

บทที่ 1

บทนำและวัตถุประสงค์

1.1 หลักการและเหตุผล

มูลนิธิโครงการหลวงได้ให้ความสำคัญพัฒนาผลไม้ห้วยโง่งของสินค้าเกษตรโครงการหลวง โดยเฉพาะความสด ความปลอดภัย และคุณภาพ ทำให้สินค้าพืชผักและผลไม้ของโครงการหลวงได้รับความนิยมเชื่อถือและเป็นต้นแบบที่สำคัญในกระบวนการผลิตพืชผักและผลไม้ปลอดภัย และมีช่องทางการตลาดในรูปแบบของช่องทางการตลาดสมัยใหม่ องค์กรเป็นไม้ผลชนิดหนึ่งที่โครงการหลวงได้ส่งเสริมให้เกษตรกรบนพื้นที่สูงปลูกเป็นอาชีพ ในปี พ.ศ. 2555 มีเกษตรกรที่ปลูกองุ่นจำนวน 47 ราย พื้นที่ปลูก 48.28 ไร่ ผลผลิต 16.3 ตัน มูลค่า 2,491,757 บาท องค์กรจึงถือเป็นไม้ผลที่มีศักยภาพทางการตลาดอีกชนิดหนึ่งของโครงการหลวง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าโครงการหลวงจะเป็นผู้นำทางการตลาดที่มีจุดแข็งในเรื่องคุณภาพของผลิตผล แต่ปัจจุบันการแข่งขันสินค้าองุ่นในตลาดค่อนข้างสูง โดยเฉพาะองุ่นที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศ จากข้อมูลสถิติพบว่าประเทศไทยมีปริมาณการนำเข้าองุ่นมากกว่าการส่งออก โดยมีปริมาณผลิตผลนำเข้า 93,445 ตัน คิดเป็นมูลค่า 4,076 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2555 ในขณะที่มีการส่งออกเพียง 3,124 ตัน มูลค่า 105.57 ล้านบาท โดยมีการนำเข้าองุ่นมากที่สุดจากประเทศจีน รองลงมาคือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันองุ่นของโครงการหลวงเปรียบเทียบกับองุ่นที่มีการนำเข้าจากต่างประเทศ ด้านฤดูกาลผลิต ปริมาณ คุณภาพ คุณสมบัติพิเศษอื่นของสินค้า ราคานำเข้าในแต่ละช่วงปี เพื่อเสนอแนะแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตและการตลาดองุ่นโครงการหลวงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการนำเข้าองุ่นจากต่างประเทศของประเทศไทย
- 2) เพื่อการศึกษาและวิเคราะห์การผลิต การตลาด และความสามารถในการแข่งขันขององุ่นโครงการหลวง
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตและการตลาดองุ่นโครงการหลวง