



ครั่ง

ชื่อไทย : ครั่ง

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Lac

ชื่อวิทยาศาสตร์ : *Laccifer lacca* (Kerr)

โดย นางสาวภัทรมาศ พานพุ่ม

นักวิชาการเกษตร ชำนาญการ

โทรศัพท์ 0 2940 6102



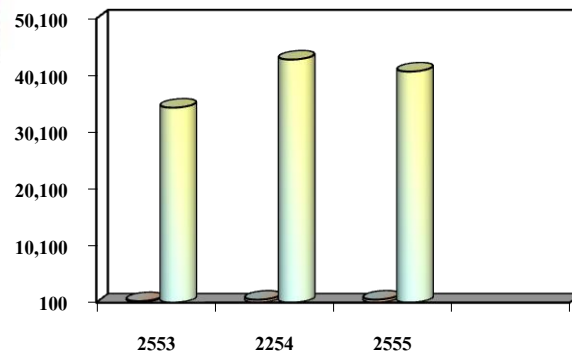
★ : พื้นที่ที่เลี้ยงครั่งมากที่สุด

สถิติการผลิต

	ปี 53	ปี 54	ปี 55
จำนวนเกษตรกร(ราย)	340	601	620
จำนวนต้นไม้เลี้ยงครั่ง(ต้น)	34,408	42,873	40,763
ผลผลิตเฉลี่ย(กก./ปี)		50	
ผลผลิตรวม (ตัน)		17,000	
วัตถุดิบ - ใช้ภายในประเทศ		20 %	
- ส่งออก		80 %	

ต้นทุน / ผลตอบแทน

ต้นทุน(ปี)	1,500 บาท/ต้น
- ค่าพันธุ์	1,200 บาท
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการ	10 บาท
- ค่าแรงงาน	300 บาท
ผลตอบแทน (บาท/ต้น)	
- พันธุ์ครั่ง	8,500 บาท
- ครั่งดิบ	1,500 บาท
GDP (ล้านบาท)	600 ล้านบาท



■ จำนวนเกษตรกร(ราย) ■ จำนวนต้นไม้เลี้ยงครั่ง(ต้น)

ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดลำปาง แพร่ พะเยา
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ และขอนแก่น
 ภาคกลาง ได้แก่ ตาก
 จังหวัดที่เลี้ยงมาก : จังหวัดลำปาง

Crop requirement (สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการผลิต)

- การเตรียมพันธุ์ไม้ที่เลี้ยงให้ เจริญเติบโต มีความแข็งแรงและสมบูรณ์ มีเรือนยอดแผ่กว้าง โปร่ง มีอากาศถ่ายเทดี
- การเตรียมพันธุ์ครั่งที่จะปล่อยต้องเป็นพันธุ์ครั่งที่ดี มีความสมบูรณ์และแก่จัดพร้อมที่จะปล่อย
- ปล่อยครั่งให้เหมาะสมกับเวลาที่ครั่งออกตัวไปขยายพันธุ์ ต้นไม้ที่เลี้ยงครั่งต้องตัดแต่งให้ได้ กิ่งที่เหมาะสม
- การป้องกันและกำจัดศัตรูของไม้เลี้ยงครั่ง และพันธุ์ครั่ง
- การเก็บพันธุ์ครั่งตามฤดูกาล และเก็บอย่างถูกวิธี
- การฝังลมของครั่งดิบ แยกการปนเปื้อนจากเศษวัสดุต่างๆและการเก็บรักษาครั่งดิบ
- อย่าสูบบุหรี่ หรือฉีดสารฆ่าแมลงใกล้บริเวณที่เลี้ยงครั่ง

ราคาขายที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยทั่วประเทศ (บาท/กิโลกรัม)

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.
2554	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	220	220
2555	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	250	250
2556	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	110	110

ส่งออก		ข้อได้เปรียบเสียเปรียบสินค้าไทย			นำเข้า			
ปี	ตัน	ล้านบาท	ได้เปรียบ	เสียเปรียบ	ปี	ตัน	ล้านบาท	
54	-	-	เป็นประเทศผู้ผลิตครั่งเป็นอันดับ 1 ของโลก		54	-	-	
55	2,230	716		สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนมีผลกระทบต่อ การเจริญเติบโตของครั่งและผลผลิตของครั่ง	55	42	0.5	
56	1,850	762			56	10	0.15	
ประเทศคู่ค้าของไทย ร้อยละการส่งออก			ประเทศผู้ผลิตสำคัญ			ประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลก		
อเมริกา 59.39			อินเดีย ไทย จีน ลาว			จีน ลาว ญี่ปุ่น		
อินเดีย 30.96								
ญี่ปุ่น 6.64								
อื่นๆ เช่น แคนาดา เยอรมัน 3.01								

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.
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	60

ที่มา : กรมศุลกากร, ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร(ผึ้ง)

๑ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>ผลผลิต</p> <p>ครั้งเป็นสารเหนียวสีเหลืองที่แมลงครั้งขับถ่ายออกมา เป็นยางหรือชั้นชนิดหนึ่งเมื่อถูกอากาศจะแข็งตัวกลายเป็นสีน้ำตาลหุ้มรอบกิ่งไม้ที่แมลงครั้งอาศัยอยู่ มีต้นไม้อายุหลายชนิดสามารถเลี้ยงครั้งได้ เช่น ก้ามปู(จำปา) บันแถ สะแกนา มะแฮะนกและพุทรา เป็นต้น</p> <p>ปัจจุบัน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ครั้งเลี้ยงง่ายปล่อยครั้งเดียวสามารถเก็บพันธุ์ครั้งเป็นพันธุ์ได้ และเป็นอาชีพเสริมรายได้ 2. ครั้งสามารถนำไปทำผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด ตลาดมีความต้องการ เช่น สีใช้ย้อมผ้า ยาขัด รองเท้า อุปกรณ์ไฟฟ้า ใช้ทำเครื่องเรือน สีใช้ผสมทำขนมใช้รักษาโรคโลหิตจาง ฯลฯ 	<p>ผลผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปริมาณต้นไม้อายุครั้งลดลง โดยมากจะเลี้ยงครั้งบนต้นก้ามปู ปัจจุบันไปใช้ทำเฟอร์นิเจอร์ 2. ครั้งอาจเป็นศัตรูพืช เช่น ไม้ผลข้างเคียง (มะขามเทศ) น้อยหน่า ลำไย เป็นต้น) 3. สภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลต่อปริมาณผลผลิตของครั้ง <p>การแปรรูป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คุณภาพของครั้งดิบมีสิ่งเจือปนมาก ส่งผลให้ราคาซื้อจากโรงงานลดลง <p>การตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาครั้งมีความผันแปรขึ้นลงไม่แน่นอน 2. ตลาดรับซื้อครั้งมีน้อยจุด มีโรงงานที่รับซื้อครั้งในภาคเหนือมีเพียง ๕ โรง และเกษตรกรยังไม่มี การรวมกลุ่มต่างคนต่างผลิต เป็นต้น 	<p>ผลผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมการปลูกไม้อายุครั้ง ตามหัวไร่ปลายนา สำหรับเกษตรกรรายย่อย และการปลูกเป็นแปลงสำหรับเกษตรกรที่มีพื้นที่ 2. ส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเลี้ยงครั้งให้เป็นพื้นที่เฉพาะในเขตที่สามารถเลี้ยงได้ ห่างไกลกับพื้นที่เศรษฐกิจอื่น และเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การเลี้ยงครั้งให้เป็นที่รู้จัก <p>การแปรรูป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาแนวทางส่งเสริมให้มีศูนย์ผลิตและขายพันธุ์ครั้งอย่างต่อเนื่อง คัดผลผลิตครั้งที่มีคุณภาพเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร <p>การตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมการรวมกลุ่ม การเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การตลาด เพื่อสร้างอำนาจการผลิต การตลาด ทั้งภาครัฐและเอกชน 2. การเลี้ยงครั้งที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ จัดตั้งศูนย์เรียนรู้การเลี้ยงครั้ง โดยสำนักงานเกษตรอำเภอ/ ตำบลร่วมกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงครั้งร่วมกับศูนย์ (ผู้)