



ชื่อไทย :ไม้ตัดใบ

ชื่อสามัญ :cut-leaves plant

ไม้ตัดใบที่ผลิตในประเทศไทยมีมากมายหลายชนิด ได้แก่ หมากผู้หมากเมีย เฟินชนิดต่างๆ ฟิโลเดนดรอน มอนสเตรา ฯลฯ

แหล่งผลิตที่สำคัญ

หมากผู้หมากเมีย สมุทรปราการ นนทบุรี
เฟินนาคราชและเฟินใบหนัง เชียงใหม่ เชียงราย ราชบุรี
ฟิโลเดนดรอนและมอนสเตรา ราชบุรี นครปฐม ชลบุรี
เชียงใหม่ เชียงราย

ปี	พื้นที่ปลูก
2549	1,100
2550	1,200
2551	1,200

ฤดูปลูก/เก็บเกี่ยว ปลูกและเก็บเกี่ยวได้ตลอดปี
การคิดเกรด/คุณภาพ ตรงตามพันธุ์ ขนาดสม่ำเสมอ
โดยเฉพาะส่งไปจำหน่ายต่างประเทศ
การใช้ประโยชน์ ใช้ร่วมกับดอกไม้ในการจัดตกแต่งสถานที่
จัดแจกัน จัดช่อดอกไม้หรือพวงหรีดในงานพิธี
ต่างๆ

ต้นทุนการผลิต ปี2549		
ชนิด ไม้ตัดใบ	ต้นทุนรวม (บาท/ไร่/ปี)	ต้นทุน ผันแปร
ชั้นนาดู	83,935	67,660
มอนสเตรา (ปลูกถี่)	332,072	317,222
จำนวนต้นพันธุ์ -ชั้นนาดู 2,800 ต้น/ไร่ -มอนสเตรา 30,000 ต้น/ไร่ อายุให้ผลผลิต 5 ปี		
ต้นทุน(ต่อ)	บาท/ต้นปี	บาท/ใบ
ชั้นนาดู	30	1.01
มอนสเตรา (ปลูกถี่)	11	1.46
ข้อมูลจากสวนอุดมการ์เด็นท์		

การส่งออก			
ปี	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า+/-%
2549	701,2	29.95	42.8
2550	860.3	32.19	7.48
2551	420.2	18.24	-43.33
ชนิดไม้ตัดใบ : ใบตอง ใบหมากผู้หมากเมีย ตราเขียวนาชนิด ต่างๆ เฟินใบมะขาม ใบฟิโลเดนดรอน ใบมอนสเตรา ใบหมาก เหลือง ใบเตย ใบโปรงฟ้า ใบโฮย่า			
ประเทศคู่ค้า : ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร- 1.8 เยอรมนี สหรัฐอเมริกา อิตาลี			

ผลผลิต/ราคา			
ชนิด ไม้ตัดใบ	ผลผลิต ใบ/ต้น/ปี	ราคา บาท/ใบ	รายได้ บาท/ต้น/ปี
ชั้นนาดู	30	1.4	41.72
มอนสเตรา (ปลูกถี่)	7.6	9	68.4



ชื่อไทย :ไม้ตัดใบ

ชื่อสามัญ :cut-leaves plant

ปัญหาอุปสรรค

การผลิต

- ลักษณะการผลิตไม้ตัดใบกระจัดกระจายเป็นรายย่อย ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตการตลาดในเชิงรุก
- ขาดแคลนพันธุ์ใหม่ๆ ที่จะสร้างความต้องการของผู้บริโภค

การตลาด

- ผู้ส่งออกหรือผู้รวบรวมสินค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการรวบรวมผลผลิตเพื่อการส่งออก
- ความต้องการของตลาดไม่คงตัว ทำให้ผู้ผลิตไม่กล้าลงทุนในเชิงอุตสาหกรรม บางช่วงตลาดมีความต้องการมาก แต่สามารถรวบรวมผลผลิตได้ยาก บางช่วงขาดตลาด
- ขาดการส่งเสริมการใช้ประโยชน์ และหารูปแบบใหม่ๆ ในการจัดแจกันและจัดตกแต่งสถานที่
- ขาดการส่งเสริมการขายในต่างประเทศ

แนวทางการพัฒนา

- » ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกร โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อให้กลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาพืชของตนเอง
- » ส่งเสริมการพัฒนาพันธุ์ของเกษตรกร เพื่อให้มีพันธุ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ให้มีความหลากหลายของผลผลิต
- » สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงการผลิตการตลาดไม้ตัดใบ ตลอดจนถึงส่งเสริมการขายในต่างประเทศ
- » ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใหม่ๆ และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

แนวโน้มสถานการณ์การผลิตการตลาด

การผลิต มีการขยายพื้นที่ปลูกไม้ตัดใบเพิ่มขึ้นเนื่องจากปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

การตลาด ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ สำหรับตลาดต่างประเทศ ปี 2551 มีการส่งออกไม้ตัดใบปริมาณ 420.18 ตัน มูลค่า 18.24 ล้านบาท มูลค่าลดลงจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 43.33 แต่คาดว่าในปี 2552 การส่งออกไม้ตัดใบมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น มีการส่งออกใบไม้ กิ่งไม้ สด (ตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2552) ปริมาณ 161.14 ตัน มูลค่า 5.61 ล้านบาท มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 61.61