

กล้วยไม้ตัดดอก



ชื่อไทย : กล้วยไม้ตัดดอก

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Orchid

ชื่อวิทยาศาสตร์ *Dendrobium hybrid*

โดย นางสาวมารศรี วงศ์อนันทรพัญ์
(นักวิชาการเกษตรชำนาญการ)

สถิติการผลิต			
	ปี 55	ปี 56	ปี 57
จำนวนผู้ปลูก (ครัวเรือน)	3,000	3,000	3,000
พื้นที่ปลูก (ไร่)	17,906	21,569	22,107
ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	2,097	2,206	2,207
ผลผลิตรวม (ตัน)	37,542	47,586	48,790
วัตถุดิบ - ใช้ในประเทศ	54 %		
- ส่งออก	46 %		

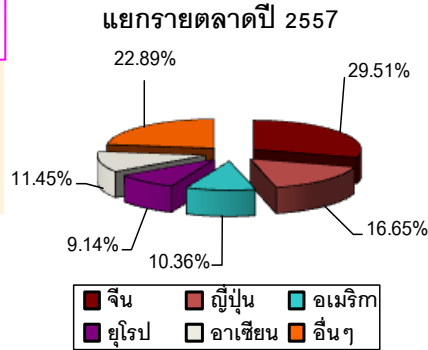
ฤดูกาลผลผลิต (ร้อยละที่ออกสู่ตลาด)											
ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
8.63	9.87	8.57	6.47	5.26	5.98	7.91	8.46	7.58	9.53	11.33	10.41
ปี 2558											

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
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
57	3.94	3.53	2.45	2.72	3.19	3.58	2.82	2.66	2.65	2.26	2.80	2.25	2.91



ต้นทุน / ผลตอบแทน	
ต้นทุน(ปี 57 : บาท/ไร่)	
1. ต้นทุนผันแปร	118,562.98
2. ต้นทุนคงที่	64,264.26
3. ต้นทุนทั้งหมด	182,827.00
4. ต้นทุนต่อหน่วย (กก.)	82.84
5. ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	2,207.00

สัดส่วนการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย



ที่มาข้อมูล: กรมศุลกากร

วิเคราะห์: กรมส่งเสริมการเกษตร

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)
55 20,945 2,095		55 2.81 0.79
56 22,605 2,008		56 3.20 0.90
57 23,471 1,954		57 1.98 1.03
58 1,983 155 (ม.ค. 58)		58 0.36 0.08 (ม.ค. 58)
ประเทศคู่ค้าของไทย จำนวน ผลผลิต	ประเทศผู้ผลิตสำคัญ	ประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลก
1. จีน 29.5 %	- เนเธอร์แลนด์	- ญี่ปุ่น
2. ญี่ปุ่น 16.6 %	- สิงคโปร์	- สหรัฐอเมริกา
3. สหรัฐอเมริกา 10.9 %	- ไต้หวัน	- อิตาลี
4. เวียดนาม 8.6 %	- นิวซีแลนด์	- จีน
5. อินเดีย 7.9 %	- เวียดนาม	- อินเดีย
	- มาเลเซีย	

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กล้วยไม้

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>ปัจจุบัน</p> <ol style="list-style-type: none"> รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนอาชีพปลูกกล้วยไม้ โดยจัดทำโครงการตลาดกล้วยไม้ ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตกล้วยไม้ตัดดอกรายใหญ่ที่สุดของโลกและมีการส่งออกดอกกล้วยไม้มาเป็นระยะเวลากว่า 40 ปี แหล่งผลิตกล้วยไม้ของไทยมีภูมิอากาศที่เหมาะสม อีกทั้งมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น กล้วยไม้ตัดดอกของไทยมีการพัฒนาพันธุ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลผลิตมีลักษณะและสีที่หลากหลาย เกษตรกรกล้วยไม้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มาเป็นระยะเวลานานและมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น 	<p>การผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> ปัจจัยการผลิตมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้สูง เกษตรกรยังขาดการจัดการกล้วยไม้ให้มีคุณภาพดี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เช่น สี และรูปทรงดอก คุณภาพไม่สม่ำเสมอ สวนกล้วยไม้ที่ประสบอุทกภัยเมื่อปลายปี 2554 ผลผลิตออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีปริมาณเกินความต้องการและราคาขายตกลงอย่างมาก ช่วงฤดูแล้งเกิดสถานการณ์น้ำทะเลหนุนเข้าสู่แม่น้ำท่าจีนส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร นครปฐม และกรุงเทพมหานครได้รับความเดือดร้อน ขาดงานวิจัยที่จะส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก มีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่ไม่เหมาะสม รวมทั้ง การรมสาร Methyl Bromide เพื่อแก้ปัญหาเพลี้ยไปในกล้วยไม้ตัดดอก ทำให้คุณภาพดอกกล้วยไม้ลดลง และมีอายุการปักแจกันสั้นลง <p>การตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> ราคาดอกกล้วยไม้ตกต่ำ ทั้งในช่วงฤดูออกดอกมากและน้อย ขาดตลาดกลางกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับ สุภาพเป็นศูนย์กลางของอาเซียน การส่งออกประสบปัญหาด้านต้นทุนการขนส่งจากค่าธรรมเนียมแพงขาดห้องเย็นที่สนามบินและมีการใช้มาตรการกีดกันด้านสุขอนามัยของประเทศคู่ค้า ขาดข้อมูลปริมาณและโหนดดอกกล้วยไม้ที่ใช้ในแต่ละประเทศ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด จึงเกิดเหตุการณ์สินค้าล้นตลาด 	<p>การผลิต</p> <ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ รวมทั้งมีการวางแผนการผลิตและใช้เทคโนโลยีในการบังคับให้กล้วยไม้ออกดอกตามกำหนด สนับสนุนสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย เป็นศูนย์กลางในการช่วยเหลือให้ผู้ปลูกกล้วยไม้รายย่อยให้เกิดความมั่นคงในอาชีพ มีความเชื่อมั่นในด้านการลงทุนและการตลาด สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้อย่างยั่งยืน เพิ่มประสิทธิภาพส่งออกกล้วยไม้ เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าส่งออกกล้วยไม้ของไทย โดยจัดให้มีมาตรการอำนวยความสะดวกในการส่งออกกล้วยไม้ การกำหนดมาตรฐานกล้วยไม้ส่งออก การศึกษาแนวทางการส่งออกกล้วยไม้ในตลาดต่างๆ การจัดงานโรดโชว์ การร่วมงานแสดงสินค้ากล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับในต่างประเทศ <p>การตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> รณรงค์ให้มีการใช้กล้วยไม้ภายในประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อขยายตลาดกล้วยไม้ในประเทศทั้งตลาดระดับล่างและระดับบน สำหรับรองรับผลผลิตกล้วยไม้ตัดดอกและกล้วยไม้ต้นในช่วงที่ผลผลิตออกมาก โดยการจัดงานแสดงงานประกวดผลผลิต งานประกวดรูปแบบการใช้ประโยชน์กล้วยไม้ จัดตลาดนัดจำหน่ายกล้วยไม้จากเกษตรกรโดยตรง เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงกล้วยไม้ได้ง่ายขึ้น ในสถานที่สำคัญ แหล่งชุมชน แหล่งท่องเที่ยว เช่น ทำเนียบรัฐบาล พัฒนาตลาดกลางกล้วยไม้ เพื่อให้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายกล้วยไม้ภายในประเทศของเกษตรกรนอกเหนือจากตลาดกล้วยไม้บริเวณปากคลองตลาด โดยจัดตั้งตลาดกล้วยไม้ที่มีมาตรฐานในพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยงานราชการ เช่น องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร กรมส่งเสริมสหกรณ์

ที่มา: โครงการพัฒนาตลาดกล้วยไม้คุณภาพ และสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

วิเคราะห์: กรมส่งเสริมการเกษตร