

# กล้วยไม้ตัดดอก



ชื่อไทย : กล้วยไม้ตัดดอก

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Orchid

ชื่อวิทยาศาสตร์ *Dendrobium hybrid*

โดย นางสาวมารศรี วงศ์นันท์ทรัพย์

(นักวิชาการเกษตรชำนาญการ)

สถิติการผลิต			
	ปี 54	ปี 55	ปี 56
จำนวนผู้ปลูก (ครัวเรือน)	3,000	3,000	3,000
พื้นที่ปลูก (ไร่)	21,426	17,906	21,569
ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	2,142	2,097	2,206
ผลผลิตรวม (ตัน)	45,897	37,542	47,586
วัตถุดิบ - ใช้ในประเทศ	54 %		
- ส่งออก	46 %		

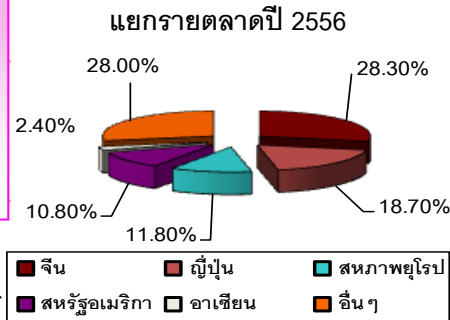
ฤดูกาลผลผลิต (ร้อยละที่ออกสู่ตลาด)											
ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
8.63	9.87	8.57	6.47	5.26	5.98	7.91	8.46	7.58	9.53	11.33	10.41
ปี 2556											

ราคาขายดอกกล้วยไม้ส่งออก สกุลหวายช่อยาว 55 – 60 เซนติเมตร (บาท/ช่อ)													
ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
54	4.26	4.86	4.27	3.80	4.18	4.29	3.32	3.42	3.89	3.49	3.22	4.55	4.26
55	5.50	4.07	8.55	6.12	7.46	5.07	4.57	4.47	3.20	3.84	4.11	4.22	5.87
56	4.18	4.37	4.04	2.82	2.74	2.89	2.88	3.71	4.96	2.64	2.70	2.89	3.78



ต้นทุน / ผลตอบแทน	
ต้นทุน(ปี 56 : บาท/ไร่)	
1. ต้นทุนผันแปร	117,401.89
2. ต้นทุนคงที่	64,090.69
3. ต้นทุนทั้งหมด	181,493.00
4. ต้นทุนต่อหน่วย (กก.)	86.63
5. ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	2,206.00

### สัดส่วนการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย



ที่มา: กรมศุลกากร

ส่งออก	ข้อได้เปรียบ - เสียเปรียบ สินค้าไทย	นำเข้า
ปี ปริมาณ(ตัน) มูลค่า(ล้านบาท)	ได้เปรียบ: มีพันธุ์ที่หลากหลาย คุณภาพดี ราคาถูก และรัฐบาลมี นโยบายผลักดันการส่งออก เพิ่มขึ้น เสียเปรียบ: การส่งออกกล้วยไม้ บางพันธุ์ปริมาณมากเกินไปทำให้ ถูกกดราคา และมาตรการกีดกัน ทางการค้าของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะสหภาพยุโรป	ปี ปริมาณ (ตัน) มูลค่า (ล้านบาท)
54 24,644 2,220		54 0.60 0.20
55 20,945 2,095		55 2.81 0.79
56 22,605 2,008		56 3.20 0.90
57 3,807 304		57 0.24 0.11
(ม.ค. - ก.พ. 57)		(ม.ค. - ก.พ. 57)
ประเทศคู่ค้าของไทย จำนวน ผลผลิต	ประเทศผู้ผลิตสำคัญ	ประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลก
1. จีน 28.3 %	- เนเธอร์แลนด์	- ญี่ปุ่น
2. ญี่ปุ่น 18.7 %	- สิงคโปร์	- สหรัฐอเมริกา
3. สหรัฐอเมริกา 10.8 %	- ไต้หวัน	- จีน
4. อินเดีย 8.8 %	- นิวซีแลนด์	- อิตาลี
5. เวียดนาม 7.0 %	- เวียดนาม	- รัสเซีย
	- มาเลเซีย	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

## กล้วยไม้

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p><b>ปัจจุบัน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตกล้วยไม้ตัดดอกรายใหญ่ที่สุดของโลกและมีการส่งออกดอกกล้วยไม้มาเป็นระยะเวลากว่า 40 ปี</li> <li>แหล่งผลิตกล้วยไม้ของไทยมีภูมิอากาศที่เหมาะสม อีกทั้งมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น</li> <li>กล้วยไม้ตัดดอกของไทยมีการพัฒนาพันธุ์อย่างต่อเนื่องทำให้ผลผลิตมีลักษณะและสีที่หลากหลาย</li> <li>เกษตรกรกล้วยไม้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มาเป็นระยะเวลานานและมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น</li> </ol>	<p><b>การผลิต</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เกษตรกรยังขาดการจัดการกล้วยไม้ให้มีคุณภาพดี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เช่น สี และรูปทรงดอก คุณภาพไม่สม่ำเสมอ</li> <li>สวนกล้วยไม้ที่ประสบอุทกภัยเมื่อปลายปี 2554 ผลผลิตออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีปริมาณเกินความต้องการและราคาขายตกลงอย่างมาก</li> <li>มีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่ไม่เหมาะสม รวมทั้ง การผสมสาร Methyl Bromide เพื่อแก้ปัญหาเพลี้ยไปในกล้วยไม้ตัดดอก ทำให้คุณภาพดอกกล้วยไม้ลดลง และมีอายุการปักแจกันสั้นลง</li> </ol> <p><b>การตลาด</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้นำเข้าในตลาดยุโรปและอเมริกาขาดกำลังซื้อเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ โดยรวมยังไม่ฟื้นตัว</li> <li>พ่อค้าชาวจีนมารับซื้อกล้วยไม้จากเกษตรกรโดยตรงและมีกำไรจากราคารับซื้อ กลไกตลาดบิดเบือน</li> <li>การส่งออกประสบปัญหาด้านต้นทุนการขนส่งจากค่าระวางที่มีราคาแพงขาดห้องเย็นที่สนามบินและมีการใช้มาตรการกีดกันด้านสุขอนามัยของประเทศคู่ค้า</li> <li>ขาดข้อมูลปริมาณและโหนดดอกกล้วยไม้ที่ใช้ในแต่ละประเทศ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด จึงเกิดเหตุการณ์สินค้าล้นตลาด</li> </ol>	<p><b>การผลิต</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการผลิตกลุ่มสินค้ากล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ มีหน้าที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อวางแผนการผลิตให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของตลาด เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษล้นตลาดและราคาตกต่ำ</li> <li>ส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าร่วมทำแปลง GAP เพื่อผลิตกล้วยไม้ให้ได้คุณภาพดีในการส่งออก</li> <li>ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ รวมทั้งมีการวางแผนการผลิตและใช้เทคโนโลยีในการบังคับให้กล้วยไม้ออกดอกตามกำหนด</li> <li>สนับสนุนสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย เป็นศูนย์กลางในการช่วยเหลือให้ผู้ปลูกกล้วยไม้รายย่อยให้เกิดความมั่นคงในอาชีพ มีความเชื่อมั่นในด้านการลงทุนและการตลาด สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้อย่างยั่งยืน</li> <li>จัดทำแผนที่การผลิตกล้วยไม้ที่เข้าถึงได้ง่ายและให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ol> <p><b>การตลาด</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมการขยายตลาดต่างประเทศ โดยเข้าร่วมจัดแสดงไม้ดอกไม้ประดับในต่างประเทศและส่งเสริมการใช้กล้วยไม้ภายในประเทศ</li> <li>สร้างช่องทางการนำเข้ากล้วยไม้ใหม่ เพื่อให้กล้วยไม้เข้าถึงผู้บริโภคช่องทางอื่นหรือผู้บริโภคอีกระดับ เช่น <b>ตลาดจีน ในอดีต</b> ขายกล้วยไม้ในตลาดผักและผลไม้ แล้วนำดอกกล้วยไม้มาใช้วางในจานอาหาร หรือวางบนเตียงนอนในโรงแรม <b>ในอนาคต</b> เพิ่มการส่งกล้วยไม้เข้าตลาดประมูล คุณหญิง “คิฟ่า” เพื่อกระจายไปตามหัวเมืองต่างๆ และขายตรงบนเว็บไซต์ แล้วนำดอกกล้วยไม้ไปประดับรถยนต์งานต่าง ๆ หรือจัดกระเช้าดอกไม้ร่วมกับดอกไม้ชนิดอื่นๆ เป็นต้น</li> <li>ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้กล้วยไม้ของผู้บริโภคภายในประเทศ เช่น การจัดงานประกวดกล้วยไม้ การสร้างพื้นที่ Land of Orchids ให้เป็นจุดสัญลักษณ์ของประเทศไทย เป็นต้น</li> </ol>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

วิเคราะห์: กรมส่งเสริมการเกษตร