

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิของการทำวิทยานิพนธ์ ได้มีการออกแบบสอบถามเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลจากบรรดาผู้ผลิตและผู้ส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย โดยรวบรวมรายชื่อบริษัททั้งหมดได้ 55 กิจการ ซึ่งกิจการทั้ง 55 แห่งนี้ เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนอยู่ 38 ราย นอกจากนั้นเป็นธุรกิจขนาดไม่ใหญ่นักและไม่ได้ขอรับการส่งเสริมการแจกแบบสอบถามใช้วิธีโทรศัพท์ไปนัดล่วงหน้าเพื่อทำการสัมภาษณ์และกรอกแบบสอบถาม แต่ในกรณีไม่มีเวลากรอกแบบสอบถามก็จะใช้วิธีฝากแบบสอบถามไว้ แล้วไปขอรับคืนด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามจำนวนแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมดได้เพียง 25 ชุดจากกิจการทั้งหมด 55 แห่ง ซึ่งทุกแห่งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการและชลบุรี กิจการบางแห่งไม่สามารถติดต่อได้ และบางกิจการปฏิเสธไม่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม ในแบบสอบถาม 25 ชุด ที่แจกไปนี้ ได้กลับคืนมาเพียง 15 ชุด หลังจากคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์แล้วมีอยู่เพียง 11 ชุดที่ใช้วิเคราะห์ได้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20 จากบรรดากิจการทั้งหมด

ในบทนี้จะแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการพิสูจน์สมมติฐาน ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลอื่นๆ ที่ไม่ได้ใช้ในการพิสูจน์สมมติฐานแต่มีความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยในแง่ที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงสภาพธุรกิจดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นที่ทุกฝ่ายควรร่วมมือกันแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้การส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมมติฐาน

- 1.) ราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญว่าคุณภาพดีในการส่งออกผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย
- 2.) ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทยคือการขาดแคลนช่างฝีมือ

ข้อมูลที่มีความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยสามารถแยกออกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

- 1) ลักษณะของกิจการ
- 2) สภาพการแข่งขัน
- 3) ข้อมูลทางด้านการผลิต
- 4) ข้อมูลทางด้านการตลาด
- 5) ปัญหาที่พบ

ส่วนที่ 1 : การพิสูจน์สมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 : ราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย

ตารางที่ 6.1 การแสดงความเห็นว่าราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ(ราย)	ร้อยละ
ใช่	7	63.64
ไม่ใช่	4	36.36
รวม	11	100.00

Ho : ราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญเท่ากับคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย

Ha : ราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย

จากการทดสอบโดยใช้ X^2 - Goodness of Fit Test

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \sum_{i=1}^2 \frac{(|O_i - E_i| - 0.5)^2}{E_i} \\
 &= \frac{(|7 - 5.5| - 0.5)^2 + (|4 - 5.5| - 0.5)^2}{5.5} \\
 &= \frac{1 + 1}{5.5} = 0.36
 \end{aligned}$$

ดังนั้นค่า X^2 ที่ได้จากข้อมูลที่เก็บได้ เท่ากับ 0.36

ส่วนค่า X^2 ที่ได้จากการเปิดตาราง ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05
องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) = 2 - 1 = 1
เท่ากับ 3.841

ดังนั้น ค่า X^2 ที่ได้จากข้อมูลที่เก็บได้มีค่าน้อยกว่าค่าที่ได้จากการเปิดตาราง จึงต้องยอมรับ H_0 ที่ว่า ราคาถูกมีความสำคัญเท่ากับคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย และปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ราคาถูกเป็นปัจจัยที่สำคัญกว่าคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 : ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์คือ การขาดแคลนช่างฝีมือ

ตารางที่ 6.2 ความคิดเห็นว่าปัญหาการขาดแคลนช่างฝีมือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับกิจการหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ(ราย)	ร้อยละ
ก) ไม่เป็นปัญหาที่สำคัญ	3	27.27
ข) เป็นปัญหาที่สำคัญ	8	72.73
รวม	11	100.00

ผู้ส่งออกถึงร้อยละ 72.73 เห็นว่า การขาดแคลนช่างฝีมือเป็นปัญหาที่สำคัญโดยมีผลต่อคุณภาพของสินค้าและการส่งมอบ ทั้งนี้ทั้งสองสาเหตุย่อมมีผลต่อความเชื่อถือของลูกค้าที่มีต่อกิจการหรือผลิตภัณฑ์ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทยในอนาคต ซึ่งจำเป็นต้องรักษาไว้

ตั้งนั้นจากสมมติฐานที่ว่า

Ho : ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย คือการขาดแคลนช่างฝีมือ

Ha : ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ของไทย ไม่ใช่การขาดแคลนช่างฝีมือ

จากการทดสอบโดยใช้ χ^2 - Goodness of Fit test พบว่า

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(|O_i - E_i| - 0.5)^2}{E_i}$$

$$= \frac{(18 - 5.51 - 0.5)^2 + (13 - 5.51 - 0.5)^2}{5.5}$$

$$= 1.45$$

ค่า X^2 ที่ได้จากข้อมูล เท่ากับ 1.45

ค่า X^2 ที่ได้จากการเปิดตาราง เท่ากับ 3.841

ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) = 2 - 1 = 1

ซึ่งค่าที่ได้จากข้อมูลที่เก็บได้น้อยกว่าค่าที่ได้จากการเปิดตาราง

ดังนั้นจึงไม่ปฏิเสธสมมติฐานข้อ 2 ที่ว่า "ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์และต้นไม้อประดิษฐ์ของไทย คือการขาดแคลนช่างฝีมือ" ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ส่วนที่ 2 : การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความสำคัญต่อวัตถุประสงค์

ข้อมูลเกี่ยวกับทางด้านลักษณะของกิจการ

ตารางที่ 6.3 บทบาทของกิจการในอุตสาหกรรมส่งออกดอกไม้ และต้นไม้ประดับ

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
- ผู้ผลิตอย่างเดียว	1	9.09
- ผู้ส่งออกอย่างเดียว	2	18.18
- ผู้ผลิตและผู้ส่งออก	8	72.73
- อื่น ๆ	0	0.00
รวม	11	100

แสดงว่ากิจการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตและส่งออกด้วยตนเอง หรือเท่ากับร้อยละ 72.73 รองลงมาได้แก่ผู้ส่งออก หรือเท่ากับร้อยละ 18.18 ซึ่งในกรณีนี้มักได้แก่ บริษัทนายหน้า หรือบริษัทค้าต่างประเทศเป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.4 ประสบการณ์ในการส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของกิจการ

คำตอบ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
0 - 3 ปี	2	18.18
4 - 6 ปี	4	36.36
7 - 9 ปี	2	18.18
10 - 13 ปี	3	27.27
มากกว่า 13 ปี	0	0
รวม	11	100

กิจการส่วนใหญ่จะดำเนินกิจการมาอยู่ระหว่าง 4 - 6 ปี เท่ากับร้อยละ 36.36

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลทางด้านสภาพการแข่งขัน

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญ

ตารางที่ 6.5 ผู้ที่เห็นว่าประเทศจีนเป็นคู่แข่งสำคัญอันดับหนึ่ง

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ อันดับหนึ่ง	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ	เหตุผลที่ให้และความคิดเห็น
1. ประเทศจีน	9	81.82	ไทยเสียเปรียบในด้านราคาเนื่องจากจีนมีต้นทุนการผลิตต่ำและราคาขายของดอกไม้ ต้นไม้ประดิษฐ์ของจีนถูกกว่าไทยหลายเท่า
2. ฮ็องกง	1	9.09	ไทยเสียเปรียบในด้านราคา
3. ๙๙๙	1	9.09	ไทยเสียเปรียบในด้านคุณภาพ ต้นทุน และประสิทธิภาพของคน
รวม	11	100	

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอันดับสอง

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ อันดับสอง	จำนวนผู้ตอบ(ราย)	ร้อยละ	เหตุผลที่ทำให้และความคิดเห็น
1. ประเทศไต้หวัน	6	54.55	โดยร้อยละ 66.66 ของทั้ง 6 รายนี้เห็นว่าไทยเสียเปรียบด้านราคาและอีกร้อยละ 33.33 เห็นว่าไทยเสียเปรียบในด้านคุณภาพ
2. ฮองกง	5	45.45	โดยร้อยละ 60 ของทั้ง 5 รายเห็นว่าไทยเสียเปรียบในด้านราคาและอีกร้อยละ 40 เห็นว่าไทยเสียเปรียบในด้านแบบของผลิตภัณฑ์ที่ทางฮองกงมีให้เลือกมากกว่า
รวม	11	100	

จะเห็นได้ว่าบรรดาผู้ส่งออกของไทยถึงร้อยละ 81.82 เห็นว่าจีนเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญอันดับที่หนึ่ง โดยมีข้อได้เปรียบทางด้านราคาที่ต่ำกว่าอย่างไรก็ตามจีนมักประสบกับปัญหาทางด้านการส่งมอบสินค้าที่ช้าและมักต้องขอเลื่อนการส่งสินค้าเสมอ ๆ ทั้งนี้เพราะหน่วยการผลิตของจีนเป็นกิจการที่ขึ้นกับรัฐบาล ทำให้บุคลากรเหล่านี้ของจีนไม่ให้ความสนใจในการทำงานเท่าที่ควร การทำงานจึงเป็นไปอย่างล่าช้า ซึ่งนับว่าเป็นข้อเสียเปรียบของจีนอย่างหนึ่ง

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญเป็นอันดับสอง ตามความคิดเห็นของผู้ส่งออกไทย ได้แก่ ไต้หวัน โดยมีผู้มีความเห็นเช่นนี้ถึงร้อยละ 54.55 และให้ความเห็นว่าไทยเสียเปรียบในด้านราคาและคุณภาพของสินค้า

ส่วนผู้ที่เห็นว่า ฮองกง เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญเป็นอันดับสองมีอยู่ร้อยละ 45.45 โดยไทยเสียเปรียบในด้านราคา และแบบของดอกไม้และต้นไม้มงคลที่มให้เลือกมากกว่า

ตารางที่ 6.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจการว่าเน้นอะไรเป็นจุดขายที่สำคัญที่สุด

จุดขายที่สำคัญที่สุด	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
ก. ความประณีตในการประดิษฐ์	5	45.45
ข. วัตถุดิบที่ใช้ในการประดิษฐ์	1	9.09
ค. ราคาถูกกว่าคู่แข่งชั้น	2	18.18
ง. การส่งมอบตรงเวลา	1	9.09
จ. การมีแบบของดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ให้เลือกมากกว่า	1	9.09
ฉ. การติดตามลูกค้าหลังการขาย	1	9.09
รวม	11	100

ผู้ส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์จำนวน 5 รายจาก 11 ราย หรือเท่ากับร้อยละ 45.45 มีการเห็นว่าจุดขายที่สำคัญที่สุดคือความประณีตในการประดิษฐ์ ซึ่งก็คือปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของคุณภาพ จุดขายที่สำคัญรองลงมาได้แก่ราคาถูกกว่าคู่แข่งชั้น โดยมีอยู่ร้อยละ 18.18 ของผู้ตอบเห็นราคาถูกเป็นจุดขายที่สำคัญที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.8 แนวโน้มความต้องการของลูกค้าในอนาคตที่ต้องการสินค้าประเภทใด

- ก. คุณภาพดีกว่าคู่แข่ง ราคาสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
 ข. คุณภาพดีกว่าคู่แข่ง ราคาปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
 ค. คุณภาพปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ราคาปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
 ง. คุณภาพปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ราคาถูกกว่าคู่แข่ง
 จ. คุณภาพต่ำกว่าคู่แข่ง ราคาถูกกว่าคู่แข่ง

ความเห็นทางด้านแนวโน้มความต้องการของลูกค้า	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
ก.	5	45.45
ข.	4	36.36
ค.	1	9.09
ง.	1	9.09
จ.	0	0.00
รวม	11	100

ผู้ส่งออกส่วนมากมีความเห็นว่าแนวโน้มความต้องการของลูกค้าในอนาคตต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่งมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ยินดีที่จะยอมรับในด้านราคาที่จะสูงขึ้น โดยผู้เลือกตอบชื่อน้อยถึงร้อยละ 45.45 ความเห็นทางด้านแนวโน้มความต้องการของตลาดของผู้ส่งออกที่มีจำนวนรองลงมาก็ได้แก่สินค้าที่คุณภาพดีกว่าคู่แข่ง แต่ราคาปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการพิจารณาในด้านแนวโน้มความต้องการจะขึ้นอยู่กับตลาดในแต่ละประเทศ และส่วนของระดับของตลาดว่าเป็นตลาดระดับที่มีอำนาจการซื้อสูงหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ในความเป็นจริงแล้วตลาดในประเทศสหรัฐจะมีตลาดอยู่สองระดับ โดยระดับที่หนึ่งจะเป็นตลาดที่มีการเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำ อันได้แก่ ดอกไม้ประดิษฐ์พลาสติก และดอกไม้ผ้าไนล่อนสเตอร์ ส่วนตลาดอีกระดับหนึ่งได้แก่ตลาดระดับสูงที่มีอำนาจการซื้อสูงซึ่งนิยมดอกไม้ผ้าประดิษฐ์ด้วยมือ (Handwrapped Artificial Flowers) ทั้งนี้เพราะต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า ส่วนตลาดทางด้านทวีปยุโรป มักนิยมสินค้าที่มีคุณภาพดี และยอมรับสินค้าที่มีราคาแพง

ตารางที่ 6.9 ความเห็นในการมีลูกค้าติดตื้อซื้อดอกไม้ และต้นไม้ประดิษฐ์จากกลุ่มประเทศคู่แข่ง
เพราะสาเหตุใด

สาเหตุ	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
ก. เคยติดต่อก่อนแล้ว	5	25.0
ข. เป็นดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ที่ต่างชนิดออกไป	4	20.0
ค. ราคาถูกกว่า	6	30.0
ง. คุณภาพดีกว่า	1	5.0
จ. เหมอการชำระเงินดีกว่า	2	10.0
ช. ไม่ต้องการให้เกิดการผูกขาดกับผู้ส่งสินค้าเพียงผู้เดียว	2	10.0

ข้อมูลทางด้านการผลิต

ตารางที่ 6.10 วัตถุดิบที่กิจการใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ต้องสั่งมาจากต่างประเทศหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
ไม่ต้องสั่ง	2	18.18
ต้องสั่ง	9	81.82
รวม	11	100

แสดงว่ากิจการถึงร้อยละ 81.82 ต้องนำวัตถุดิบเข้ามาจากต่างประเทศ ในขณะที่เพียงร้อยละ 18.18 สามารถใช้วัตถุดิบในประเทศ

ตารางที่ 6.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบจากในประเทศทดแทนได้หรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ผู้ตอบว่าได้	5	45.45
ผู้ตอบว่าไม่ได้	6	54.55
รวม	11	100

ผู้ตอบว่าได้ มีอยู่เพียงร้อยละ 45.45 แต่ให้ความคิดเห็นว่า วัตถุดิบจากภายนอกประเทศมีราคาถูกกว่า สำหรับเม็ดพลาสติก หรือ ฝ้ายบางชนิดที่ผลิตในประเทศคุณภาพไม่ดี ผู้ที่ตอบว่าไม่ได้ ซึ่งมีมากกว่าคือเท่ากับร้อยละ 54.55 ให้ความคิดเห็นว่า วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศมีไม่พอเพียง และเป็นวัตถุดิบคนละประเภท บางชนิดก็ยังไม่มีการผลิต และมีราคาสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลเกี่ยวกับทางด้านการตลาด

ตารางที่ 6.12 ความคิดเห็นว่าฤดูกาลในประเทศของลูกค้าที่สั่งซื้อมีผลต่อแบบของดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ที่สั่งซื้อหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ผู้ตอบว่ามี	8	72.73
ผู้ตอบว่าไม่มี	3	27.27
รวม	11	100

ผู้ตอบว่ามีให้เหตุผลว่า ช่วงระยะเวลาขายและระบายสินค้าคงคลังจะมีเป็นช่วง ๆ เช่น ช่วงคริสต์มาสก็จะใช้ดอกไม้ประดิษฐ์ที่เข้ากับเทศกาล

ตารางที่ 6.13 ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ที่ส่งออกในแต่ละปีที่ผ่านมาสำหรับลูกค้ารายเดียวกันมักสั่งซื้อแบบซ้ำกันหรือไม่

คำตอบ	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
สั่งซ้ำแบบเดิม	7	63.64
สั่งไม่ซ้ำกันแต่เปลี่ยนแบบไปเรื่อยๆ	4	36.36
รวม	11	100

ผู้ตอบร้อยละ 63.64 ให้ความเห็นว่าแบบที่สั่งซื้อมามากเป็นแบบเดิมซ้ำๆ กันทุกๆ ที่ ในขณะที่เพียงร้อยละ 36.36 ให้ความเห็นว่าลูกค้ามักเปลี่ยนแบบสั่งซื้อไปเรื่อยๆ

ตารางที่ 6.14 คำสั่งซื้อหรือผลิตที่กิจการของท่านได้รับส่วนใหญ่ได้มาโดยวิธีใด

คำตอบ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
- การติดต่อเสนอขายจากกิจการของตนเองโดยตรง	6	22.22
- ลูกค้าเก่าติดต่อมา	9	33.33
- ลูกค้าใหม่ติดต่อ โดยได้รายชื่อของกิจการของท่านจากหน่วยงานอื่น	5	18.52
- ลูกค้าได้รายชื่อของกิจการของท่านจากการที่ท่านไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	5	18.52
- บริษัทคนกลางส่งออกมาติดต่อให้ทำการผลิตให้	2	7.41
รวม	27	100

แสดงให้เห็นว่าคำสั่งซื้อส่วนใหญ่แล้วจะ ได้จากลูกค้าเก่าที่ติดต่อมา โดยมีผู้เลือกตอบ ร้อยถึงร้อยละ 33.33

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.15 คำสั่งผลิตหรือซื้อที่กิจการได้รับมืออย่างสม่ำเสมอทั้งปีหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ(ราย)	ร้อยละ
สม่ำเสมอ	8	72.72
ไม่สม่ำเสมอ บางช่วงมีมาก บางช่วงมีน้อย	3	27.27
รวม	11	100

กิจการที่ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 72.72 ได้รับคำสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ในขณะที่กิจการอื่นร้อยละ 27.27 ได้รับคำสั่งซื้ออย่างไม่สม่ำเสมอ

ตารางที่ 6.16 ผลลัพธ์ของกิจการของท่านมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการทางด้านการออกแบบหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ(ราย)	ร้อยละ
มี	10	90.91
ไม่มี	1	9.09
รวม	11	100

กิจการถึงร้อยละ 90.91 มีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการทางด้านออกแบบ ในขณะที่อีก ร้อยละ 9.09 ไม่มีการพัฒนาทางด้านการออกแบบ

ตารางที่ 6.17 กรณีที่มีการพัฒนาการออกแบบ กิจกรรมมีการเพิ่มแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ปีละกี่ครั้ง โดยเฉลี่ย

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ปีละครั้ง	2	18.18
ปีละ 2 - 3	4	36.36
มากกว่าปีละ 3 ครั้ง	4	36.36
ไม่แน่นอน	1	9.09
รวม	11	100

แสดงว่ากิจกรรมต่างๆ ถึงร้อยละ 90.91 มีการออกแบบใหม่เรื่อยๆ โดยเฉลี่ยแล้ว ประมาณอย่างน้อย 2 ครั้งต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่าลูกค้ามักสนใจรูปแบบใหม่ๆ ของดอกไม้มากกว่าแบบเดิม

ตารางที่ 6.18 กิจกรรมได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับแบบของดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ที่จะส่งออกจากไหน

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ลูกค้าต่างประเทศ	9	52.94
หน่วยราชการต่าง ๆ	0	0
ฝ่ายการตลาดของกิจการออกแบบ	8	47.06
หน่วยงานเอกชนอื่น ๆ	0	0
รวม	17	100

ผู้ส่งออกดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ของไทย ได้คำแนะนำทางด้านแบบของผลิตภัณฑ์มาจาก
ลูกค้าต่างประเทศมากที่สุด ถึงร้อยละ 52.94 รองลงมาจะเป็นฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายออกแบบภายใน
ในกิจการเองเป็นผู้ออกแบบ ถึงร้อยละ 47.06



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 6.19 กิจการได้ข้อมูลทางการตลาดส่วนใหญ่มาจากที่ใด

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
กรมพาณิชย์สัมพันธ์	2	14.29
กรมเศรษฐกิจ การพาณิชย์	0	0
ลูกค้าต่างประเทศ	5	35.71
การเดินทางไปตลาดด้วยตนเอง	6	42.86
อื่นๆ	1	7.14
รวม	14	100

ส่วนใหญ่ ข้อมูลที่ได้จะ ได้มาจากการเดินทางไปตลาดด้วยตนเอง ถึงร้อยละ 42.86 รองลงมาได้แก่ จากลูกค้าต่างประเทศ เท่ากับร้อยละ 35.71 สำหรับแหล่งอื่น ๆ ของข้อมูลได้แก่ จากนิตยสารต่างๆ

ตารางที่ 6.20 ข้อมูลที่กิจการ ได้รับในปัจจุบันนี้เพียงพอหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
เพียงพอ	5	45.45
ไม่เพียงพอ	6	54.55
รวม	11	100

ตารางที่ 6.21 เคยมีการดำเนินการทางด้านส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้ากิจการหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่เคย	3	27.27
เคย	8	72.73
รวม	11	100

ผู้ที่ตอบว่าเคย ซึ่งเท่ากับร้อยละ 72.73 มีวิธีดังนี้

- ก.) การโฆษณา เช่น ส่งแผ่นปลิวโฆษณา ตอบ 3 ราย เท่ากับร้อยละ 30.0
 ข.) การใช้เครดิตการค้าพิเศษ ตอบ 2 ราย เท่ากับร้อยละ 20.0
 ค.) การร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ตอบ 4 ราย เท่ากับร้อยละ 40.0
 ง.) อื่นๆ โปรครระบุ ได้แก่ ให้ส่วนลดพิเศษ โดยเฉพาะ

ตารางที่ 6.22 ลูกค้าของกิจการส่วนใหญ่ดำเนินการอะไร

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
กิจการขายปลีก	5	20.83
กิจการขายส่งดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์เพียงอย่างเดียว	9	37.50
บริษัทคนกลาง / นายหน้ารับส่งสินค้า	4	16.67
ห้างสรรพสินค้า	6	25.0
อื่น ๆ	-	0
รวม	24	100

จะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ คือเท่ากับร้อยละ 37.50 จะเป็นพ่อค้าคนกลางดำเนินการขายส่งดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ถึงร้อยละ 37.50 รองลงมาได้แก่ห้างสรรพสินค้าเทียบเท่ากับร้อยละ 25.0

ตารางที่ 6.23 ลูกค้าที่มาติดต่ออยู่ในปัจจุบันส่วนมากเริ่มติดต่ออย่างไร

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
รู้จักเป็นส่วนตัว	3	12.50
ลูกค้าได้รายชื่อของท่านมาจากหน่วยราชการ	4	16.67
ท่านได้เสนอขายสินค้าด้วยตนเอง	4	16.67
ลูกได้รายชื่อของท่านมาจากบุคคลอื่น	6	25.0
รู้จักกันจากการแสดงงานสินค้าในต่างประเทศ	5	20.83
อื่น ๆ	2	8.33
รวม	24	100

แหล่งอื่นๆ ที่ลูกค้าได้ข้อมูลมาได้แก่ จากสมุดโทรศัพท์เป็นต้น และหน่วยงานราชการที่ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าต่างประเทศมากที่สุด ก็ได้แก่กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ซึ่งนอกจากจะให้ข้อมูลในเมืองไทยแล้ว ยังได้ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าต่างประเทศ โดยผ่านทางศูนย์พาณิชย์กรรมของไทยในต่างประเทศด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลทางด้านปัญหาอื่นๆ

ตารางที่ 6.24 ปัจจัยในกิจการมีช่างฝีมือเพียงพอสำหรับการผลิตหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
มีช่างฝีมือเพียงพอ	4	36.36
มีช่างฝีมือไม่เพียงพอ	7	63.64
รวม	11	100

แสดงว่ากิจการถึงร้อยละ 63.64 ประสบปัญหาช่างฝีมือไม่เพียงพอ ในขณะที่เพียงร้อยละ 36.36 มีช่างฝีมือเพียงพอ

ตารางที่ 6.25 ในกรณีช่างฝีมือไม่เพียงพอในกิจการ ท่านมีการแก้ปัญหาอย่างไร

วิธีการแก้ปัญหา	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
เพิ่มการผลิตล่วงเวลา	5	45.45
ว่าจ้างกิจการอื่นช่วยทำการผลิต	2	18.18
จ้างคนงานเพิ่ม	4	36.36
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	11	100.00

วิธีการแก้ปัญหาเมื่อมีช่างฝีมือไม่เพียงพอในกิจการ ผู้ส่งออกถึงร้อยละ 45.45 จะแก้ปัญหาโดยการเพิ่มการผลิตล่วงเวลา รองลงมากิจการอีกร้อยละ 36.36 จะแก้ปัญหาโดยการจ้างคนงานเพิ่ม ส่วนอีกร้อยละ 18.18 จะแก้ปัญหาโดยการว่าจ้างกิจการอื่นช่วยทำการผลิต

การแก้ปัญหาโดยการผลิตล่วงเวลาสามารถทำได้โดยใช้คนงานเดิมซึ่งมีความชำนาญงานอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องมาฝึกฝนใหม่ เป็นการแก้ปัญหาในระยะสั้น แต่ถ้าใช้วิธีการจ้างคนงานเพิ่มนั้น มีข้อดีคือสามารถเร่งการผลิตได้มากขึ้น เพราะแรงงานเพิ่มขึ้น และเหมาะกับการแก้ปัญหาในระยะยาวสำหรับกิจการที่กำลังขยายตัว แต่ข้อเสียคือในระยะแรก ๆ ต้องเสียเวลาฝึกฝนให้ชำนาญงานก่อนทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานช่วงแรกๆ ไม่เต็มที่ หลังจากระยะหนึ่งแล้วเมื่อชำนาญงานก็จะมีประสิทธิภาพดีขึ้นเอง และถ้าเลยระยะที่มีคำสั่งซื้อมาก อาจทำให้มีการว่างงานขึ้น เกิดการสูญเปล่าขึ้นในกิจการ อีกวิธีหนึ่งคือ การว่าจ้างกิจการอื่นช่วยทำการผลิต มักเป็นกิจการขนาดเล็ก ซึ่งไม่มีกำลังและความสามารถพอจะส่งออกได้เอง จะช่วยทำการผลิตหรือประกอบส่วนต่าง ๆ ของดอกไม้เข้าด้วยกัน เป็นการช่วยเพิ่มกำลังการผลิตให้แก่ผู้ส่งออกได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยลดความเสี่ยงต่อการว่าจ้างคนงานเพิ่ม แล้วงานมีน้อยลงจนทำให้ เกิดการสูญเปล่าได้

ตารางที่ 6.26 ปัญหาอื่นๆ นอกจากที่ถามมาทางด้านช่างฝีมือสำหรับกิจการยังมีอีกหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ (ราย)	ร้อยละ
ไม่มี	8	72.73
มี	3	27.27
รวม	11	100

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6.27 กิจกรรมมีปัญหาในการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศลูกค้าหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่มี	9	81.82
มี	2	18.18
รวม	11	100

ผู้ที่ตอบว่าการขนส่งมีปัญหาให้เหตุผลว่า ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งรวมทั้งการขนส่งไปยังประเทศลูกค้าโดยมากต้องมีการถ่ายตู้สินค้า (Transshipment) ที่ท่าเรือน้ำลึกของประเทศอื่น เพราะไทยไม่มีท่าเรือน้ำลึกที่เรือแม่ (Ocean Vessel) สามารถเข้าเทียบท่าได้ ทำให้เสียเวลาในกาขนส่งเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 6.28 กิจกรรมมีปัญหาทางด้านเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่มี	8	72.73
มี	3	27.27
รวม	11	100

ผู้ที่ตอบว่ามีปัญหาทางด้านเงินทุนหมุนเวียนให้เหตุผลว่า ขั้นตอนการติดต่อดำเนินการไม่ว่าจะเป็นทางด้านธนาคาร หรือการขอชดเชยอากร และการคืนอากรเป็นไปได้ช้า ขณะเดียวกันงานก็มีมากขึ้นทำให้เกิดปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่ได้ไม่พอ

ตารางที่ 6.29 กิจกรรมเคยมีปัญหาในด้านการส่งมอบสินค้า ไม่เหมือนกับที่ตกลงกันได้เดิมหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่มี	9	81.82
มี	2	18.18
รวม	11	100

ผู้ที่ตอบว่ามีให้รายละเอียดไว้ว่า สินค้าที่ส่งไม่เหมือนตัวอย่าง ซึ่งถ้าเป็นสินค้าที่คุณภาพดี เพียงแต่ผิดชนิดลูกค้าก็จะไม่ต่อว่ามากนัก แต่ถ้าผิดชนิดแล้วคุณภาพไม่ดีด้วยลูกค้าจะไม่พอใจเป็นอย่างมาก อีกปัญหาหนึ่งคือ การส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนด อาจมีปัญหาด้านการกระจายสินค้าออกสู่ตลาด เพราะเลขฤดูของดอกไม้ชนิดอื่น ๆ แล้วเป็นต้น

ตารางที่ 6.30 กิจกรรมมีปัญหาเกี่ยวกับการติดต่อกับหน่วยงานราชการหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่มี	7	63.64
มี	4	36.36
รวม	11	100

ปัญหาที่มีคือ ทางด้านพิธีการศุลกากร การขอใบอนุญาตส่งออกเป็นไปได้ช้า ทำให้เสียเวลา อีกปัญหาหนึ่งคือ ข้อมูลที่ได้จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์ล่าช้า ทำให้การทราบถึงสภาวะการณ์ในตลาดเป็นไปได้ช้ากว่าที่ควร แต่ปัจจุบันก็เป็นไปได้ดีขึ้น

ตารางที่ 6.31 กิจกรรมมีปัญหาในด้านวัตถุดิบบ้างหรือไม่

คำตอบ	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่มี	4	36.36
มี	7	63.64
รวม	11	100

ผู้ส่งออกที่มีปัญหาทางด้านวัตถุดิบ ได้ให้รายละเอียดว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินที่ซื้อสินค้า ทำให้วัตถุดิบที่นำเข้ามาในบางครั้งมีราคาแพง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง นอกจากนี้ยังมีผลต่อการส่งออกด้วยโดยถ้าค่าของเงินบาทสูงขึ้น ดอกไม้และต้นไม้มัประติษฐานที่ส่งออกก็จะมีราคาแพงขึ้น ทำให้ขายยากขึ้น

โดยสรุปจากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ทั้งหมดในบทนี้ สามารถรวบรวมความคิดเห็นของผู้ผลิตและส่งออกดอกไม้และต้นไม้มัประติษฐานของไทย ได้เป็น 2 ส่วน คือ

- 1) ในส่วนของสมมติฐาน สามารถพิสูจน์ได้ว่า
 - ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญเท่ากับคุณภาพดีในการส่งออกดอกไม้ประติษฐานและต้นไม้มัประติษฐานของไทย
 - ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมดอกไม้ประติษฐาน และต้นไม้มัประติษฐานของไทยคือ การขาดแคลนช่างฝีมือ
- 2) ในส่วนของข้อมูลอื่นๆ พบว่า
 - กิจกรรมส่วนใหญ่ เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกด้วยตนเองโดยมักมี การจัดตั้งมาประมาณ 4-6 ปี
 - วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพราะวัตถุดิบในประเทศไม่มีพอ
 - การที่เกิดปัญหาการขาดแคลนช่างฝีมือมักแก้ปัญหาโดยการเพิ่มการผลิตล่วงเวลา
 - ทางด้านการตลาดพบว่า สัดส่วนของคำสั่งซื้อเป็นของลูกค้าเก่าในสัดส่วนที่มากกว่าลูกค้าใหม่ และกิจกรรมส่วนมากจะมีคำสั่งซื้อสม่ำเสมอตลอดทั้งปีแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีการออกใหม่มาเรื่อยๆ เพื่อให้เป็นที่สนใจกับลูกค้าโดยแบบต่างๆ ได้มาจากลูกค้า และคิดขึ้นเอง

ส่วนข้อมูลการตลาดที่ได้รับในปัจจุบันนั้นยังไม่เพียงพอ และข้อมูลส่วนใหญ่ก็ไม่ได้มาจากการเดินทางไป
ดูตลาดเอง และการแนะนำจากลูกค้าต่างประเทศ แต่ได้จากหน่วยราชการน้อยมาก

- ปัญหาของอุตสาหกรรมดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์ก็ได้แก่ทางด้านแรงงานฝีมือซึ่งไม่เพียงพอ และ
ทางด้านวัตถุดิบซึ่งต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ นอกจากนี้ก็เป็นปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าจากหน่วย
งานราชการ ซึ่งควรที่จะทำการเทียบประสิทธิภาพ และความรวดเร็วในการทำงาน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย