

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กล้วยไม้ เป็นสินค้าเกษตรประเภทหนึ่งที่มีความนิยมนำมาจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกสูง กล้วยไม้นับว่าเป็นไม้ดอกที่น่าสนใจ เนื่องจากมีความหลากหลายในด้านสี สัน กลิ่น ขนาด รูปทรง และอายุการปักแจกันการใช้งานยาวนานกว่าเมื่อเทียบกับไม้ตัดดอกทั่วไป ทำให้ธุรกิจกล้วยไม้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องตามความต้องการที่ยังคงเพิ่มขึ้นทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก ซึ่งไทยจัดเป็นประเทศที่ส่งออกกล้วยไม้มากเป็นอันดับที่หนึ่งของโลก

การค้ากล้วยไม้ในตลาดโลก มีทั้งลักษณะเป็นไม้ตัดดอกและไม้กระถาง ในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา การค้ากล้วยไม้เติบโตอย่างมากทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า พื้นที่การปลูกกล้วยไม้ในประเทศไทยมีประมาณ 20,000 ไร่ ส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ราชบุรี ปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเหมาะสมกับการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ ใกล้เคียงน้ำ ใกล้ตลาด และมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก

อุตสาหกรรมกล้วยไม้ไทยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่า 2,985 ล้านบาท และในปี 2549 ทำรายได้เข้าสู่ประเทศมูลค่า 3,011 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2548 ร้อยละ 0.9 โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในปีที่ผ่านมา การขยายตัวของการส่งออกไม่สูงนักก็ตาม เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญมีแนวโน้มลดลงอย่างมาก กล่าวคือ ในปี 2549 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้เท่ากับ 2,581 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 แม้ว่าและการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดหลักลดลง แต่การส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อีกทั้งการส่งออกไปยังตลาดใหม่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะตลาดจีน อินเดีย และสหราชอาณาจักร ส่วนมูลค่าการส่งออกต้นกล้วยไม้ในปี 2549 เท่ากับ 430 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนแล้วลดลง ร้อยละ 3.6 ทั้งนี้เพราะการส่งออกไปยังญี่ปุ่น เกาหลีเหนือ และเนเธอร์แลนด์ลดลง อย่างไรก็ตามการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ และเกาหลีใต้มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

แนวโน้มตลาดส่งออกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2549) ได้กล่าวถึงแนวโน้มและตลาดส่งออกกล้วยไม้ที่สำคัญของประเทศไทยไว้ดังนี้

ประเทศญี่ปุ่น ไทยส่งออกทั้งดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้ไปยังตลาดญี่ปุ่นมากเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอด เป็นตลาดส่งออกกล้วยไม้หลักที่สำคัญของประเทศไทย โดยประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ไปยังตลาดดังกล่าว ในปี 2548 แบ่งเป็น ดอกกล้วยไม้จำนวน 985 ล้านบาท และต้นกล้วยไม้จำนวน 143 ล้านบาท ส่วนในปี 2549 แบ่งเป็นดอกกล้วยไม้จำนวน 926 ล้านบาท และต้นกล้วยไม้จำนวน 134 ล้านบาท ปัจจุบันมีความต้องการไม้ตัดดอกในญี่ปุ่นอยู่ในเกณฑ์สูง ซึ่งศูนย์ส่งเสริมไม้ดอกของญี่ปุ่น (The Japanese Flower Promotion Centre) คาดว่าในปี 2550 ความต้องการไม้ตัดดอกของญี่ปุ่นยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้ความนิยมกล้วยไม้จากประเทศไทย เนื่องจากกล้วยไม้ไทยมีให้เลือกหลากหลายสายพันธุ์ ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีกำลังซื้อสูง และส่วนใหญ่นิยมไม้ดอกไม้ประดับ โดยเฉพาะกลุ่มครัวเรือนที่ซื้อไปเพื่อประดับตกแต่งบ้าน และเพื่อมอบให้กันในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันแม่ และในช่วงเดือนการแต่งงาน คือเดือนพฤษภาคม มิถุนายน และธันวาคม เทศกาลไหว้บรรพบุรุษ (The Prayer Month of Obon) เดือนกรกฎาคม เป็นต้น ซึ่งต้องใช้ดอกไม้ในการตกแต่งสถานที่ เช่น โรงแรม การจัดปาร์ตี้ เป็นต้น ทำให้ตลาดกล้วยไม้ตัดดอกในประเทศญี่ปุ่นนั้นเป็นที่น่าสนใจของประเทศส่งออกกล้วยไม้ทั่วโลก ซึ่งคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ใต้หวัน และนิวซีแลนด์ รวมถึงสภาวะปัจจุบันประสบกับ ปัญหาภาวะการณ์ แข่งขันกันอย่างเสรีมากขึ้น และการส่งออกไม้ตัดดอกประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ดอกกล้วยไม้ก็เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะดอกเบญจมาศจากเนเธอร์แลนด์ ใต้หวัน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และจีน ดอกกุหลาบและลิลลี่จากอินเดีย เนเธอร์แลนด์ และเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตามกล้วยไม้ของไทยเป็นที่ชื่นชอบของคนญี่ปุ่นที่นิยมดอกไม้ต่างถิ่นที่มีความสวยงามแปลกแตกต่างออกไป ผู้ส่งออกกล้วยไม้ของไทยต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงในญี่ปุ่น โดยเฉพาะการบุกขยายตลาดของใต้หวัน ซึ่งการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของใต้หวันในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเพิ่มมากขึ้นเป็นประวัติการณ์ ทั้งนี้เป็นผลจากการที่สภาเกษตรกรของใต้หวันประสบความสำเร็จอย่างมากในการส่งเสริมการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก โดยเฉพาะการวาดภาพดอกกล้วยไม้ของใต้หวันลงบนเครื่องบินของสายการบินจีน ซึ่งทำให้กล้วยไม้ตัดดอกของใต้หวันเป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮองกงและประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลาง สำหรับคู่แข่งรายใหม่ที่กำลังมาแรงในตลาดญี่ปุ่น คือ นิวซีแลนด์ โดยผลผลิตกล้วยไม้เกือบทั้งหมดของนิวซีแลนด์นั้นส่งป้อนตลาดญี่ปุ่น กล่าวคือมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของนิวซีแลนด์เฉลี่ย 800 ล้านบาท โดยร้อยละ 60.0 นั้นส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่มีความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากญี่ปุ่น และ แนวโน้มการส่งออกยังคงเพิ่มขึ้น โดยตลาดกล้วยไม้นำเข้าของสหรัฐอเมริกานั้นแบ่งออกเป็น กล้วยไม้สกุลหวายและกล้วยไม้สกุลอื่น ๆ ซึ่งไทยนั้นมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 98 ของการนำเข้า กล้วยไม้สกุลหวาย สหรัฐอเมริกานำเข้ากล้วยไม้สกุลหวายจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากกล่าวคือ ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2549 สหรัฐอเมริกา นำเข้ากล้วยไม้สกุลหวายจากไทยมีมูลค่าถึง 76.4 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.6 คู่แข่งสำคัญของกล้วยไม้ สกุลหวายของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาคือ โคลัมเบีย ปานามา คอสตาริกา และสิงคโปร์ สำหรับ กล้วยไม้พันธุ์อื่น ๆ ไทยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 60 จัดเป็นตลาดอันดับสามของการนำเข้า กล้วยไม้พันธุ์อื่น ๆ ทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา คู่แข่งสำคัญของกล้วยไม้พันธุ์อื่น ๆ ของไทยใน ตลาดสหรัฐอเมริกา คือ เนเธอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ ไต้หวัน มาเลเซีย และบราซิล อย่างไรก็ตาม ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2549 นี้ มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้พันธุ์อื่น ๆ ไปยังตลาด สหรัฐอเมริกา เท่ากับ 27.68 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วเพิ่มขึ้นถึง 1.3 เท่าตัว ซึ่งคู่แข่งที่กำลังมาแรงคือ โคลัมเบียและ ไต้หวัน เนื่องจากอัตราการขยายตัวของการนำเข้า ของทั้งสองตลาดนี้อยู่ในเกณฑ์สูง แม้ว่ามูลค่าการนำเข้ายังไม่มากนักก็ตาม กล่าวคือ ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2549 มูลค่าการนำเข้ากล้วยไม้พันธุ์อื่น ๆ ของสหรัฐอเมริกา จากไต้หวันเท่ากับ 4.64 ล้านบาท และจากโคลัมเบีย 0.56 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาแล้วเพิ่มขึ้นถึง 3.4 เท่าตัวและ 1.4 เท่าตัวตามลำดับ นอกจากนี้สิ่งที่ต้องจับตามองสำหรับการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาคือ การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการผลิตกล้วยไม้ของมลรัฐฮาวาย รวมทั้งมลรัฐอื่น ๆ ที่เริ่มหันมาลงทุน ปลูกกล้วยไม้ ทำให้คาดการณ์ว่าในอนาคตความต้องการกล้วยไม้นำเข้าของสหรัฐอเมริกาอาจจะมี แนวโน้มลดลง หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปจากในปัจจุบัน

ประเทศในสหภาพยุโรป สหภาพยุโรปนั้นนับว่าเป็นประเทศที่สำคัญในการนำเข้า กล้วยไม้สกุลหวาย (Dendrobium) มูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย 1,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3 ของการนำเข้าไม้ตัดดอกทั้งหมดของสหภาพยุโรป โดยประเทศในสหภาพยุโรปที่มีความ ต้องการกล้วยไม้มาก คือ อิตาลี สัดส่วนประมาณร้อยละ 67 ของการนำเข้ากล้วยไม้ทั้งหมด รองลงมาคือ เนเธอร์แลนด์ โดยไทยนั้นเป็นประเทศส่งออกกล้วยไม้ที่สำคัญของสหภาพยุโรปมี ส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 87 รองลงมาเป็นสิงคโปร์ แอฟริกาใต้ และนิวซีแลนด์ และตลาด สหภาพยุโรปนั้นเป็นตลาดส่งออกกล้วยไม้ที่มีความสำคัญเป็นอันดับสามรองจากญี่ปุ่นและ สหรัฐฯ ประเด็นที่ควรระวังสำหรับการส่งออกกล้วยไม้คือ สหภาพยุโรปมีนโยบายจัดระบบมาตรฐาน สินค้าเกษตรให้กับประเทศผู้ส่งออกเพื่อสร้างมาตรฐานด้านสุขอนามัยด้านพืชให้เป็นที่ยอมรับทั้ง ประเทศผู้นำเข้าและส่งออก

ถึงแม้ว่าปัจจุบันประเทศไทยจะส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเมืองร้อนได้มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่การส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยก็ต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในตลาดโลก โดยประเทศคู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่จะขยายตลาดส่งออกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากประเทศไทย ทั้งนี้โดยอาศัยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การคิดค้นพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ๆ ทั้งในด้านสีพันธุ์และรูปทรง เพื่อให้มีความหลากหลาย เน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดให้มากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาในด้านการขนส่ง และการสนับสนุนของภาครัฐของประเทศคู่แข่งนั้น ๆ อีกด้วย ซึ่งผู้ส่งออกกล้วยไม้ของไทยคาดหวังที่จะรักษาส่วนแบ่งการตลาดในตลาดญี่ปุ่นไว้ เพื่อคงความเป็นผู้ส่งออกอันดับที่หนึ่ง และเป็นตลาดส่งออกกล้วยไม้หลักที่สำคัญของประเทศไทยต่อไป

เท่าที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่ากล้วยไม้สกุลหวายเป็นสกุลที่มีการส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของไทย ทำให้อาจมองข้ามสกุลอื่นไป ซึ่งสกุลที่มีการส่งออกรองลงมาคือ สกุลแวนด้า เมืองไทยมีกล้วยไม้แวนด้าพันธุ์ธรรมชาติอยู่อย่างหลากหลาย เพราะแวนด้าเติบโตได้ดีในเขตร้อน ถ้าต้องการทำเป็นการค้าไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ผลิต หรือผู้ส่งออกควรตระหนักถึงหลักการของธรรมชาตินี้ และนำมาเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมและพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ๆ ในการส่งออกต่อไป

ดังนั้นเพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา แนวทางการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันธุรกิจกล้วยไม้สกุลแวนด้าเพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของภาครัฐ และผู้ประกอบการ ได้นำข้อมูลที่ได้ ไปใช้ในการหาโอกาสทางการตลาดและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจกล้วยไม้สกุลแวนด้าเพื่อการส่งออกของตลาดกล้วยไม้ไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

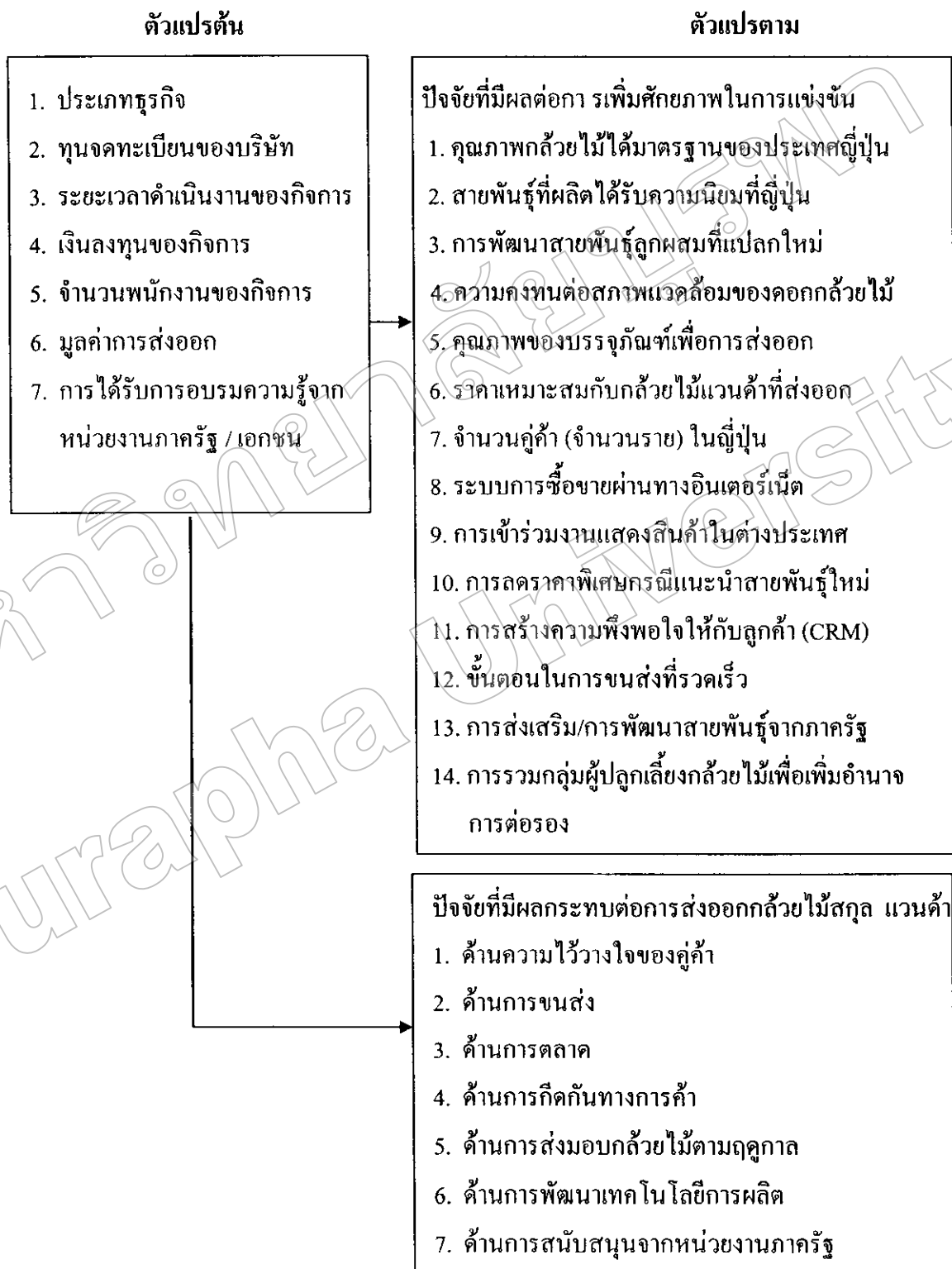
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกล้วยไม้สกุลแวนด้าเพื่อการส่งออกของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกกล้วยไม้สกุลแวนด้า ไปยังประเทศญี่ปุ่น

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินการ เงินลงทุน จำนวนพนักงาน และมูลค่าการส่งออก ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจกล้วยไม้สกุลแวนด้าเพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ต่างกัน
2. ผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินการ เงินลงทุน จำนวนพนักงาน และมูลค่าการส่งออก ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกกล้วยไม้สกุลแวนด้าไปยังประเทศญี่ปุ่น ต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยไปใช้ในการหาโอกาสทางการตลาดและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของตลาดกล้วยไม้สกุลแวนด้าเพื่อการส่งออก ไปยังประเทศญี่ปุ่น
2. ทราบปัจจัยและผลกระทบในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการกล้วยไม้สกุลแวนด้า เพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น
3. นำข้อมูลผลการศึกษามาจัดทำแผนธุรกิจกล้วยไม้ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น
4. นำผลที่ได้จากศึกษา ไปเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่สนับสนุนกิจการในธุรกิจกล้วยไม้ส่งออก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ส่งออกกล้วยไม้สกุลแวนด้าไปยังประเทศญี่ปุ่น ที่อยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 24 ผู้ประกอบการ ใช้วิธีศึกษาแบบสำมะโนประชากร (Census) คือการศึกษาทุกหน่วยของประชากร โดยไม่ต้องเลือกตัวอย่าง เนื่องจากกรอบประชากร (Population Frame) ที่ส่งออกกล้วยไม้สกุลแวนด้า ไปยังประเทศญี่ปุ่น มีจำนวนไม่มาก

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาโอกาสและศักยภาพในการแข่งขัน ตลอดจนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออก รวมทั้งแนวทางการบริหารจัดการของผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้สกุลแวนด้าของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น

3. ขอบเขตของตัวแปรที่ใช้ทำการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ คือ ประเภทธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินการของกิจการ เงินลงทุน จำนวนพนักงาน และมูลค่าการส่งออก

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ได้แก่ คุณภาพที่ได้มาตรฐาน สายพันธุ์ที่ผลิต การพัฒนาสายพันธุ์ ความคงทนต่อสภาพแวดล้อมของดอกกล้วยไม้ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ราคาที่เหมาะสม จำนวนลูกค้า การซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การลดราคาพิเศษกรณีแนะนำสายพันธุ์ใหม่ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ขั้นตอนในการขนส่งที่รวดเร็ว การส่งเสริม/พัฒนาสายพันธุ์จากหน่วยงานของรัฐ การรวมกลุ่มผู้เลี้ยงกล้วยไม้เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง

และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกกล้วยไม้ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจของคู่ค้า ด้านการขนส่ง ด้านการตลาด ด้านการกีดกันทางการค้า ด้านการส่งมอบกล้วยไม้ตามฤดูกาล ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ประเภทธุรกิจค้ากล้วยไม้เพื่อการส่งออก หมายถึง การดำเนินกิจการจำหน่ายกล้วยไม้เพื่อการส่งออก รวมถึงการปลูกเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เป็นสวนกล้วยไม้เชิงเศรษฐกิจเพื่อการส่งออก

ทุนจดทะเบียน หมายถึง มูลค่าของหุ้นทั้งหมดของบริษัทที่ผู้ถือหุ้นทุกคนถือกรรมสิทธิ์

ศักยภาพ หมายถึง คุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวของนักธุรกิจหรือความสามารถที่โดดเด่นของ

ธุรกิจ ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง คุณสมบัติของผู้ประกอบการ ผู้ทำธุรกิจกล้วยไม้ส่งออก ควรมีในหลาย ๆ ด้าน เช่น

1. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกล้วยไม้ โดยเฉพาะการผลิตกล้วยไม้ให้มีลักษณะที่ต้นนั้นผู้ประกอบการต้องเรียนรู้และเอาใจใส่เป็นอย่างดี
2. ความพร้อมด้านเงินทุน
3. เข้าใจขั้นตอนการส่งออก การบรรจุหีบห่อ และระบบการขนส่งที่ดี
4. ความรู้และความสามารถด้านภาษาอังกฤษ ในการติดต่อเจรจาการค้า
5. สามารถวางแผนดำเนินการ และการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ เช่น การวางแผนด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
6. สามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศค่อนข้างมีความผันผวนและความเสี่ยงสูง

เงินลงทุน หมายถึง ทรัพย์สินที่กิจการลงทุนซื้อไว้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รับประโยชน์ในรูปของรายได้ในลักษณะต่าง ๆ เช่น กำไร เงินปันผลรับ ดอกเบี้ยรับ เป็นต้น

ระยะเวลาดำเนินการของกิจการ หมายถึง ช่วงเวลาดังแต่ก่อตั้งธุรกิจจนถึงเวลาปัจจุบัน

ปัจจัยที่เกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง กิจกรรมด้านต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจที่ได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการค้า อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การดำเนินการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการค้าระหว่างประเทศ ด้านการบริหารจัดการ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออก หมายถึง กิจกรรมด้านต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินการด้านการส่งออกเช่น ด้านการขนส่ง ด้านการตลาด ด้านความไว้วางใจของกลุ่มค้า ด้านการกีดกันทางการค้า ด้านการส่งมอบกล้วยไม้ตามฤดูกาล ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ หมายถึง สิ่งที่คุณส่งออกจะต้องพิจารณาให้ดีกว่าคนอื่น ตัดสินใจและผู้ส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ขนาดของตลาด (Market Size) ควรทราบขนาดของตลาดที่ต้องการส่งสินค้าไปขาย โดยพิจารณาจากประชากร (Population) และกำลังซื้อ (Purchasing Power)
2. ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมือง (Political Economic Stability) พิจารณาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศที่จะส่งสินค้าไปขาย ว่ามีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด
3. แนวโน้มการขยายตัว (Growth Trend) เป็นการพิจารณาด้านแนวโน้มการขยายตัวของ การนำเข้า โดยศึกษาได้จากข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ย้อนหลังประมาณ 3-5 ปี
4. คู่แข่งขันที่สำคัญ ส่วนแบ่งตลาด และการส่งเสริมการขายในตลาดนั้น ๆ ช่องทางการจัดจำหน่าย การศึกษาสู่ทางการจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถเลือกติดต่อกับลูกค้าได้ถูกต้องและเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาอีกด้วย
5. ข้อกำหนดของกฎระเบียบ (Legal Requirement) ต้องมีความเข้าใจในกฎระเบียบการนำเข้าว่ามีขั้นตอนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง
6. อัตราอากรการนำเข้า โควตาและใบอนุญาตนำเข้า ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้ในด้านเหล่านี้เพื่อได้เตรียมพร้อมที่จะส่งออกไปยังตลาดนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง
7. การขนส่ง ผู้ส่งออกจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและวิธีการส่งออก ตลอดจนค่าระวางและระยะเวลา ในการขนส่งเพื่อจะได้กำหนดวันส่งมอบสินค้าได้อย่างถูกต้อง
8. ข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้าเกี่ยวกับสินค้า ผู้ส่งออกจะต้องมีความเข้าใจว่าประเทศนั้น ๆ มีข้อกำหนดอะไรบ้าง เพื่อจะได้เตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาล่วงหน้า

การส่งออก (Export) หมายถึง การส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศเพื่อนำเงินตราเข้าสู่ประเทศ

แวนด้า หมายถึง กล้วยไม้พื้นเมืองหรือกล้วยไม้ป่าพันธุ์แท้ที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศไทย และมีผู้นำมาปลูกเลี้ยงประดับบริเวณบ้านเรือนกันอยู่แล้วทั่ว ๆ ไป แวนด้า อยู่ในประเภทกล้วยไม้อิงอาศัย ขึ้นอยู่กับอาศัยไม้ มีรากขนาดใหญ่ทอดห้อยยืดยาวและกินอากาศ อาหารธาตุ มีลักษณะการเจริญเติบโตทางยอด (Monopodial) ลักษณะเฉพาะคือ ใบรูปขอบขนาน พับเอียงขึ้น

เป็นราง ใบหุ้มลำต้นซ้อนกันข้างดี ปลายใบตัดเฉียงมีรอยค้ำไว้ การให้ดอกออกเป็นช่อยาวตั้ง
หรือโน้มเหี่ยวคออกจากช่อใบ มีดอกในแต่ละช่อหลาย ๆ ดอก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University