องตามกฎหมาย มีการทำสัญญาให้ผู้

ส่งซื้อสินค้าการออกข้อความและขอ Bank Guarantee จากผู้ส่งซื้อกล้วยไม้โดยมีหนังสือยืนยันจากธนาคารที่ออกให้ด้วย ซึ่งหากมีการบิดพลิ้วก็สามารถดำเนินการเพื่อให้ได้เงินคืน

4.2.1.2 เยอรมนี จะมีปริมาณการนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกไม้มากนัก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการในการบริโภคจากเดิมที่เคยมีการนำเข้าในปริมาณที่มากเพื่อใช้เป็นของขวัญเพราะเป็นดอกไม้ที่มีราคาแพงแต่เมื่อมีปริมาณมากขึ้นจึงลดความนิยมลงราคาจึงตกต่ำลงไปด้วย ดังนั้นถ้าจะตีตลาดควรจะมีการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ขึ้นมาเพื่อดึงดูดความต้องการ โดยชาวเยอรมันจะนิยมดอกไม้ที่มีสีสด เช่น สีแดง สี เหลืองสีขาว

4.2.1.3 เนเธอร์แลนด์ เป็นตลาดไม้ดอกไม้ประดับที่มีความสำคัญเพราะเป็นทั้งประเทศที่ทำการผลิตและการส่งออกไปยังต่างประเทศมาก ทั้งทางแถบยุโรปและอเมริกาและนอกจากนั้นยังเป็นผู้นำเข้าซึ่งส่วนใหญ่ จะเป็นการนำเข้าในช่วงฤดูหนาว เนื่องจากปริมาณผลผลิตในประเทศลดลงจึงต้องนำเข้าเพื่อส่งต่อไปให้แก่ลูกค้าของตนด้วย สำหรับการซื้อขายไม้ตัดดอกไม้ของเนเธอร์แลนด์นั้นส่วนใหญ่จะมีการซื้อขายผ่านตลาดประมูลก่อนที่จะมีการส่งขายไปยังตลาดต่าง ๆ ตลาดที่มีความสำคัญคือตลาด Aaismeer, V.B.A ซึ่ง ไม้ตัดดอกไม้ที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อนำมาประมูลในตลาดจะถูกส่งตรงมาจากพ่อค้าในต่างประเทศหรือจะมีการส่งผ่านผู้นำเข้าในเนเธอร์แลนด์

เนื่องจากกล้วยไม้ไทยที่ส่งออกไปตลาดสหภาพยุโรปมักจะประสบผลเสียหายและถูกเผาทำลายตลอดมา ดังนั้นตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2541 คณะกรรมการยุโรปจึงได้ประกาศให้กล้วยไม้จากประเทศไทยเข้าในสหภาพยุโรปได้ต่อเมื่อทำการตรวจสอบว่าสินค้าผลิตจากแหล่งปลอดเพลี้ยไฟ โดยเจ้าหน้าที่ของประเทศไทยต้องตรวจแหล่งเพาะปลูกอย่างน้อยเดือนละครั้ง หรือสินค้าแต่ละเที่ยวต้องผ่านการรมสารเคมี เพื่อเป็นหลักประกันว่าปลอดศัตรูพืช และใบรับรองกำกับต้องระบุว่าได้ใช้วิธีการตรวจสอบแล้วด้วย

4.2.2 ตลาดอเมริกา

เป็นตลาดไม้ตัดดอกไม้ที่สำคัญ ซึ่งโดยปกติแล้วทางอเมริกาจะมีการสั่งซื้อกล้วยไม้ตัดดอกไม้จากประเทศเนเธอร์แลนด์ และเยอรมนีเนื่องจากระยะทางใกล้ทำให้สามารถได้ราคาและค่าขนส่งที่ถูกกว่า แม้กล้วยไม้ตัดดอกไม้จากประเทศไทยจะมีราคาที่ถูกลงแต่คุณภาพของกล้วยไม้ตัดดอกไม้จากสาววยจะดีกว่าคือ ดอกจะบานนานกว่าและจะมีดอกบานต่อช่อที่มากกว่าของประเทศไทย ดังนั้นช่วงความต้องการกล้วยไม้ตัดดอกไม้ของประเทศไทยจะเป็นช่วงเวลาที่กล้วยไม้ตัดดอกไม้จากสาววยจะดีกว่าคือดอกจะบานนานกว่าและจะมีดอกบานต่อช่อที่มากกว่าของประเทศไทย ดังนั้นช่วงความ

ต้องการกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยจะเป็นช่วงเวลาที่ยังกล้วยไม้ตัดดอกจากฮาวายไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดอเมริกาได้อย่างพอเพียง สำหรับชาวอเมริกันแล้วจะมีความนิยมกล้วยไม้ตัดดอกที่มีลักษณะช่อบานยาวการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยไปประเทศอเมริกานั้นจะได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) ไม่ต้องเสียภาษีขาเข้ายกเว้นกล้วยไม้ตัดดอกที่ส่งผ่านประเทศอื่น ซึ่งกล้วยไม้ตัดดอกจะมีการส่งนำเข้าไปเพื่อตรวจสอบคุณภาพโรคพืชและโรคเชื้อราต่าง ๆ ซึ่งถ้าตรวจพบก็จะถูกส่งไปรมควัน ก็จะมีผลต่ออายุการใช้งานของกล้วยไม้จะลดลง สำหรับพันธุ์ที่นิยมได้แก่ มาดามปอมปาดัวร์ ซีซาร์และแมลงปอ (ภาสนันท์ โชคมณีนุช, 2561)

การส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกไปยังอเมริกามีการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมในการบริโภคที่เปลี่ยนไปในด้านของการรับปริญญา งานเลี้ยงฉลองในงานเทศกาลต่าง ๆ ประกอบกับด้านท่องเที่ยวโดยเฉพาะทางฮาวายที่มีการนำเข้ากล้วยไม้จากประเทศไทยมากขึ้นซึ่งจะมีการส่งออกไปในรูปแบบพวงมาลัย จึงถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีความสำคัญที่เราควรที่จะพัฒนาศักยภาพในการส่งออกมากขึ้น

4.2.3 ตลาดเอเชีย

ตลาดเอเชียได้แก่ประเทศญี่ปุ่น ฮองกง ไต้หวันเกาหลีโดยลูกค้ารายใหญ่ที่มีการนำเข้ามาในปริมาณที่มากที่สุดคือประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีสัดส่วนการนำเข้าประมาณร้อยละ 35 ของมูลค่าการส่งออก โดยเฉพาะ ในช่วงฤดูหนาวซึ่งเป็นช่วงดอกไม้ของท้องถิ่นจะมีปริมาณน้อยและเป็นช่วงเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ โดยกล้วยไม้ที่ส่งไปร้อยละ 80 จะส่งผ่านตลาดประมูล(Auction Market) ส่วนที่เหลือร้อยละ 20 จะมีการขายให้แก่ผู้สั่งซื้อ โดยตรง (Direct Sales) ชนิดของกล้วยไม้ที่มีความนิยมได้แก่หวายออนซิเดียม ม็อคคาร่า โดยชาวญี่ปุ่นจะนิยมกล้วยไม้ตัดดอกที่มีหลอดสีในดอกเดียวกันและสีอ่อน เช่น สีขาว สีชมพูอ่อน เพื่อใช้ตกแต่งในพิธีแต่งงาน โดยเฉพาะการนำเข้ากล้วยไม้สกุลหวายของประเทศไทย อย่างไรก็ตามที่ผ่านมารปริมาณการนำเข้าของญี่ปุ่นลดลงในปี 2547 เนื่องจากไม่มีพันธุ์ใหม่ออกสู่ตลาดประกอบกับอาจมีสาเหตุจากปัจจัยภายนอกประกอบเพิ่มเติมอีกด้วย (พิมพ์ภัทรา สิทธิพนธ์ธนา และ นพวรรณ พจน์พิศุทธิพงศ์, 2555)

ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกไม้ไปยังประเทศญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 50 นอกจากนั้นนำเข้ากล้วยไม้จากประเทศนิวซีแลนด์ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไต้หวัน และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งในอดีตกล้วยไม้ไทยพันธุ์คัทเลียสีขาว สีชมพูม่วง เป็นที่นิยมมีราคาแพง ซึ่ง

นำเข้าเกือบทั้งหมดจากประเทศไทยโดยชาวญี่ปุ่นมาลงทุนไว้ตอนเข้าตลาดใหม่ ๆ ความนิยมสูงแต่ช่วงหลังกลับนำเข้าจากประเทศไทยลดลง เนื่องจากชาวญี่ปุ่นส่วนหนึ่งเข้าไปลงทุนผลิตในประเทศสิงคโปร์มาเลเซียและไต้หวันโดยเฉพาะประเทศสิงคโปร์ที่มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงส่งผลให้กล้วยไม้มีคุณภาพดีเป็นที่น่าเชื่อถือแล้วส่งไปขายในตลาดประเทศญี่ปุ่นมีปริมาณมากราคาจึงถูกลงกอบปรักกับกล้วยไม้ไทยมีคุณภาพด้วยลงกลับทำให้ราคาลดลงอีก อนึ่งประเทศญี่ปุ่นไม่ค่อยเข้มงวดเพลิงไฟเหมือนกับสหภาพยุโรป ถ้าตรวจพบจะผ่อนผันอนุโลมรมสารเคมีแล้วนำไปจำหน่ายได้

ขณะนี้ชาวญี่ปุ่นหันไปนิยมกล้วยไม้ชนิดหนึ่งที่มีราคาแพง ชื่อ ฟาแลนนอฟซิส หรือ ปาปิยองค์สีขาว สีม่วงอมชมพูในขณะนี้กล้วยไม้มาคามของเรามีราคาถูกวางขายมากตามร้านขายดอกไม้ทั่วไปตลอดปี

ประเทศญี่ปุ่นนำเข้าดอกไม้มากเป็นพิเศษในช่วงฤดูหนาวเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ประมาณร้อยละ 10 ของความต้องการทั้งประเทศ เพราะขาดแคลนดอกไม้สดที่ผลิตได้ในช่วงนี้ขณะนี้ชาวญี่ปุ่นนิยมดอกไม้ประเภทดอกเบญจมาศกุหลาบ คาร์เนชั่น เยอบีร่าลิลลี่แพร์ เจนเทียน หลากรูปแบบสีสดต่าง ๆ กันโดยนำเข้าคาร์เนชั่น จากประเทศโคลัมเบีย กุหลาบจากประเทศอินเดีย ลิลลี่ ทิวลิป โครคัส คัพโฟลิด ไฮยาซิน คาร์เนชั่นสีแปลกจากประเทศเนเธอร์แลนด์ไม้ใบจากเดนมาร์ก ในเยนเรีย มีราคาถูกจากประเทศจีน ไม้ดอก ในกระถางจากประเทศตะวันตกในประเทศญี่ปุ่นดอกไม้ใช้มากตามโรงแรม บริษัทขนาดใหญ่ ระดับห้องทำงาน เทศกาลงานรื่นเริงตกแต่งห้องพัก บริษัทมักใช้ดอกไม้ราคาแพงเป็นของขวัญในวันสำคัญต่าง ๆ ต่อกันชาวญี่ปุ่นตื่นตัวให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตและเริ่มเอนเอียงเข้าหาสิ่งที่ได้มาโดยตรงจากธรรมชาติ ถึงแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจถดถอยและเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน บุคคลทั่วไปจึงยอมเพิ่มรายจ่ายประจำวัน ชื่อไม้ดอกไม้ประดับ เพื่อสัมผัสธรรมชาติใช้เป็นของขวัญ ของกำนัล นำไปปักแจกัน ดังนั้นดอกไม้สดทั้งที่ขายเป็นกระถางและไม้ตัดดอกยังมีแนวโน้มสดใสอยู่พอสมควร (สำนักส่งเสริมสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2562)

ปัจจุบันบริษัทผู้นำเข้าของประเทศญี่ปุ่นได้นำเข้าดอกไม้ราคาถูกชนิดอื่นดังกล่าวจากแหล่งอื่น กอบปรักกับการพัฒนากล้วยไม้ของเรามุ่งผลิตส่งออกเป็นจำนวนมากส่งผลให้มีคุณภาพด้อยลง เมื่อต้องแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคาดอกไม้ของประเทศอื่น ส่งผลให้ปริมาณมูลค่าอัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งการตลาดลดลงโดยลำดับ ซึ่งอาจแก้ปัญหาได้โดยการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้

ให้มีสีแปลกตา โดยช่อดอกมีก้านยาว รูปร่างกลีบดอกช่อดอกนำไปจัดรวมกับดอกไม้อื่นทั่วไปได้อย่างกลมกลืน สีควรเป็นสีกลางอาทิ เช่น สีขาว สีชมพูม่วง นอกจากนี้ควรนำกล้วยไม้พันธุ์อื่นที่มีสีม่วงเข้ม สีเหลือง ส้มน้ำตาลแกมเหลือง สีเหลืองออกเขียว เป็นพันธุ์ใหม่เข้าสู่ตลาดและต้องยังคงคุณลักษณะว่าดอกกล้วยไม้ต้องสด แข็งแรงคุณภาพดี สม่่าเสมอผู้ส่งออกต้องรักษาสัญญาและการส่งมอบให้ตรงเวลาด้วย (ชนกร ชัยพงษ์รัตนนา, 2556)

4.3 การประเมินแนวโน้มตลาด โอกาสการตลาดและทิศทางการแข่งขัน

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเพิ่มขึ้นทุกปีโดยเฉพาะประเทศ สหรัฐอเมริกา ฮองกงและอิตาลีที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นตลอด ตั้งแต่พ.ศ. 2544 อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นและอิตาลีมีบางปี ที่มีปริมาณนำเข้าลดลง ความไม่แน่นอนนี้เกษตรกรและผู้ส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกควรตระหนักเพื่อป้องกันปัญหาในเบื้องต้น โดยอาจพยายามสร้างยอดขายในตลาดที่ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยหรือมองหาตลาดใหม่ ๆ และเพื่อแก้ปัญหาให้ดียิ่งขึ้น ภาครัฐควรช่วยเกษตรกรในการศึกษาข้อมูลความต้องการของแต่ละประเทศคู่ค้าเพื่อให้การตอบสนองตรงความต้องการมากขึ้น เนื่องจากการนำเข้าที่ลดลงส่วนหนึ่งมาจากกล้วยไม้ที่ส่งไปไม่มีความหลากหลายเป็นการปลูกและส่งออกตามกัน และควรรักษามาตรฐานกล้วยไม้ในการส่งออกเพื่อเสริมสร้างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Vale Added) นั่นคือควรเป็นการเพาะปลูกที่เน้นด้านคุณภาพมากกว่าด้านปริมาณเช่นที่ทำทุกวันนี้

สำหรับในด้านการแข่งขันส่งออกนั้นประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยคือประเทศสิงคโปร์ โดยเฉพาะกล้วยไม้สกุลหวาย (Dendrobium) เนื่องจากกล้วยไม้สกุลหวายจะสามารถขยายพันธุ์และเจริญเติบโตได้ดีในสภาพอากาศและสภาพภูมิประเทศทางแถบเอเชียจึงนิยมปลูกเลี้ยงเพื่อการค้า เพราะสามารถขยายพันธุ์ได้ง่ายโดยการตัดแยกลำ ใช้เวลาปลูกเลี้ยงไม่นานนักประมาณ 8 เดือนก็สามารถตัดดอกออกขายได้การลงทุนไม่สูงมากนัก และเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างไรก็ตามประเทศสิงคโปร์ จะมีความสามารถในการส่งออกน้อยกว่า เพราะยังมีข้อจำกัดของศักยภาพในการปลูกกล้วยไม้สกุลหวาย เนื่องจากการปลูกกล้วยไม้สกุลหวายจะต้องอาศัยพื้นที่ในการปลูกเลี้ยงค่อนข้างมาก ส่วนลักษณะภูมิประเทศของประเทศสิงคโปร์เป็นเกาะมีเนื้อที่น้อยในการปลูกเลี้ยงจึงสามารถผลิตกล้วยไม้ออกมาได้ในปริมาณที่น้อยกว่าประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามสิงคโปร์ก็สามารถผลิตโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีการลงทุนกับผู้นำเข้ากล้วยไม้รายใหญ่ของเอเชียคือประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นการผลิตเพื่อนำมาให้กับประเทศญี่ปุ่น

โดยเฉพาะ จึงทำให้สามารถผลิตกล้วยไม้ตัดดอกออกมาที่มีลักษณะสีคุณภาพ ได้ถูกต้องตรงกับความต้องการและมาตรฐานในการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น ค่าระวางในการส่งออกถูกกอบปรักับมีการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดด้วย ซึ่งทางประเทศญี่ปุ่นก็เคยเข้ามาร่วมลงทุน กับ ประเทศไทยเพื่อผลิตกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อป้อนตลาดแก่ตลาดญี่ปุ่น แต่พบว่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากผู้ผลิตของประเทศไทยไม่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับระบบใหม่ที่ทางญี่ปุ่นได้นำเสนอให้ก็เลยทำให้ประเทศญี่ปุ่นต้องหันมาหาประเทศอื่นที่มีศักยภาพแทนก็คือประเทศสิงคโปร์ (ชนกร ชัยพงษ์รัตนนา, 2556)

ส่วนประเทศอื่น ๆ ในเอเชียที่เริ่มจะมีการพัฒนาศักยภาพในการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกและกำลังจะเริ่มกลายมาเป็นคู่แข่งของประเทศไทยก็คือประเทศมาเลเซีย เวียดนาม อินเดีย ศรีลังกา โดยทางประเทศมาเลเซียก็ได้มีการพัฒนาขึ้นมาเนื่องจากมีภูมิประเทศใกล้เคียงกับ ประเทศไทยและมีเงินทุนจึงมีแนวโน้มที่จะมีการพัฒนาในการปลูกกล้วยไม้เพื่อการส่งออกได้มากขึ้น สำหรับประเทศเวียดนามนั้นยังขาดประสบการณ์และเทคโนโลยีการผลิตทำให้ไม่สามารถพัฒนาการผลิตได้มากนัก ส่วนประเทศศรีลังกาก็ได้มีการพัฒนาขึ้นมา เนื่องจากมีสภาพอากาศและพื้นที่ปลูกเลี้ยงเหมาะสม โดยมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่เคยใช้เพาะปลูกเป็นไร้ชามาปลูกไม้ดอกเพื่อการส่งออกด้วย ทั้งกล้วยไม้คาร์เนชั่น เพื่อส่งออกให้แก่ประเทศญี่ปุ่น ทางด้านประเทศอินเดียก็มีการพัฒนาในการปลูกให้ได้คุณภาพของดอกไม้ที่ดีทำให้ราคาดีโดยมีการใช้วัตถุดิบในการปลูกเลี้ยงและเทคโนโลยีจากประเทศเนเธอร์แลนด์ และส่งออกไปยังยังตลาดในแถบยุโรป โดยเฉพาะกุหลาบจะสามารถผลิตออกมาได้มาก ส่วนประเทศผู้นำในการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของโลกหรือเนเธอร์แลนด์นั้นก็มิใช่คู่แข่งทางการค้ากล้วยไม้กับประเทศไทย เนื่องจากสภาพภูมิอากาศไม่สามารถปลูกกล้วยไม้เมืองร้อนให้ได้ผลดีโดยถ้าเป็นการผลิตดอกกล้วยไม้แล้ว ประเทศเนเธอร์แลนด์จะมีการปลูกในสายพันธุ์ซิมบิเดียมชนิดดอกเล็กเป็นจำนวนมาก (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2562)

บทที่ 5

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทย 2 กลุ่ม คือผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกรายใหญ่ (มูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปี) และผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกรายย่อย (มูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปี) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ ดังปรากฏผลการวิจัยต่อไปนี้

5.1 ปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทย

5.1.1 ด้านผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้

ในปัจจุบันค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการปลูกกล้วยไม้ไม่ว่าจะเป็นวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกสร้างโรงเรือน ค่าปุ๋ย ค่ายาฆ่าแมลงและเชื้อราและค่าแรงงาน ต่างมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นลำดับส่งผลให้ต้นทุนในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วยจึงเป็นสาเหตุสำคัญให้ผู้เลี้ยงกล้วยไม้พยายามหาทางลดค่าใช้จ่ายในการปลูกกล้วยไม้ซึ่งการลดค่าใช้จ่ายของผู้เลี้ยงกล้วยไม้ ทำให้คุณภาพกล้วยไม้ด้อยลง

“วิธีที่นิยมปฏิบัติกันในขณะที่คือเปลี่ยนเครื่องปลูกจากเดิม ซึ่งปลูกด้วยถ่านมาเป็นกาบมะพร้าวแห้ง ทั้งนี้เนื่องจากกาบมะพร้าวสามารถซับความชื้นได้มากและมีระยะเวลายาวนานกว่าถ่าน ช่วยให้ผู้เลี้ยงกล้วยไม้จำเป็นต้องให้น้ำแก่กล้วยไม้บ่อย ๆ ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้มาก นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มผลผลิตต่อเนื้อที่เพาะปลูกจากเดิมที่ปลูกด้วยถ่านด้วยแต่ทางด้านคุณภาพนั้นกลับปรากฏว่าดอกกล้วยไม้ที่ได้จะดีน้อยกว่าการปลูกด้วยถ่าน” (ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

“ปัจจัยด้านแรงงานปัจจัยด้านแรงงานมีผลมากเรื่องแรงงานด้านการผลิตทำให้ต้นทุนเราสูงขึ้น เนื่องจากมีการปรับค่าแรง ปริมาณไม่สัมพันธ์กับยอดการสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น” (ผู้ประกอบการ ข1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

“แต่ทางด้านเรื่องเงินทุนไม่มีปัญหาเนื่องจากทางเราใช้เงินทุนส่วนตัวไม่ได้ใช้แหล่งเงินทุนของทาง ธนาคารของทางสถาบันการเงินและสถาบันการเงินไม่ค่อยให้ความสำคัญเกี่ยวกับทางด้าน การเกษตรมองว่าเป็นเรื่องของการไม่คงทนถาวรที่ผ่านมาส่วนใหญ่เกษตรกรช่วยเหลือตัวเอง มากกว่าซึ่งทำมา 30 ปีแล้วเนื่องจากสถาบันการเงินปัจจุบันไม่ค่อยปล่อยเรื่องของเงินทุนกับภาค เกษตรกร” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

“กรณีพวกปุ๋ยเรื่องไม่มีการปรับราคาแต่ว่าคุณภาพสินค้าจะลดลงไม่มีเทคนิคหลายอย่าง อาจะลด สารและลดคุณภาพของปุ๋ยแต่ราคาเท่าเดิม คุณภาพไม่ได้เท่าเดิมทำให้ผลผลิตกล้วยไม้ไม่ได้เท่าเดิม ดังนั้นทางเกษตรกรเองและภาครัฐต้องช่วยเหลือกันเพื่อให้ควบคุมได้อย่างชัดเจน” (ผู้ประกอบการ ข2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กุมภาพันธ์ 2562)

5.1.2 ด้านแรงงาน

นับเป็นปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องใช้แรงงานต่างด้าวมากขึ้น ซึ่งอาจไม่มีคุณภาพในการปลูกกล้วยไม้เท่ากับคนไทย

“เป็นที่ทราบกันดีกล้วยไม้เป็นภาคเกษตร แรงงานที่เป็นคนไทยไม่ประสงค์จะทำงานในสวน กล้วยไม้ เพราะแคร์ร่อน, เกี่ยวข้องกับ เคมีปราบศัตรูพืช และรายได้ไม่มาก ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้เกิดการจ้างแรงงานต่างด้าวมาตั้งแต่ประมาณปีพ.ศ. 2540 เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน ในปัจจุบันแรงงานที่ใช้ในสวนกล้วยไม้เป็นแรงงานจากคนพื้นที่ราบสูงเชิงชาย, พม่า, กัมพูชาและลาว เป็นต้น มีทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมายปะปนกัน” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

“สิ่งที่นายจ้างสวนกล้วยไม้มีปัญหามากที่สุด คือ การย้ายสถานที่ประกอบการ หรือ ย้ายนายจ้างใหม่ของลูกจ้าง” (ผู้ประกอบการ ข2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กุมภาพันธ์ 2562)

“แรงงานคนไทยเก่งแต่ไม่ยอมทำมีกิจกรรมเยอะ มีวันหยุดเยอะ แต่ถ้าแรงงานเปิดเสรีเข้ามาได้ สะดวกในการรับปัญหาแรงงาน และค่าแรงแพงและยาก ต้องขึ้นทะเบียนและเงื่อนไขแรงงานเอาเปรียบนายจ้างมากเกินไปในแรงงานต่างด้าว เมื่อก่อนมีคนงาน 200 คน ตอนนี้ลดลงเหลือประมาณ 70 คน เนื่องจากกติกาแรงงานเยอะขึ้นตอนต่าง ๆ เยอะมากขึ้น” (ผู้ประกอบการ ข1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

5.1.3 ด้านการตลาด

การตลาดของธุรกิจกล้วยไม้ มีหลายประการ อาทิ การตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก นับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สดอย่างมาก เนื่องจากเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออก รวมถึงการมีพันธุ์กล้วยไม้น้อยชนิดสำหรับการส่งออก ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลกทำให้แข่งขันกับต่างประเทศได้ยาก

“สาเหตุสำคัญของปัญหานี้มีอยู่ 2 ระดับคือระดับผู้ปลูกเลี้ยงกับระดับการส่งออกในระดับผู้ปลูกเลี้ยง เนื่องจากมาตรฐานของแต่ละบริษัทผู้ส่งออกแตกต่างกันและผู้เลี้ยงกล้วยไม้มีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นบริษัทผู้ส่งออกจึงอยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคารับซื้อกล้วยไม้ในประเทศ ส่วนในระดับการส่งออกโดยมากผู้นำเข้าจากต่างประเทศจะซื้อดอกกล้วยไม้สด โดยการประมูลราคาโดยจะซื้อจากผู้ส่งออกที่เสนอขายในราคาต่ำสุด ซึ่งทำให้ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยตัดราคาส่งออกกันเองเพื่อให้สามารถเสนอขายสินค้าของตนได้” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

“อาจกล่าวได้ว่าการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกทั้งหมด ทำให้ดอกกล้วยไม้ของไทยเป็นที่ยอมรับ ของต่างประเทศในระยะเวลาสั้นเท่านั้นเนื่องจากกล้วยไม้สกุลหวายมาตามปอมปาดัวร์ ออกดอก ไม่ตรงกับระยะเวลาความต้องการของตลาด กล่าวคือออกดอกน้อยในฤดูหนาว ซึ่งตลาดต่างประเทศใน ยุโรปมีความต้องการมาก และออกดอกมากในฤดูฝน ซึ่งตลาดต่างประเทศมีความต้องการน้อย” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

“เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์เมื่อหลายปีมาแล้วสิงคโปร์มีชนิดดอกกล้วยไม้มากกว่า ประเทศไทย ทั้งนี้พื้นที่เพาะปลูกและแรงงานน้อยกว่า ทำให้สิงคโปร์มีรายได้

เข้าประเทศจากการส่งออกกล้วยไม้ใกล้เคียงกับประเทศไทย” (ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

5.1.4 ด้านการขนส่ง

เนื่องจากการส่งออกดอกกล้วยไม้เพื่อรักษาความสดจึงจำเป็นต้องขนส่งทางเครื่องบิน ซึ่งมีปัจจัยที่เกิดขึ้นแยกพิจารณาได้ 2 อย่างคือ การขนส่งทางอากาศ และ พื้นที่ระหว่างสำหรับการขนส่ง รวมถึงการเก็บรักษา ซึ่งการขนส่งทางอากาศถือเป็นต้นเหตุที่สำคัญในการกำหนดราคาส่งออกดอกกล้วยไม้สดเนื่องจากมีต้นทุนการขนส่งที่สูงตามอัตราราคาน้ำมันโลก

“สำหรับดอกกล้วยไม้จะเป็นการประชุมร่วมกันหลายฝ่ายระหว่างกรมการบินพาณิชย์ ศูนย์บริการส่งออก สายการบินต่างๆ และผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้สด ซึ่งการประชุมนี้จะจัดขึ้นปีละครั้ง” (ผู้ประกอบการ ข1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

“ภายหลังจากวิกฤตการณ์น้ำมันค่าขนส่งทางอากาศเริ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สด กรมการบินพาณิชย์และสายการบินต่าง ๆ จึงได้พิจารณาลดค่าขนส่งร้อยละ 10 และในปี 2528 พิจารณาให้ความช่วยเหลือโดยลดปริมาณส่งออกขั้นต่ำลงเหลือ 45 กิโลกรัม สำหรับเมืองปลายทางที่ยังไม่มีพิกัดนี้กำหนดไว้ให้ผู้ส่งออกขายย่อยสามารถขยายตลาดได้และเพิ่มพิกัดน้ำหนักขึ้นสูง 500 กิโลกรัม สำหรับเมืองปลายทางที่มีการส่งออกดอกกล้วยไม้เป็นจำนวนมาก” (ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

“ที่ระหว่างโดยเฉพาะสายการบินไทย ราคาที่ระหว่างเมื่อเปรียบเทียบกับ สายการบินต่างชาติแพงกว่าประมาณ 30 – 40 % รัฐต้องมีนโยบายการส่งเสริมการส่งออกโดยใช้สายการบินไทยในราคาระวางที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรไทย” (ผู้ประกอบการ ข2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กุมภาพันธ์ 2562)

สำหรับระวางการขนส่งอากาศไม่เพียงพอ เนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลหันมาสนับสนุนสินค้าส่งออกทุกประเภท ทำให้เกิดการแย่งระหว่างการขนส่ง ทำให้ต้องมีระยะเวลาการขนส่ง ทำให้สินค้าส่งถึงล่าช้า

“ในปีที่ผ่านมาได้มีการสั่งซื้อดอกกล้วยไม้สดและการเตรียมของพร้อมที่จะส่งออกทั้งหมด ทั้ง ๆ ที่ดอกกล้วยไม้สดส่วนนี้เป็นส่วนที่ควรที่จะส่งออกได้แต่มีปัญหาในเรื่องระกวางการขนส่งไม่เพียงพอโดยเฉพาะในช่วงที่มีการส่งออกมาในเดือนกันยายน-กุมภาพันธ์ สายการบินต่าง ๆ มีพื้นที่สำหรับบรรทุกสินค้าจำกัดและไม่อาจสนองความต้องการส่งออกดอกกล้วยไม้สดได้ทั้งหมด โดยเฉพาะสายการบินที่ไปยุโรป มีปัญหาเรื่องระกวางบรรทุกไม่เพียงพอมากที่สุด” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

“การเตรียมการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกบางรายยังไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ทำให้ความคงทนของดอกกล้วยไม้ลดลง กอปรกับจะต้องขนส่งโดยทางเครื่องบินทำให้ต้นทุนค่าขนส่งอยู่ในเกณฑ์สูง ดังนั้นผู้ส่งออกบางรายจึงเพิ่มจำนวนช่อดอกกล้วยไม้ในกล่องให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผลทำให้ดอกกล้วยไม้อัดแน่นและซ้ำ ความคงทนของดอกกล้วยไม้เมื่อถึงมือผู้ซื้อในต่างประเทศลดลง” (ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

“ตอนนี้การส่งออกของเราค่อนข้างถดถอยนิดนึง เพราะปัญหาของเศรษฐกิจก็ดีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจโดยรวมของเราเองและภายนอกทำให้ตลาดของเราค่อนข้างซบเซาแต่บางตลาดก็โตขึ้นได้ ถ้าเป็นตลาดส่งออกต่างประเทศจะดูเรื่องกล้วยไม้แต่ตอนนี้ก็มีบางตัวที่ผู้บริโภครเปลี่ยนรสนิยมไปใช้ดอกไม้อื่นแทน อาจจะไม่ใช้กล้วยไม้ทั้งหมด และดอกไม้อื่นที่มีคู่แข่ง จะมีเป็นฮอนแลนด์กอฟฟิค ที่เพิ่งกลับมาจากเวียตนามนิยม Horses ทำให้กล้วยไม้หวายแวนดา ค่อนข้างจะลดลงไปและสาเหตุหนึ่งสินค้าส่งไปแล้วจะมีปัญหาในเรื่องความคงทนเนื่องจากอากาศเริ่มร้อนขึ้นไม่เหมือนสมัยก่อนพอเมืองร้อนส่งไปเมืองหนาวก็จะทำให้การใช้งานได้ลดลง และประกอบเรื่องของการเข้มงวดเรื่องการปรับแมลงศัตรูพืชเข้าไป ทำให้ทุกประเทศคู่ค้าเริ่มคิดและกีดกันการนำเข้าหรือการส่งออกของประเทศไทยทำให้เราเองต้องเข้มงวดและดูแลในเรื่องการไม่ปนเปื้อนแมลงศัตรูพืช ซึ่งตรงนี้ได้มีขั้นตอนกระบวนการที่ทำแต่ก็เป็นเหมือนเส้นยาแดง ถ้าเข้มงวดมากไปก็ทำให้ดอกไม้เราเสียหาย ทำให้คุณภาพมันคือยกลงไป สาเหตุที่ลดลง คือยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย กรณีที่ลดลงของกล้วยไม้จะเป็น โชนยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย ลดลงไปเยอะ” (ผู้ประกอบการ ก 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

“กรณีการเมืองความเป็นอยู่ ค่าครองชีพต่าง ๆ กระทบทำให้คนที่บริโภคดอกไม้กล้วยไม้ ประหยัดมากขึ้น โดยมองว่าข้างหน้าไม่รู้จะเกิดอะไรขึ้นจึงทำให้ทุกคนระวังตัวและเก็บเงินอย่างเช่นกรณีงานแต่งงานต่าง ๆ ทุกคนจะฟุ่มเฟือยเหมือนสมัยก่อนต้องให้หลังการแต่เดี๋ยวนี้อาจจะมีการใช้ดอกไม้แห้งและเสริมดอกไม้สดเพียงแค่บางส่วนทำให้คู่แต่งงานเหมือนของสดซึ่งเป็นค่านิยมใหม่ เป็นการระมัดระวังในเรื่องค่าใช้จ่ายครอบครัวเริ่มต้นหรือครอบครัวที่มีอยู่แล้วก็จะวางแผนลดเรื่องการใช้จ่ายเรื่องตรงนี้ให้ลดลง เนื่องจากข่าวของต่าง ๆ ก็แพงขึ้นซึ่งมองว่าเป็นของฟุ่มเฟือยเพียงแค่วันเดียวจะใช้เยอะกรณีคนที่มียกเงินสูงเท่านั้น” (ผู้ประกอบการ ข1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทยทั้งของผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยไม่มีความแตกต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าปัจจัยของผู้ปลูกกล้วยไม้เช่น ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ การขาดแคลนแรงงาน การตัดราคาของผู้ประกอบการ เป็นต้น การขนส่งทั้งในเรื่องค่าใช้จ่ายและจำนวนการขนส่งและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองมีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมเนื่องจากกล้วยไม้ถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทย

5.2 กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย

ผู้ประกอบการได้เสนอแนวความคิดสำคัญเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับและนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทย ว่ากฎระเบียบ ข้อบังคับทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีเป็นจำนวนมากและบางตัวก็ไม่จำเป็น

“ตอนนี้ข้อบังคับต่าง ๆ มีเยอะแยะที่ใช้ได้ แต่บางทีก็ไม่ได้ใช้ (ผู้ประกอบการ ข1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

“เรื่องการตรวจแมลงเพราะจริง ๆ แล้วมันไม่ใช่วิธีการที่ใช้วิธีนี้แต่ต้องหาวิธีที่ใช้มากกว่านี้เช่น ตลาดออسترเลียในเรื่องการของปนเปื้อนแมลงศัตรูพืชทำให้เกิดปัญหามากขึ้นมันก็เปรียบเสมือนการเมืองของประเทศซึ่งปกป้องธุรกิจดอกไม้ของเขาท้องถิ่นของเขา

การค้าท้องถิ่นของเขาในประเทศทำให้ในประเทศเองต้องปกป้องสินค้าของพวกเขาในท้องถิ่นเป็นมาตรการที่ทางประเทศทำซึ่งภาครัฐเราเองต้องเข้าใจและช่วยสนับสนุนอย่างไรที่จะสามารถทำให้สินค้าเกษตรของเราไปได้”(ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

พิธีการส่งออกดอกกล้วยไม้สด หลังจากได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศแล้ว “การตรวจโรคพืช เมื่อผ่านการตรวจโรคพืชแล้ว กองกักกันโรคพืช กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะออกเอกสารใบปลอดโรคพืช (Phytosanitary Certificate) ซึ่งเป็นเอกสารดังกล่าวนี้พิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ดังนั้นจึงควรปรับปรุงพิมพ์เป็นภาษาท้องถิ่นของประเทศปลายทางเช่น ภาษาญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความเรียบร้อยในการขออนุญาตนำเข้า” (ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

การควบคุมของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับแบบฟอร์มคำขอใบสุทธิคุ้มของที่ส่งออก (แบบ ล.ป.61) และคำเสนอขายเงินตราต่างประเทศประเภทเงินทุนเงินกู้หรือเงินที่อาจจะต้องส่งคืนภายหลัง (แบบ ล.ป.71.ก) ทั้งนี้เพื่อควบคุมปริมาณเงินตราต่างประเทศ ซึ่งการขออนุญาตดังกล่าวต้องขออนุญาตไว้ก่อน แต่ในความเป็นจริงเป็นไปได้ยาก

“การส่งออกดอกกล้วยไม้สดจะส่งมากในวัน เสาร์วันอาทิตย์และวันจันทร์มากที่สุด โดยผู้ที่สั่งซื้อมักจะส่งคำสั่งซื้อในโอกาสสุดท้าย หลังจากได้รวบรวมความต้องการสำรวจสินค้าเรียบร้อยแล้ว ส่วนมากใบสั่งของจะเข้ามาในวันหยุด ดังนั้นการขออนุญาตไว้ล่วงหน้าในเวลาราชการจึงแจ้งจำนวนได้ถูกต้องกับความเป็นจริงได้ยาก” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

การทำฟอร์ม A สำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้สดที่จะส่งไปประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี ศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) เช่น ญี่ปุ่น ประชาคมยุโรป สหรัฐฯ เป็นต้น

“การจัดทำฟอร์ม A ของเจ้าหน้าที่กรมการค้าต่างประเทศแม้จะมีการให้บริการในวันหยุดราชการ แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการหาดอกกล้วยไม้สดให้ครบตามจำนวนกล่องและมีน้ำหนักตรงตามที่แจ้งไว้ล่วงหน้า ซึ่งถ้าหากสินค้าไม่ครบตามจำนวนก็จะมีปัญหาการนำเข้าของประเทศปลายทางกล่าวคืออาจจะถูกห้ามนำเข้าหรือถูกเก็บภาษีเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ซื้อจะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ส่งออกภายหลัง” (ผู้ประกอบการ ก 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

กฎระเบียบ ประกันสุขภาพกับแรงงานในภาคการเกษตรในมาตรา 33 ให้ลูกจ้างซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปีบริบูรณ์และไม่เกิน 60 ปีบริบูรณ์เป็นผู้ประกันตน และพระราชกฤษฎีกากำหนดกิจการหรือลูกจ้างอื่นที่ไม่อยู่ในบังคับตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม พ.ศ. 256 มาตรา 3 ให้กิจการหรือลูกจ้างดังต่อไปนี้เป็นกิจการหรือลูกจ้างอื่นที่ไม่อยู่ในบังคับตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม ข้อ (6) ลูกจ้างของกิจการเพาะปลูก ประมง ป่าไม้ และเลี้ยงสัตว์ซึ่งมิได้ใช้ลูกจ้างตลอดปี และไม่มีลักษณะงาน ที่เป็นกิจการนอกเหนือกิจการดังกล่าวรวมอยู่ด้วย

“แรงงานต่างด้าวที่ทำงาน ในสวนกล้วยไม้ สามารถเลือกระบบการรักษาพยาบาล ได้คือ เข้าระบบประกันสังคมของสำนักงานประกันสังคม หรือเข้าระบบหลักประกันสุขภาพของกระทรวง สาธารณสุขให้ขึ้นไปตามข้อตกลงกันระหว่างแรงงานต่างด้าวและนายจ้าง มิใช่บังคับให้นายจ้างที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไปในกิจการเพาะปลูกทั้งหมดเข้าระบบ ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาต้นทุนและความยุ่งยาก ของทั้งนายจ้างและลูกจ้าง” (ผู้ประกอบการ ข 1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

“คนจีนเข้ามาประกอบกิจการเป็นคนกลางรับจากเกษตรกร โดยให้เกษตรกรเป็นผู้แพ็ค และจัดส่งสินค้าทางรถยนต์ การสำแดงสินค้าในราคาต่ำและไม่ตรงกับการส่งออกจริง” (ผู้ประกอบการ ข2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กุมภาพันธ์ 2562)

นโยบายของรัฐบาลคนโยบายการส่งเสริม วิธีการนำดอกกล้วยไม้ไปใช้ในงานต่าง ๆ ในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ดอกกล้วยไม้ที่ส่งไปประเทศจีน ซึ่งมีปริมาณการส่งออกเป็นลำดับ 1 จำนวน 8,237.1 ตัน มูลค่า 198.85 ล้านบาท , ลำดับ 2 ประเทศอเมริกาปริมาณ 2,639 ตันมูลค่า 605.40 ล้านบาท และ ลำดับ 3 ประเทศญี่ปุ่น ปริมาณ 3,885.8 ตันมูลค่า 508.9 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561

“ลักษณะการนำดอกกล้วยไม้ไปใช้นั้น ประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ นำดอกกล้วยไม้ที่ส่งไปเป็นช่อและนำไปเค็ดที่ละดอก ใช้วางบนจานอาหาร ซึ่งลักษณะการใช้ของตลาดอื่น ๆ คือนำกล้วยไม้ทั้งช่อไปใช้งาน จึงแตกต่างจากตลาดอื่น ๆ โดยมีนัยสำคัญ ถึงลักษณะการนำไปใช้ประโยชน์ ทำให้ภาพรวมของคนจีน มองดอกกล้วยไม้ไทย ใช้ได้แค่วางประดับจานอาหารเท่านั้น นี่เป็นปัญหาใหญ่มากสำหรับอุตสาหกรรมส่งออกดอกกล้วยไม้ไปประเทศจีน จากการศึกษาและสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้ในประเทศจีน โดยสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้พบว่า ดอกกล้วยไม้ที่เริ่มเข้าประเทศจีนครั้งแรก ๆ ไม่มีการแนะนำ

วิธีการใช้งาน เพราะเป็นสิ่งใหม่ ๆ เลยเริ่มจากการนำไปวางบนจานอาหาร” (ผู้ประกอบการ ก1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2562)

“ราคาคอกกล้วยไม้เมื่อเทียบกับคอกกล้วยไม้ชนิดอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันบางครั้งราคาสูงกว่าคอกไม้ชนิดอื่น นี่เป็นปัญหาที่ใหญ่มากสำหรับกล้วยไม้ไทย รัฐต้องเร่งรีบและทำนโยบายการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง มิเช่นนั้นอนาคตคอกกล้วยไม้ไทย ในตลาดจีนจะถึงจุดอ้อมตัว เมื่อถึงจุดนั้น มันสายเกินแก้” (ผู้ประกอบการ ข1, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2562)

“แผนที่ภาครัฐควรที่จะช่วยในช่วงปี 2 ปีที่ผ่านมาควรจะเป็นเรื่องอะไรภาครัฐต้องเป็นฝ่ายสนับสนุนและผลักดันให้เกิดการส่งออกในทุกประเด็นที่จะสามารถช่วยเหลือและสนับสนุนให้เกิดการส่งออกไปได้ทุกประเด็นที่จะสามารถช่วยเหลือให้ส่งออกได้ ภาครัฐควรช่วยอย่างยิ่ง หรือแก้ไขปัญหาก็เป็นเรื่อง ๆ ไป ก็ต้องแก้สิ่งที่ปัญหา แต่ที่ไม่เป็นปัญหาต้องสนับสนุนไป” (ผู้ประกอบการ ก2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2562)

“ภาครัฐต้องเปลี่ยนจากเข้มงวดเรื่องมาตรฐานมาเป็นการผลักดัน ให้มีการส่งออกได้ ภาครัฐควรเข้มงวดกับบริษัทที่มีปัญหาแต่บริษัทที่ไม่มีปัญหาควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็น ศักยภาพและมาตรฐาน” (ผู้ประกอบการ ข2, การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กุมภาพันธ์ 2562)

5.3 แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

5.3.1 ราคาคอกกล้วยไม้ตกต่ำ ในช่วงฤดูกาล

คอกกล้วยไม้เป็นพืชที่ต้องการแสง, อุณหภูมิและความชื้นในอากาศเหมาะสม จะทำให้ผลผลิตออกมาก จากสถิติการให้ผลผลิตดอกของกล้วยไม้สกุลหวายซึ่งเป็นพันธุ์ที่ปลูกและส่งออกมากที่สุดในโลก จะให้ผลผลิตที่มาก คือช่วงเดือน สิงหาคม ,กันยายน , ตุลาคม และพฤศจิกายน ของทุกปีทำให้ผลผลิตเกินความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเกษตรกรต้องการตัดกล้วยไม้ ออกจากสวน หากไม่ตัดก็เสียหาย จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ราคาตกต่ำและต่ำกว่าต้นทุนการผลิต เกิด ภาวการณ์ขาดทุนสะสม และเป็นปัญหาเช่นนี้ทุก ๆ ปี

แนวทางการแก้ไขปัญหา

- 1) รัฐควรมีนโยบายให้กับ หน่วยงานต่าง ๆ ให้ส่งเสริมการใช้ดอกกล้วยไม้ให้มากขึ้น ในช่วงที่มีผลผลิตล้นตลาด
- 2) การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นประตูบ้านร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่งเสริมการใช้ดอกกล้วยไม้ในช่วงผลผลิตล้นตลาด กับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศ โดยการมอบพวงมาลัยดอกกล้วยไม้ให้นักท่องเที่ยว หรือนำดอกกล้วยไม้ใช้ประดับให้มากขึ้น
- 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สมาคมโรงแรมไทย จัดงานส่งเสริมการใช้ดอกกล้วยไม้ในช่วงกล้วยไม้ล้นตลาด และบรรจุเทศกาลดอกกล้วยไม้ไทยลงในปฏิทินของช่วงเดือนที่ดอกกล้วยไม้ล้นตลาด
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ส่งออกและสหกรณ์กล้วยไม้จัดงานกล้วยไม้ตามหัวเมืองใหญ่ๆ และที่ด่านชายแดนทุก ๆ ด่าน (ในช่วงผลผลิตล้นตลาด)
- 5) ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ส่งออกและสหกรณ์กล้วยไม้ จัดงานกล้วยไม้ในประเทศเพื่อนบ้าน (ในช่วงผลผลิตล้นตลาด) เช่น พม่า ,ลาว,กัมพูชา และในกลุ่มอาเซียนอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการใช้และวิธีใช้ดอกและต้นกล้วยไม้ซึ่งจะเป็นประเทศที่ใช้ดอกกล้วยไม้เพิ่มขึ้นในอนาคต
- 6) กองทุนพยุภราคาดอกกล้วยไม้ในช่วงที่มีผลผลิตล้นตลาด ดำเนินการโดยสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยจำกัด โดยภาครัฐจัดสรรงบประมาณประจำปีให้สหกรณ์ฯ คุ้มเงินจากสถาบันทางการเงิน ในอัตราดอกเบี้ยต่ำเช่น 0.5 เปอร์เซ็นต์หรือ ต่ำกว่าของระยะเวลาสินเชื่อ 1 ฤดูกาลผลิต

5.3.2 คุณภาพดอกกล้วยไม้

คุณภาพดอกกล้วยไม้ และจำนวนดอกบานในข้อถือว่าเป็นปัญหามากสำหรับการส่งออก เพราะผู้ผลิตทุกคนไม่ต้องการตัดดอกกล้วยไม้บานมาก ๆ ออกจากสวนตัวเอง เพราะทำให้เพิ่มค่าใช้จ่าย ในการดูแลมากขึ้น ในทางกลับกันผู้บริโภคปลายทางต้องการดอกกล้วยไม้บานมาก ๆ มีอายุการปักแจกันได้นาน ๆ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร (มกอช) ได้มีการจัดทำมาตรฐานช่อดอกกล้วยไม้เพื่อส่งออกในปัจจุบันนี้ยังเป็นเพียงมาตรฐานทั่วไป ยังไม่ได้บังคับใช้

แนวทางการแก้ไขปัญหา

- 1) สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติควรตั้งคณะกรรมการพิจารณาปรับปรุงร่างมาตรฐานช่อดอกกล้วยไม้โดยเชิญผู้เกี่ยวข้องกรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริม

การเกษตร สมาคมต่าง ๆ สหกรณ์และผู้ที่เกี่ยวข้อง เร่งปรับปรุงให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันและประโยชน์ในอนาคตของกล้วยไม้ไทย

2) เร่งส่งเสริมและทำความเข้าใจกับเกษตรกรให้เข้าใจและตระหนักถึงคุณภาพกล้วยไม้ และ อนาคตการอยู่รอดของกล้วยไม้ไทย

3) ประกาศใช้มาตรฐานช่อดอกกล้วยไม้ (ฉบับปรับปรุงใหม่) เป็นมาตรฐานบังคับหรือนำร่องการปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล

5.3.3 พ่อค้าคนกลางที่ไม่ใช่คนไทย ฉกฉวยโอกาส

ระบบและลักษณะการส่งออกในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตมากหลังจากส่งออกดอกกล้วยไม้ประเทศจีน และอินเดีย เพิ่มมากขึ้น ตลาดส่งออกกล้วยไม้วันนี้เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก เศรษฐกิจของทางยุโรปยังไม่ดีขึ้น อเมริกายังคงทรงตัวและอาจจะลดลง แต่ตลาดเอเชียมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ตลาดที่ขยายตัวมากที่สุดคือ จีน , เวียดนาม และอินเดีย เป็นต้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการขยายตัวของตลาดจีน ทำให้เกิดกลไกทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปมาก อาจทำให้ระบบการค้าดอกกล้วยไม้ไทยล่มสลายได้

1) ลักษณะที่เกิดขึ้นคือ ผู้นำเข้าและผู้ค้าส่ง ค้าปลีกจากประเทศจีน เข้ามาตั้งโต๊ะรับซื้อดอกกล้วยไม้ที่ตลาดปากคลองและรับซื้อโดยตรงจากสวนของ เกษตรกรในส่วนขั้นตอนการส่งออกต่าง ๆ ผู้ที่เป็นบริษัทขนส่งทางรถยนต์จะเป็นบริษัทผู้ส่งออกแทน (เพียงได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกล้วยไม้กับกรมวิชาการเกษตรเท่านั้น ไม่มีระเบียบอื่น ๆ กำหนดไว้) และส่งไปยังผู้นำเข้าที่มาตั้งโต๊ะรับซื้อที่ประเทศไทยจากข้อมูลที่ค้นหาได้สถิติการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยช่วง 7 ปีที่ผ่านมา บริษัทที่ส่งออกดอกกล้วยไม้มากที่สุดคือ บริษัทขนส่ง (ชิปปิ้ง)

2) คุณภาพดอกกล้วยไม้ที่ส่งออก จากการที่ตั้งโต๊ะรับซื้อดอกกล้วยไม้ที่ตลาดปากคลอง ซึ่งเป็นช่อดอกกล้วยไม้ที่เป็นตำหนิ ดอกหลุดร่วง ความยาวช่อหลากหลายขนาด มีโรคแมลงปะปน นำมากำละกับดอกกล้วยไม้คุณภาพดีบรรจุลงกล่อง พร้อมส่งขึ้นรถบรรทุก

3) คุณภาพดอกกล้วยไม้ที่แพ็คบรรจุโดยเกษตรกร ณ ที่สวนเกษตรกร ผู้ซื้อที่เป็นผู้นำเข้าติดต่อให้เกษตรกรแพ็ค บรรจุดอกกล้วยไม้ลงกล่องและพร้อมส่งขึ้นรถบรรทุก วิธีการลดต้นทุนโดยไม่ผ่านผู้ส่งออกหรือผู้รวบรวม เป็นวิธีที่ทำได้แต่คุณภาพที่เกษตรกรเป็นผู้แพ็ค บรรจุต้องแก้ไขให้เป็นระบบ

4) การกวดราคาซื้อกับ โรงแพ็คบรรจุ เป็นวิธีที่ผู้นำเข้าเงินใช้โดยรับซื้อดอกกล้วยไม้แพ็คสำเร็จจากโรงแพ็คบรรจุหลายๆ โรง เพื่อต่อรองราคาและจะเลือกซื้อจากโรงแพ็คบรรจุที่มีราคาต่ำกว่าและคุณภาพดีกว่า (ทำให้เกษตรกรต้องขายในราคาต่ำกว่าทุน)

5) การยึดการชำระเงิน ระยะเวลาที่ทำการซื้อขายนานขึ้น การซื้อดอกกล้วยไม้เชือกก็เริ่มขึ้น ครั้งละน้อยจนถึงไม่ส่งกล้วยไม้ให้ หากไม่จ่ายค่าดอกกล้วยไม้เก่า ซึ่งเริ่มมีให้เห็นมากขึ้นในปัจจุบัน

6) ลักษณะบริษัทชิปปิ้งที่รับส่งออกไปไม่มีโรงแพ็คบรรจุเป็นของตัวเอง ดังนั้นการรับซื้อจากเกษตรกรหรือจากโรงแพ็คบริษัทส่งออกแบบ “สินค้าบรรจุสำเร็จ” นั้นอุปกรณ์สำหรับการแพ็ค เช่น หลอดพลาสติก, ถุงบรรจุ, ก่อ้งบรรจุ รวมถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาษีอาจไม่ได้ดำเนินการตามกฎหมายภาษีอากรอย่างถูกต้อง

5.3.4 การเปลี่ยนแปลงของตลาดกล้วยไม้

จากปัญหาของลักษณะตลาดที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะตลาด จีน และตลาดอินเดีย ที่มีผู้ซื้อที่เป็นผู้นำเข้าแต่ไม่ได้เป็นผู้ส่งออก (พ่อค้าคนกลาง) มารับซื้อดอกกล้วยไม้ถึงแหล่งผลิตโดยให้เกษตรกรเป็นผู้แพ็คบรรจุ หรือบริษัทผู้ส่งออกและจ่ายเงินโดยตรงให้ผู้แพ็ค ส่วนพิธีการส่งออกเป็นหน้าที่ของบริษัทชิปปิ้ง โดยเฉพาะตลาดจีน ปัจจุบันขนส่งทางรถยนต์มากกว่า 95 % จึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ อาทิเช่น การชุกซ้อนดอกกล้วยไม้ไปกับ สินค้าอื่น ๆ ในตู้คอนเทนเนอร์โดยไม่แสดงรายการสินค้าและมูลค่า ทำให้รัฐเสียหายจำเป็นต้องแก้ไขทั้งระบบให้เกิดความยุติธรรม

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1) เสนอแนะให้กรมวิชาการเกษตร ตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาภาวะเปรียบเทียบว่าด้วยการขึ้นทะเบียนโรงคัดบรรจุและมาตรฐาน โรงคัดบรรจุดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออกโดยหาแนวทางการจัดระเบียบโรงคัดบรรจุ ทั้งผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้และหรือเกษตรกรผู้ผลิตที่แพ็คบรรจุให้ผู้ส่งออกต้องขึ้นทะเบียนเพื่อมีโรงคัดบรรจุที่ได้มาตรฐาน กับกรมวิชาการเกษตรร่วมกับสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย และเมื่อมีการส่งออกผู้ส่งออกต้องได้รับหนังสือรับรองการแพ็ค (ฉบับตัวจริงเท่านั้น) จากโรงคัดบรรจุที่ผ่านการขึ้นทะเบียน โดยระบุข้อความถึง รายละเอียด ชนิดพันธุ์ และจำนวน และต้องแนบไปกับ เอกสารส่งออกเพื่อแสดงให้เจ้าหน้าที่ ณด่านตรวจโรคและแมลงถ้าผู้ส่งออกรายใด ไม่มีหนังสือรับรองจากโรงคัดบรรจุเจ้าหน้าที่มีอำนาจปฏิเสธการส่งออกได้ทันที

2) ตั้งคณะกรรมการพิจารณาปรับปรุง พ.ร.บ.มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 ว่าด้วยเรื่องกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร: ซ่อดอกกล้วยไม้ ให้เป็นมาตรฐานบังคับ ซึ่งจะทำให้การ คัด

ขนาดและระดับชั้นของช่อดอกกล้วยไม้ที่กล่องบรรจุช่อดอกกล้วยไม้ให้ชัดเจน ตามมาตรฐานให้เป็น ที่มั่นใจยอมรับของผู้ซื้อ

3) เร่งรัดการเจรจากับประเทศอินเดียที่อยู่ในกลุ่มอาเซียน + 6 (CEPEA) ให้ดำเนินการลด ภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ โดยเร็วเพราะประเทศที่อยู่ในกลุ่มอาเซียน + 6 (CEPEA) ได้ลดภาษีนำเข้าเป็น ศูนย์ หกแล้ว

4) ภาครัฐของไทยควรเจรจากับ ภาครัฐของจีน เรื่องการส่งเสริมการใช้ดอกกล้วยไม้ ไทย ในทุกมิติเพื่อกระตุ้นยอดส่งออกโดยทำทุก ๆ ช่วงฤดูกาลที่ผลผลิตมากคือ ช่วงเดือน ม.ค. , ก.พ. , ส.ค. และ ก.ย. เป็นต้น

5.3.5 ส่งเสริมให้สมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย เข้มแข็ง

สมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย ตั้งมา 30 กว่าปีปัจจุบันมีสมาชิก 20 ราย ในขณะที่เดียวกันผู้ ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้มากกว่า 200 ราย แสดงให้เห็นว่า การมี สมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย ไม่ได้ช่วยให้การค้าขายดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยรุ่งเรือง อย่างถาวรได้ องค์กรจะมีความสำคัญต่อเมื่อผู้ค้าขายมีปัญหาด้านการค้าหรือกับภาครัฐ จึงขอความ ช่วยเหลือจากองค์กร

เพื่อให้สมาคมฯ เป็นที่พึ่งของมวลสมาชิก และเกิดความเข้มแข็งมากขึ้น ภาครัฐให้ เครื่องมือเพื่อส่งเสริมองค์กรให้เกิดความเข้มแข็ง เพื่อส่งเสริมให้การค้าขายดอกกล้วยไม้ของ ประเทศไทยเจริญรุ่งเรืองอย่างถาวรต่อไป จึงขอเสนอแนวทาง ดังนี้

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1) กรมวิชาการเกษตร ออกประกาศกรมฯ ว่าด้วยเรื่องการขึ้นทะเบียน การต่ออายุโรงคัด บรรจุดอกกล้วยไม้ต้องมีคณะกรรมการสมาคมฯ และเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง เข้าร่วมตรวจโรงคัดบรรจุเพื่อออกใบอนุญาต หรือต่ออายุทุกครั้ง

2) กรมวิชาการเกษตร ออกประกาศกรมฯ ว่าด้วยเรื่องการขึ้นทะเบียนการต่ออายุโรงรมยา ดอกกล้วยไม้ต้องมีคณะกรรมการสมาคมฯ และเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเข้าร่วมตรวจโรงรมยา เพื่อออกใบอนุญาตหรือต่ออายุทุกครั้ง

3) นโยบายของกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกดอกกล้วยไม้โดยผู้ส่งออกที่เป็น สมาชิกสมาคมฯ จะได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจาก ภาครัฐ ก่อนผู้ส่งออกที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย มีวัตถุประสงค์สำคัญคือ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทย 2. เพื่อศึกษา กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทย และ 3. เพื่อค้นหาแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก โดยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัย คือกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายภาครัฐและปัจจัยอื่น ๆ มีผลต่อการปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถ การแข่งขันของผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้ไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทย 2 กลุ่ม คือผู้ประกอบการส่งออกรายใหญ่ (มูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปี) และผู้ประกอบการส่งออกรายย่อย (มูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปี) จำนวน 4 ราย โดยผู้ศึกษาต้องปกปิดชื่อผู้ประกอบการเพราะเป็นคำขอร้องจากผู้ให้สัมภาษณ์เพราะข้อมูลที่ให้อาจมีผลต่อการดำเนินงานและการแข่งขันทางธุรกิจโดยใช้นาม สมมติของผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้รายใหญ่ (มูลค่าการส่งออกไม่ต่ำกว่า 10,000,000 บาท/ปี) เป็น ก1 และ ก 2 และนามสมมติของผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้รายย่อย (มูลค่าการส่งออกไม่เกิน 10,000,000 บาท/ปี) เป็น ข1 และ ข2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่ม (Purposive Sampling) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อค้นหาแนวทางวางแผนการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐ โดยสามารถสรุปผลและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

ตลาดกล้วยไม้โลกมีมูลค่าประมาณ 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้เขตร้อน โดยมีตลาดรับซื้อกว่า 69 ประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม จีน และอิตาลีคิดเป็น ร้อยละ 64.38 ของการส่งออกรวม -ไทยเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้อันดับ 1 ของ

โลกในขณะที่เนเธอร์แลนด์ เป็นผู้ส่งออกต้นกล้วยไม้อันดับ 1 ของโลก—แหล่งผลิตกล้วยไม้โลกที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ไต้หวัน สิงคโปร์ นิวซีแลนด์จีน และเกาหลีใต้การผลิตกล้วยไม้ของประเทศไทย กล้วยไม้ถือเป็นหนึ่งในสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของไทย พันธุ์ที่ส่งออกหลักได้แก่สกุลหวายอะแรนด้า อะเรคนิส ออนซิเดียม และแวนด้า ช่วงผลผลิตสูง 2 ช่วง คือ เดือน ก.พ. - มิ.ค. และ เดือน ส.ค. -ก.ย. โดยในประเทศไทยมีแหล่งผลิตสำคัญ 5 อันดับแรก คือ : นครปฐม สมุทรสาคร กาญจนบุรี นนทบุรีและราชบุรี อัตราผลผลิตกล้วยไม้ไทย เป็นผลผลิตเพื่อส่งออก ประมาณ 53% ส่วนอีก 47% เป็นการผลิตเพื่อใช้ในประเทศ ปัจจุบันมีผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทย ประมาณ 100 รายและเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ประมาณ 3,000 ราย สถานการณ์การส่งออกปี2560 การส่งออกเดือน ม.ค. – ม.ค. 2561 มีมูลค่ารวม 6.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยดอกกล้วยไม้มีปริมาณ 1,853 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 4.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 3.14% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และต้นกล้วยไม้มีปริมาณ 2,824 พันต้น คิดเป็น มูลค่า 1.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราการขยายตัวลดลง 21.57% โดยประเทศไทยมีคู่ค้าสำคัญที่เป็นดอกกล้วยไม้ คือ ประเทศ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน เวียดนาม และอิตาลี(ร้อยละ 76.02) ส่วนที่เป็นต้นกล้วยไม้ คือประเทศ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์บราซิลเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น (ร้อยละ 75.83)

คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกของธุรกิจกล้วยไม้โดยจำแนกเป็นประเภทดอกกล้วยไม้คือ : สิงคโปร์มาเลเซีย – และต้นกล้วยไม้คือ ไต้หวัน โดยประเทศไทยมีจุดแข็งสำคัญคือ 1. ไทยเป็นผู้นำการผลิต กล้วยไม้ของโลก 2. เป็นแหล่งรวบรวมพันธุ์กรรมกล้วยไม้ที่สำคัญของโลก 3. แหล่งเพาะปลูกมีสภาพภูมิอากาศและแหล่งน้ำ เหมาะแก่การปลูกกล้วยไม้ ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ 1. การขยายพื้นที่เพาะปลูกทำได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากที่ดินแถวแหล่งเพาะปลูกมีราคาแพง 2. ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมีสารกำจัดศัตรูพืช ฯลฯ มีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น 3. ผู้ค้าต่างชาติเข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร โดยตรงที่สวนโดยไม่ผ่านผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้รวบรวม ทำให้กลไกตลาดกล้วยไม้บิดเบือนไปจากความเป็นจริง 4. ขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร ต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวเป็นหลัก ส่วนกลยุทธ์สำคัญในการประกอบธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ของไทย คือ 1. สนับสนุน/ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์จากกล้วยไม้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 2. ยกระดับมาตรฐานและคุณภาพ กล้วยไม้เพื่อการส่งออกโดยส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าร่วมแนวปฏิบัติ GAP3. ส่งเสริมการให้ความรู้ เทคโนโลยีการผลิตกล้วยไม้คุณภาพแก่เกษตรกรผู้ปลูก 4. สนับสนุนและประชาสัมพันธ์กล้วยไม้ไทย ให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น แนวโน้มการส่งออก- มูลค่าการส่งออกสินค้า กล้วยไม้เดือน ม.ค. – ม.ค. 2561 ลดลง 2.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในช่วงชะลอตัว ส่งผลให้ความ

ต้องการของตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่ยังอยู่ที่ตลาดเดิม ส่วนพฤติกรรมกรรมการบริโภครองตลาดต่างประเทศค่อนข้างหลากหลายผู้บริโภคมีความต้องการดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพ/ กล้วยไม้สายพันธุ์ใหม่ ๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องรักษามาตรฐานในการผลิต รวมถึงการพัฒนาสายพันธุ์ ใหม่ๆ อยู่เสมอ

ปัจจัยแวดล้อมในปัจจุบันที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทยด้านผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ ในปัจจุบันค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการปลูกกล้วยไม้ไม่ว่าจะเป็นวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกสร้างโรงเรือน ค่าปุ๋ย ค่ายาฆ่าแมลงและเชื้อราและค่าแรงงาน ต่างมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นลำดับ ส่งผลให้ต้นทุนในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย จึงเป็นสาเหตุสำคัญให้ผู้เลี้ยงกล้วยไม้พยายามหาทางลดค่าใช้จ่ายในการปลูกกล้วยไม้ ซึ่งการลดค่าใช้จ่ายของผู้เลี้ยงกล้วยไม้ ทำให้คุณภาพกล้วยไม้ด้อยลง อีกทั้งปัญหาขาดแคลนแรงงานก็เป็นปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้แรงงานต่างด้าวมากขึ้น ซึ่งอาจไม่มีคุณภาพในการปลูกกล้วยไม้เท่ากับรวมทั้งการที่คนไทยมีการตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก นับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สดอย่างมาก เนื่องจากเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกการมีพันธุ์กล้วยไม้ชนิดน้อยชนิดสำหรับการส่งออกซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก ทำให้แข่งขันกับต่างประเทศได้ยาก ผนวกกับการขนส่งที่มีต้นทุนสูงเนื่องจากการส่งออกดอกกล้วยไม้เพื่อรักษาความสดจึงจำเป็นต้องขนส่งทางเครื่องบิน ซึ่งมีปัจจัยที่เกิดขึ้นแยกพิจารณาได้ 2 อย่างคือ

- 1) ค่าขนส่งทางอากาศ ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในการกำหนดราคาส่งออกดอกกล้วยไม้สด
- 2) ระยะเวลาขนส่งทางอากาศไม่เพียงพอเนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลหันมาสนับสนุนสินค้า

ส่งออกทุกประเภท ทำให้เกิดการแย่งชิงเวลาขนส่ง ทำให้ต้องมีระยะเวลาการขนส่ง ทำให้สินค้าส่งถึงล่าช้า นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทย

ในด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายภาครัฐที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนต่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทย ผู้ประกอบการมองว่ากฎระเบียบ ข้อบังคับทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีเป็นจำนวนมากและบางตัวก็ไม่จำเป็นอีกทั้งพิธีการส่งออกเช่นการตรวจโรคพืช งานเอกสารต่าง ๆ เป็นต้น มีผลต่อความล่าช้าในการส่งออกอีกทั้งกฎหมายแรงงานและประกันสุขภาพของแรงงานในภาคการเกษตรควรได้รับความคุ้มครองมากกว่านี้

แนวทางเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

- 1) แก้ไขราคาคอกกล้วยไม้ตัดชำในช่วงฤดูกลางและสร้างมูลค่าเพิ่ม
- 2) ยกระดับคุณภาพคอกกล้วยไม้
- 3) แก้ไขพ่อค้าคนกลางที่ไม่ใช่คนไทย ลดรายโอกาส
- 4) ส่งเสริมให้สมาคมผู้ส่งออกคอกกล้วยไม้ไทย เข้มแข็ง

6.2 ข้อเสนอแนะ

แม้ว่าปัจจุบันประเทศไทยจะอยู่ในฐานะผู้นำในการส่งออกกล้วยไม้เมืองร้อนในตลาดโลก อย่างไรก็ตามพบว่าความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวในอนาคตอาจลดลงจากการที่ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและประเทศอื่นในแถบเอเชีย เริ่มมีการพัฒนาศักยภาพในการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อส่งออกมากขึ้น เช่น ประเทศสิงคโปร์ที่เน้นความหลากหลายของพันธุ์กล้วยไม้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ประเทศมาเลเซีย เวียดนาม และศรีลังกา ซึ่งมีภูมิประเทศใกล้เคียงกับประเทศไทย และมีเงินทุนในการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกมากขึ้น รวมถึงประเทศอินเดียที่มีการใช้วัตถุดิบในการปลูกเลี้ยงและเทคโนโลยีจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งปัจจุบันได้มีการส่งออกไปยังตลาดยุโรปมากขึ้น หากประเทศไทยไม่เร่งพัฒนาศักยภาพของตนเองอาจเป็นเหตุให้ต้องสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในอนาคตได้ ดังนั้นเพื่อให้อุตสาหกรรมส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ จำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ผู้ส่งออกและภาครัฐ

โดยภาครัฐควรมีนโยบายที่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรมนี้มากขึ้น โดยเร่งแก้ไขปัญหาและสนับสนุน เรื่องที่สำคัญดังนี้

- 1) แบบแผนการผลิตในปัจจุบันของเกษตรกรไทยเป็นการผลิตแบบเน้นปริมาณซึ่งส่งผลทำให้มูลค่าของกล้วยไม้ตัดดอกไม่สูงนัก รวมถึงการขาดความรู้ในการพัฒนาศักยภาพในการเพาะปลูกและการส่งออก ซึ่งอาจทำได้โดยการส่งเสริมพัฒนาวิจัยพันธุ์และการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อการผลิต เพื่อให้กล้วยไม้ตัดดอกมีคุณภาพและความหลากหลายมากขึ้นส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วย รวมถึงการพัฒนาเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมนี้เพื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อระหว่างภาครัฐและเอกชนในเรื่องนโยบาย การให้ความรู้ความเข้าใจและเป็นการสะท้อนปัญหาต่าง ๆ ระหว่างกัน

2) การย้ายทำเลในการเพาะปลูกเนื่องจากพื้นที่เดิมมีราคาสูงขึ้นและนำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นที่ให้ผลตอบแทนมากกว่ารวมถึงสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมกับการเพาะปลูก ซึ่งภาครัฐอาจมีการกำหนดเขตพื้นที่เพาะปลูกทางการเกษตรและมีการจัดเตรียมปัจจัยพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับพืชที่ทำการเพาะปลูก

3) พื้นที่ระหว่างขนส่งมีไม่เพียงพออันเนื่องมาจากกล้วยไม้ตัดดอกเป็นพื้นที่ต้องใช้พื้นที่ในการขนส่งค่อนข้างมากแต่ระหว่างต่อข้างต่ำส่งผลให้สายการบินเลือกที่จะบรรทุกสินค้าอื่นที่ให้ผลตอบแทนมากกว่า รวมถึงการที่เครื่องบินต้องบรรทุกน้ำหนักมากขึ้นจากนโยบายในการบินเส้นทางตรงมากขึ้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกรวมคุณภาพกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกโดยภาครัฐควรมีนโยบายในการผลักดันในสายการบินเพิ่มระหว่างขนส่งให้มากขึ้น โดยอาจเริ่มจากสายการบินสัญชาติไทย เป็นหลัก

4) การใช้ระยะเวลาในการขนส่งค่อนข้างมากส่งผลต่อคุณภาพกล้วยไม้ตัดดอกที่ลดลง โดยภาครัฐ มีนโยบายในการลดระเบียบกติกาค่าที่ไม่เอื้ออำนวยและขีดขวงการส่งออกให้มากขึ้นไม่ที่จะเป็นการดำเนินพิธีการทางศุลกากรและการเจรจาต่อรองกับ ประเทศคู่ค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเข้ายังประเทศนั้น

5) ควรมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยให้มากขึ้น เพื่อขยายตลาดจากที่มีอยู่ให้มากขึ้นและหาตลาดใหม่เพื่อรองรับผลผลิต

6) รัฐบาลควรสนับสนุนให้เปิดช่องทางทางการขยายตลาดในประเทศต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และควรมี นโยบาย สนับสนุนการส่งออกกล้วยไม้อย่างจริงจัง

7) รัฐบาลควรพิจารณาแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคทั้งต่อการขนส่งและการส่งออกเพื่อให้ ขั้นตอนการขนส่งและการส่งออกทำได้รวดเร็วและประหยัดมากขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้ไทย ซึ่งเป็นการศึกษาจากมุมมองเดียว ในงานศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาจากหลากหลาย

มุมมองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกกล้วยไม้เช่น เกษตรกร ภาครัฐผู้กำหนดนโยบาย เป็นต้น อีกทั้งควรมีการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์แบบเชิงเหตุผลเพื่อหาปัจจัยที่อธิบายในภาพกว้างจะทำให้การศึกษามีหลากหลายมุมมองและกว้างขวางมากขึ้น



บรรณานุกรม

- กตัญญู หิรัญญสมบุญ. (2543). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.
- กนกพร ชัยประสิทธิ์. (2559). *ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัชบุรี, ปทุมธานี.
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2562). *การส่งออก*. สืบค้นจาก <http://www.dft.go.th/th-th/>.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2554). *ความเป็นไปได้ในการจัดทำเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับชิลี*. สืบค้นจาก <http://www.thaifta.com/thaifta/Home/FTAbyCountry/tabid/53/>.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.(2560) *ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้าขององค์การการค้าโลก*. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/92462/.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2562). *สถานการณ์ส่งออก*. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th/539560/>.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักคุ้มครองพันธุ์พืช. (2562). *คู่มือประชาชน*. สืบค้นจาก <http://www.agriman.doae.go.th/home/>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2500) *อนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่กำลังจะสูญพันธุ์ (อนุสัญญาไซเตส)*. สืบค้นจาก <http://www.fio.co.th/>.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2560). *ยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ.2554-2559*. สืบค้นจาก <http://www.agriman.doae.go.th/home/agri/agri1.3/>.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.(2555). *กฎระเบียบว่าด้วยการบรรจุผักและผลไม้ส่งออกไปสหภาพยุโรป พ.ศ.2555* . สืบค้นจาก <https://www.moc.go.th/images/xelles/112.pdf>.
- กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์บริการข้อมูลสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2562). *คู่มือประชาชน*. สืบค้นจาก <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>
- กระทรวงพาณิชย์. (2542) *ประกาศว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 93) พุทธศักราช 2542*. สืบค้นจาก <http://www.dft.go.th/th-th/Detail-Law/ArticleId/2126/>.
- คณะกรรมการกล้วยไม้แห่งชาติ. (2554). *ยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. 2554-2559*. สืบค้นจาก <http://www.agriman.doae.go.th/home/agri/agri1.3/strategies/>.
- จุมพล หนิมพานิช. (2547). *การวิเคราะห์นโยบาย : ขอบข่าย แนวคิด ทฤษฎีและกรณีตัวอย่าง*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2547). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิทธิ และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2536). *การนำเข้าและการส่งออก*. กรุงเทพฯ ฯ : วังอักษร.
- ชนกร ชัยพงษ์รัตนนา, (2556). *การวิเคราะห์ศักยภาพการนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรัชญา เหลืองวงศ์ไพศาล. (2551). *แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มนักศึกษาในประเทศญี่ปุ่น ที่มีผลกระทบต่อการขยายตลาดอุตสาหกรรมกล้วยไม้*. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรชนก หงส์สง่า. (2552). *แนวโน้มมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิมพ์ภัตรา สิทธิพนธ์ธนา และ นพวรรณ พจน์พิศุทธิพงศ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทยไปประเทศจีน*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภาสนันท์ ไชคมณีบุษ. (2561). *ศักยภาพการส่งออกกล้วยไม้ของไทยไปสหรัฐอเมริกา*. กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก <http://www.ecojournal.ru.ac.th/journals/>.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. (2559). *สถานการณ์เศรษฐกิจไทย*. สืบค้นจาก http://cebf.utcc.ac.th/upload/report_file/file_th_92d18y2017.pdf
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2556). *โครงการศึกษาแนวทางการย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้า และเครื่องหนัง อัญมณี และเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2484). *พระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484*. สืบค้นจาก <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/>.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2504). *พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พุทธศักราช 2504*. สืบค้นจาก <http://hydrolaw.thaiwater.net/>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ราชกิจจานุเบกษา. (2507ก). พระราชบัญญัติกักพืช พุทธศักราช 2507. สืบค้นจาก
<http://taxclinic.mof.go.th/pdf/>.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2507ข). พระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พุทธศักราช 2507. สืบค้นจาก
<https://www.forest.go.th/economy/th/>.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2518). พระราชบัญญัติพันธุ์พืช พุทธศักราช 2518. สืบค้นจาก
<http://www.thasta.com/pdf/>.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2530). พระราชกฤษฎีกากำหนดของป่าหวงห้าม พุทธศักราช 2530. สืบค้น
 จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2530/A/220/17.PDF>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2542). พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พุทธศักราช 2542. สืบค้นจาก
https://op.mahidol.ac.th/ra/contents/research_ethics/.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2551). พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พุทธศักราช 2551. สืบค้นจาก
http://web.acfs.go.th/km/download/thai_agrilaw_1-3.
- วรรณิ แพรวพรายกุล. (2523). ปัญหาการตลาดของกล้วยไม้ของไทยเพื่อการส่งออก. กรุงเทพฯ :
 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. (2542). พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์บรรณสารและการ
 เรียนรู้ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. (2544). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทย
 วัฒนาพานิช.
- วิพุธ พูลเจริญ. (2548). กระบวนการเรียนรู้ นโยบายสาธารณะของสมาชิกสภา. กรุงเทพฯ :
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- วิรัตน์ อุดมประเสริฐกุล. (2545). ศักยภาพการตลาดดอกกล้วยไม้ไทยไปประเทศญี่ปุ่น. สงขลา :
 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศรีวงศ์ สุมิตร และ สาลีณี วรบัณฑิต. (2536). เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ :
 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์สิทธิ์ วัชรรัตน์. (2531). ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกกล้วยไม้ของไทย.
 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คินีย์ สังข์ศรี. (2549). ธุรกิจระหว่างประเทศและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2).
 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริพร ปัญญาบาล. (2535). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา.
- ศิริพร สัจจามันท์. (2543). *การตลาดระหว่างประเทศ*. เชียงใหม่ : สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- ศุภชัย ยาวะประภาส (2544). *นโยบายสาธารณะ (พิมพ์ครั้งที่5)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภชัย ยาวะประภาส และ ปิยากร หวังมหาพร. (2551). *นโยบายสาธารณะไทย : กำเนิดพัฒนาการ และสถานภาพของศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาทอง.
- สมบัติ ชำรงชัญวงศ์ (2553). *นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ (พิมพ์ครั้งที่ 21)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- สมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย. (2562). *สถานการณ์ส่งออกกล้วยไม้ไทย*. สืบค้นจาก <http://www.thaifranchisecenter.com/links/show.php?id=1181>.
- สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม. (2562). *สินค้าเกษตรส่งออก*. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th/>.
- สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร. (2562). *รายงานสถานการณ์กล้วยไม้โลก*. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/539560/539560.pdf
- สุนีย์ ศิลพิพัฒน์. (2554). *เอกสารประกอบการสอนวิชาการบริการวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ ระหว่างประเทศ และการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/Schools/Sec/Services/e-Learning3/01-01.html>
- สุภาพร หนูชนะภัย และ บุญจิต ฐิตาภวัฒน์กุล. (2555). *การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดกล้วยไม้ส่งออกที่สำคัญของไทย*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เอนก ฌ นคร. (2538). *ประสิทธิผลการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจนครบาลใน กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Baldwin, R. (1971). *Determinants of the Commodity Structure of U.S. Trade*. American Economic Review.
- Daniels, J. D. & Radebaugh. L. H. (2001). *International Business*. Upper saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Daniels, J. D. & Radebaugh. L. H (1998). *International Business: Environment and Operations*. New York : Addison-Wesley.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ellsworth, P. T. & Leith, J. C. (1984). *The international economy* (6th ed) . New York : Macmillan.
- Ferraro, G. P. (1996). *The need for linguistic proficiency in Global Business Horizons*. Madison : University of Wisconsin.
- Gilpin, R. (1987). *The political economy of international relations*. Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Mill, J. St. (1861) .*Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy*. London : Kogan.
- Kahal, S. E.(1994). *Introduction to International Business*. New York : Mc-Graw Hill Book Co.
- Krugman, R. P. & Obstfeld, M. (2003). *International Economics: Theory and Policy* (6th Edition). New York : Published by Addison Wesley.
- Marks, R. (1994). *Personal Selling : An Interactive Approach*. (5th ed.). Boston : Allyn and Bacon Inc.
- Piore, M.J. & Sabel, C.F. (1984). *The second industrial divide*. New York : Basic Books
Alternative advocacy for small, craft-based firms.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press. MacMillan.
- Porter, M.E. (1969). *The structure within industries and companies performance*. Review of economic and statistics.
- Ricardo, D. (1817). *On The Principles of Political Economy and Taxation*. McMaster University, Canada.
- Rogers, L. (1988). *Retail Selling*. London : Kogan.
- Salvatore, D. (2002). *Statistics and Econometrics* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Schmitz, A. (2012). *Policy and Theory of International Trade* (1.0). Creative Commons. London : Kogan.
- Smith, A. (1976). *The Wealth of Nations* . Edited by R. H. Campbell and A. S. Skinner. Glasgow : Borisat Ekthip Print.
- Smith, A. (1980). *The Glasgow edition of the Works and Correspondence of Adam Smith*. (edited by W. P. D. Wightman and J. C. Bryce). Oxford: Clarendon Press.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Smith, A. (1980). *The Glasgow edition of the Works and Correspondence of Adam Smith*. (edited by W. P. D. Wightman and J. C. Bryce). Oxford: Clarendon Press.
- Tirole, J. (1987). *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge, MA : MIT Press.
- Werther, Jr. & William, B. (1996). *Toward global convergence*. Washington : World Bank.
- Zikmund, G. & Amico, D. (2001). *Marketing* (6th ed.). Cindinnati : South-Western College Publishing.



ประวัติผู้วิจัย

| | |
|------------------|--|
| ชื่อ | สุภา ศิริโพธิ์เจริญ |
| วัน เดือน ปีเกิด | 17 กุมภาพันธ์ 2499 |
| สถานที่เกิด | จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย |
| ประวัติการศึกษา | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์, 2521 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, 2562 |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 9/5 ถนนราชพฤกษ์ แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ |
| สถานที่ทำงาน | บริษัท สุภาออร์คิดส์ อินเตอร์เน็ท จำกัด |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | ประธานกรรมการบริษัท |