



## ศักยภาพความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ไพรินทร์ คงคล้าย<sup>1\*</sup>, ศศิประภา หลอดแก้ว<sup>1</sup>, พลอยชิตา ประวิงวงศ์<sup>1</sup>,  
กนกพัชร์ กอประเสริฐ<sup>2</sup> และ นิตยา งามยิ่งยง<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาศาสาธุกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม  
<sup>2</sup>อาจารย์ประจำสาขาธุกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม  
\*pioypairin2803@gmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคและความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขัน RCA ในการส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา 3) พัฒนาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 5 ราย พ่อค้าคนกลางจำนวน 2 ราย และผู้บริโภคนจำนวน 10 ราย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) ในช่วงปี 2561 – 2565 รวมระยะเวลา 5 ปี โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยต่าง ๆ และหน่วยงานต่าง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม และอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ผลจากการวิจัย 1) จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคและความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา พบว่าปัญหาตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึง ปลายน้ำ ได้แก่ โรคเน่าดำ เน่าไส้ เพลี้ยไฟ และบั่วกล้วยไม้ ต้นทุนที่สูงขึ้น เช่น ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษากล้วยไม้ ค่าแรงงาน 2) จากการศึกษาวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ค่าเฉลี่ย RCA ของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ส่วนค่าเฉลี่ย RCA ของประเทศเนเธอร์แลนด์มีค่าน้อยกว่า 1 ซึ่งหมายความว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบและประเทศไทยมีค่า RCA มากกว่าประเทศเนเธอร์แลนด์ 3) จากการศึกษาวิเคราะห์แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา จึงทำให้สามารถค้นพบแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ได้ 3 แนวทาง ได้แก่ แนวทางในการเพิ่มปริมาณการขนส่ง แนวทางการขยายตลาดส่งออก และแนวทางการเพิ่มจุดแข็งด้านการผลิต

**คำสำคัญ:** ศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน ห่วงโซ่อุปทาน กล้วยไม้ สหรัฐอเมริกา

## Thailand and Netherlands Orchids Export Competitiveness Potential to The United States.

Pairin Kongklay<sup>1\*</sup>, Sasiprapa Lodkeaw<sup>1</sup>, Ploychita Prawingwong<sup>1</sup>,  
Kanokphat Korprasert<sup>2</sup> and Nittaya Ngamyinyong<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Students of International Business Program Management Science Faculty  
Nakhon Pathom Rajabhat University

<sup>2</sup>Lecturers of International Business Program Management Science Faculty  
Nakhon Pathom Rajabhat University

\*pioypairin2803@gmail.com

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study the problems and obstacles and the relationship of orchid supply chains from Thailand and the Netherlands to the United States and 2) to study and compare RCA's competitiveness in exporting orchids from Thailand and the Netherlands. 3) To be a guideline for formulating a strategy to increase competitiveness in exporting Thai orchids to the United States This research was qualitative and quantitative. Interviewing 5 farmers, 2 middlemen, and 10 consumers using time series data during 2018 - 2022, including a period of 5 years, with data collected from various researchers and various agencies such as the Department of Agricultural Extension Ministry of Agriculture and Cooperatives, Office of Agricultural and Industrial Trade Promotion, and others to be used in the analysis of the apparent comparative advantage index (RCA) Results of the research 1) From the study of problems and obstacles and the relationship of orchid supply chains from Thailand and the Netherlands to the United States it was found that the problems from upstream to downstream were black rot disease, gut rot, thrips, and orchid lotus. Higher costs such as transportation costs, orchid storage costs, and labor costs 2) From the analysis of the apparent comparative advantage index (RCA) of orchid exports from Thailand and the Netherlands to the United States it was found that the average RCA of Thailand was greater than 1, meaning that there was an apparent comparative advantage. The average RCA of the Netherlands is less than 1, which means that there is a comparative disadvantage, and Thailand has a higher RCA than the Netherlands. Strategies to increase competitiveness in exporting Thai orchids to the United States As a result, three approaches can be found in strategic planning: ways to increase transport volumes; Guidelines for expanding export markets, and ways to increase production strengths.

**Keywords:** Potential, Competitiveness, Supply Chain, Orchids, USA

### บทนำ

ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกกล้วยไม้ 20,721 ไร่ จังหวัดที่มีการปลูกกล้วยไม้ ได้แก่ นครปฐม สมุทรสาคร นนทบุรี กรุงเทพมหานคร และปราจีนบุรี มีผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทยประมาณ 200 ราย และมีเกษตรกรที่ปลูกกล้วยไม้ทั่วประเทศประมาณ 1,600 ราย พันธุ์ที่ส่งออกหลัก ได้แก่ สกุลหวาย สกุลมอคคารา และสกุลออนซิเดียม ช่วงผลผลิตสูง 2 ช่วง คือ มิถุนายน ถึง ตุลาคม ผลผลิตกล้วยไม้ไทย เป็นผลผลิตเพื่อการส่งออกประมาณ ร้อยละ 45 ส่วนอีก ร้อยละ 55 เป็นผลผลิต



เพื่อใช้ในประเทศ ตลาดกล้วยไม้โลกมีมูลค่าประมาณ 7,000 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้เขตร้อน โดยมีตลาดรับซื้อกว่า 60 ประเทศ ผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ ไทย ไต้หวัน สิงคโปร์ เวียดนาม มูลค่าการส่งออกสินค้ากล้วยไม้ เดือนมกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ.2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 42.28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การสร้างรายได้การส่งออกเดือนมกราคม ถึง มีนาคม มีมูลค่ารวม 656.83 ล้านบาท ดอกกล้วยไม้มีปริมาณ 4,445 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 496.88 ล้านบาท อัตราการขยายตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และต้นกล้วยไม้มีปริมาณ 6,543 พันต้น คิดเป็นมูลค่า 159.96 ล้านบาท อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศและอุตสาหกรรม, 2565) ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศที่ส่งออกดอกกล้วยไม้มีมูลค่าเป็นอันดับ 1 ของโลกและเป็นตลาดไม้ดอกไม้ประดับที่มีความสำคัญเพราะเป็นทั้งประเทศที่ทำการผลิตและการส่งออกไปยังต่างประเทศมากที่สุดทางแถบยุโรปและอเมริกา ผู้ปลูกกล้วยไม้ในเนเธอร์แลนด์ส่งออกสายพันธุ์หลัก ๆ คือ *Cymbidium* *Phalaenopsis* *paphiopedilum* และ *Oncidium* ในช่วงเดือน มกราคม ถึง มิถุนายน ปี 2560 ถึง 2563 สหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าสินค้ากล้วยไม้ตัดดอกสูงสุดจากเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 51.67 รองลงมา ได้แก่ ไทย ร้อยละ 37.87 (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี ประเทศสหรัฐอเมริกา, 2563)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ พบว่าเกิดปัญหาและอุปสรรคในการจัดการห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ในกิจกรรมต้นน้ำด้านต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปุ๋ย สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีราคาสูงขึ้น ในขณะที่ราคาผลผลิตคงที่หรือต่ำลง ขาดความหลากหลายของพันธุ์กล้วยไม้เพื่อการค้าที่เป็นสาธารณะเกษตรกรทั่วไปเข้าถึงได้ ขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะในการดูแลรักษากล้วยไม้ได้อย่างถูกต้อง และเกษตรกรและผู้ส่งออกขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (GAP/AMP) กิจกรรมกลางน้ำพบประเด็นปัญหาพ่อค้าคนกลางขาดข้อมูลความต้องการบริโภคของแต่ละตลาดในเชิงลึก ทำให้ไม่สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระวังขนส่งทางเครื่องบินมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการส่งออกเพิ่มขึ้น การรวมสารเคมีก่อนการส่งออก มีผลทำให้ดอกกล้วยไม้บางพันธุ์มีคุณภาพต่ำเมื่อถึงมือผู้บริโภค การเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับพ่อค้า ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าต่างประเทศมีจำกัด และการบริหารจัดการการส่งออกกล้วยไม้ยังไม่ดีพอ และไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน จึงทำให้คุณภาพสินค้าเมื่อถึงปลายทางลดลง และกิจกรรมปลายน้ำพบประเด็นปัญหาด้านราคาจำหน่ายสินค้ากล้วยไม้ไทยค่อนข้างผันผวนขึ้นลงตามฤดูกาล ส่งผลกระทบต่อผู้นำเข้าบริหารจัดการต้นทุนค่าสินค้าค่อนข้างลำบาก ทำให้ผู้นำเข้าบางส่วนตัดสินใจเลือกนำเข้าสินค้าจากประเทศคู่แข่งแทน และดอกกล้วยไม้มีอายุการเก็บรักษาสั้น เมื่อเทียบกับสินค้าประเภทอื่น ดังนั้นต้องอาศัยการขนส่งสินค้าผ่านทางเครื่องบิน ซึ่งเป็นต้นทุนการขนส่งที่ค่อนข้างส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ดังนั้นจากประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนำมาสู่การทำวิจัยเรื่อง ศักยภาพความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกล้วยไม้ของไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถความเปรียบเทียบในการส่งออกกล้วยไม้ของไทยและเนเธอร์แลนด์ไปตลาดสหรัฐอเมริกาด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index : RCA) ผลของการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกล้วยไม้ไปยังประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับเนเธอร์แลนด์ และนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจกล้วยไม้ การทำวิจัยครั้งนี้ผู้จัดทำวิจัยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคและความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขัน RCA ในการส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา
3. เพื่อพัฒนาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับเรื่องศักยภาพความสามารถในการแข่งขันการส่งออกกล้วยไม้ของไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยมาใช้ดังนี้ 1) ทฤษฎีกลยุทธ์

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 2) ทฤษฎีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) 3) ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management : SCM) 4) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจงกลุ่มตัวอย่างห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ ประกอบด้วย เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ จำนวน 5 ราย พ่อค้าคนกลางจำนวน 2 ราย และผู้บริโภคจำนวน 10 ราย

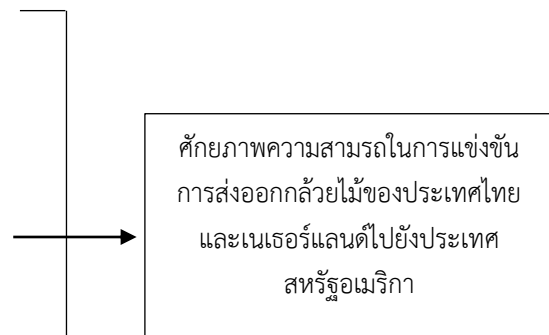
### กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำการทบทวน ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมที่ผ่านมาทำให้กำหนดกรอบแนวคิดวิจัยได้ดังนี้

#### ตัวแปรต้น



#### ตัวแปรตาม



### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 5 คน พ่อค้าคนกลางจำนวน 2 คน และผู้บริโภคจำนวน 10 คน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ระหว่างปี 2561-2565 รวมระยะเวลา 5 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย บทความวิชาการ หน่วยงานต่าง ๆ และข้อมูลทางด้านการผลิต เอกสารที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการส่งออกกล้วยไม้และเปรียบเทียบ ข้อมูลมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เพื่อการวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกกล้วยไม้ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยรวบรวมข้อมูลจากสถิติการส่งออก และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ โดยใช้ข้อมูลการสัมภาษณ์จากห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) โดยใช้ข้อมูลการค้าระหว่างของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และการค้าระหว่างคู่แข่งที่สำคัญที่มีการส่งออกกล้วยไม้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างประเทศเนเธอร์แลนด์ ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2565 เพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบบสัมภาษณ์เฉพาะเจาะจง เกษตรกร พ่อค้าคนกลาง และผู้บริโภค ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA)



### ผลการวิจัย

1. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคและความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ พบว่า เกษตรกรผู้เพาะปลูกกล้วยไม้ส่วนใหญ่ เกษตรกรมีการวางแผนการดำเนินงาน จำนวนพื้นที่การเพาะปลูกกล้วยไม้ อยู่ที่ประมาณ 10 – 20 ไร่ การจัดหาพันธุ์กล้วยไม้ โดยการหาพันธุ์ใหม่ ๆ มาปลูกและมีหลายสายพันธุ์ ก่อนจะปลูกต้องไปดูต้นพันธุ์กล้วยไม้ก่อนที่จะนำมาผาลงปลูก เกษตรกรคัดกล้วยไม้คือ ขนาด 3 ไซต์ มีขนาด 45, 65, 75 มาตรฐาน 45 ส่งกล้วยไม้ต่างประเทศ กิ่งกล้าสมบูรณ์ และคัดหน่อดี ๆ ไปทำพันธุ์ ปัญหาอุปสรรคและความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยที่เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้พบคือ ในการปลูกกล้วยไม้ปัจจุบันมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เกษตรกรโดนพ่อค้าคนกลางกดราคาซื้อ โอกาสธุรกิจกล้วยไม้เป็นของพ่อค้าคนกลาง อุปสรรคของธุรกิจกล้วยไม้เกิดจากโรคเน่าดำ เน่าไส้ เพลี้ยไฟ และบั่วกล้วยไม้

จากการสัมภาษณ์พ่อค้าคนกลาง พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการรับซื้อกล้วยไม้จากเกษตรกร จากสวนจากภายนอกในบริเวณนครปฐมและสวนของตัวเอง พ่อค้าคนกลางมีกลุ่มเป้าหมายหลักในการขายกล้วยไม้ให้กับตลาดจีน 90% เวียดนาม, อินเดีย 10% และทุกประเทศที่ซื้อ โดยเฉพาะประเทศจีน ปัญหาที่พ่อค้าคนกลางพบในการทำธุรกิจกล้วยไม้ คือ ต้นทุนแฝงในการทำธุรกิจที่สูงขึ้น เช่น ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษากล้วยไม้ ค่าแรงงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคทั้งหมดซื้อกล้วยไม้มาจาก ตลาดนัด โดยปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง 1 – 100 ช่อ โดยซื้อ 1 – 9 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาในการซื้อ คือ ช่วงเช้าถึงช่วงเย็น เป้าหมายของการซื้อกล้วยไม้ของผู้บริโภคคือ ซื้อตกแต่งภายในบ้าน ซื้อมาเพื่อจกหน้ายต่อในหน้าบ้าน ตัวเอง ซื้อไปขายต่อและร้อยพวงมาลัยขายวันพระ ซื้อมาตกแต่งร้านอาหาร และซื้อมาไหว้พระในช่วงวันพระ

2. ศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขัน RCA ในการส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทย	ส่งออกกล้วยไม้ประเทศเนเธอร์แลนด์
2561	19,052,000	410,000
2562	16,988,000	362,000
2563	6,519,000	284,000
2564	10,527,000	231,000
2565	13,731,000	822,000

ที่มา : Trade Map , 2023

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ส่งออกทั้งหมดประเทศไทย	ส่งออกทั้งหมดประเทศเนเธอร์แลนด์
2561	27,893,610,000	27,233,418,000
2562	31,362,113,000	29,803,576,000
2563	34,134,647,000	27,675,366,000
2564	41,351,369,000	33,382,281,000
2565	47,152,592,000	38,301,178,000

ที่มา : Trade Map , 2023

## ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้ากล้วยไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ประเทศไทย	ประเทศเนเธอร์แลนด์
2561	18,555,000	7,588,000
2562	13,021,000	6,744,000
2563	3,560,000	3,375,000
2564	9,835,000	6,719,000
2565	14,075,000	7,557,000

ที่มา : Trade Map , 2023

## ตารางที่ 4 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า : ดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ประเทศไทย	ประเทศเนเธอร์แลนด์
2561	33,017,066,000	25,286,523,000
2562	34,753,869,000	30,753,117,000
2563	39,232,276,000	28,141,457,000
2564	50,410,551,000	36,008,503,000
2565	63,012,091,000	35,636,219,000

ที่มา : Trade Map , 2023

## ตารางที่ 5 จำนวนค่าดัชนี RCA ของประเทศไทยปี 2561 - 2565

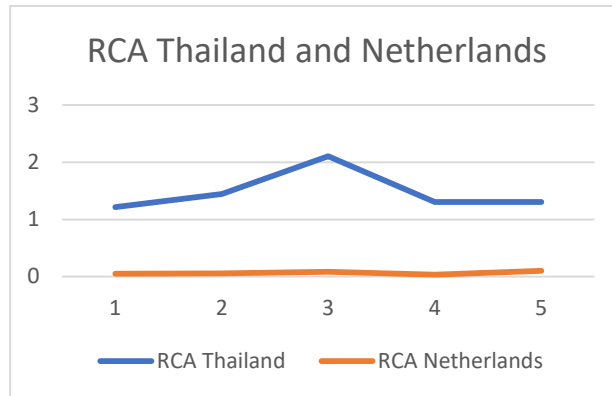
ปี	RCA Thailand
2561	1.215
2562	1.446
2563	2.105
2564	1.305
2565	1.304

ที่มา : ผู้วิจัย , 2566

## ตารางที่ 6 จำนวนค่าดัชนี RCA ของประเทศเนเธอร์แลนด์ปี 2561 - 2565

ปี	RCA Netherlands
2561	0.050
2562	0.055
2563	0.086
2564	0.037
2565	0.101

ที่มา : ผู้วิจัย , 2566



ที่มา : ผู้วิจัย , 2566

**ภาพที่ 1** การเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ในการส่งออกกล้วยไม้ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย โดยค่า RCA ของประเทศไทยมีค่ามากกว่า 1 ทุกปี ตั้งแต่ปี 2018 -2022 ซึ่งหมายความว่า ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ไปยังสหรัฐอเมริกา โดยค่า RCA ของประเทศไทยมีค่าเพิ่มขึ้นและมากกว่าประเทศเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่ด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยค่า RCA ของประเทศเนเธอร์แลนด์มีค่าน้อยกว่า 1 ทุกปีตั้งแต่ปี 2018 – 2022 ซึ่งหมายความว่าประเทศเนเธอร์แลนด์อยู่ในฐานะที่เสียเปรียบในการส่งออกกล้วยไม้ไปยังสหรัฐอเมริกา

3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้การคำนวณจาก Microsoft Excel จึงทำให้สามารถแบ่งแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ได้ 3 ทาง ดังนี้ 1) แนวทางการเพิ่มปริมาณการขนส่ง 2) แนวทางการขยายตลาดการส่งออก 3) แนวทางการเพิ่มจุดแข็งด้านการผลิต

### สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

1. ปัญหาและอุปสรรคและความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยและเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา

เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ (ต้นน้ำ) ในการปลูกกล้วยไม้ปัจจุบันมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เกษตรกรโดนพ่อค้าคนกลางกดราคารับซื้อ โอกาสธุรกิจกล้วยไม้เป็นของพ่อค้าคนกลาง อุปสรรคของธุรกิจกล้วยไม้ เกิดจากโรคเน่าดำ เน่าไส้ เพลี้ยไฟ และบั่วกล้วยไม้ พ่อค้าคนกลาง (กลางน้ำ) ปัญหาที่พ่อค้าคนกลางพบในการทำธุรกิจกล้วยไม้ คือ ต้นทุนแฝงในการทำธุรกิจที่สูงขึ้น เช่น ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษากล้วยไม้ ค่าแรงงาน ผู้บริโภค (ปลายน้ำ) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อกล้วยไม้จากตลาดนัด รองลงมาคือจากพ่อค้าคนกลาง โดยปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง คือ 1 – 200 ช่อ โดยซื้อ 1-20 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาในการซื้อ คือ ช่วงเช้าถึงช่วงเย็น ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีการวางแผนในการซื้อกล้วยไม้ เช่น ซื้อมาไหว้พระในวันพระ ซื้อมาตกแต่งบ้าน และซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อ จากผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ พิมลกันต์ (2560) การวิจัยเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรกล้วยไม้ในอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี มีประสบการณ์ในการทำเกษตรกล้วยไม้ 11-20 ปี มีเนื้อที่ในการเพาะปลูก มากกว่า 10 ไร่ และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีของเกษตรกรมากกว่า 500,001 บาท การศึกษาการค้นหาลักษณะการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกล้วยไม้ ในอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านกระบวนการผลิต ชนิดของกล้วยไม้ที่ปลูกเป็นประเภทหวาย ลักษณะโรงเรือนที่ใช้เพาะปลูกเป็นแบบมาตรฐาน วิธีการขยายพันธุ์ใช้วิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ วัสดุที่ปลูกใช้กาบมะพร้าวหรือใบอัดแห้งหรือกระบะกาบมะพร้าว แหล่งน้ำที่ใช้เป็นน้ำบ่อหรือน้ำคลอง วิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชใช้แรงงานคน ลักษณะการจ้างแรงงานเป็นการจ้างทั้ง 2 แบบ คือแบบแรงงานประจำและแบบแรงงานชั่วคราว ด้านการจัดเก็บผลผลิต ระยะเวลาที่เริ่มตัดดอกหลังจากการปลูกใช้น้อยกว่า 7 เดือน ช่วงเวลาที่ตัดดอกเป็นช่วงบ่าย ความถี่ในการตัดดอกน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ วิธีปฏิบัติ

หลังการตัดดอกใช้วิธีการพรมน้ำ ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยน้อยกว่า 6 ช่อ/ต้น/ปี ด้านการขนส่ง ช่องทางการขายโดยใช้วิธีบริษัทส่งออก สถานที่ขายโดยการส่งออกต่างประเทศและร้านค้า คุณภาพของดอกที่ขายใช้ทั้ง 2 แบบ โดยการคัดเกรดและไม่คัดเกรด ลักษณะการขายดอกกล้วยไม้จะขายเป็นช่อ ผู้กำหนดราคาและเกณฑ์ในการกำหนดราคาเป็นการกำหนดตามราคาตลาด การชำระเงินหลังการขายเป็นทั้ง 2 แบบ คือเงินสดและเงินเชื่อ วิธีการขนส่งโดยการขนส่งด้วยตนเอง แหล่งความรู้ด้านการตลาดเป็นการศึกษาด้วยตนเอง ด้านวิธีการควบคุมการผลิตโดยเพิ่มการใส่ปุ๋ย โดยมีการลดต้นทุนการผลิตโดยขยายพันธุ์ด้วยตนเอง และการสร้างรูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกล้วยไม้ ในอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ความคิดเห็นของเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงมากไปหาน้อยคือ ด้านการวางแผน ด้านการขนส่ง ด้านการผลิต ด้านการส่งคืน และด้านการจัดซื้อจัดหา

2. วิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขัน RCA ในการส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปยังสหรัฐอเมริกา ค่าเฉลี่ย RCA ของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2018 - 2022 มากกว่า 1 ซึ่งหมายความว่า ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และประเทศเนเธอร์แลนด์ มีค่าเฉลี่ย RCA น้อยกว่า 1 ตั้งแต่ปี 2018 - 2022 ซึ่งหมายความว่าประเทศเนเธอร์แลนด์อยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยประเทศไทยมีค่ามากกว่าประเทศเนเธอร์แลนด์ จากผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาสนันท์ โชคมณีสุข (2560) การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยไปสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาศักยภาพในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย สิงคโปร์ และมาเลเซียไปยังสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า ไทยอยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบในการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังสหรัฐอเมริกามากที่สุด สิงคโปร์มีความได้เปรียบในการส่งรองลงมา และมาเลเซียอยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกดอกกล้วยไม้

3. แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งออกกล้วยไม้ประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

จากการวิเคราะห์ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ทำให้กำหนดกลยุทธ์ได้ 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) แนวทางในการเพิ่มปริมาณการขนส่ง โดยการเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทยและเพิ่มประสิทธิภาพดัชนีชี้วัดขีดความสามารถโลจิสติกส์ไทยให้ได้ในระดับที่สูงขึ้น การพัฒนาเพิ่มศักยภาพเพื่อขยายโอกาสในการส่งออกสินค้ากล้วยไม้ของไทยในตลาดเป้าหมาย 2) แนวทางการขยายตลาดการส่งออกพิจารณาสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในลักษณะเชิงรุกเพื่อเพิ่มโอกาสในการเจรจาค้ากับผู้ประกอบการในตลาดและรับฟังความเห็นจากผู้นำเข้าไปปรับปรุงและพัฒนาสายพันธุ์ไม้ตัดดอกให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาด 3) แนวทางการเพิ่มจุดแข็งด้านการผลิต โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสายพันธุ์กล้วยไม้ในไทยจำนวนมาก ทำให้สามารถปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์กล้วยไม้ประเภทใหม่ ๆ ที่มีขนาด และสีสันทันที่เป็นการต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ จากผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุกุล โกมลอุปถัมภ์, ปาริชาติ ธีระวิทย์ และทวีศักดิ์ รูปสิงห์ (2564) การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก พบว่า 1) สภาพ การดำเนินการ ยอดขายและการส่งออกน้อยลง คงที่ และเพิ่มขึ้นคู่ค่าที่สำคัญส่วนใหญ่อยู่แถบ เอเชียโดยเฉพาะญี่ปุ่นและจีน จุดแข็งคือ สายพันธุ์ที่ปลูกสามารถปลูกได้ในสภาพภูมิอากาศใน ประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ การขนส่ง การเจรจาต่อรอง ภาษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ค่าเงินบาทที่แข็ง และขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ 2) ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ ความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการด้านความรู้ได้ร้อยละ 60.00 จำนวน 6 ปัจจัย ด้าน ทักษะได้ร้อยละ 37.00 จำนวน 3 ปัจจัย และด้านความสามารถอื่น ๆ ได้ร้อยละ 51.30 จำนวน 4 ปัจจัย และกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ด้าน ความรู้ด้านทักษะ และด้านความสามารถอื่น ๆ และ 13 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ จัดการ ความรู้ในองค์กร ประสบการณ์ สร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก สร้างความร่วมมือกับ สถานศึกษาและสถาบันการเงิน จัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร จัดการด้านการตลาด บริหารคุณภาพโดยรวม กำหนดเป้าหมายการบริหารธุรกิจ บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม คิดค้นพันธุ์ กล้วยไม้ชนิดใหม่ มีความซื่อสัตย์และคุณธรรม และจัดการบุคลากรในองค์กร





### ข้อเสนอแนะการวิจัย

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอุปสรรคและความสัมพันธ์โซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทย ภาครัฐควรเข้าไปดูแลตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อแก้ไขต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นและพัฒนาคุณภาพของกล้วยไม้จากศัตรูพืช จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยและประเทศเนเธอร์แลนด์ไปสหรัฐอเมริกา ภาครัฐควรเข้าไปสนับสนุนการส่งออกกล้วยไม้ เพื่อส่งออกกล้วยไม้ได้มากขึ้น และนำกลยุทธ์มาปรับใช้ให้เหมาะสมเพื่อการส่งออกที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มศักยภาพและมูลค่าการส่งออกให้กับประเทศ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] Sudarat Phimonkan, (2017). *Supply chain management of orchid agricultural products in Phutthamonthon District Nakhon Pathom Province*. Humanities, Social Sciences, and Arts of Silpakorn University. (In Thai)
- [2] Passanan Chokmaneech (2017). *Research on the potential of exporting Thai orchids to the United States*. Faculty of Economics, Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- [3] Anukul Komoluppatham, Parichart Theerawit, & Taweesak Roopsingh, (2021). *Research on Strategy for Entrepreneur Development in Orchid Production for Export*. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. (In Thai)
- [4] Office of Agricultural and Industrial Trade Promotion. (2022). *Orchid*. (In Thai)
- [5] International Trade Promotion Office in Miami, USA. (2020). *Product report of cut flower orchids in the US market*. (In Thai)