



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

สไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่องพันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย

SOUDE SLIDE FOR EDUCATION ORCHIDS FOR EXPORT IN THAILAND.



โดย
นางสาวพัชรี คีรีนารถ

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

ปพ. พ.ศ. 2541

เลขทนาย.....

เลขทะเบียน..... 96246

วันเดือนปี.....

พ 5 28 ค

2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

สไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่องพันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย

SOUDE SLIDE FOR EDUCATION ORCHIDS FOR EXPORT IN THAILAND.

โดย

นางสาวพัชรี คีรีนารด

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)

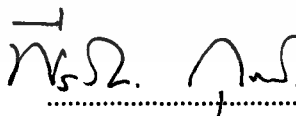
เมื่อวันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๔๑

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

 22 / พ.ค. / ๔๑

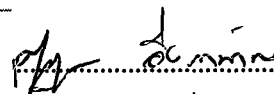
(อาจารย์ถนอม นวล สีหะกุล)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 22 / พ.ค. / ๔๑

(อาจารย์พีรชัย กุลชัย)

หัวหน้าภาควิชา

 22 / พ.ค. / ๔๑

(ผ.ศ.ศุภสมบุรณ์ อีรัตน์นกร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น 2540

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : โลดประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่องพันธุกลายไม้ส่งออกของประเทศไทย

โดย : นางสาวพัชรี คีรีนารถ

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พัฒนาการเกษตร)

สาขาวิชา : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :

(อาจารย์ถนอมนวล สีทะกุดัง)

22 / พ.ค / 41

การศึกษปัญหาพิเศษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้
ที่สนใจเรื่องพันธุกลายไม้ส่งออกของประเทศไทย โดยมีวิธีการศึกษาและการดำเนินการดังนี้ คือ
ศึกษาข้อมูลและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพันธุกลายไม้ส่งออกและการผลิตสไลด์ประกอบ
เสียง จากนั้นจึงกำหนดเนื้อหาและจัดทำคำบรรยายสไลด์ตามเนื้อหา และทำการวางแผนถ่ายภาพ
ตามบทคำบรรยายที่จัดทำไว้เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการถ่ายภาพแล้วก็นำภาพสไลด์มาบันทึกเสียงคำ
บรรยายและบันทึกสัญญาณเสียงอัดโน้มนัด จากนั้นจึงตรวจสอบความเรียบร้อยของสไลด์
ประกอบเสียงอีกครั้ง หากเกิดข้อผิดพลาดก็ต้องดำเนินการแก้ไขอีกครั้ง เมื่อไม่มีข้อผิดพลาดใด ๆ
แล้วจึงนำสไลด์ประกอบเสียงที่ได้มาทำการทดสอบโดยแบบประเมินผล ซึ่งได้ทำการทดสอบใน 2
ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การประเมินสไลด์ประกอบเสียงโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อและผู้มีความรู้
เกี่ยวกับพันธุกลายไม้ส่งออก ขั้นตอนที่ 2 การประเมินโดยการทดลองทำสไลด์ที่ผ่านการประเมิน
จากผู้เชี่ยวชาญตามขั้นตอนที่ 1 มาทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย

จากการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า
ผลการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงทางด้านกายภาพของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ภาพตรงตาม
วัตถุประสงค์ของเรื่องในการสื่อความหมายมีระดับคะแนนเฉลี่ยดี ความชัดเจนของภาพมีระดับ
คะแนนเฉลี่ย ดี และการจัดองค์ประกอบของภาพมีระดับคะแนนเฉลี่ยดีเช่นกัน (2.85, 2.58, 2.59,
ตามลำดับ) ส่วนความชัดเจนของเสียงบรรยายมีระดับคะแนนเฉลี่ยรวม 2.31 ซึ่งมีระดับคะแนน
ในขั้นพอใจ สำหรับผลการประเมินความเหมาะสมทางด้านนำไปใช้งานของผู้เชี่ยวชาญปรากฏ
ว่า เรื่องภาพและการนำเสนอด้วยสไลด์ เพื่อนำไปใช้งานและความถูกต้องของเนื้อหา มีระดับ
คะแนนเฉลี่ยดี (2.77, 2.84, ตามลำดับ) ส่วนเสียงประกอบ เรื่องและภาพมีระดับคะแนนเฉลี่ย 2.23
ซึ่งอยู่ในระดับคะแนนในขั้นพอใจสำหรับการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้งานกับกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายซึ่งเป็นตัวแทนของผู้สนใจที่ไม่มีความรู้เรื่องพินธุกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทยมาก่อน โดยได้ทำการทดสอบก่อนการชมสไลด์และหลังการชมสไลด์ประกอบเสียง ผลจากการประเมิน ปรากฏว่า ก่อนการชมสไลด์ประกอบเสียงผู้ชมทำคะแนนได้ร้อยละ 57.33 และหลังจากชมสไลด์ ประกอบเสียงแล้วผู้ชมทำคะแนนได้ร้อยละ 84.00 ซึ่งถือว่า หลังจากชมสไลด์ประกอบเสียงแล้ว ผู้ชมได้รับความรู้เพิ่มขึ้น จากการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงทั้งทางด้านกายภาพและการ นำไปใช้งานนั้นผลปรากฏว่าสามารถนำสไลด์ประเสียงเรื่อง พินธุกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย ชุดนี้ เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้สนใจโดยทั่วไปได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอาจารย์ถนอมนวล สีหะกุลัง ซึ่งเป็นประธานกรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษที่ได้กรุณาแนะนำแนวทางการดำเนินงานมาตั้งแต่ต้นอีกทั้งอาจารย์พีรชัย กุลชัย ซึ่งช่วยทำหน้าที่กรรมการปัญหาพิเศษโดยให้ความช่วยเหลือในการตรวจทานแก้ไขรวมทั้งอาจารย์สุขุมภรณ์ ชันศรีศรีที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการจัดทำสไลด์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์ คณะเทคโนโลยีการเกษตรที่ให้ความกรุณาช่วยเหลือในด้านอุปกรณ์และสถานที่ในการจัดทำสไลด์ ประกอบเสียง รวมไปถึงเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้อกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในหลาย ๆ เรื่องในการดำเนินการเสมอมา จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ท่านสุดท้ายที่จะกล่าวถึง คือ บิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด ที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุนในการศึกษาและให้อกำลังใจในการศึกษาโดยเสมอมา ดังนั้นหากการศึกษาในครั้งนี้มีความคืบหน้าบ้างข้าพเจ้าขอขอบผลการกระทำครั้งนี้แด่บิดาและมารดา แต่หากผลการกระทำครั้งนี้เกิดการผิดพลาดประการใด นั้นเป็นความบกพร่องของข้าพเจ้าผู้ดำเนินงานเอง

.....
(นางสาวพัชรี สิรินารต)

27 เมษายน 2541

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(ก)
สารบัญภาพ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการศึกษา	6
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	
เอกสารด้านสไลด์ประกอบเสียง	8
เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับพันธุกล้วยไม้	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษาอุปกรณ์และวิธีวิจัย	
เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้	54
ขั้นตอนในการดำเนินการผลิตสไลด์ประกอบเสียง	54
ขั้นตอนการประเมินคุณภาพสไลด์	56
งบประมาณที่ใช้ในการศึกษา	58
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	58
บทที่ 4 การศึกษาและวิจารณ์	
การประเมินด้านกายภาพของสไลด์ประกอบเสียง	60
การประเมินความเหมาะสมทางด้านการนำไปใช้	65
ข้อเสนอแนะของผู้ประเมินคุณภาพสไลด์	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปลผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปลผลการประเมินคุณภาพสไลด์	68
ปัญหาในการผลิตสไลด์ประกอบเสียง	68
ข้อเสนอ	69
เอกสารอ้างอิง	70
ภาคผนวกที่	73
1. บทคำบรรยายสไลด์ประกอบเสียง	74
2. แบบประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียง	89
3. รายชื่อผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้สดของไทย ปี 2539	97
4. ภาพข้อมูลสถิติจากสไลด์	123

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ปริมาณและข้อมูลการค้าส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2528-2537	3
2. ปริมาณมูลค่าการค้าส่งออกกล้วยไม้ตั้งแต่ปี 2528-2537	4
3. ปริมาณและมูลค่าการค้าส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2528-2537	5
4. ไม้ดอก : พื้นที่ปลูกไม้ดอกของไทย ปี 2525-2537	22
5. พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ปี 2539 จำแนกตามจังหวัด	23
6. พื้นที่ปลูกกล้วยไม้และผลผลิต ปี 2534-2539	24
7. ราคาขายส่งดอกกล้วยไม้โดยเฉลี่ยที่เกษตรกรเจ้าของสวนขายส่งให้แก่บริษัทผู้ส่งออก ปี 2538	29
8. ไม้ดอกไม้ประดับ : ปริมาณมูลค่าการค้าส่งออก ไม้ดอกไม้ประดับ ปี 2534-2539	32
9. กล้วยไม้สด : ปริมาณมูลค่าการค้าส่งออกกล้วยไม้สด แยกเป็นรายประเทศ ปี 2534-2539	38
10. ปริมาณและมูลค่าการค้าส่งออก ไม้ดอกไม้ประดับ	40
11. ตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดสำคัญของไทย	40
12. ตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สด 10 รายการแรกของไทย	41
13. ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	59
14. ผลการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงทางด้านกายภาพ	61
15. แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการประเมินลักษณะทางด้านกายภาพของสไลด์ประกอบเสียง	62
16. แสดงลักษณะความเหมาะสมก่อนนำไปใช้งาน	65
17. การประเมินทางด้านการใช้งาน	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. วิธีการตลาดไม้ดอกของประเทศไทยทั้งระบบ	28
2. วิธีการตลาดกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย	31
3. แสดงโครงการส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออก ปี 2529-2534	53



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญของปัญหา

กล้วยไม้เป็นดอกไม้ประดับที่สำคัญทางด้านเศรษฐกิจชนิดหนึ่งของไทย ที่ได้รับความสนใจจากทั่วโลก โดยในปี 2537 มีมูลค่าการส่งออกต้นกล้วยไม้และดอกกล้วยไม้เท่ากับ 875.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 90.01 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดของไทย (ตารางที่ 1) และมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มที่สูงขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี 2533 ถึง ปี 2537 มีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นเรื่อยๆ คือ 552.1, 662.4, 701.3, 748.4 และ 782.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) สามารถที่จะทำเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศไทยได้มากพอสมควร จนกลายเป็นไม้ดอกไม้ประดับที่มีศักยภาพทางด้านการผลิตและการตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งปลูกกล้วยไม้ที่ใหญ่ที่สุดของโลก จากการสำรวจพบว่า ในปี พ.ศ. 2537 มีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในประเทศไทยประมาณ 14,412 ไร่ โดยแหล่งปลูกที่สำคัญร้อยละ 20 อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และที่เหลือร้อยละ 16 จะอยู่ในจังหวัดอื่นๆ (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2538)

การผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกนั้น จำเป็นต้องผลิตให้ได้กล้วยไม้ที่มีคุณภาพดีและมีลักษณะเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ โดยตลาดที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ไต้หวัน เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น (ตารางที่ 3) โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย ซึ่งอนาคตการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยมีแนวโน้มว่าจะแจ่มใส แต่อาจจะประสบกับปัญหาบางอย่างประการ นับตั้งแต่สภาพการผลิตและการตลาดที่ยังไม่สามารถพัฒนาให้ตรงตามมาตรฐานที่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศกำหนดไว้ เนื่องจากความไม่แน่นอนในการผลิต ซึ่งยังไม่มีเทคนิคในการผลิตที่ดีพอ การบรรจุหีบห่อ และปัญหาในการขนส่งในช่วงที่ตลาดต้องการสินค้ามากยังไม่เหมาะสมพอ อีกทั้งยังต้องประสบปัญหาในด้านตลาดในต่างประเทศที่มีการแข่งขันและมีการกีดกันทางการค้าที่มากขึ้น ทำให้ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดต่างประเทศที่เป็นลูกค้าที่สำคัญเพิ่มมากขึ้น จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าควรมีการพัฒนาการผลิตและการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออกให้เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อในตลาดให้เพิ่มมากขึ้น และเนื่องจากกล้วยไม้เป็นพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีความสำคัญอย่างยิ่งทางเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ทำการศึกษาเกิดความสนใจ ที่จะทำการศึกษาเรื่องพันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทยขึ้น ซึ่งจะทำการศึกษาเกี่ยวกับ พันธุ์กล้วยไม้ที่ส่งออก มูลค่าการส่งออก ปริมาณการส่งออก ประเทศผู้นำเข้าและรายชื่อผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ในการทำการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาได้เลือกที่จะนำเสนอโดยสื่อสไลด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบเสียง เนื่องจากในปัจจุบันสไลด์ประกอบเสียงเป็นสื่อที่ทำได้ง่ายและสะดวก อีกทั้งยังใช้ได้ทั้งการเรียนรู้อิสระเพียงผู้เดียว ทั้งกลุ่มเล็ก และกลุ่มใหญ่ ผู้ดูสามารถศึกษาได้ทั้งภาพและเสียงไปพร้อมกันได้ โดยการทำความเข้าใจได้ด้วยตัวเอง

จากการวิจัยพบว่า สไลด์ประกอบเสียงเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในสภาพการเรียนการสอนในปัจจุบันนี้ เนื่องจากสไลด์ประกอบเสียงเป็นสื่อที่สามารถเสริมประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านต่างๆ ได้ครบทุกด้าน อีกทั้งยังประหยัดเวลาทั้งผู้สอนและผู้เรียน และช่วยให้นักเรียนทั้งเก่งและอ่อน ได้รับความรู้ตามความสามารถและความพร้อมของแต่ละบุคคล (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2523 : 113)

นอกจากสไลด์ประกอบเสียงเป็นสื่อที่ใช้กับครูและนักเรียนแล้ว สไลด์ประกอบเสียงยังเป็นสื่อที่ใช้ได้กับบุคคลทั่วไป เพราะสไลด์เป็นสื่อที่สามารถฉายให้ดูซ้ำได้หลายครั้งจนกว่าจะเข้าใจ และช่วยกระตุ้นความสนใจ ก่อให้เกิดความจำสิ่งต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำมาตัดต่อแต่งเติมเนื้อหาบางตอนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งสไลด์เป็นสื่อที่มีขนาดเล็กจึงทำให้เก็บรักษาและนำไปใช้ตามสถานที่ต่างๆ ได้สะดวก ถึงแม้ว่าสไลด์เป็นสื่อที่สามารถแสดงให้เห็น ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันได้ และการเรียงลำดับของภาพอาจทำให้สับสนในบางครั้ง แต่ทว่าการทำสไลด์เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เมื่อเทียบกับความสะดวกและประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งผู้ทำการศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อสไลด์ประกอบเสียงที่ได้จัดทำขึ้นในเรื่อง พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทยครั้งนี้ คงเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ ที่จะทำการศึกษาในเรื่องนี้ได้ไม่มากนักน้อยและสามารถกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวทางด้านการศึกษาและการปรับปรุงขยายพันธุ์กล้วยไม้ให้แพร่หลายและกว้างขวางต่อไป

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย ตั้งแต่ปี .2528-2537

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

รายการ	2528		2529		2530		2531		2532		2533		2534		2535		2536		2537	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
दनกลวยไม	303.0	11.2	348.0	12.5	494.0	28.1	818.0	383	913.0	510	927.0	71.0	920.0	90.5	939.0	86.5	911.0	81.5	13,362.0	93.3
ดอกกลวยไม	7,831.0	489.3	6,054.0	386.7	7,090.0	408.7	9,532.0	515.8	10,753.0	506.9	11,678.0	552.1	12,399.0	662.4	11,142.0	701.3	12,375.0	748.6	11,897.0	782.4
ต้นไม้อื่นๆ	1,071.0	112	343.0	12.5	594.0	28.1	818.0	38.3	913.0	51.0	606.0	155	643.0	21.9	778.0	312	950.0	25.1	5,225.0	28.6
ดอกไม้สด	180	0.6	13.0	0.4	29.0	1.4	14.0	1.1	3.8	1.2	38	1.3	35.0	1.5	9.0	0.5	9.0	10	20.0	1.3
ดอกไม้แห้ง	28.0	0.9	41.0	12	77.0	7.1	240.0	24.1	709.0	54.9	803.0	46.9	680.0	53.7	9,714.0	57.7	601.0	40.5	588.0	43.1
ใบไม้ประดับสด	*	*	*	*	*	*	29.0	0.4	18.0	0.2	10	@	45.0	0.3	870	2.7	9.5	13.3	517.0	6.2
ใบไม้ประดับแห้ง	383.0	3.8	227.0	45	334.0	65	151.0	2.5	157.0	3.7	227.0	8.7	325.0	13.6	336.0	13.7	589.0	19.3	419.0	18.0
รวม	9,589.0	5,250	7,264.0	412.8	8,972.0	465.5	11,188.0	597.7	13,213.0	634.5	14,280.0	695.5	15,047.0	843.9	14,260.0	893.6	15,523.0	929.3	32,028.0	972.9

หมายเหตุ : * ข้อมูลปีก่อนไม่ได้แยกรายการไว้

@ มีการส่งออกน้อย

ที่มา (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2538)

ตารางที่ ๒ ปริมาณมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตั้งแต่ปี 2528-2537

(ปริมาณ : เมตริกตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ปี	ต้นกล้วยไม้		ดอกกล้วยไม้	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2528	303.0	11.2	7,831.0	489.3
2529	348.0	12.5	6,054.0	386.7
2530	394.0	28.1	7,090.0	408.7
2531	818.0	38.3	9,532.0	515.8
2532	913.0	51.0	10,753.0	506.9
2533	927.0	71.0	11,678.0	552.1
2534	920.0	90.5	12,399.0	662.4
2535	939.0	86.5	11,142.0	701.3
2536	911.0	81.5	12,375.0	748.4
2537	13,362.0	93.3	11,897.0	782.4

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจพาณิชย์ , 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2533,-2537

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	2533		2534		2535		2536		2537	
	ดอก	ต้น	ดอก	ต้น	ดอก	ต้น	ดอก	ต้น	ดอก	ต้น
1. ญี่ปุ่น	252.09	43.08	363.02	47.55	361.12	42.03	432.91	39.94	446.65	43.02
2. สหภาพยุโรป	183.14	4.78	180.48	2.63	195.67	2.24	181.55	3.11	183.91	3.41
- อิตาลี	70.08	1.01	78.20	1.15	89.13	1.06	82.44	0.10	89.85	0.27
- เยอรมัน	44.64	0.47	36.67	0.14	41.91	0.80	38.58	0.56	39.34	0.48
- เนเธอร์แลนด์	28.39	3.02	28.14	1.19	32.83	0.38	25.94	2.08	23.01	2.47
- ฝรั่งเศส	22.49	0.27	21.60	0.15	16.23	0.01	12.29	0.15	11.17	0.14
- สหราชอาณาจักร	12.71	0.01	11.08	0.01	10.85	0.22	8.67	0.22	11.10	0.06
- อื่นๆ	5.13	0.01	4.79	0.01	4.72	0.01	13.54	0.01	9.44	0.01
3. สหรัฐอเมริกา	50.33	3.70	51.77	5.52	64.70	7.68	60.87	8.80	70.67	11.46
4. อื่นๆ	66.53	19.43	67.11	35.16	79.84	34.59	73.32	29.64	78.38	35.45
รวม	552.09	70.99	662.38	90.47	701.33	86.55	748.38	81.49	782.35	93.34

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2538)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อสร้างสื่อสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา เรื่อง พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย เพื่อให้เป็นสื่อในการเพิ่มพูนความรู้ เรื่อง พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย แก่ผู้สนใจ โดยทั่วไป เช่น เกษตรกร นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สื่อสำหรับรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นและเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อไป
2. ได้สไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่องพันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย 1 ชุด
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติที่จะผลิตสไลด์ประกอบเสียงเรื่องอื่นๆต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา เรื่อง พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย โดยเลือกศึกษาถึงพันธุ์ของกล้วยไม้ภายในประเทศไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ มูลค่าการส่งออกและปริมาณการส่งออกในระยะเวลา 5 ปี (2535-2539) ที่ผ่านมา รวมถึงประเทศที่นำเข้าและรายชื่อผู้ส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีพันธุ์กล้วยไม้ที่ทำการส่งออกทั้งหมด 9 สกุล ได้แก่ สกุลเด็นโครเบียม (หวาย) สกุลแวนด้า สกุลอะแรนดา สกุลมือคคาร่า สกุลแอสโคเซ็นดา สกุลอนซิเดียม สกุลอะแรนเธอร่า สกุลอะแรนนิส (แมลงปอ) และสกุลคัทลียา

นิยามศัพท์

ดอกกล้วยไม้ (Orchids) หมายถึง กล้วยไม้ที่ปลูกตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือช่อดอกไปใช้ประโยชน์หรือจำหน่าย โดยจะถูกตัดพร้อมทั้งก้านดอกด้วย จึงจำเป็นจะต้องมีก้านดอกยาวและแข็งแรง ดอกบานทนทานนานวัน บรรจุหีบห่อได้ง่าย น้ำหนักเบา เก็บรักษาได้นาน ตลอดจนขนส่งได้สะดวก

การตลาดส่งออก หมายถึง ลักษณะทางการตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยที่ทำการส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ และประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งประกอบไปด้วย ช่องทางการจำหน่าย สภาพการแข่งขัน และลักษณะทางการตลาดต่างๆของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

สไลด์ หมายถึง ภาพนิ่งชนิดโปร่งแสงที่นำมาฉายให้ปรากฏบนจอขนาดใหญ่ ให้ผู้ดูจำนวนมากได้เห็นพร้อมกัน ลักษณะของภาพสไลด์จะเป็นภาพโปร่งแสงที่บันทึกไว้ หุ้มด้วยกรอบกระดาษ พลาสติกหรือโลหะขนาดต่างๆคือ 3 1/4 X 4 นิ้ว และ 2 X 2 นิ้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ 2 ด้าน คือ

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา
2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับพันธักกล้วยไม้

1. เอกสารด้านสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา

1.1 ความหมายของสไลด์

ฉลองชัย (2528:272) ได้กล่าวไว้ว่าสไลด์เป็นสื่อประเภทภาพนิ่ง เป็นภาพโปร่งแสง บันทึกภาพบนฟิล์มโพสซิทีฟหรือกระจกอาจจะเป็นภาพสีหรือภาพขาวดำก็ได้ เข้ากรอบด้วยกรอบโลหะ กระดาษ หรือพลาสติก

วารินทร์ (2529:1) ได้ให้ความหมายของสไลด์ไว้ว่า หมายถึง ภาพนิ่งชนิดโปร่งแสงที่นำมาฉายให้ปรากฏบนจอขนาดใหญ่ ให้ผู้ดูจำนวนมากได้เห็นพร้อมกัน ลักษณะของสไลด์จะเป็นภาพโปร่งแสงที่บันทึกไว้ แล้วหุ้มด้วยขอบกระดาษพลาสติกหรือโลหะ มีขนาดต่าง ๆ กันคือ $3 \frac{1}{4} \times 4$ นิ้ว และ 2×2 นิ้ว

นอกจากนี้ยังให้ความเห็นเกี่ยวกับสไลด์ประกอบเสียงว่า หมายถึง เรื่องราวใด ๆ เรื่องราวหนึ่ง โดยจะเป็นเรื่องสั้นหรือเรื่องยาวก็ได้ ชุดหนึ่งอาจมีได้ 10-100 ภาพ ถ้าสไลด์ประกอบเสียงนี้จัดทำเพื่อใช้เป็นสื่อการสอน ก็อาจเป็นสไลด์ประกอบเนื้อหาแต่ละหน่วยวิชา ซึ่งผู้เรียนหรือผู้ชมจะได้เข้าใจเนื้อหาชุดนั้นเป็นอย่างดี

1.2 คุณค่าของสไลด์ประกอบเสียงต่อการศึกษา

วารินทร์ (2529:2) ได้กล่าวถึงคุณค่าของสไลด์ประกอบเสียงต่อการศึกษา ดังนี้

1. เปลี่ยนบรรยากาศในห้องเรียน ทำให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นสนใจ
2. ทำให้ผู้เรียนได้เห็นภาพและเสียงที่สัมพันธ์กันเป็นเรื่องราวต่อเนื่องก่อให้เกิดความเข้าใจดียิ่งขึ้น
3. สามารถนำมาใช้เป็นสื่อที่เรียนเพียงคนเดียว หรือเป็นกลุ่มได้
4. สามารถนำมาดูซ้ำได้อีกเมื่อต้องการ เพื่อทบทวน เตือนความจำ หรือ ประเมินผล
5. สไลด์ประกอบเสียงที่ผลิตขึ้น โดยมีหลักเกณฑ์ที่ดี ก่อให้เกิดการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. สไลด์ประกอบเสียงนั้นสามารถทำสำเนาแจกจ่ายไปตามสถานศึกษาต่างๆ ได้เรียนรู้เรื่องนั้นอย่างเท่าเทียมกัน

1.3 ข้อดีและข้อจำกัดของสไลด์ประกอบเสียง

ข้อดีของสไลด์ประกอบเสียง

ประทีน (2527:49) กล่าวถึงประโยชน์และข้อดีของสไลด์ประกอบเสียง

1. นักศึกษาสามารถศึกษาด้วยตนเอง โดยการเข้าเทปบันทึกเสียงประกอบ
2. ใช้ศึกษาได้ทั้งรายบุคคล หรือกลุ่มย่อยรวมทั้งชั้น
3. สามารถฉายดูซ้ำได้จนกว่าจะเข้าใจ
4. ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี
5. ช่วยให้ครูและผู้เรียนมีส่วนร่วมช่วยในกิจกรรมการเรียนการสอน
6. ช่วยให้ผู้เรียนจดจำสิ่งต่างๆ ได้นาน
7. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมต่างๆ ได้
8. นำไปรวมกับสื่อต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
9. ใช้ได้กับทุกวิชา
10. สไลด์มีขนาดเล็ก ทำให้เก็บรักษาและนำไปใช้ตามที่ต่างๆ ได้สะดวก
11. การทำสไลด์เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เมื่อเปรียบเทียบกับความสะดวกและประโยชน์ที่ได้รับ
12. สามารถตัดต่อและต่อเติมเนื้อหาบางตอนได้ใหม่ในกรณีที่บางภาพของตอนล่าสุดมีจึงทำให้สไลด์ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

ข้อจำกัดของสไลด์ประกอบเสียง

ณรงค์ (2530:195) ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของสไลด์ดังนี้

1. สไลด์ไม่สามารถแสดงการเคลื่อนไหวได้
2. การฉายมักไม่สะดวกกับผู้ฉายที่ต้องไปยืนอยู่หน้าชั้น
3. จำเป็นต้องฉายสไลด์ในห้องมืดมาก
4. การนำเสนอสไลด์เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ

1.4 บทบาทสื่อเพื่อการศึกษา

กมลและนิตยา (2539 : 36) กล่าวถึงบทบาทของสื่อทางด้านเทคโนโลยีทางการศึกษาที่มีต่อการศึกษาปัจจุบันพอที่จะประมวลมาได้ดังนี้คือ

1. ช่วยในการสอนให้เห็นภาพพจน์แทนของจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ช่วยในการส่งเสริมการเรียนการสอนด้วยความแตกต่างของนักเรียนแต่ละบุคคลให้สามารถเข้าใจและเรียนรู้จากบทเรียนได้มากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้เกิดมีการแลกเปลี่ยนทัศนคติต่าง ๆ ในระหว่างครูกับนักเรียน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นไปอย่างน่าสนใจและสนุกในบทเรียนนั้น
4. ช่วยเสริมสร้างให้ความรู้กับแก่นักเรียนมากยิ่งขึ้น

พร้อมทั้งได้กล่าวถึงความสำคัญของเทคโนโลยีเพื่อการศึกษามีต่อการศึกษาด้านนี้ แต่เน้นหนักทางด้านสื่อการเรียนการสอนว่า “สอนเน้นหนักแต่ทางทฤษฎีอย่างเดียวหาได้ไม่ ทางที่ถูกรับการเรียนการสอนที่ดีสามารถที่จะได้มีอุปกรณ์ช่วยสอนที่ดีและมีประสิทธิภาพสูงเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ได้รวดเร็วขึ้น”

กมลและนิตยา (2539 : 44-46) ได้กล่าวว่า สื่อการสอนที่มีคุณค่าต่อการเรียนการสอนเป็นอย่างมาก เราสามารถนำเอาสื่อการสอนไปประกอบให้ได้ผลดีกับผู้เรียนได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งพอสรุปคุณค่าของสื่อการสอนได้ดังนี้

1. เป็นศูนย์กลางความสนใจของผู้เรียน และทำให้บทเรียนเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่ง
2. ช่วยให้ผู้เรียนมีประสบการณ์กว้างขวางยิ่งขึ้น
3. ทำให้ผู้เรียนเกิดประสบการณ์ร่วมกัน
4. อธิบายสิ่งที่เข้าใจยากให้เข้าใจง่ายขึ้น
5. แสดงความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ ทำให้เข้าใจและเรียนรู้ได้เร็วขึ้น
6. ให้ความหมายของศัพท์ต่างๆ ทำให้เด็กอ่านได้เร็วขึ้น
7. แสดงส่วนลึกลับให้เข้าใจได้ดี
8. สามารถเอาชนะข้อจำกัดต่างๆ เกี่ยวกับเวลา ระยะทาง และขนาดได้ ซึ่ง เป็นคุณค่าเฉพาะของการนำภาพยนต์เข้ามาใช้สอน เช่น
 - 8.1 ทำให้สิ่งเคลื่อนไหวเร็วช้าลงได้
 - 8.2 ทำให้สิ่งเคลื่อนไหวช้าเร็วขึ้นได้
 - 8.3 นำสิ่งที่อยู่ไกลเกิน ไปมาศึกษาได้
 - 8.4 นำสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตมาให้เห็นได้
 - 8.5 ย่อสิ่งที่ใหญ่เกินไป ให้เล็กลงได้
 - 8.6 ขยายสิ่งที่เล็กเกินไป ให้ใหญ่ขึ้น

พร้อมทั้งได้กล่าวไว้ว่า สื่อการสอน เป็นสื่อถ่ายทอดความรู้และความคิดระหว่างครูกับนักเรียน เป็นเครื่องช่วยให้บทเรียนง่ายขึ้น เพราะสื่อการสอนจะช่วยให้ครูสามารถถ่ายทอดข้อเท็จจริง ทักษะ ทศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้ง เห็นคุณค่าในเรื่องราวที่สอนซึ่งเป็นรากฐานให้เกิดความเข้าใจและความจำอย่างถาวร นักการศึกษาที่มีชื่อเสียงของโลกต่างยอมรับและเห็นพ้องกันว่าสื่อการสอนน่าเป็นอุปกรณ์การสอนที่ช่วยให้การสอนได้ผลดีขึ้น ในด้านคุณค่าบางประการจากการใช้สื่อการสอนดังนี้

1. คุณค่าทางด้านวิชาการ สรุปเป็นข้อๆดังนี้

1.1 เด็กที่ได้รับการสอนจากการใช้สื่อการสอน ประกอบการสอนจะได้รับประสบการณ์ตรงและเรียนได้ดีมากกว่าเด็กที่ไม่มีสื่อการสอนประกอบการเรียนการสอน

1.2 ลักษณะที่เป็นรูปธรรมของสื่อการสอน ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายของสิ่งต่างๆ ได้กว้างขวาง เป็นแนวทางให้เข้าใจสิ่งอื่นๆ ได้ดียิ่งขึ้นและยังส่งเสริมด้านความคิดและการแก้ปัญหาอีกด้วย

1.3 หลังจากการวิจันสรุปว่าสื่อการสอนให้ประสบการณ์ที่เป็นจริงแก่ผู้เรียน ทำให้ผู้เรียน เรียนรู้อย่างถูกต้อง ทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนจดจำเรื่องราวต่างๆ ได้มากและจำได้นาน

1.4 สื่อการสอน โดยเฉพาะภาพยนตร์ จะช่วยเร่งทักษะในการเรียนรู้

2. คุณค่าทางด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ มีดังนี้

2.1 สื่อการสอนทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ และต้องการเรียนในสิ่งต่างๆ มากขึ้น เช่น การอ่าน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จินตนาการ ทศนคติ การแก้ปัญหา และความซาบซึ้งในคุณค่า

2.2 ทำให้เด็กมีมโนภาพเริ่มแรกอย่างถูกต้องสมบูรณ์ และก่อให้เกิดความคิดรวบยอดเป็นอย่างเดียวกัน ทั้งมีอิทธิพลต่อเจตคติของผู้เรียนด้วย

2.3 สื่อการสอนเร้าให้ผู้เรียนเกิดความพอใจ และช่วยย้่าให้ทำกิจกรรมด้วยตนเอง

3. คุณค่าทางด้านเศรษฐกิจการศึกษา สรุปได้ดังนี้

3.1 สื่อการสอนสามารถช่วยผู้เรียน ที่เรียนช้าให้เรียนได้เร็วมากขึ้น ส่วนผู้เรียนที่ฉลาดก็จะเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้นไปอีก

3.2 การสอนโดยอธิบายอย่างเดียวนั้นเป็นการสิ้นเปลืองเวลาที่สุด เพราะเด็กลืมนง่าย ถ้าใช้สื่อการสอนจะช่วยขจัดความสิ้นเปลืองนี้ และยังช่วยให้ครูที่สอนคืออยู่แล้วสอนดียิ่งขึ้น

3.3 สื่อการสอนช่วยประหยัดค่าพูด และเวลาของครู และที่สำคัญยิ่งกว่านั้นยังช่วยประหยัดเวลาของนักเรียน ทำให้มีเวลาเหลือที่จะศึกษาบทเรียนอื่นต่อไป

3.4 สื่อการสอนช่วยขจัดปัญหาเรื่องสถานที่ เวลา และระยะทางได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จินตนา (2539 : 18) ได้กล่าวถึงบทบาทสื่อการเรียนการสอนว่า

เป็นเครื่องมือที่จำเป็นในขบวนการเรียนการสอน เนื่องจากสื่อการเรียนการสอน เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ สำหรับขบวนการเรียนการสอน เป็นเครื่องมือจำเป็นที่จะต้องใช้เพื่อการเรียนการสอนดำเนินไปราบรื่นได้ผล อีกทั้งในปัจจุบันสื่อการเรียนการสอนก็มีหลายรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อโสตทัศน ซึ่งได้แก่ เทป วิดีโอ สไลด์ ภาพยนต์ เป็นต้น เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หลายๆ อย่างของนักเรียนในการเรียนการสอน ซึ่งก็แน่นอนว่าจะต้องมีความกว้างขวางหลากหลาย หลายข้อหลายประการ โดยสื่อจะทำให้นักเรียนได้ทั้งรู้ จดจำ คิดเป็น และทำเป็นด้วย

เทพ (2527 : 160-164) กล่าวไว้ว่า การใช้โสตทัศนูปกรณ์ช่วยการเรียนการสอนนั้นมีประโยชน์มากมาย หลายประการ

1. ผู้เรียนได้รับความรู้จากของจริงโดยตรงมากขึ้น
2. สร้างความสนใจแก่ผู้เรียน
3. ผู้เรียนจะจดได้นานกว่า
4. สึกหัดให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิด
5. เสริมสร้างกิจกรรมต่างๆ ให้มากขึ้น แปรลกขึ้น
6. เสริมสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้เรียน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2534 : 11-12) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อไว้ว่า สื่อการเรียนนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสถาบันการศึกษาและสำหรับสังคมทั่วไป เนื่องจากสื่อการศึกษาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้ ความคิด ศิลปวิทยา เทคโนโลยี ความชำนาญ วัฒนธรรม จากครูผู้ให้ความรู้หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ชำนาญการ ไปยังนักศึกษาผู้เรียน และประชาชนทั่วไป ทั้งในเมืองและในชนบท การใช้สื่อการศึกษาที่เหมาะสมและกว้างขวางอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้สามารถขยายโอกาสทางการศึกษาในด้านต่างๆ ให้ทั่วถึงยิ่งขึ้น และเร็ว ตามวัตถุประสงค์ได้รวดเร็วขึ้น

วาสนา (2533 : 17) กล่าวว่า สื่อการสอนมีความจำเป็นต่อการเรียนการสอนในฐานะตัวกลาง ที่จะช่วยในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเรียนรู้ดังนี้

1. การเพิ่มจำนวนนักเรียน สื่อการสอนมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการสอนเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการผู้เรียน
2. สื่อการสอนช่วยแก้ปัญหาพื้นฐานหรือภูมิหลังของนักเรียนที่แตกต่างกัน
3. สื่อการสอนช่วยทำให้ครูสอนได้ดีขึ้นและช่วยทำให้การสอนของครูบรรลุเป้าหมาย
4. สื่อการสอนสำเร็จรูปช่วยให้นักเรียน ที่อยู่ในสภาพเสียเปรียบหรือผู้ยากไร้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถเรียนได้ตัดเทียบผู้ที่มีฐานะดีกว่า
 สุทนต์ (2539 : 49) ได้กล่าวถึงการใช้สื่อทัศนูปกรณ์ว่า
 การใช้สื่อทัศนูปกรณ์จะช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้ฟังบรรยายจำได้ดีขึ้น ซึ่งต่างจากเอกสารบทความต่างๆที่แจกให้ผู้เรียนและการใช้การบรรยายแต่เพียงอย่างเดียว

2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับพันธุ์กล้วยไม้

2.1 ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของกล้วยไม้

ครรรชิต (2538 : 28) ได้กล่าวถึง ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของกล้วยไม้ไว้ว่า
 กล้วยไม้เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว (Subclass Monocotyle doneae) นับเป็นวงศ์ที่ใหญ่ที่สุดวงศ์หนึ่งใน
 พืชมีดอก (Class Angiospermae) ประกอบด้วยกล้วยไม้ประมาณ 25,000 ชนิด (Species) เจริญ
 เติบโตได้ทุกทวีปยกเว้น ทวีปแอนตาร์กติก รูปแบบการเจริญเติบโตมีหลายแบบ เช่น เจริญเติบโต
 บนกิ่งไม้ บนพื้นหิน พื้นดิน และน้ำ ความแตกต่างของชนิดกล้วยไม้จะพบมากในเขตร้อน (tropic)
 และมักเป็นกล้วยไม้อากาศ (epiphyte) ส่วนกล้วยไม้เขตอบอุ่น (temperate) มักเป็นกล้วยไม้ดิน
 (terrestrial) โครงสร้างดอกกล้วยไม้เกือบทุกชนิดประกอบด้วยกลีบชั้นนอก(sepal) 3 กลีบ และ
 กลีบชั้นใน (petal) 3 กลีบ แต่ก็มีกล้วยไม้บางชนิดที่กลีบชั้นนอกและกลีบชั้นในอาจจะรวมกันมี
 เพียง 3 กลีบ กลีบชั้นในกลีบหนึ่งซึ่งเรียกว่า “ปาก” (labellum หรือ lip) มีรูปร่างต่างกับกลีบอื่นๆ
 ทำหน้าที่เป็นเส้นทางให้แมลงบินเข้าไปผสมเกสร ส่วนของเกสรตัวผู้และเกสรตัวเมียจะรวมกันอยู่
 ในส่วนกลางของดอก ซึ่งเรียกว่า เสาเกสร (column)

ระพี (2539 : 29-32) ได้กล่าวถึงลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของกล้วยไม้ไว้ดังนี้

1. ลำต้น กล้วยไม้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะที่พบขึ้นในธรรมชาติ คือ

1.1 กล้วยไม้ดิน (Terrestrial Orchid) ขึ้นบนดินที่ปกคลุมด้วยอินทรีย์วัตถุ ส่วน
 ใหญ่เป็นพวกมีหัว (tuber) อยู่ใต้ดิน มักมีการพักตัวของหัว บางชนิดไม่มีใบสีเขียวพบตามป่าดง
 ดิบที่ชื้นและร่มจัด

1.2 กล้วยไม้อากาศ (Epiphytic Orchid) อยู่ตามต้นไม้ ก้อนหิน ซึ่งสามารถแบ่งตาม
 ลักษณะการเจริญเติบโตได้เป็น 2 ประเภท คือ

ซิมโพเดียล (Sympodial) ลำต้นมีลักษณะเป็นกอ มีส่วนของเหง้า (rhizome) เจริญ
 ตามแนวนอนแนบไปกับเครื่องปลูก ส่วนที่ชูใบเพื่อให้ใบมีโอกาสที่จะรับแสงสว่างทำหน้าที่คล้าย
 ก้านใบเรียกว่า “ลำลูกกล้วย” (pseudobulb) เกิดจากตาที่อยู่ส่วนบนของเหง้า เมื่อลำลูกกล้วยเจริญ
 เติบโตจนสุดลำจะให้ดอก หรือช่อดอกที่ปลายลำ ส่วนตาที่โคนลำจะแตกหน่อใหม่ ซึ่งมักจะแตก
 ในฤดูฝน ลำลูกกล้วยนี้ ในแต่ละสกุลจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป ลำลูกกล้วยบางสกุลอ้วน

ป้อม บางสกุลเรียวยาว เช่น สกุลคัทลียา เป็นต้น และหวายบางสกุลก็ไม่มีลำลูกกล้วย เช่น รองเท้านารี

โมนโนโพเดียม (Monopodial) ลำข้อมีข้อ (node) ปล้อง (internode) ตาแตกเหนือข้อ ซึ่งอาจเจริญเป็นดอก (flower) หรือหน่อ (shoot) ก็ได้ ยอดจะเจริญโตขึ้นไปเรื่อยๆ ไม่มีที่สิ้นสุด รากเกิดจากทางด้านข้างพอลำต้นมีอายุมากพอสมควร กล้วยไม้ประเภทนี้บางชนิดมีลำต้นสั้น ข้อและปล้องถี่ ใบซ้อนชิดกันมาก เช่น สกุลฟาแลนนอปซิส (Phalaenopsis) ชนิดนี้มีลำต้นยาว ข้อและปล้องห่างใบจึงอยู่ห่างกัน เช่น แผลงปอ

2. ใบ ใบกล้วยไม้แต่ละพันธุ์จะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ละส่วน ส่วนใหญ่จะมีลักษณะแบน (strop leaf) เช่น สกุลชาง มีส่วนน้อยที่มีใบลักษณะกลม (terete leaf) เช่น แวนด้า และอีกลักษณะคือ ใบรูปตัววี (semi-terete leaf) เช่น แวนด้าใบแบน นอกจากลักษณะที่กล่าวมาแล้ว ลักษณะใบบางชนิดเป็นใบหนาอวบน้ำ บางชนิดใบจีบคล้ายใบหมาก บางชนิดใบเป็นเกร็ดเล็กๆแต่ไม่ว่าจะเป็นใบชนิดใดก็ตาม จะมีเส้นกลางใบหรือเส้นย่อยๆขนานกันตามความยาวของใบ ซึ่งบางชนิดก็เห็นได้ชัดเจน บางชนิดก็เลือนลางมาก

3. ราก ระบบรากกล้วยไม้สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ

3.1 ระบบรากแบบกล้วยไม้ดิน รากที่เกิดจากส่วนของหัว รากมีขนาดและลักษณะคล้ายพืชหัวอื่นโดยทั่วไป

3.2 ระบบรากแบบกิ่งกล้วยไม้ดิน รากมีขนาดใหญ่มีจำนวนไม่มากนัก เป็นกล้วยไม้ที่ขึ้นตามใบไม้คู่ที่ถมบนหิน หรือในซอกหิน เช่น รองเท้านารี

3.3 ระบบรากแบบกิ่งกล้วยไม้อากาศ รากมีขนาดเล็กกว่ารากอากาศ แต่มีจำนวนมากกว่า มักขนงไขลงไปในเครื่องปลูก จึงไม่ชอบเครื่องปลูกที่ชื้นและนานเกินไป ระบบรากประเภทนี้ ได้แก่ หวาย คัทลียา ออนซีเดียม

3.4 ระบบรากแบบกล้วยไม้อากาศ รากมีขนาดใหญ่ ชอบยื่นออกมานอกภาชนะที่ใช้ปลูก ไม่ชอบเปียกและ ระบบรากประเภทนี้ ได้แก่ ชาง กุหลาบ เรแนนเธอร่า กล้วยไม้ประเภทนี้เมื่อแห้งผิวรากจะมีสีขาว ผิวรากที่มีสีขาวนี้ เกิดจากเซลล์ผิวของรากที่ตาย มีลักษณะคล้ายฟองน้ำ สามารถดูดซับน้ำได้เร็ว ทำหน้าที่ดูดน้ำและธาตุได้เร็ว ส่วนที่ดูดน้ำได้เรียกว่า “วิลลามัน” (velamen)

4. ข้อดอก ข้อดอกกล้วยไม้ประเภทโมนโนโพเดียม เกิดจากตาซึ่งอยู่เหนือข้อของลำต้น หากลำต้นที่กาบหุ้มใบ ข้อดอกจะเจริญแทงผ่านกาบดอกออกมา ส่วนกล้วยไม้ประเภทซิมโพเดียม ข้อดอกอาจเกิดจากตา ซึ่งอยู่ในส่วนต่างๆได้หลายส่วน เช่น หวาย จะมีข้อดอกที่สามารถแทงจากข้อซึ่งอยู่ปลายลำลูกกล้วยหรือตามข้อถัดลงมาก็ได้ ข้อดอกของแต่ละสกุลจะมีความยาวแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไป หวายลูกผสม ปอมปาดัวร์ มีก้านช่ยาวแต่พวกเอื้องลายต่างๆมีก้านช่ดอกสั้นมาก ช่ดอกชนิดที่มีลักษณะก้านยาวโดยไม่แตกแขนง เรียกว่า “ราชีม” ส่วนช่ดอกที่แตกแขนง เรียกว่า “แพนิเคิล”

5. ดอก กล้วยไม่มีดอกชนิดสมบูรณเพศ มีทั้งตัวผู้และตัวเมียอยู่ในดอกเดียวกัน กลีบดอกจะอยู่ด้านบนของรังไข่ เรียกดอกชนิด “เอพิจินัส” (Epigenous) ส่วนต่างๆของดอกของดอกที่อยู่เหนือรังไข่ อันได้แก่ กลีบดอก กลีบใน ปากเส้นเกสร รวมเรียกว่า “เพอริโกเนียม” (Perigonium) ลักษณะดอกเป็นแบบ *biateral symmetry* มีกลีบใน (petals) 3 กลีบ ลักษณะเหมือนหรือแตกต่างจากกลีบนอกคู่กลาง ก้านเรณู หรือเกสรตัวผู้ (filamen) และก้านเกสรตัวเมีย (style) รวมเป็นก้านเดียว ยื่นออกมาทางด้านหน้าเรียกว่า “เส้าเกสร” (column) ส่วนปลายของอับเกสรตัวผู้หรืออับเรณู (anther) ซึ่งภายในมีเกสรตัวผู้จับตัวเป็นก้อนแข็ง หรือมีลักษณะเหนียวติดกันเป็นปึกขุ่นๆคล้ายแป้งเปียก เรียกว่า “พอลลิเนีย” (pollinia) พอลลิเนียจะมีจำนวนคู่ เช่น 2,4,8 ใต้ อับเรณู เป็นยอดเกสรตัวเมีย (stigma) ลักษณะเป็นแอ่งตื้นๆภายในมีน้ำเมือกเหนียวสำหรับยึดกอนเรณู ระหว่างอับเรณูและยอดเกสรตัวเมียมีเยื่อเกี่ยวพัน เพื่อป้องกันมิให้อับเรณูตกลงไปบนยอดเกสรตัวเมีย รังไข่ที่อยู่ใตฐานดอก (inferior ovary) มีเพียงช่องเดียวแต่มีเมล็ดเกาะที่ผนัง 3 แห่งไข่จะเจริญหลังจากได้รับการผสมเกสร

6. ฝัก ฝักกล้วยไม้ประเภทโมโนโคเติล มักจะติดอยู่กับก้านในลักษณะตั้งเอียงปลายชี้ขึ้น ส่วนฝักกล้วยไม้ประเภทซิมโคเตียมักจะติดอยู่กับก้าน ในลักษณะห้อยลงมา ฝักมีลักษณะเรียงยาวหรือป่องกลางคล้ายลูกรักบี้ ภายในมีเมล็ดบรรจุอยู่ เมล็ดมีสีต่างๆกัน เช่น เทา น้ำตาลเหลือง หรือ ขาว ฝักที่สมบูรณ์ดีมีเมล็ดติดเต็มที่จะให้เมล็ดเป็นจำนวนมากระหว่าง 10,000-1,000,000 เมล็ด ลักษณะเล็กเป็นผงละเอียดมาก

2.2 พันธุ์กล้วยไม้ที่นิยมปลูกเป็นการค้า

สุรชัย (2535 : 258-260) ได้กล่าวถึง ชนิดพันธุ์กล้วยไม้ที่นิยมปลูกเป็นการค้าไว้ได้แก่

1. สกุลหวาย (*Dendrobium* sp.) เป็นสกุลที่ใหญ่ที่สุดที่พบในประเทศไทย ลักษณะดอกและลำลูกกล้วยแตกต่างกันออกไปกว้างขวางมาก มีกลีบชั้นนอกขนาดใกล้เคียงกัน กลีบนอกคู่กลางจะติดกับฐานของเส้าเกสรที่รอบรอยต่อนี้จะปูดอมน เรียกว่า “เดือย” (mentum) เรณูมี 4 กอน ติดอยู่ปลายเส้าเกสร

2. สกุลแวนด้า (*Vanda* sp.) ช่ดอกประมาณ 6-12 ดอก กลีบดอก 5 กลีบ ฝักผายบานทน กลีบชั้นนอกและชั้นในขนาดไล่เลี่ยกัน แผ่นกลีบดอกโตแต่โคนกลีบคอดปากมีเดือยสั้นๆ กล้วยไม้สกุลนี้เจริญเติบโตไปทางยอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สกุลอะแรนด้า (*Aranda* sp.) ช่อดอกคกประมาณ 6-12 ดอก กลีบดอก 5 กลีบ ผึ่งผาย บานทน ก้านช่อดอก แข็ง ลักษณะช่วงใบถี่ ใบมีทั้งกว้างและแคบ

4. สกุลม็อคคาร่า (*Mokara* sp.) เป็นสกุลที่มีหลายสีมาก เช่น สีชมพู สีเหลือง สีแดง ลักษณะดอกโต ลำต้นสูง มีลักษณะเป็นปล้องดอกคกมาก คือ จะออกดอกทุกๆกาบใบ

5. สกุลแอสโคเซนด้า (*Ascocenda* sp.) เป็นสกุลที่สามารถให้สีได้หลายๆสี ซึ่งเป็นไม้ดอกกลางที่หลากสี เป็นต้นว่า สีแดง สีส้ม สีบานเย็น สีม่วง กลีบดอกหนา สีเป็นมัน ช่อดอกยาว

6. สกุลออนซิเดียม (*Oncidium* sp.) มีรูปทรงต้น 2 แบบ คือ มีลำลูกกล้วยกับไม่มีลำลูกกล้วย แต่มีลำต้นเล็กๆสั้นๆและมีกาบใบหุ้มอยู่จนมิดส่วนยอด ลำต้นสั้น มีใบขนาดใหญ่มาก ติดอยู่ ดอกส่วนมากจะมีสีเหลือง หรือพื้นเหลืองลายน้ำตาล เส้าเกสรมีปีกยื่นออกไปทั้ง 2 ข้าง มีตุ่มไฟที่โคนปาก ปลายปากใหญ่และเป็นจุดเด่นของดอก

7. สกุลอะแรนเธอรา (*Anranthera* sp.) ส่วนมากจะให้ดอกที่มีสีสรรสดใส ช่อดอกยาว ดอกคกพริ้ว ลักษณะกลีบดอกคล้ายแมลงปอ คล้ายสกุลอะแรนนิส แต่ดอกไม่มีลาย ลำต้นสูง

8. สกุลแมลงปอ (*Arachnis* sp.) โดยมากมีปล้องยาว จึงเห็นมีใบอยู่ห่างๆกัน ช่อดอกตั้งหรือห้อย บางชนิดช่อดอกมีแขนง กลีบวงนอกและกลีบวงในมีรูปร่างลักษณะคล้ายคลึงกัน กลีบดอกเล็กแคบ ปลายกลีบขยายใหญ่ โคนกลีบเล็กน้อย ปากเล็กติดอยู่กับฐานเส้าเกสร รูปทรงดอกคล้ายแมลงปอ หรือคล้ายแมลงป่อง โดยกลีบวงนอกกลีบบนเป็นลำตัวแมลงปอหรือหางแมลงป่อง

9. สกุลคัทลียา (*Cattleya* sp.) กล้ายไม้สกุลนี้มีถิ่นกำเนิดทางแถบร้อนของทวีปอเมริกา เป็นสกุลที่จัดว่ามีดอกขนาดใหญ่ที่สุด และคิดว่าสวยที่สุด ลำลูกกล้วยมีลักษณะต่างๆกัน มีใบติดอยู่ส่วนปลายของลำลูกกล้วย โคนลำจะมีกาบบางๆหุ้ม ใบส่วนมากแบน ดอกออกที่ยอด มีทั้งที่เป็นดอกเดี่ยวและออกเป็นช่อ กลีบดอกชั้นในจะกว้างกว่ากลีบดอกชั้นนอก ปากจะมีขนาดใหญ่กว่ากลีบดอกอื่นๆทั้งหมด เส้าเกสรมักยาวและไม่มีฐาน กอนเกสรมี 4 หรือ 8 กอน เป็นกอนแข็งกลมแบนและมีก้าน (*Caudicles*)

เกษตรพัฒนา (2536 : 68-69) ได้ทำการศึกษาพันธุ์กล้วยไม้ที่นิยมปลูกเพื่อใช้ในการส่งออกที่สำคัญไว้ดังนี้ คือ

1. สกุลหวาย (*Dendrobium* sp.)

- สีม่วง ได้แก่ พันธุ์มาดามปอมปาดัวร์
- สีขาว พันธุ์อัลเตอร์โอมา , พันธุ์แจคเกอลีนโทมัส
- สีชมพู พันธุ์แพนด้า และพันธุ์ฮอนเนย์ พันธุ์ชีซาร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีเหลือง พันธุ์เกษมโกลด์

- สีอื่นๆ

2. สกุลอะแรนด้า (Aranda sp.) ได้แก่ พันธุ์คริสติน
3. สกุลอะแรนเธอร่า (Aranthera sp.) ได้แก่ พันธุ์เจมส์สตอร์โอ
4. สกุลอะแรคนิส (Arachnis sp.) ได้แก่ พันธุ์แม็กก็อช
5. สกุลออนซิเดียม (Oncidium sp.) ได้แก่ พันธุ์ไกรเด็นชาวเวอร์ พันธุ์ไกรเออร์แรมเซย์
6. สกุลเวนด้า (Vanda sp.) ได้แก่ พันธุ์รอช ไซล์เดียนา พันธุ์ปรีนเซสมิกษา
7. สกุลม็อคคาร่า (Morkara sp.) ได้แก่ พันธุ์คชินออน พันธุ์พรณี
8. สกุลแอสโคเซินด้า (Ascocenda sp.) ได้แก่ พันธุ์ยิบซิมวา และมีดาอาโนลด์
9. สกุลคัทลียา (Cattleya sp.) ได้แก่ พันธุ์ควีนสิริกิติ์

2.3 การขยายพันธุ์กล้วยไม้

กรมส่งเสริมการเกษตร (2535 : 14-16) ได้กล่าวถึงการขยายพันธุ์ของกล้วยไม้ว่า การขยายพันธุ์กล้วยไม้สามารถขยายพันธุ์ได้ 3 วิธีด้วยกัน คือ

1. การขยายพันธุ์โดยการตัดแยก วิธีการตัดแยกนั้นขึ้นกับลักษณะการเจริญเติบโตของต้นกล้วยไม้

กล้วยไม้ที่มีการเจริญเติบโตเป็นกอ ใช้วิธี

1. ตัดแยกลำหน้าหรือกลุ่มลำหน้า
2. ตัดแยกลำหลังหรือกลุ่มลำหลัง
3. แยกตะเกียง (หรือหน่อที่เกิดบนลำลูกกล้วย)
4. ปักชำลำหลัง

การตัดแยกลำหน้าหรือลำหลังนั้น อาจตัดแยกออกไปลำเดียวหรือเป็นกลุ่ม (2-3 ลำ) ก็ได้ขึ้นอยู่กับขนาดของลำลูกกล้วย กล้วยไม้สกุลหวายซึ่งมีลำลูกกล้วยสูงกว่า 60 เซนติเมตร ใช้วิธีตัดแยกออกไปเพียงลำเดียว ลำนี้ก็สามารถเลี้ยงหน่อใหม่ที่เกิดขึ้นมาได้ เพราะมีอาหารสะสมมากพอ แต่ถ้าเป็นขนาดเล็กจำเป็นต้องแยกเป็นกลุ่มๆ ละ 2-3 ลำ เพื่อให้มีอาหารสะสมไปเลี้ยงลำใหม่พอเพียง

วิธีการตัดแยกนั้น ใช้มีดหรือกรรไกรตัดให้ส่วนของเหง้าขาดจากกัน แล้วทาปูนแดงที่รอยแผลเพื่อให้แผลแห้งเร็วและไม่มีเชื้อจุลินทรีย์เข้าทำลาย ทิ้งต้นไว้ในกระถาง อย่างเพิ่งยก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกไปปลูก รอนจนเกิดหน่อใหม่ขึ้นมาและหน่อใหม่เริ่มแทงปมรากสั้นๆจึงยกออกไปปลูก การตัดแยกเพื่อให้เกิดหน่อใหม่เร็วขึ้น ควรทำในช่วงต้นฤดูร้อน ซึ่งเป็นเวลาที่ต้นกล้วยไม่เริ่มเกิด จะเกิดหน่อใหม่หลังจากพักตัวในช่วงฤดูหนาว หน่อใหม่จะเจริญเติบโตขึ้นมาพร้อมที่จะออกปลูกได้ในช่วงต้นฤดูฝนพอดี ถ้าปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ไม่กี่ต้นรอหลังจากดอกบานหมดซ่อแล้วจึงตัดแยกจึงเป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุด สำหรับผู้ที่ปลูกตัดดอกเป็นจำนวนมากควรทำงานตลอดปีถ้ารอฤดูกาลจะทำงานไม่ทัน ทขอยตัดแยกที่ละเอียดเรียงไปเพื่อสะดวกในการทำงาน

ต้นกล้วยไม้สกุลหวายนั้น มักจะแตกตะเกียงหรือหน่ออ่อนขึ้นมาได้จากตาข้างบนลำลูกกล้วย บางครั้งเกิดจากตาที่โคนก้านช่อดอกที่ตัดดอกไปแล้ว ตะเกียงนี้เมื่อมีขนาดโตพอสมควรมีสัก 2-3 ลำก็ปลิดไปปลูกได้ หรือตัดเอาส่วนที่ปลายลำเดิมให้ติดไปด้วย แล้วจึงนำไปปลูก

ลำหลังของกล้วยไม้ที่ทิ้งใบหมดแล้ว สามารถปักชำให้เกิดหน่อใหม่ได้ ลำหลังของกล้วยไม้สกุลหวายจะเกิดหน่อใหม่ที่ตาของโคนลำ หลังจากปักชำ แต่ถ้าตาที่โคนลำเสียไปจะเกิดหน่อใหม่จากตาส่วนบนๆ สำหรับคัทเลียและออนซิเดียมจะเกิดหน่อเฉพาะจากตาที่โคนลำเท่านั้น ถ้าตาถูกทำลายไปแล้วจะไม่สามารถเกิดหน่อใหม่จากตาที่อยู่บนๆได้เลย

กล้วยไม้ที่มีการเจริญเติบโตเป็นต้นเดี่ยว สามารถขยายพันธุ์ได้โดยวิธี

1. ตัดแยกแขนง ต้นกล้วยไม้บางชนิด เช่น แวนด้า เข็มช้าง เกิดหน่อจากโคนต้นได้ง่าย เมื่อหน่อหรือแขนงนั้นมีราก 1-2 ราก ก็สามารถตัดแยกไปปลูกได้

2. ตัดยอด ถ้าต้นสูงมากและมีรากเกิดไล่ไปตลอดลำต้น ตัดยอดยาวพอให้มีรากติดไป 1-2 ราก กล้วยไม้บางชนิดมีรากตลอดลำต้น เช่น สกุลแมลงปอ สามารถตัดยอดไปปลูกได้ง่าย แต่พวกแวนด้ามักไม่ค่อยแตกรากจากส่วนไกลยอด มีรากเฉพาะบริเวณโคนต้นเท่านั้น ตัดยอดไปปลูกได้ แต่เกิดรากใหม่ชามากทำให้ต้นทรุดโทรมได้ง่าย

3. กล้วยไม้บางชนิด เช่น ฟาแลนอปซิส มีลำต้นสั้นมากไม่สามารถตัดยอดไปปลูกได้ แต่ตาที่ก้านช่อดอกสามารถเจริญเป็นต้นอ่อนได้ รอนต้นอ่อนมีรากก็แยกออกไปปลูก หรือนำก้านช่อดอกไปปักชำให้เกิดต้นอ่อน

นอกจากนั้นยังสามารถขยายพันธุ์ได้โดยวิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อเจริญ โดยนำชิ้นส่วนของเนื้อเยื่อที่กำลังมีการแบ่งตัวอย่างรวดเร็ว เช่น จากตายอด ตาข้าง ช่อดอกอ่อน ไปเลี้ยงในสภาพปลอดเชื้อ ในอาหารเฉพาะสูตร สามารถเพิ่มจำนวนได้ต้นเป็นจำนวนมาก

2. การขยายพันธุ์โดยการผสมเกสร

การผสมเกสรของดอกกล้วยไม้ส่วนใหญ่เกิดจากแมลง เช่น ผีเสื้อ แมลงภู่ ทั้งนี้เนื่องจากกล้วยไม้มีดอกที่มีลักษณะไว้ล่อให้แมลงเข้าไปช่วยผสมเกสรและปรับปรุงพันธุ์ โดยลูกผสมจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผสมกล้วยไม้แบ่งเป็น

1. ผสมข้ามต้น เป็นการผสมระหว่างต้นในชนิดเดียวกัน
2. ผสมข้ามชนิด เป็นการผสมข้ามชนิดในสกุลเดียวกัน
3. ผสมข้ามสกุล เป็นการผสมข้ามสกุล

การเปลี่ยนแปลงของดอกหลังการผสมเกสร หลังจากผสมเกสร โดยการนำก่อนเรณูไปวางบนยอดเกสรตัวเมีย ถ้าเป็นดอกกล้วยไม้กล้วยบาง เช่น สกุลหวาย แวนดาบางชนิด กลีบดอกจะเหี่ยวภายใน 2-3 วัน ส่วนปลายเกสรตัวเมียของกล้วยไม้บางชนิด เช่น สกุลแวนดา จะบวมและเจริญเข้าหากันจนปิดสนิท ส่วนของไข่จะเปลี่ยนเป็นสีเขียวและขยายขนาดขึ้น เรียกว่าฝัก (หรือผลของกล้วยไม้)

อายุของฝักกล้วยไม้ ฝักของกล้วยไม้มีอายุแตกต่างกันแล้วแต่ชนิดของกล้วยไม้ เช่น สกุลหวาย พันธุ์ป่าของไทยมีอายุฝักประมาณ 10 เดือน แต่ถ้าเป็นสกุลหวายลูกผสมอายุฝักประมาณ 4-6 เดือน เมื่อฝักแก่ผิวฝักจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีเหลือง ผนังฝักจะแตกตามแนวตะเข็บเป็น 3 แนว

เมล็ดกล้วยไม้ เมล็ดกล้วยไม้มีขนาดเล็กมาก มีแต่คัพภะ ไม่มีอาหารสะสม มีเปลือกบางๆหุ้มเมล็ดอยู่ แต่ละฝักมีเมล็ดจำนวนมาก ตั้งแต่ 1,600-4,000 เมล็ด ตามธรรมชาติเมล็ดงอกได้โดยอาศัยเชื้อราบางชนิดที่อาศัยอยู่ตามรากกล้วยไม้ โดยเชื้อราให้น้ำตาลและแร่ธาตุบางชนิดที่จำเป็นต่อการงอกและการเจริญเติบโตแก่เมล็ดกล้วยไม้ จึงมักพบต้นอ่อนขึ้นอยู่ตามบริเวณโคนต้นแม่ของกล้วยไม้ที่ขึ้นอยู่ในสภาพธรรมชาติ

การเพาะเมล็ดกล้วยไม้ เพาะโดยใช้สูตรอาหารที่มีแร่ธาตุและน้ำตาลที่จำเป็นต่อการงอกของเมล็ด ซึ่งใส่ลงไปเพื่อให้อาหารแข็ง และต้องทำในสภาพปลอดเชื้อ โดยฆ่าเชื้อด้วยการนำไปนึ่งในหม้อความดันไอน้ำ 15 ปอนด์/ตารางนิ้ว นาน 20 นาที

เมล็ดกล้วยไม้สามารถเพาะได้ 2 วิธี คือ

1. เพาะฝักอ่อน โดยนำฝักอ่อนของกล้วยไม้มาเพาะโดยไม่ต้องรอจนเมล็ดภายในกล้วยไม้แต่ละชนิดมีอายุการเพาะฝักอ่อนไม่เท่ากัน เช่น สกุลหวายเพาะได้เมื่อฝักอายุ 6-8 สัปดาห์ สกุลแวนดาเพาะได้เมื่ออายุฝักประมาณ 10-12 สัปดาห์

2. เพาะเมล็ดแก่ โดยการรอให้ฝักกล้วยไม้แก่ก่อนแล้วจึงนำมาเพาะ อายุของฝักแก่แตกต่างกันตามชนิดของกล้วยไม้

หลังจากเพาะเมล็ดแล้วประมาณ 2 เดือน ต้องมีการถ่ายขวดย้ายปลูกลงกล้วยไม้ไปลงในวุ้นอาหารสูตรถ่ายขวด โดยถ่ายลงในขวดประมาณ 50 ต้น หลังจากถ่ายขวด 4-5 เดือน สามารถนำออกปลูกลงกระถางหมุ่ได้ ต้นที่มีขนาดใหญ่ก็คัดลงปลูกลงในกระถางนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ

ปัจจุบันชาวสวนนิยมการขยายพันธุ์โดยวิธีนี้มากเพราะสามารถขยายพันธุ์ได้ต้นที่มีลักษณะเหมือนเดิมเป็นปริมาณมากในเวลารวดเร็วและปลอดโรค นอกจากนี้การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อยังทำให้ได้ต้นพันธุ์ใหม่ๆที่กลายพันธุ์ในขวดเพาะ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการคัดต้นไปปลูกเป็นกล้วยไม้ตัดดอก รวบรวมพันธุ์พืช และใช้ผสมพันธุ์ต่อไปโดยใช้ส่วนต่างๆ ของกล้วยไม้ไปฟอกฆ่าเชื้อแล้วเลี้ยงในอาหารเหลว ซึ่งขั้นตอนต่างๆจะผ่านกรรมวิธีโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้มีผู้รับจ้างเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อหลายบริษัทคอยบริการ โดยราคาจ้างทำคิดเป็นต้นๆละประมาณ 2-3 บาท ขึ้นอยู่กับจำนวนที่สั่งทำ ซึ่งส่วนของกล้วยไม้ที่นำไปเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อได้แก่

หวาย - ใช้หน่ออ่อนยาว 2.5-5 เซนติเมตร เพื่อใช้ตายอดและตาข้าง

คัทลียา - ใช้หน่ออ่อน

ออนซีเดียม - ใช้ก้านช่อดอก โดยตัดเป็นท่อนๆให้ติดข้อ

แวนดาและแอสโคแซนดา - ใช้ยอดอ่อน , ตาข้าง , ช่อดอกอ่อน ยาวไม่เกิน

1 ซม.

แมลงปอและลูกผสมแมลงปอ - ใช้เช่นเดียวกับแวนดา

2.4 การปลูกและการดูแลรักษา

สุรชัย (2535 : 260) ได้กล่าวถึงการปลูกและการดูแลรักษากล้วยไม้ตัดดอกว่า กล้วยไม้ส่วนใหญ่จะปลูกในภาชนะต่างๆ เช่น กระเช้าไม้ กระถางดินเผา ปลูกบนกาบมะพร้าวและอาจปลูกลงแปลงหรือเกาะบนต้นไม้อื่น ส่วนเครื่องปลูกที่นิยมใช้มีกาบมะพร้าว ออสมันดา ถ่าน กระถางแตก หรืออิฐหักผสมถ่าน

แสง เป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับกล้วยไม้ ถ้าแสงน้อยไปใบจะมีสีเขียวคล้ำ ไม่สดใส ยอดหรือหน่อที่แตกใหม่จะอวบ อ่อน หักง่าย ใบยาวและลำต้นสูงชะลูด แต่ถ้าแสงจัดเกินไปใบจะมีสีเขียวอมเหลืองจัด หรือแสดงอาการใบไหม้ ใบร่วงเร็วกว่าปกติ ต้องจัดให้ได้แสงพอเหมาะ ใบจะมีสีเขียวอมเหลืองอ่อนๆผิวใบสดใสและไม่เปราะ

โรคที่สำคัญของกล้วยไม้ ได้แก่ โรคเน่าดำ โรคจุดสนิม โรคใบจุด โรคแอนแทรกโนส โรคปื้นเหลือง โรคเน่าแห้ง โรคเน่า และโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัส เป็นต้น ส่วนแมลงศัตรูที่สำคัญ ได้แก่ เพลี้ยไฟ ไรแดง แมลงวันดอกกล้วยไม้ หนอนกระทู้ผัก หนอนกระทู้หอม และหนอนปลอก เป็นต้น

การให้น้ำ จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด น้ำจะต้องมีคุณภาพดี สะอาด ควรรดน้ำให้กล้วยไม้ในตอนเช้า ถ้าอากาศแห้งอาจให้น้ำอีกครั้งในตอนบ่าย

การใส่ปุ๋ย ในระยะการเจริญเติบโตทางใบควรให้ปุ๋ยที่มีไนโตรเจนสูง เมื่อต้นมีขนาดพอเหมาะที่จะให้ออกดอกได้ จึงให้ปุ๋ยที่มีฟอสฟอรัสสูง นอกจากนี้ควรให้ธาตุอาหารเสริม แก่แก่กล้วยไม้ด้วย ควรให้ปุ๋ยในตอนเช้า

การเก็บเกี่ยว ตัดช่อดอกโดยใช้มีดหรือกรรไกรที่คมและสะอาด ตัดก้านช่อให้เกือบชิดลำลูกกล้วย ใส่ภาชนะที่มีน้ำ ให้ก้านช่อดอกแช่ในน้ำ ควรตัดดอกในตอนเช้า

2.5 พื้นที่ผลิตดอกกล้วยไม้

เกษตรพัฒนา (2536 : 68-72) ได้ทำการศึกษาแหล่งผลิตดอกกล้วยไม้ที่สำคัญ ส่วนใหญ่ว่าอยู่รอบชานเมืองกรุงเทพมหานคร (ประมาณร้อยละ 51.8) และจังหวัดใกล้เคียง ทั้งนี้ นอกจากดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย ต้องระมัดระวังในการขนส่ง การอยู่ใกล้ตลาดที่เป็นศูนย์กลางของไม้ตัดดอก เช่น ปากคลองตลาดและตลาดยอดพิมาน จึงทำให้สะดวกและใช้ระยะสั้นในการขนส่ง นอกจากนี้แล้วกรุงเทพมหานครยังเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมสินค้าก่อนการขนส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศและจำหน่ายไปยังตลาดต่างๆทั่วประเทศ (ตารางที่ 4) แหล่งผลิตกล้วยไม้ที่สำคัญได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร เช่น เขตตลิ่งชัน หนองแขม ภาษีเจริญ
2. นครปฐม เช่น อำเภอสสามพราน นครชัยศรี
3. สมุทรสาคร เช่น อำเภอบ้านแพ้ว กระทุ่มแบน
4. นนทบุรี
5. ปทุมธานี
6. สมุทรปราการ
7. เชียงใหม่

สำหรับแหล่งปลูกกล้วยไม้ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงจะปลูกกล้วยไม้สกุลหวายเป็นหลัก โดยเฉพาะหวายปอมปาร์คว์มีการเพาะเลี้ยงมากที่สุด รองลงมา คือ หวายขาว และหวายสีชมพู

ส่วนที่เชียงใหม่เนื่องจากอากาศหนาวเย็นเหมาะสมกับการปลูกกล้วยไม้สกุล ชิมิเดียม แวนด้า อะแรนด้า และอะแรนเธอร่า เป็นต้น แต่ปริมาณการผลิตไม่มากนัก (ตารางที่ 5)

กรมส่งเสริมการเกษตร (2539 : 9-10) ได้ทำการศึกษาและสำรวจพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ของปี 2539 ที่ผ่านมา โดยกองส่งเสริมพืชสวน พบว่า มีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั่วประเทศ 13,117.25 ไร่ แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 4,488 ไร่ และจังหวัดนครปฐมมีเนื้อที่ปลูกประมาณ 4,145 ไร่ จังหวัดสมุทรสาคร มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 2,912 ไร่ ส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ ราชบุรี นนทบุรี ปทุมธานี อุบลราชธานี นครสวรรค์ เชียงใหม่ พิษณุโลก เชียงราย และ ฯลฯ (ตารางที่ 6) และจากการสำรวจโดยนับจากเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ทั้งสิ้น 2,251 ราย สำหรับการขยายพื้นที่ในการปลูกเลี้ยงส่วนใหญ่จะเป็นการขยายพื้นที่ของเกษตรกรรายเดิม สัดส่วนพื้นที่ปลูกกล้วยไม้สกุลต่างๆ ในปัจจุบันคาดว่า ร้อยละ 80-85 จะเป็นสกุลหวาย อีกร้อยละ 15-20 เป็นสกุลอื่นๆ ได้แก่ แวนด้า แอสโคเซินด้า ออนซิเดียม มีอคคาร่าและคัทลียา

ตารางที่ 4 ไม้ดอก : พื้นที่ปลูกไม้ดอกของไทย ปี 2525-2537

หน่วย : ไร่

ปี	กล้วยไม้	มะลิ	บัว	กุหลาบ	เบญจมาศ	เขอบีระ	ดอกกรัก	บานไม่รู้โรย	อื่นๆ	รวม
2525	7,328	3,217	-	1,530	684	1,443	1,567	786	1,477	18,032
2529	10,800	3,500	3,800	3,500	420	3,000	3,500	3,000	1,735	33,255
2531	13,000	3,600	3,500	3,500	580	2,000	3,200	3,000	1,665	34,045
2534	12,000	3,800	5,200	3,500	500	1,500	2,000	3,200	5,200	36,900
2537	14,412	5,326	4,400	3,911	998	368	1,500	63	10,415	41,393

ที่มา : (กองส่งเสริมพืชสวน กรมส่งเสริมการเกษตร , 2538)

ตารางที่ ๕ พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ปี 2539 จำแนกตามจังหวัด

ลำดับ	ชื่อจังหวัด	พื้นที่ปลูก (ไร่)
1	กรุงเทพมหานคร	4,488
2	นครปฐม	4,145
3	สมุทรสาคร	2,912
4	ราชบุรี	591
5	นนทบุรี	367
6	ปทุมธานี	318
7	พระนครศรีอยุธยา	164
8	นครสวรรค์	40
9	ชลบุรี	27.50
10	ภูเก็ต	19
11	เชียงใหม่	17
12	สุราษฎร์ธานี	15
13	สงขลา	15
14	อุดรธานี	4
15	อุบลราชธานี	4
16	พิจิตร	2
17	พิษณุโลก	2
18	เวียงจันทน์	1
19	ขอนแก่น	0.50
20	ลำพูน	0.25
	รวม	13,117.25

ที่มา : (กองส่งเสริมพืชสวน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 พื้นที่ปลูกกล้วยไม้และผลผลิต ปี 2534-2539

ปี พ.ศ.	พื้นที่ปลูก (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)
2534	13,200	12,399
2535	12,000	11,142
2536	10,400	12,375
2537	14,412	11,897
2538	12,000	11,849
2539	13,117.25	10,620

ที่มา : (กองส่งเสริมพืชสวน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2538)

2.6 วิธีการตลาดดอกกล้วยไม้

อริยัญญา (2539 : 22-31) ได้ศึกษาภาวะการตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย พบว่า ผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกส่วนใหญ่จะเลือกตัดดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพ แล้วเพื่อส่งไปจำหน่ายให้ผู้ซื้อในตลาดต่างๆ

1. ตลาดท้องถิ่น เกษตรชาวกล้วยไม้ท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลกรุงเทพมหานคร เช่น เชียงใหม่ นครสวรรค์ หนองคาย เป็นต้น เมื่อถึงเวลาตัดดอกกล้วยไม้ขาย จะขายดอกกล้วยไม้ให้กับพ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่นและบางส่วนก็จะขายให้กับผู้ค้าปลีกในตลาดท้องถิ่น โดยตรงเพื่อที่จะให้ผู้ค้าปลีกขายต่อให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่น โดยกล้วยไม้ที่ขายให้กับพ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่นนั้นจะถูกส่งไปจำหน่ายต่อให้พ่อค้าที่ตลาดกลางกรุงเทพมหานคร เช่น ที่ปากคลองตลาด ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งรับซื้อกล้วยไม้ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย

2. ตลาดกรุงเทพมหานคร กล่าวได้ว่า ปากคลองตลาด และตลาดยอดพิมาน เป็นตลาดกลาง ที่รวบรวมดอกไม้ไปวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากระยะทางไม่ไกลการคมนาคมก็สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ หรือชาวสวนอาจจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางในตลาดกลางกรุงเทพมหานครเอง ซึ่งมีทั้งพ่อค้าประจำและพ่อค้าจร เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่น ผู้ส่งออก ร้านจัดดอกไม้ ร้านจำหน่ายดอกไม้สดต่างๆ ไปไปในเขตกรุงเทพมหานคร โรงแรม ภัตตาคาร และวัด เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตลาดต่างประเทศ ผู้ส่งออกจะทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง หรือพ่อค้าที่ปากคลองตลาดแล้วนำไปจัดการคัดเลือกปฏิบัติการต่างๆก่อนการบรรจุหีบห่อ แล้วส่งออก ไปจำหน่ายยังต่างประเทศสำหรับบริษัทผู้ส่งออกขนาดใหญ่จะต้องมีการปฏิบัติการเพื่อทดลอง คั้นคว่ำพันธุ์ ควบคุมคุณภาพและผลิตให้ได้มาตรฐานตามที่ตลาดต่างประเทศต้องการ นอกจากนี้แล้วยังมีโรงบรรจุหีบห่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงอีกด้วย โดยที่ผู้ส่งออกจะนำกล้วยไม้ขาย ให้กับผู้บริโภคสั่งซื้อจากต่างประเทศโดยตรงเลยหรือบางครั้งอาจจะผ่านนายหน้าหรือพ่อค้าคนกลางก่อนได้

2.6.1 สภาวะตลาดภายในประเทศ

ตลาดขายส่ง

แหล่งขายส่งกล้วยไม้ที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปากคลองตลาด ตลาดยอดพิมาน และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดนี้ส่วนมาก จะจำหน่ายสินค้าเพียงประเภทเดียว กล่าวคือจะจำหน่ายดอกกล้วยไม้หรือต้นกล้วยไม้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ต้องใช้ความปราณีตละเอียดอ่อนและต้องมีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ การรับซื้อกล้วยไม้ของผู้ค้าส่ง ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้ที่มาจากแหล่งผลิตในเขตบางแค หนองแขม ดลิ่งชัน สามพราน บานแพว เป็นต้น โดยผู้ค้าส่งจะออกไปรับซื้อจากพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยและเจ้าของสวนเอง บางครั้งเจ้าของสวนจะนำกล้วยไม้ออกมาส่งให้พ่อค้าตามที่ตั้งชื่อเอง โดยใช้รถบรรทุกหรือเรือเป็นพาหนะในการขนส่ง สำหรับการรับซื้อดอกกล้วยไม้ที่ตลาดกลางส่วนใหญ่จะทำการซื้อขายกันตอนเช้ามืดระหว่างเวลา 03.00-05.00 น. และเวลากลางคืนระหว่าง 20.00-23.00 น. ดอกกล้วยไม้ที่นำมาส่งให้พ่อค้าที่ตลาดจะถูกบรรจุไว้ในเชิงแล้วเอากระดาษปิดหรือใส่ไว้ในถุงพลาสติก เป็นต้น ระหว่างการขนส่งดอกกล้วยไม้จะเนาเสียประมาณร้อยละ 2-3 การชำระเงินในการซื้อขายดอกกล้วยไม้มีอยู่ 2 วิธี คือ ชำระเป็นเงินสดทันทีเมื่อมีการส่งมอบดอกกล้วยไม้ และซื้อด้วยเงินเชื่อ โดยจ่ายเงินเป็นงวดๆประมาณ 2-5 วันต่อครั้ง การกำหนดราคารับซื้อของผู้ค้าส่ง จะพิจารณาถึงปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปริมาณดอกกล้วยไม้ในตลาด ราคาตลาด คุณภาพ และกำไรที่สมควรจะได้รับโดยปกติแล้วราคาที่รับซื้อจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณอุปทานและอุปสงค์เป็นสำคัญ เช่น ช่วงที่ดอกกล้วยไม้มีราคาสูง คือ ฤดูแล้ง เนื่องจากดอกกล้วยไม้เข้าสู่ตลาดน้อย และช่วงที่ตลาดมีความต้องการมาก คือ ประมาณเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวตรงกับวันสำคัญและเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันคริสตมาส เป็นต้น ช่วงเวลาที่ดอกกล้วยไม้มีราคาต่ำ คือ ช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว ซึ่งเป็นฤดูที่ดอกกล้วยไม้ออกสู่ตลาดมาก แต่ในฤดูฝน ระหว่างเดือนสิงหาคม-ตุลาคม ราคาจะถูกกว่าในฤดูหนาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

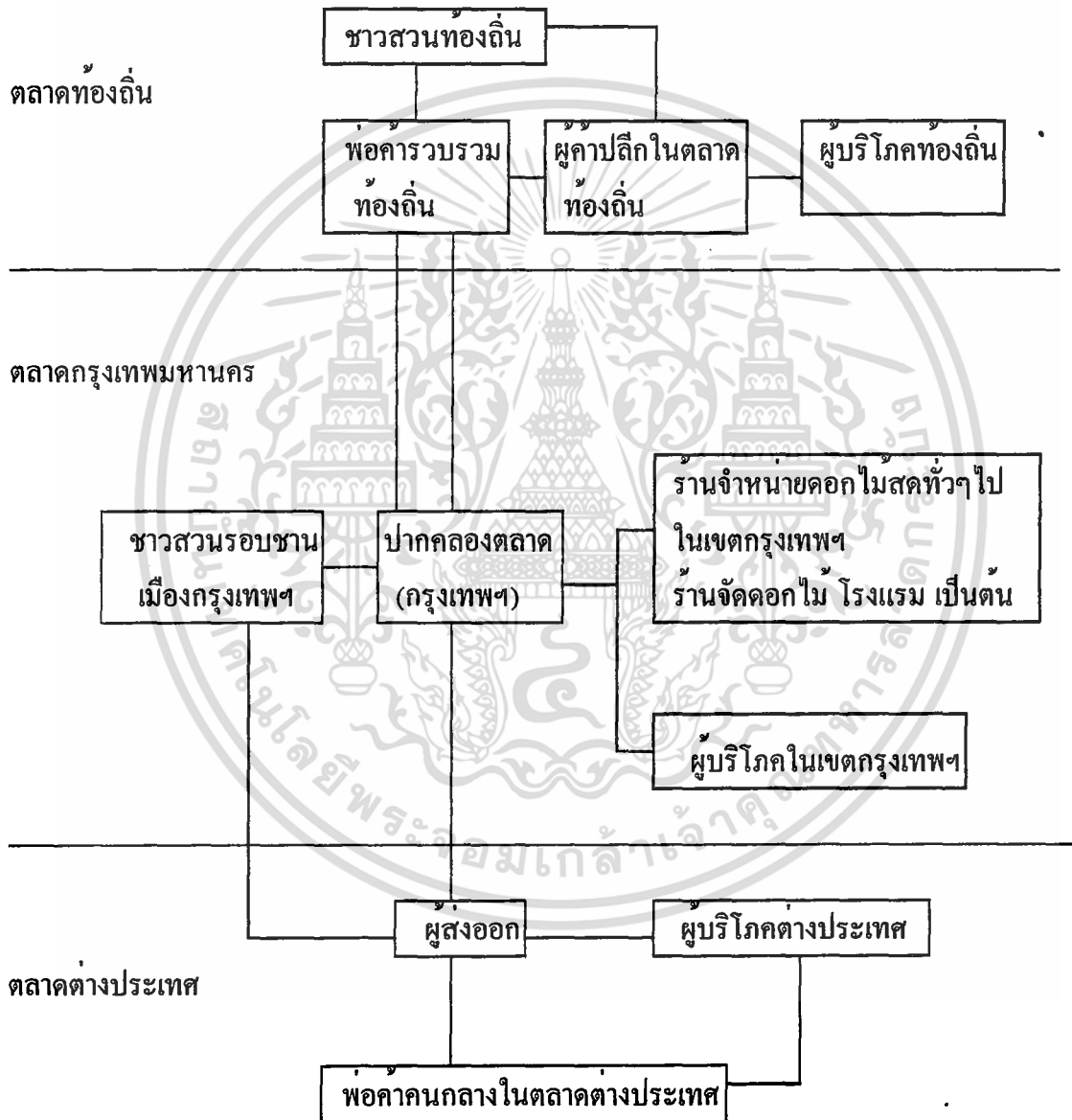
สำหรับตลาดรับซื้อดอกกล้วยไม้นั้น เป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ กล่าวคือ การรับซื้อดอกกล้วยไม้มองไม่ต้องแข่งขันกับผู้อื่น เนื่องจากพ่อค้ามีข้อผูกพันกับชาวสวนและพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยหรืออาจมีส่วนของตนเอง พ่อค้าอาจให้การช่วยเหลือชาวสวนหรือพ่อค้าท้องถิ่น โดยการให้กู้ยืมเงินและปัจจัยอื่นๆ โดยไม่มีข้อผูกมัด แต่ชาวสวนและพ่อค้าจะนำสินค้ามาขายให้ด้วยความสนิทสนมและอาศัยซึ่งกันและกัน การจำหน่ายดอกกล้วยไม้มองเจ้าของสวน โดยทั่วไปแล้วจะจำหน่ายให้พ่อค้าปลีกทั้งเจ้าประจำและลูกค้าจรที่ตลาดกลางเอง เช่น ร้านจำหน่ายดอกไม้ทั่วไป ผู้ขายดอกไม้ในตลาดสด ผู้ขายดอกไม้ตามแผงลอยข้างถนน ผู้รับจัดดอกไม้ในวัดและโรงแรม ส่วนลูกค้าที่อยู่ตามต่างจังหวัด ผู้ผลิตจะจัดส่งไปให้โดยบรรจุดอกกล้วยไม้มองในกล่องหรือเชิงและมีกระดาษหนังสือพิมพ์ปิดบนก่อนปิดฝาแข็ง สำหรับค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายของพ่อค้าส่งในตลาดกลาง ประกอบด้วย ค่าจ้างถึงร้อยละ 66 ที่เหลือนอกจากนั้นเป็นค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ และอื่นๆ ส่วนที่กำหนดราคาขายนั้นกำหนดจากต้นทุนบวกกำไร

ตลาดขายปลีก

ผู้ค้าปลีกกล้วยไม้มองออกเป็น 5 ประเภทตามลักษณะการดำเนินงานและหน้าที่ทางการตลาดคือ ผู้ค้าปลีกในร้านจำหน่ายดอกไม้ทั่วไป ผู้ค้าปลีกในตลาดสด ผู้ค้าปลีกตามแผงลอย ผู้รับจัดดอกไม้ในวัดและโรงแรม ผู้ค้าเหล่านี้จะรับซื้อกล้วยไม้มองจากสวน พ่อค้าท้องถิ่นและพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร วิธีการรับซื้อของผู้ค้าปลีกมี 2 วิธี คือ ผู้ค้าปลีกออกไปรับซื้อเอง หรือมีผู้นำดอกไม้มาขายให้ถึงที่ โดยเฉพาะร้านดอกไม้และผู้รับจัดดอกไม้ในวัดและโรงแรม การกำหนดราคาซื้อขาย ส่วนใหญ่ผู้ค้าปลีกจะไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาซื้อขาย สำหรับการชำระเงินนั้นมีทั้งเงินสดและเงินเชื่อ การจำหน่ายดอกกล้วยไม้มองของผู้ค้าปลีก โดยปกติจะจำหน่ายให้ลูกค้าโดยทั่วไปทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าจร สำหรับราคาจำหน่ายนั้นไม่แน่นอนแล้วแต่การพิจารณาของผู้จำหน่าย เช่น กำหนดราคาโดยพิจารณาถึงต้นทุนบวกกำไรคงที่ พิจารณาปริมาณอุปทานของดอกไม้ในตลาดแต่ละวัน พิจารณาราคาดอกกล้วยไม้มองที่รับซื้อมา พิจารณาปริมาณความต้องการของลูกค้าเป็นต้น โดยทั่วไปลูกค้าที่ซื้ออาจเป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าจร ถ้าหากว่าเป็นลูกค้าประจำผู้ค้าปลีกก็จะจำหน่ายในราคาถูกลง ลักษณะของดอกกล้วยไม้มองที่ตลาดค้าปลีกต้องการซึ่งช่วยให้จำหน่ายได้มากขึ้น คือ สวย บานทน ช่อดอกดี พอร์มดอกดี และเป็นกล้วยไม้มองพันธุ์ใหม่ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงลักษณะการใช้งานเป็นสำคัญ เช่น ไซ้จักแจกัน พวงหรีด ร้อยพวงมาลัย จัดโต๊ะอาหารและจัดหน้าศพ เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้ค้าปลีกนิยมใช้ดอกกล้วยไม้มองสกุลหวายมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ช่อดอกแบบออนชิตเดียม แวนด้า แต่ดอกกล้วยไม้มองที่สามารถใช้งานได้หลายรูปแบบ คือ คัทเลีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนต้นกล้วยไม้ นั้นโดยมากจะมีการซื้อขายต้นกล้วยไม้กันได้หลายที่ เช่น ที่สวนของเกษตรกรเอง ตลาด อ.ต.ก. ตลาดจตุจักร ตลาดเทเวศน์ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่เป็นการขายต้นกล้วยไม้สำหรับตัดดอก ซึ่งเป็นต้นที่คัดพันธุ์จากการเพาะเนื้อเยื่อ ผู้ซื้อจะซื้อเป็นจำนวนมากสำหรับไว้ปลูกตัดดอกหรือเพื่อขยายพันธุ์ขายให้แก่ลูกค้าที่ต้องการหรือคนอื่นๆต่อไป ซึ่งตลาดการค้าต้นกล้วยไม้มีปริมาณน้อยมากเมื่อเทียบกับตลาดการค้าดอกกล้วยไม้ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 วิธีการตลาดไม้ดอกของประเทศไทยทั้งระบบ

ที่มา : (ธนาคารกสิกรไทย , 2530)

2.6.2 สภาวะการตลาดภายนอกประเทศ

ผู้รับซื้อกล้วยไม้จะเป็นบริษัทที่ส่งออกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยซึ่งปกติแล้วราคาของกล้วยไม้สูงกว่าตลาดภายในประเทศ แต่กล้วยไม้ที่ส่งออกจะต้องคัดเป็นพิเศษ โดยกล้วยไม้ที่ส่งออกจะต้องมีคุณภาพดี ไม่มีตำหนิที่กลีบดอกหรือก้านเกสรตัวผู้ ดอกโต ช่อดอกยาว กลีบดอกมีสีเข้ม ฟอร์มสวย บานเช้า มีดอกตูมในช่อมาก ปราศจากโรคและแมลง ส่วนราคาการรับซื้อดอกกล้วยไม้จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ชนิดของกล้วยไม้ ดอกกล้วยไม้ที่ตลาดนิยมจะมีราคาสูงกว่าดอกกล้วยไม้ที่มีมานานและคนเริ่มเบื่อ โดยปัจจุบันราคาที่เจ้าของสวนขายส่งให้แก่บริษัทผู้ส่งออกอยู่ในช่วงราคาประมาณ 10-35 บาท (ตารางที่ 7)

ส่วนกล้วยไม้ที่ส่งออกไปขายยังต่างประเทศมีหลายอย่าง เช่น ต้นกล้วยไม้ลูกผสมจากการเพาะเมล็ด ต้นกล้วยไม้จากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ต้นกล้วยไม้จากการขยายพันธุ์โดยการตัดแยก ต้นกล้วยไม้ป่าจากการรวบรวมจากป่า เป็นต้น โดยมีการขายต้นกล้วยไม้ได้หลายลักษณะ เช่น ต้นกล้วยไม้รุ่นที่ใกล้จะออกดอกหรือต้นกล้วยไม้ขนาดที่กำลังออกดอกก็ได้ ส่วนตลาดต่างประเทศจะมีบริษัทส่งออกเป็นผู้ส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศทั่วโลก เช่น ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น โดยราคาในการซื้อขายต้นกล้วยไม้จะมีราคาแตกต่างกันไปแล้วแต่ลักษณะ ชนิดพันธุ์ของต้นกล้วยไม้ และนโยบายของรัฐบาลก็เป็นการส่งเสริมโดยเน้นดอกกล้วยไม้ตลาดต่างประเทศเริ่มมีความต้องการนำเอาต้นกล้วยไม้เพิ่มขึ้นทุกปี

ตารางที่ 7 ราคาขายส่งดอกกล้วยไม้โดยเฉลี่ยที่เกษตรกรเจ้าของสวนขายส่งให้แก่บริษัทผู้ส่งออกในปี พ.ศ. 2538 (หน่วย : บาท)

พันธุ์กล้วยไม้	ราคา
สกุลแวนด้า	30
สกุลหวายมาตามปอมปาดัวร์	15-20
สกุลบอมสต์อกใหญ่	25-30
สกุลหวายสีขา	10-18
สกุลโกลเดนชาวเวอร์	30-35
สกุลหวายซีซาร์	15-18

ที่มา : ธรรมนูญ (2539 : 22-31)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการส่งออกกล้วยไม้ ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกกล้วยไม้ที่สำคัญรายหนึ่งของโลก จากมูลค่าการส่งออกไม้ดอกและไม้ประดับของประเทศไทยในแต่ละปีดอกกล้วยไม้มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสูงกว่าไม้ดอกชนิดอื่น ๆ กล้วยไม้ที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นสกุลหวาย ที่สำคัญได้แก่ หวายมาปอมปาดัวร์ หวายซีซาร์ หวายแจ็กเกอร์สัน เป็นต้น โดยในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2534-2538) มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยประเทศไทยส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศในปี พ.ศ. 2534 มีปริมาณ 12,399 ตัน มูลค่า 662,383 ล้านบาท เทียบกับปริมาณ 11,849 ตัน มูลค่า 760,152 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2538 มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณร้อยละ 4.1 (ตารางที่ 8)

ตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ที่สำคัญของประเทศไทย คือ ญี่ปุ่น จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2537 ประมาณร้อยละ 57.3 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศไทย รองลงมา คือ ประเทศอิตาลีและสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้จะเป็นตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ที่สำคัญของประเทศไทย และประเทศไทยยังเป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดดอกกล้วยไม้ในสหรัฐอเมริกาสูงสุด โดยครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 83.02 ตลาดญี่ปุ่น ประเทศไทยสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดมาเป็นอันดับสองรองจากเนเธอร์แลนด์ โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21.6 ส่วนสหภาพยุโรป ประเทศไทยครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับสองรองจากเนเธอร์แลนด์ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 43.94 (ภาพที่ 3)

2.7 ตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้

ตลาดส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดเอเชีย ตลาดยุโรป และตลาดอเมริกาเหนือ

ตลาดเอเชีย

ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและประเทศฟิลิปปินส์ โดยจะนำเข้าดอกกล้วยไม้มากในช่วงฤดูหนาวประมาณเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงที่ดอกไม้ท้องถิ่นมีน้อย และเป็นช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น คริสต์มาสและปีใหม่ ปี พ.ศ. 2537 ประเทศไทยส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังประเทศญี่ปุ่น 3,141.7 ตัน มีมูลค่า 183.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44.31 ของมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดโดยประเทศญี่ปุ่นนิยมดอกกล้วยไม้ที่มีหลากหลายสีในดอกเดียวกันและนิยมดอกบาน ในการส่งกล้วยไม้ไปยังประเทศญี่ปุ่นยังมีอนาคตสดใส แม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะกวดขันการนำเข้าดอกกล้วยไม้อย่างเข้มงวดก็ตาม ประมาณการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากประเทศไทยก็ยังมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี

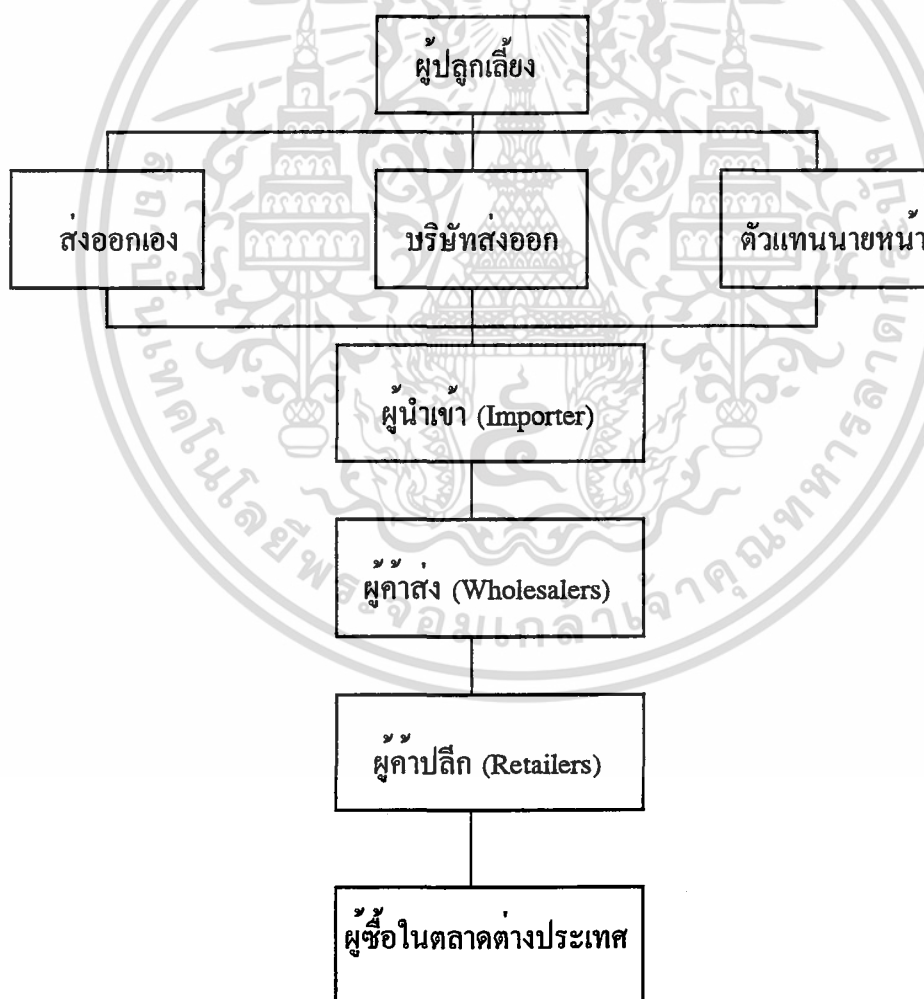
นโยบายการนำเข้าของประเทศไทยไม่มีกีดกันปริมาณการนำเข้า โดยปกติจะเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 10 แต่ญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) สำหรับดอกกล้วยไม้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้วยไม้ที่ส่งไปจากประเทศไทย โดยยกเว้นภาษีขาเข้า อย่างไรก็ตามดอกกล้วยไม้สดที่ส่งเข้าไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นต้องอยู่ภายใต้การควบคุมโรคพืช แมลง แบคทีเรียและไวรัส โดยกฎหมายและข้อตกลงดังต่อไปนี้

1. Plant Quarantine Law ดอกกล้วยไม้สดที่นำเข้ามาจากต่างประเทศนั้นจะถูกตรวจสอบ ณ ท่าอากาศยานสนามบิน หากเจ้าหน้าที่ตรวจสอบพบสิ่งผิดปกติซึ่งอาจจะระบาดไปได้ดอกกล้วยไม้ดังกล่าวจะถูกทำลายทันที

2. Seed and Stock Law พืชพันธุ์ไม้ชนิดใหม่จะต้องนำขึ้นทะเบียนและต้องได้รับอนุญาตก่อนจำหน่าย

3. Washington Treaty เป็นข้อตกลงระหว่างกลุ่มประเทศผู้ส่งออกและนำเข้าสัตว์และต้นไม้



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย

ที่มา : (ธนาคารกสิกรไทย , 2530)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ไม้ดอกไม้ประดับ : ปริมาณมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับ ปี 2534-2539

ปริมาณ : ต้น
มูลค่า : พันบาท

รายการ	ปี 2534		ปี 2535		ปี 2536		ปี 2537		ปี 2538		ปี 2539		อัตราเพิ่มร้อยละ	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	5,538	363,021	4,323	361,120	5,047	432,914	5,074	447,075	5,369	437,897	4,314	368,097	-1.68	1.96
อิตาลี	2,196	78,202	2,348	89,135	2,143	82,440	2,177	90,241	1,820	76,326	1,778	73,121	-5.02	-2.01
สหรัฐอเมริกา	1,054	51,770	1,072	64,698	1,298	60,866	1,321	71,254	1,387	67,662	1,367	62,438	6.16	3.57
เยอรมัน	504	36,671	462	41,912	478	38,576	489	40,021	478	40,755	392	29,181	-3.18	-3.34
ไต้หวัน	454	10,998	506	17,347	583	23,206	694	26,385	796	36,942	799	37,193	13.27	27.45
เนเธอร์แลนด์	536	28,138	487	32,827	442	25,938	406	23,165	290	15,028	276	9,695	-13.21	-19.94
เกาหลีใต้	75	4,736	167	14,443	194	15,378	165	14,224	161	15,972	172	23,388	11.72	26.43
ฝรั่งเศส	423	21,595	266	16,227	211	12,287	169	11,261	152	9,578	137	6,828	-19.38	-19.12
สหราชอาณาจักร	259	11,081	252	10,855	209	8,756	224	11,199	212	10,530	193	11,110	-5.34	0.48
ฮ่องกง	569	18,237	558	14,826	1,102	11,606	515	10,550	479	10,529	521	12,375	-4.63	-8.37
แคนาดา	141	6,043	163	7,675	160	9,318	128	9,390	142	11,031	124	12,268	-3.60	14.16
อื่นๆ	650	31,891	538	30,262	508	27,363	544	27,681	560	27,209	548	29,573	-1.88	-1.73
รวม	12,399	662,383	11,142	701,328	12,375	748,648	11,897	782,446	11,849	760,152	10,620	675,270	-1.78	1.10

ที่มา : (กรมศุลกากร, 2538)

ตลาดญี่ปุ่น มีแนวโน้มว่าประเทศไทยจะขยายการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นได้อีก เนื่องจากตลาดยังมีความต้องการ แต่อย่างไรก็ตามในระยะที่ผ่านมาการส่งออกบางครั้งถูกจำกัดด้วยปัญหาเนื้อที่ระหว่างบรรทุกไม่เพียงพอและค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้น ขณะเดียวกันดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยยังคงต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกที่มาจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ไต้หวัน นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และออสเตรเลีย เป็นต้น การส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นมักประสบปัญหาการชำระเงิน ในกรณีที่ผู้สั่งซื้อไม่เปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต ผู้จำหน่ายควรขอให้ธนาคารซึ่งตนมีบัญชีอยู่ ช่วยตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้ซื้อให้แน่ชัดเสียก่อนการส่งมอบสินค้าและไม่ควรยอมให้ผู้ซื้อค้างชำระเงินมากเกินไปจนขอบเขตและค้างชำระเป็นเวลานานเกินควร สำหรับตลาดฮ่องกงสั่งซื้อดอกกล้วยไม้สดจากประเทศไทยเพื่อทำการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆอีกทอดหนึ่ง (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2538)

ส่วนตลาดฟิลิปปินส์ ประเทศอาจมีโอกาสขยายการส่งออกไม้ตัดดอกไปยังประเทศฟิลิปปินส์ได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากเมื่อต้นปี พ.ศ. 2530 รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ประกาศยกเลิกควบคุมการนำเข้าดอกกล้วยไม้และไม่ตัดดอกตามโครงการ Import Liberalization Program ในขณะเดียวกันชาวฟิลิปปินส์ที่มีฐานะดีก็นิยมเลี้ยงกล้วยไม้เป็นงานอดิเรกและได้มีการใช้ดอกกล้วยไม้ประดับในงานสำคัญๆมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่ประเทศฟิลิปปินส์ก็มีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้น้อย จึงต้องมีการนำต้นกล้วยไม้และดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย สิงคโปร์ และฮาวาย ประมาณครึ่งหนึ่งของความต้องการทั้งหมดภายในประเทศ เช่น สกุหลาบ แวนด้า คัทลียา เป็นต้น ระเบียบการนำเข้ากล้วยไม้ที่นำเข้าในประเทศฟิลิปปินส์ จะต้องผ่านการตรวจสอบจาก Plant Quarantine Division Bureau of pant Industry กระทรวงเกษตรฟิลิปปินส์โดยผู้นำเข้าจะต้องแสดงใบรับรองปลอดโรคพืชจากประเทศผู้ส่งออกด้วย ถ้านำเข้าต่ำกว่า 10 กิโลกรัม ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า สำหรับกล้วยไม้ชนิดออนซีเดียมโกลเดียนา (Oncidium Goldiana) และชนิดอะแรนดาคริสติน (Aranda Christine) ห้ามนำเข้าโดยเด็ดขาด เนื่องจากเคยตรวจพบเชื้อที่ติดมากับกล้วยไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการส่งออกกล้วยไม้ไปยังประเทศฟิลิปปินส์แม้ว่าดูทางการส่งออกจะขยายตัวได้อีกในอนาคต แต่อาจประสบปัญหาการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตกล้วยไม้ด้วยกัน เช่น ประเทศสิงคโปร์ เคยเป็นประเทศผู้นำ แต่มาในระยะหลังส่วนแบ่งการตลาดของสิงคโปร์ตกลงไป เพราะค่าแรงงานในสิงคโปร์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ประเทศสิงคโปร์จึงพยายามที่จะช่วงชิงตลาดคืนด้วยการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ใหม่และแปลกๆสู่ตลาด ขณะเดียวกันก็พยายามขยายการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เข้าไปในประเทศมาเลเซียด้วย

ตลาดยุโรป

ตลาดยุโรปเป็นตลาดดอกกล้วยไม้สดที่สำคัญเป็นอันดับสอง รองจากประเทศญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ. 2530 ประเทศไทยส่งออกดอกกล้วยไม้ไปตลาดยุโรป คิดเป็นร้อยละประมาณ 39.15 ของมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้สดทั้งหมด โดยตลาดที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศสหพันธ์เยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ สหราชอาณาจักรและสวีเดน โดยตลาดยุโรปจะมีความต้องการ การนำเข้าดอกกล้วยไม้สดมากกว่าปกติในช่วงฤดูหนาวประมาณ เดือนตุลาคม-มกราคม เนื่องจากเป็นช่วงที่ดอกไม้ท้องถิ่นมีน้อยและเป็นช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ ส่วนในช่วงฤดูร้อนประมาณเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ความต้องการจะมีน้อย เนื่องจากดอกไม้ท้องถิ่นจะออกมาสู่ตลาดมาก เช่น ดอกทิวลิป ดอกคาร์เนชั่น เป็นต้น โดยดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปยังยุโรปส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้สกุลหวาย ได้แก่ พันธุ์มาดามปอมปาดัวร์ สกุลชิมบิเดียม ได้แก่ ชิมบิเดียมดอกเล็ก ชิมบิเดียมดอกใหญ่ สกุลฟาเรนอปซิน รองเท้านารี เป็นต้น แต่รสนิยมของประชาชนจะเปลี่ยนไปรวดเร็วมาก ประเทศไทยจึงควรปรับปรุงพันธุ์ใหม่และสีใหม่เพื่อสนองความต้องการของตลาดแห่งนี้ ดอกกล้วยไม้สดที่นำเข้าประเทศในกลุ่มยุโรปต้องเสียภาษีขาเข้าสำหรับประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรภายใต้ GSP โดยภาษีขาเข้ามีอัตราร้อยละ 15 ตลอดปี เส้นทางส่งออกดอกกล้วยไม้สดไปจำหน่ายยังตลาดยุโรปมีแนวโน้มดังตัวอย่าง เช่น

1. ตลาดอิตาลี คาดว่ายังคงเป็นตลาดหลักดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยต่อไปได้อีกนานในอนาคต แต่เนื่องจากดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยที่รู้จักกันแพร่หลาย และอยู่ในความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นตลาดที่มีความมั่นคงพอสมควรในระยะที่ผ่านมา

2. ตลาดเนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะแก่การปลูกไม้ดอกและไม้ประดับนานาชนิด โดยเฉพาะกล้วยไม้ก็มีมากมายหลายประเภท ดังนั้นจึงเพียงพอสำหรับใช้ภายในประเทศและสามารถส่งออกจำหน่ายต่างประเทศได้อีก จึงทำให้เส้นทางที่ประเทศไทยจะส่งออกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศเนเธอร์แลนด์นั้นจำกัดและมีไม่มาก

3. ตลาดอังกฤษ มีการขยายตัวของดอกกล้วยไม้ ไทยคงทำได้ในขอบเขตจำกัด เนื่องจากต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกอื่นๆที่ครองตลาดมาก่อน เช่น คาร์เนชั่น เบญจมาศ เป็นต้น และราคาถูกกว่าอีกด้วย ขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตดอกกล้วยไม้รายอื่น เช่น เนเธอร์แลนด์ ซึ่งได้เปรียบประเทศไทย เนื่องจากอยู่ใกล้ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจึงถูกกว่า ส่งมอบได้รวดเร็วกว่า ดอกกล้วยไม้ยังคงสภาพสดและเสียหายน้อยกว่า ขณะเดียวกันสามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณที่ไม่มากนัก ราคาซื้อขาย (ไม่รวมค่าขนส่ง) ดอกไม้ของเนเธอร์แลนด์ถูกกว่าของประเทศไทยและมีดอกกล้วยไม้

หลายประเภทที่ตลาดต้องการ นอกจากนี้แล้วเนเธอร์แลนด์ยังเป็นสมาชิกในกลุ่ม EEC เช่นกัน จึงไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าเมื่อส่งไม้ตัดดอกเข้าไปจำหน่ายในอังกฤษ

4. ตลาดสหพันธรัฐเยอรมัน เนื่องจากมีการแข่งขันขายตัดราคากัน ระหว่างผู้ส่งออก ดอกกล้วยไม้ด้วยกัน ทำให้ราคาตกต่ำขณะเดียวกันก็ต้องขายแข่งกับไม้ตัดดอกอื่นๆ ซึ่งราคาถูก และคุณภาพดีกว่า ความนิยมดอกกล้วยไม้ไทยจึงค่อยลงไป ผู้ซื้อจะซื้อไปใช้ส่วนตัวมากกว่าไปให้เป็นของขวัญ เนื่องจากเกรงว่าไม่เป็นที่ถูกใจของผู้รับเพราะมีราคาถูก ดังนั้นจึงคาดว่า การส่งออก ไปยังตลาดนี้คงไม่ขยายตัวมากกว่า

ตลาดอเมริกาเหนือ

ตลาดที่สำคัญ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงความต้องการนำเข้ากล้วยไม้ของประเทศไทยจะเป็นช่วงที่สาววัยไม่สามารถผลิตกล้วยไม้สนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ เป็นตลาดที่มีแนวโน้มแจ่มใส ถ้าสามารถแก้ปัญหาในเรื่องคุณภาพของดอกกล้วยไม้ รวมทั้งปัญหาในเรื่องโรคและแมลง ซึ่งสหรัฐอเมริกาเข้มงวดในการนำเข้ามาก การนำเข้ากล้วยไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะสั่งซื้อจากประเทศเนเธอร์แลนด์ สหพันธรัฐเยอรมัน และฮ่องกง เนื่องจากมีราคาถูกและค่าขนส่งถูกกว่าสั่งซื้อจากประเทศไทย จึงทำให้ผู้ทางการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกายังไม่ขยายตัวเท่าที่ควรเพราะมีคู่แข่งที่น่ากลัว เช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ สหพันธรัฐเยอรมัน ฮ่องกง เป็นต้น สำหรับชาวสหรัฐอเมริกานิยมกล้วยไม้ที่มีช่อยาวการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) โดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ยกเว้นกล้วยไม้ที่ส่งผ่านประเทศอื่นๆ กล้วยไม้จะถูกนำเข้าไปตรวจสอบคุณภาพโรคพืชและเชื้อราต่างๆซึ่งหากพบสิ่งผิดปกติอาจถูกห้ามนำเข้าหรือถูกส่งไปรมควัน ซึ่งมีผลทำให้อายุการใช้งานของกล้วยไม้สั้นลง

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2539) ได้ทำการศึกษาแหล่งจำหน่ายกล้วยไม้ที่สำคัญของประเทศไทยและช่องทางการส่งออก ไว้ดังนี้

1) ตลาดเอเชีย ได้แก่ ตลาดญี่ปุ่น ฮ่องกง ไต้หวันและเกาหลี ตลาดญี่ปุ่นเป็นลูกค้าที่สำคัญที่สุดของไทย กล้วยไม้ที่ส่งไปญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 80 จะส่งผ่านตลาดประมูล (auction market) ที่เหลือร้อยละ 20 ขายให้ผู้สั่งซื้อโดยตรง (direct sale) เช่น ซูเปอ์มาร์เก็ต ร้านโตคิว จัสโก เป็นต้น

2) ตลาดยุโรป ได้แก่ เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร

3) ตลาดสหรัฐอเมริกา แคนาดา

สำหรับพันธุ์กล้วยไม้สกุลหวายเป็นพันธุ์ที่ส่งออกมากที่สุดถึง ร้อยละ 80 ของกล้วยไม้ที่ส่งออกทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนความนิยมของประเทศญี่ปุ่นต้องการกล้วยไม้ที่สีอ่อนทรงกลมช้อยาว ผู้ซื้อแถบยุโรปชอบสีขาว ไม้สีเข้มและช้อยาว อเมริกาชอบสีชมพูและขาว

นภากรณ (2533) ทำการศึกษา ระบบตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยพบว่า ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ จะรับซื้อดอกกล้วยไม้จากชาวสวนและสวนของตนเอง โดยจะทำการรับซื้อมากในช่วง เดือนตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ และทำการจำหน่ายตามใบสั่งซื้อจากลูกค้าในต่างประเทศ มีเพียงบางสวนเท่านั้นที่ลูกค้าติดต่อมาเอง ซึ่งดอกกล้วยไม้ที่ทำการส่งออกของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มปีละกว่า 490 ตัน ในปัจจุบันดอกกล้วยไม้ที่ต่างประเทศมีความต้องการและนิยมซื้อได้แก่ หวายสีชมพู หวายปอมปาดัวร์ หวายสีม่วงแดงและหยาวยสีอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 46.43 31.87 4.29 และ 7.41 ตามลำดับ การกำหนดราคาซื้อขายพิจารณาจาก ต้นทุนบวกด้วย กำไรคงที่ ซึ่งราคาขายโดยทั่วไปเพิ่มอีกร้อยละ 37.5 รูปแบบการจำหน่ายมีทั้งแบบเป็นกำและแบบเป็นช่อ บรรจุหีบห่อตามความต้องการของบริษัทส่งออก การจัดจำหน่ายใช้ shipping agent เป็นผู้ดำเนินการให้ ตลาดที่สำคัญในการส่งออกดอกกล้วยไม้ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหพันธ์รัฐเยอรมัน สหรัฐอเมริกา โดยทั้ง 5 ตลาด คิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด จากการศึกษาการส่งออกของประเทศไทยพบว่าในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา คาดว่าจะมีลู่วางแฉ่งมไซ หากได้มีการปรับปรุงคุณภาพ การบรรจุหีบห่อ นโยบายทางการตลาดของภาคเอกชน (ตารางที่ 9)

เกษตรพัฒนา (2536 : 70) ได้กล่าวไว้ว่า ในระยะที่ผ่านมาประเทศไทยสามารถส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 60 ของปริมาณดอกกล้วยไม้ที่ผลิตได้ ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณส่งออกรวมเป็นหวายมาตามปอมปาดัวร์ ที่เหลืออีกร้อยละ 30 เป็นพวกหยาวยขาว หยาวยชมพู หยาวยแฟนซี เจมส์สตอรี่โอ ออนซิเดียม โกลเดนชาวเวอร์ และแอสโคเซินดา รวมถึงพันธุ์อื่นๆ ดอกกล้วยไม้ที่ตลาดต่างประเทศต้องการนั้นต้องมีสีสวยสด ฟอรัมดอกดี และบานทนทานไม่น้อยกว่า 15 วัน

กรมส่งเสริมการเกษตร (2533) ได้ศึกษาสภาวะการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกโดยได้กล่าวถึงวิธีการผลิตเพื่อการส่งออกว่า การผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกนั้นจะต้องผลิตให้ได้ดอกที่มีคุณภาพดี บานทน และมีลักษณะสดใส จึงจะเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ โดยพันธุ์ที่ตลาดต่างประเทศต้องการมากที่สุด คือ พันธุ์หยาวยมาตามปอมปาดัวร์ โดยแนวโน้มการส่งออกของประเทศไทยมีลู่วางที่สดใสซึ่งมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ก็มีปัญหาในการผลิตบางประการ เช่น การขาดแคลนแรงงานในการปลูกและดูแลรักษากล้วยไม้ ต้นทุนในการผลิตสูง และปริมาณของผลผลิตไม่สัมพันธ์กับความต้องการของตลาดเป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขให้หมดไปได้ โดยถ้าทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันช่วยแก้ไข เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เกษตรกรช่วยให้คำแนะนำระยะเวลาในการปลูกกล้วยไม้ที่เหมาะสมสัมพันธ์กับตลาด แก่เกษตรกรผู้
ทำการผลิตกล้วยไม้ ตลอดจนเกษตรกรควรสำรวจและจดทะเบียนปริมาณการปลูกกล้วยไม้แต่ละ
พันธุ์ อาจจะช่วยลดปัญหาปริมาณของผลผลิตไม่สัมพันธ์กับความต้องการของตลาดได้เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 กล้วยไม้สด : ปริมาณมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้สดแยกเป็นรายประเทศ ปี 2534-2539

ปริมาณ : ต้น
มูลค่า : พันบาท

ประเทศ	ปี 2534		ปี 2535		ปี 2536		ปี 2537		ปี 2538		ปี 2539		อัตราเพิ่มร้อยละ	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ต้นกล้วยไม้	920	90,472	939	86,548	911	81,493	13,362	93,343	13,251	104,758	14,996	109,944	101.85	4.93
ต้นไม้อื่นๆ	643	21,969	778	31,228	950	25,147	5,225	28,574	5,968	20,890	6,564	19,954	74.24	-4.36
ดอกกล้วยไม้สด	12,399	662,383	11,142	701,328	12,375	784,648	11,897	782,446	11,849	760,152	10,619	675,269	-1.78	1.10
ดอกไม้สด	35	1,530	9	478	9	1,061	20	1,268	6	1,081	14	647	-13.31	-4.68
ดอกไม้ขอมสี	680	53,668	971	57,708	601	40,542	588	43,108	843	98,928	838	96,523	1.73	14.09
หัว หน่อ แขนง ไม้งอก	144	5,094	19	4,951	44	10,404	784	10,127	1,794	7,732	2,529	43,060	141.45	40.83
หัว หน่อ แขนง งอก	703	4,819	49	1,785	195	3,236	1,004	6,276	884	11,614	755	3,524	35.66	4.42
กิ่งชำไม่มีราก	na	37	na	151	2	184	296	521	1,800	4,871	49	62	-	-
ต้นไม้ ไม้พุ่ม ไม้กอ	1	108	25	337	4	959	135	2,749	98	442	28	1,022	100.10	45.41
กุหลาบตัดตา ดอกกิ่ง	na	18	na	1	1	276	10	143	3	35	112	162	-	-
มอสไลเคน	-	-	102	49	56	138	-	-	12	123	37	100	-	-
ใบไม้ กิ่งไม้ สด	45	237	87	2,687	95	13,346	517	6,239	800	5,783	160	1,010	52.17	28.54
ใบไม้ กิ่งไม้ แห้ง	325	13,572	336	13,724	582	19,319	419	18,009	556	22,298	449	19,455	8.32	9.53
รวม	15,895	853,907	14,457	900,975	15,825	944,753	34,257	992,803	37,864	1,038,707	37,150	970,732	25.34	3.24

ที่มา : (กรมศุลกากร, 2538)

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2537) ได้กล่าวว่า ดอกกล้วยไม้เป็นไม้ดอกไม้ที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง ในจำพวกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดที่มีการส่งออกมานานแล้ว แต่พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2531 จนถึงปัจจุบันค่อนข้างคงที่ โดยมีพื้นที่ปลูกประมาณ 12,000 ไร่ ส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงได้แก่ นครปฐม สมุทรสาคร ราชบุรี ปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเหมาะกับการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ ใกล้กับแหล่งน้ำ ตลาด และการคมนาคมสะดวก ปริมาณการผลิตไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพธรรมชาติและการดูแลรักษา โดยกล้วยไม้จะออกดอกชุกในช่วงฤดูฝนประมาณเดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม หลังจากนั้นให้ดอกลดลงเรื่อยๆจนถึงฤดูแล้ง ปริมาณของดอกกล้วยไม้จะเหลือน้อยมากและขาดแคลนไปจนถึงเดือนมิถุนายน ในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมา ปริมาณการส่งออกค่อนข้างคงที่เนื่องจากมีปัญหาในเรื่องระวางขนส่งมีไม่เพียงพอในช่วงที่ตลาดต้องการสินค้ามาก โดยเฉพาะแล้วส่งออกได้เพียงร้อยละ 70 ของผลผลิต ประกอบกับมีปัญหาบางประการ เช่น คุณภาพผลผลิตไม่ดีและประเทศผู้นำเข้า เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น มีการเข้มงวดในการตรวจสอบโรคและแมลงที่ติดไปกับดอกกล้วยไม้ เป็นต้น โดยทางกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ได้ประมาณการแนวโน้มการส่งออกของปี พ.ศ. 2538 ว่า ความต้องการของตลาดต่างประเทศยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมาและมีปัญหาต่างๆที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกจึงคาดว่า ปี พ.ศ. 2538 จะส่งออกได้ในปริมาณที่ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา คือ 12,500 เมตริกตัน มูลค่า 850.0 ล้านบาท โดยส่งจำหน่ายยังตลาดประจำ เช่น ประเทศญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น (ตารางที่ 10-11)

วิชิต (2534) ได้เขียนเรื่อง “กล้วยไม้” สรุปได้ว่า กล้วยไม้เป็นไม้ดอกไม้ที่มีความสำคัญจัดเป็นพืชเศรษฐกิจทำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละประมาณ 500 ล้านบาท ในบรรดากกล้วยไม้ที่ส่งออกร้อยละ 92 เป็นกล้วยไม้สกุลหวาย เช่น หวายปอมปาดัวร์ (มาดาม) หวายขาว หวายซีซาร์ ส่วนที่เหลือเป็นกล้วยไม้พันธุ์อื่น เช่น แวนด้า แอสโคแซนด้า อะแรนด้า แบลงปอ อะแรนเซอร์ราออนซีเดียม คัทลียา เป็นต้น การที่กล้วยไม้สกุลหวายมีปริมาณการส่งออกมากนั้น เนื่องจากเกษตรกรนิยมปลูกกันมาก เพราะกล้วยไม้ชนิดนี้เจริญเติบโตค่อนข้างเร็ว สามารถตัดดอกขายได้ภายในระยะเวลาเพียงปีเดียว ทำให้เกษตรกรได้ทุนคืนเร็ว ทั้งเสียค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงเรือนปลูกต่ำอีกด้วย ส่วนกล้วยไม้สกุลอื่นมีการปลูกกันน้อยเนื่องจากระยะเวลาคืนทุนช้า สามารถตัดดอกได้เมื่อปลูกไปแล้ว 2-3 ปี ทั้งนี้การลงทุนในการปลูกเลี้ยงก็สูงกว่ากล้วยไม้สกุลหวาย เพราะไม่สามารถปลูกเป็นแผงได้เช่นเดียวกับไม้สกุล ผู้เริ่มปลูกกล้วยไม้ครั้งแรกในประเทศไทย คือ มร.เฮนรี อาลาบาสเตอร์ (ต้นตระกูล เสวตศิลา) ผู้จัดการพระราชอุทยานสราญรมย์ได้ส่งกล้วยไม้สกุลคัทลียาจากต่างประเทศมาเลเซียเสียเป็นงานอดิเรกใน ปี พ.ศ. 2423 จากนั้นก็แพร่หลายเป็นที่นิยมเลี้ยงกันในหมู่เจ้านายชั้นสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไม้ดอก - ไม้ประดับ ปี 2536 - 2539

ปริมาณ : เมตริกตัน
มูลค่า : ล้านบาท

รายการ	2536		2537		2538		2539	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ไม้ดอก	15,523	929.3	32,028	972.9	33,272	1,013.9	34,130	942.3
ต้นกล้วยไม้	911	81.5	13,362	93.3	13,251	104.7	14,996	109.9
ต้นไม้อื่นๆ	950	25.1	5,225	28.6	5,967	20.9	6,565	19.9
ดอกกล้วยไม้	12,375	748.6	11,897	782.4	11,849	760.2	10,620	675.3
ดอกไม้สด	9	1.0	20	1.3	6	1.1	14	0.6
ดอกไม้แห้ง	601	40.5	588	43.1	843	98.9	839	96.5
ใบไม้ประดับสด	95	13.3	517	6.2	800	5.8	647	20.6
ใบไม้ประดับ	582	19.3	419	18.0	556	22.3	449	19.5

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2538)

ตารางที่ 11 ตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดสำคัญของไทย ปี 2536-2540

มูลค่า : ล้านบาท

รายการ	2536	2537	2538	2539	2540
					(ม.ก.-ก.ย.)
1. โลก	748.6	782.4	760.2	675.3	472.1
2. ญี่ปุ่น	432.9	447.1	437.9	368.1	247.3
3. สหรัฐอเมริกา	60.9	71.3	67.7	62.4	54.7
4. อาเซียน	1.8	3.4	2.5	3.5	2.8
5. สหภาพยุโรป	181.6	185.3	159.6	138.6	93.6
6. อื่นๆ	71.5	75.4	92.4	102.7	73.8

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2539)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรพัฒนา (2536 : 70) ได้กล่าวถึงปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ว่า ในปี 2534 มีปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ 12,399 ตัน มูลค่า 662.4 ล้านบาท ปี 2535 ส่งออกกล้วยไม้ประมาณ 938 ตัน มูลค่าประมาณ 86.5 ล้านบาท ไปยังประเทศต่างๆหลายสิบประเทศ แต่ประเทศผู้ส่งนำเข้าสำคัญๆมี 10 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี ไต้หวัน เยอรมนี เกาหลีใต้ ฮองกง แคนาดา สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ตลาดส่งออกกล้วยไม้สด 10 รายการแรกของไทย ปี 2536 - 2540

มูลค่า : ล้านบาท

รายการ	2536	2537	2538	2539	2540
	(ม.ก.-ก.ย.)				
1. ญี่ปุ่น	432.9	447.1	437.9	368.1	427.3
2. สหรัฐอเมริกา	60.9	71.3	67.7	62.4	54.7
3. อิตาลี	82.4	90.2	76.3	73.1	50.3
4. ไต้หวัน	23.2	26.4	36.9	37.2	27.7
5. เยอรมนี	38.6	40.0	40.8	29.2	15.5
6. เกาหลีใต้	15.4	14.2	16.0	23.4	12.1
7. ฮองกง	11.6	10.5	10.5	12.4	10.7
8. แคนาดา	9.3	9.4	11.0	12.3	10.2
9. สหราชอาณาจักร	8.8	11.2	10.5	11.1	9.5
10. เนเธอร์แลนด์	25.9	23.2	15.0	9.7	9.5
รวม 10 ประเทศ	709.0	743.5	722.7	638.9	447.5
อื่นๆ	39.7	38.9	37.5	36.4	24.6
มูลค่ารวม	748.6	782.4	760.2	675.3	472.1

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2539)

2.8 รูปแบบและมาตรฐานในการส่งออกดอกกล้วยไม้

สมชาย (2533 : 26-29) ได้กล่าวถึง รูปแบบและมาตรฐานในการส่งออกดอกกล้วยไม้ว่า ดอกกล้วยไม้ที่สามารถส่งออกได้จะต้องมีมาตรฐาน ตามข้อกำหนดในการคัดเลือกดังนี้

1. ขนาดของดอกต้องเท่ากัน
2. ความห่างของแต่ละดอกในช่อต้องเท่ากัน
3. ดอกมีสีสด สวย ฟอรั่มดอกดี
4. ดอกจะต้องอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ปราศจากรอยตำหนิของโรคและแมลง
5. ความสะอาดของดอกจะต้องปราศจากคราบขี้ ยามาแมลงและฝุ่นละออง
6. ต้องไม่มีการผสมเกสรและไม่เป็นโรคเกสรดำ
7. ดอกบานทนไม่น้อยกว่า 15 วัน

ดอกกล้วยไม้สามารถส่งออกได้ 3 รูปแบบ คือ ช่อเดี่ยว (Single) ไม้กำ หรือบูเก้ (Bouquet) และดอกเดี่ยว

มาตรฐานดอกกล้วยไม้ส่งออกในแต่ละพันธุ์มีดังนี้

1. หวาย (Dendrobium)
 - ช่อยาวพิเศษ มีความยาวประมาณ 50-60 เซนติเมตร ดอกบานประมาณ 8-9 ดอก รวมทั้งดอกตูม ไม่น้อยกว่า 16 ดอก
 - ช่อยาว ความยาวช่อประมาณ 45-50 เซนติเมตร ดอกบานประมาณ 6-7 ดอก รวมทั้งดอกตูม ไม่น้อยกว่า 13 ดอก
 - ช่อสั้น ความยาวช่อประมาณ 40-45 เซนติเมตร ดอกบาน ไม่น้อยกว่า 5 ดอก รวมทั้งดอกตูม ไม่น้อยกว่า 9 ดอก
 - ช่อสั้นสุด ความยาวช่อประมาณ 30-40 เซนติเมตร ดอกบาน ไม่น้อยกว่า 5 ดอก
2. คริสติน (Arnd. christine)
 - ช่อยาว มีจำนวน 10 ดอกขึ้นไป
 - ช่อสั้น มีจำนวน 9 ดอกลงมา
3. เจมสตอรีไอ (A. Jame Storei)
 - ช่อยาว มีแขนง 3 แขนงขึ้นไป (แต่ละแขนงยาวไม่ต่ำกว่า 25 เซนติเมตร)
 - ช่อสั้น มีแขนง 2 แขนงขึ้นไป
4. แม็กกี้ อูย (A. maggi oei)

ช่อยาว มีขนาด 5 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาด 49 เซนติเมตรลงมา

5. เวนด์ (Arand. wendy scott)

ช่อยาว มีจำนวน 9 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 8 ดอกลงมา

6. โกรเดนชาวเวอร์ (One. Golden shower)

ช่อยาว มีขนาดกว้าง 20 เซนติเมตร ยาว 65 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาดกว้าง 15 เซนติเมตร ยาว 55 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้นที่สุด มีขนาดกว้าง 14 เซนติเมตร ยาว 54 เซนติเมตรลงมา

7. แวนดาและแอสโคเซ็นดา (Vanda & Ascocenda)

ดอกใหญ่ ช่อยาว มีจำนวน 9 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 8 ดอกลงมา

ดอกกลาง ช่อยาว มีจำนวน 12 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 11 ดอกลงมา

ดอกเล็ก ช่อยาว มีจำนวน 15 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 14 ดอกลงมา

ถ้าสำหรับไม้กำหรือบุเก้ (Bouquet) นั้น จะประกอบด้วยดอกกล้วยไม้ชนิดต่างๆหรือชนิดเดียวกันมัดรวมกับใบเฟิร์น เช่น ใบมะขาม เฟิร์นนาคราช โดยมีหลายแบบขึ้นกับบริษัทผู้ส่งออก แต่ละรายจะเป็นผู้กำหนดชนิด หรือตั้งเป็นมาตรฐานของแต่ละบริษัท ซึ่งอาจแตกต่างกันไปเพื่อสะดวกในการสั่งซื้อของลูกค้า หรืออาจจะจัดตามความต้องการของลูกค้าดอกกล้วยไม้กำนี้ ผู้บริโภคนิยมใช้แจกในงานพิธีต่างๆ เนื่องจากสามารถใช้ได้ทันที ประหยัดเวลาและแรงงาน ตัวอย่างรูปแบบของไม้กำได้แก่ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ,2531 : 15-16)

1. BOUQUET 3 SMD. 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามทั้งหมด 3 ก้านสั้น และใบเฟิร์น (ส่วนใหญ่เป็นเฟิร์นใบมะขามและเฟิร์นนาคราช) อีก 2 ก้านมัดรวมกัน

2. BOUQUET 3 SMD. OR SPW.2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามก้านสั้น 2 ก้าน หวายซี่ชาร์หรือหวายแจ๊คเกอร์สั้น 1 ช่อ อย่างใดอย่างหนึ่งและมีใบเฟิร์น 2 ก้านรวมกัน

3. BOUQUET 3 DIFFERENT RIND OF ORCHID 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยดอกกล้วยไม้ชนิดต่างๆ 3 ชนิดรวมกันและใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกัน

4. BOUQUET 3 SPN. 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายเจ็ทเกอร์ลินสีขาวล้วนสั้น 3 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

5. BOUQUET 3 SWH. 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายซี่ซาร์สีชมพูล้วนสั้น 3 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

6. BOUQUET 5 SMD. 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามก้านสั้น 5 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

7. BOUQUET 3 SMD. 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามขนาดกลาง 3 ก้าน ใบเฟิร์น 2 ก้านรวมกัน

8. BOUQUET 2 MD.1 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามขนาดกลาง 2 ก้าน หวายซี่ซาร์ขาวอมชมพูหรือหวายเจ็ทเกอร์ลินขาวอย่างใดอย่างหนึ่ง

9. BOUQUET 1 SMD. 2 OTHER 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตามก้านสั้น 1 ช่อ ดอกกล้วยไม้ชนิดอื่นๆอีก 2 ช่อ และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกันเป็นไม้กำ

2.9 ประเทศคู่แข่งที่สำคัญสำหรับดอกกล้วยไม้

สุรรัตน์ (2535 : 31-32) ได้กล่าวถึงประเทศคู่แข่งด้านการค้ากล้วยไม้ของไทยไว้ว่า การแข่งขันสำหรับดอกกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย มีทั้งการแข่งขันในด้านราคา และแข่งขันกับดอกกล้วยไม้ด้วยกันจากประเทศผู้ส่งออกอื่น ตลอดจนแข่งขันกับไม้ตัดดอกชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนจากประเทศต่างๆ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

สิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของดอกกล้วยไม้สกุลแมลงปอ ซึ่งได้แก่ แมคก็อช เจมสตอร์ไอคริสติน เพราะเป็นประเทศที่ปลูกกล้วยไม้สกุลนี้มากกว่าประเทศไทย ประกอบกับคุณภาพดีกว่าดอกกล้วยไม้สกุลแมลงปอที่ปลูกในประเทศไทย เนื่องจากภูมิอากาศของสิงคโปร์มีความเหมาะสมสำหรับกล้วยไม้สกุลนี้ นอกจากนี้กล้วยไม้สดของประเทศไทย ยังเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในตลาดต่างประเทศ เพราะมีพันธุ์กล้วยไม้ให้เลือกมากกว่า ราคาถูกและมีปริมาณมาก ประกอบกับมีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้สกุลนี้เพื่อการค้ากันมาก และได้มีการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์มานานกว่าประเทศไทย ทำให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพดีและราคาถูกเมื่อเทียบกับดอกกล้วยไม้ของไทย แต่สำหรับดอกกล้วยไม้สกุลหวายในสิงคโปร์มีปลูกบ้างแต่ไม่มากนัก เนื่องจากสภาพภูมิอากาศและวิธีการเลี้ยงกล้วยไม้สกุลนี้ของสิงคโปร์ จะเป็นอุปสรรคอยู่บ้าง ทำให้ไม่สามารถแข่งขันทางด้านราคา และด้านคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพกับดอกกล้วยไม้สกุลหวายที่ผลิตในประเทศไทยได้ ซึ่งดอกกล้วยไม้สกุลหวายของไทยนี้ เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในตลาดต่างประเทศเช่นกัน

ตลาดดอกกล้วยไม้ที่สำคัญของสิงคโปร์ คือ เยอรมันตะวันตก เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ฮองกง ญี่ปุ่น ฯลฯ โดยเฉพาะตลาดยุโรปและตลาดญี่ปุ่นสำหรับดอกกล้วยไม้สกุลแมลงปอ

มาเลเซีย

โดยรัฐบาลมาเลเซีย มีนโยบายเร่งส่งเสริมการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ เพื่อการส่งออกแข่งขันกับประเทศไทย โดยการบรรจุไว้ในแผนพัฒนาการเกษตรแห่งชาติ โดยจะมีการจัดสรรพื้นที่พิเศษเพื่อดำเนินการ และสายการบินแห่งชาติของประเทศมาเลเซียยังสนับสนุนในการที่จะลดค่าระวางขนส่ง รวมทั้งจัดเที่ยวบินพิเศษในการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งผ่านมาเลเซียมีพันธุ์กล้วยไม้มากกว่า 1,000 ชนิด และยังมีกล้วยไม้พันธุ์ลูกผสมอีกกว่า 2,000 ชนิด แต่ก็ไม่ได้มีการส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง

นอกจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียแล้ว ประเทศอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ก็ยังมี การส่งออกกล้วยไม้ไปยังตลาดต่างประเทศบ้างแต่ไม่มีผลกระทบต่อ การส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทยมากนัก

2.10 ปัญหาการส่งออกดอกกล้วยไม้และแนวทางแก้ไขปัญหา

กรมส่งเสริมการเกษตร (2539 : 6) ได้ทำการศึกษาปัญหาการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไว้ดังนี้ คือ

- 1) ค่าแรงงานแพงและหายาก การส่งออกกล้วยไม้ต้องใช้แรงงานมาก
- 2) พ่อค้าต่างประเทศเขามาดำเนินกิจการรับซื้อกล้วยไม้ส่งออกเอง อาทิ จากประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน อิตาลี
- 3) คู่แข่งในต่างประเทศได้เปรียบกว่าไทย โดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่นซึ่งมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ และมาเลเซีย กล้วยไม้ของสิงคโปร์มีคุณภาพดี และจำหน่ายได้ราคาดีกว่า
- 4) คุณภาพดอกกล้วยไม้ต่ำลง คือความบานและความคงทนของดอกมีอายุสั้น
- 5) โรคและแมลงที่ติดไปกับดอกกล้วยไม้ โดยเฉพาะเพลี้ยไฟซึ่งเมื่อใช้การรมควันจะทำให้อายุของดอกกล้วยไม้สั้นลง 2-3 วัน
- 6) เที่ยวบินไปต่างประเทศมีน้อยและค่าระวางแพง ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหากับพ่อค้าส่งออกรายเล็ก และเกษตรกรที่ส่งออกกล้วยไม้ไปต่างประเทศโดยตรง

7) การตัดราคากันเองของพ่อค้าส่งออกไทย กล่าวคือ พ่อค้าส่งออกรายใหม่หรือพ่อค้าส่งออกรายเล็กมีการตัดราคากันเองเพื่อหวังที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดทำให้ราคาส่งออกส่วนรวมต่ำลง

8) สภาพเศรษฐกิจของโลกและไทยอยู่ในช่วงตกต่ำ ทำให้ผู้ซื้อลดค่าใช้จ่ายด้านดอกไม้ลง

9) หน่วยงานของรัฐที่อำนวยความสะดวกในการส่งออก ให้บริการไม่เต็มที่ เช่น กรณีการขอรับเอกสารฟอร์ม เอ จากกรมการค้าต่างประเทศซึ่งจะไม่บริการในวันหยุดราชการ ดังนั้นผู้ส่งออกต้องประมาณการส่งออกล่วงหน้าเพื่อจัดทำเอกสารฟอร์ม เอ ก่อน และบ่อยครั้งการประมาณการมักผิดพลาด

10) ปริมาณผลผลิตไม่สม่ำเสมอ ผลผลิตในฤดูแล้งไม่เพียงพอ กับความต้องการ (ช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน) และสายพันธุ์ไม้ดี คุณภาพลดลง

ชไมพร (2536 : 55-60) ได้กล่าวถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาและสู่ทางการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไว้ดังนี้ คือ

1. ปัญหาเกี่ยวกับการคดของของ คุณภาพ ปริมาณการผลิต และพันธุ์ ซึ่งมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังนี้ ควรมีการควบคุมคุณภาพโดยเริ่มตั้งแต่ผู้ปลูกเลี้ยง คือ มีการคัดเลือกพันธุ์ที่ดี การดูแลรักษาให้ออกดอกที่มีคุณภาพดี ซึ่งได้แก่ การใช้เครื่องปลูกที่มีคุณภาพ เช่น การใช้ฮอสมันดา หรือ ถ่านแทนการปลูกด้วยกาบมะพร้าว การใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ ตลอดจนวิธีการกำจัดโรคและแมลงศัตรูพืช การที่จะให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพที่ดีนั้นไม่เพียงแต่เริ่มตั้งแต่ผู้ปลูกเลี้ยงเท่านั้น การปฏิบัติต่อดอกกล้วยไม้หลังจากตัดจากต้น จนถึงการบรรจุหีบห่อที่ดี ก็มีส่วนช่วยให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพดีด้วย มีการดูแลรักษาดอกกล้วยไม้ให้อยู่ในสภาพเหมาะสมก่อนการขนส่งเพื่อไปบรรจุหีบห่อ และการขนส่งให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อลดการเน่าเสียระหว่างการขนส่ง ตลอดจนการใช้น้ำยายืดอายุดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพที่ดี สามารถยืดอายุดอกกล้วยไม้ได้ รวมทั้งมีการควบคุมคุณภาพกล้วยไม้เพื่อการส่งออกให้มีมาตรฐานเดียวกัน ไว้ถือปฏิบัติในการส่งออก การกำหนดมาตรฐานของดอกกล้วยไม้นี้ไม่สามารถจะยึดถือจากความสวยงาม แต่สามารถจะยึดถือจากจำนวนช่อดอกบาน ดอกตูมในแต่ละช่อและความยาวของช่อได้

2. เรื่องของการตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก ควรมีการร่วมมือกันของผู้ส่งออก เพื่อป้องกันการขายตัดราคา โดยมอบให้ทางสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยเป็นผู้รับผิดชอบ ในการแจ้งให้ผู้ส่งออกทั้งหมดทราบถึงราคาขั้นต่ำในการรับซื้อจากผู้ปลูกเลี้ยง และในการจำหน่ายแก่ต่างประเทศที่ได้กำหนดขึ้นเป็นราคารามาตรฐาน โดยการตกลงของผู้แทนทั้ง 3 ฝ่าย

คือ ผู้แทนจากสมาคม ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย ผู้แทนผู้ปลูกเลี้ยง และผู้แทนของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรง

3. ในเรื่องระวางบรรทุกทางอากาศไม่เพียงพอ ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ ได้ตั้งคณะทำงานขึ้นเพื่อคอยช่วยเหลือ ในเรื่องปัญหาระวางขนส่ง แต่การแก้ไขในเรื่องนี้ยังคงเป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น กล่าวคือ

3.1 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมได้สั่งการให้กรมการบินพาณิชย์ผ่อนคลยระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้สายการบินต่างประเทศ ซึ่งจะมีผลทำให้สามารถขนส่งสินค้าออกได้มากขึ้น การผ่อนผันจะออกมาในรูปการให้สิทธิการบินเพิ่มขึ้น สำหรับเที่ยวบินที่บรรทุกสินค้า ทั้งนี้มีเงื่อนไขว่าจะต้องขนส่งสินค้าไทยเท่านั้น

3.2 กรมการบินพาณิชย์อาจจะพิจารณาอนุญาตให้เครื่องบินโดยสารที่เหมาลำเข้ามา ส่งนักท่องเที่ยวขึ้นจากกลับสามารถขนส่งสินค้าออก โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ไปได้

นอกจากนี้หากเป็นไปได้ คือ อนุญาต และจัดระเบียบให้เครื่องบินขนาดกลางประเภทไฟลิ่งไทเกอร์ และเครื่องบินขนาดเล็กประเภทเรเตอร์ของสายการบินต่างประเทศสามารถเข้ามารับส่งสินค้าได้ด้วย จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยระบายสินค้าออกได้มากขึ้น ทั้งยังเป็น การช่วยเพิ่มระวางบรรทุก และลดปัญหาการแย่งระวางกันระหว่างสินค้าต่างๆ

4. ปัญหาทางด้านพิธีทางศุลกากรนั้นได้เปิดให้บริษัท Shipping Agent ทำหน้าที่แทนผู้ส่งออก เนื่องจากผู้ส่งออกรายใหม่ยังไม่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องนี้ ซึ่ง Shipping Agent จะดำเนินการได้รวดเร็วกว่า เพื่อช่วยลดปัญหาความยุ่งยากในด้านพิธีการศุลกากร

5. ปัญหาเรื่องมาตรฐานในการส่งออก ก็เป็นปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่งในการส่งออก เนื่องจากยังไม่มีมาตรการมาตรฐานในการส่งออกอย่างเป็นทางการ ดังนั้นจึงมีการเสนอแนวทางในการจัดมาตรฐานและรักษาคุณภาพกล้วยไม้ ดังนี้

5.1 ให้กรมวิชาการเกษตร กรมการค้าภายใน และสำนักงานมาตรฐานสินค้าร่วมมือกันในการจัดร่างกำหนดมาตรฐานคุณภาพของกล้วยไม้อย่างเป็นทางการ เพื่อจัดความขัดแย้งกันระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งออก และลูกค้าต่างประเทศ และเพื่อการบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐาน

5.2 ให้มีการวิจัย ทางด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว โดยยึดอายุความสดและป้องกันการสูญเสียน้ำ เช่น มีการใช้น้ำยายืดอายุของดอกกล้วยไม้

5.3 ให้มีการติดตราโดยใช้สติ๊กเกอร์ ที่มีตราเป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าชนิดนั้น โดยพิจารณาจากผู้ส่งออกที่มีการส่งออกเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพ และให้มีการตรวจสอบโดยการสุ่มตัวอย่างอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ปัญหาด้านพิธีการในการส่งออก เช่น การขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช พิธีการศุลกากร การซื้อขาย และวิธีการชำระเงิน จะมีปัญหาที่สำคัญ คือ ความล่าช้า และความยุ่งยากในขั้นตอน ซึ่งมีผู้เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้

6.1 การออกใบรับรองการปลอดศัตรูพืช ควรจะจัดให้มีสถานที่ทำการตรวจและออกใบรับรองปลอดศัตรูพืชอยู่จุดเดียวกับที่ทำการด้านศุลกากร ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองหรือจุดส่งออกอื่นๆ โดยให้ทางการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย เป็นผู้อำนวยการความสะดวกในเรื่องสถานที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง หรือให้อยู่ในแหล่งผลิตนั้นๆ และให้ทำการตรวจตลอด 24 ชั่วโมง

6.2 ด้านพิธีการศุลกากร รัฐบาลควรจะได้พิจารณาสนับสนุนด้านการชดเชย ลดและยกเว้นค่าอากร ค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ค่าล่วงเวลาพนักงานตรวจสินค้าที่ท่าอากาศยานพาณิชย์ศุลกากร

6.3 การซื้อขายและวิธีการชำระเงิน ควรพยายามหลีกเลี่ยงการซื้อขายในรูปการขายฝากเพื่อป้องกันการถูกโกง ควรส่งเสริมให้มีการซื้อขายโดยการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต โดยการส่งออกไปทุกประเทศ และเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย

7. เกี่ยวกับด้านผู้ส่งออกควรมีแนวทางแก้ไขดังนี้ คือ

7.1 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของผู้ส่งออก ในรูปสมาคมผู้ส่งออกโดยเฉพาะ โดยการร่วมรับรองของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งก็ได้มีสมาคมผู้ส่งออกดอกไม้ไทยแล้วจากการอนุมัติจัดตั้งเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2522 เพื่อกลุ่มผู้ส่งออกจะได้มีอำนาจต่อรองราคากับผู้ส่งเข้าต่างประเทศมากขึ้น เช่น ขอให้เปิดหรือขอให้ผู้ส่งเข้าจ่ายประมาณครึ่งหนึ่งของค่ากล้วยไม้เมื่อจะสั่งซื้อแต่ละครั้ง ส่วนทางด้านสมาคม ก็น่าจะได้รวบรวมรายชื่อผู้ส่งเข้าที่เรียกเก็บเงินไม่ได้ (ซึ่งผู้ส่งออกทั้งหมดมาแจ้ง) ไว้เป็นบัญชีดำ (black list) พิมพ์แจกให้กับผู้ส่งออกถือปฏิบัติตามทุกคน คือ ห้ามติดต่อค้าขายกับผู้ส่งเข้าที่มีรายชื่อในบัญชีดังกล่าวอย่างเด็ดขาด

7.2 ผู้ส่งออกทุกรายควรจะได้มีการเตรียมพร้อมทั้งสินค้า เอกสาร และการจองที่บรรทุกเครื่องบินไว้ล่วงหน้าเสมอก่อนที่จะมีการส่งออกทุกครั้ง

8. ทางด้านสมาคมกล้วยไม้ต่างๆ ควรจะส่งเสริมให้มีการดำเนินงาน ให้บรรลุดัตถุประสงค์ของสมาคมฯ จริงๆ โดยที่คณะกรรมการผู้บริหารของแต่ละสมาคม ควรได้รับการแต่งตั้งมาจากการเลือกตั้งของสมาชิกทั้งหมดของสมาคมและให้มีการผลัดเปลี่ยนทุกระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ และควรมีการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสมาคมให้สาธารณชนได้ทราบเป็นครั้งคราว เพื่อให้ผู้สนใจจะสมัครเข้าเป็นสมาชิกสามารถติดต่อสมัครได้

ปัญหาต่างๆ จะสามารถลดน้อยและยุติลงได้ ต้องอาศัยความร่วมมือในการประสานงาน และความรับผิดชอบระหว่างบุคคลทุกๆ ฝ่าย แก้ไขปัญหาพร้อมกัน โดยการเสียสละผลประโยชน์ส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวบางอย่าง แล้วหันเข้าร่วมปรึกษาหารือกันด้วยเหตุผล ทั้งนี้ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของเสียงข้างมากตามหลักประชาธิปไตย และประการสำคัญต้องมุ่งปฏิบัติจริงๆ มิใช่เฉพาะหลักการเท่านั้น และเมื่อตกลงทำแล้วก็ควรมีผู้รับผิดชอบเพื่อให้งานได้ก้าวหน้า และมีศักยภาพกับวงการคอกกล้วยไม้ไทยต่อไป

2.11 ลู่ทางและแนวโน้มในการส่งออกคอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

ชไมพร (2536 : 55-60) ได้ทำการศึกษาไว้ว่าจากการติดตามข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องและสถานการณ์โดยทั่วไปในระยะที่ผ่านมา จึงคาดว่า การส่งออกคอกกล้วยไม้ในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า ยังคงมีลู่ทางที่แจ่มใสเช่นที่ผ่านมา แม้จะต้องประสบปัญหาดังกล่าวข้างต้นบางประการก็ตาม แต่ลู่ทางการส่งออกคอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศบางประเทศก็ยังมีอนาคตแจ่มใส เช่น

1. ตลาดญี่ปุ่น มีแนวโน้มว่าจะขยายการส่งออกได้อีก เนื่องจากตลาดยังมีความต้องการแต่อย่างไรก็ตาม ในระยะที่ผ่านมากการส่งออกบางครั้งถูกจำกัดด้วยปัญหา เนื้อที่ระหว่างบรรทุกไม้เพียงพอและค่าแรงที่มีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้น ขณะเดียวกันคอกกล้วยไม้ไทยต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ไต้หวัน นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และออสเตรเลีย เป็นต้น

2. ตลาดอิตาลี คาดว่ายังคงเป็นตลาดหลัก ของคอกกล้วยไม้ไทยต่อไปในอนาคตเนื่องจาก คอกกล้วยไม้ไทยเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและอยู่ในความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งนับเป็นตลาดที่มีความมั่นคงพอสมควรในระยะที่ผ่านมา

3. ตลาดเนเธอร์แลนด์ ได้ประกาศยกเลิกเงินอุดหนุนค่าแก๊สที่ให้ความอบอุ่นในเรือนกระจกแก่ผลิตผลเกษตรรวมทั้งไม้ตัดดอกด้วย ทั้งนี้ ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2528 เป็นต้นมา ที่ทำให้ต้นทุนในการผลิตไม้ตัดดอกสูงขึ้น จึงคาดว่าไม้ตัดดอกของไทย น่าจะมีโอกาสขยายส่วนแบ่งการตลาดในตลาดนี้ได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

4. ตลาดสหพันธสาธารณรัฐเยอรมัน เนื่องจากมีการแข่งขันตัดราคากันระหว่างผู้ส่งออกคอกกล้วยไม้ด้วยกัน ทำให้ราคาต่ำ ขณะเดียวกันก็ต้องขายแข่งขันกับไม้ตัดดอกอื่นๆซึ่งราคาถูกและคุณภาพดีกว่า ความนิยมคอกกล้วยไม้ไทยจึงค่อยลงไป ผู้ซื้อจะซื้อไปใช้ส่วนตัวมากกว่าซื้อไปให้ของขวัญเนื่องจากเกรงว่า ไม้เป็นที่ถูกใจของผู้รับเพราะมีราคาถูก ดังนั้นจึงคาดว่า การส่งออกไปยังตลาดนี้คงไม่ขยายตัวมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5. ตลาดอังกฤษ การขยายตัวของตลาดคอกกล้วยไม้ไทย คงทำได้ในขอบเขตจำกัด เนื่องจากต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกอื่นที่ครองตลาดมานาน เช่น คาร์เนชั่น เบญจมาศ ฯลฯ และราคาถูกกว่าอีกด้วย ขณะเดียวกันต้องแข่งขันกับผู้ผลิตดอกไม้รายอื่น เช่น เนเธอร์แลนด์ ซึ่งได้เปรียบประเทศไทย เนื่องจากอยู่ใกล้ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งถูกกว่า ส่งมอบได้รวดเร็วกว่า ดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คงสภาพสดและเสียหายน้อยกว่า ขณะเดียวกันสามารถตั้งซื้อได้ในปริมาณที่ไม่มากนัก ราคาซื้อขาย (ไม่รวมค่าขนส่ง) ดอกไม้ของเนเธอร์แลนด์ถูกกว่าของประเทศไทย และมีดอกกล้วยไม้หลายประเภทที่ตลาดต้องการ นอกจากนั้นแล้ว เนเธอร์แลนด์เป็นสมาชิกในกลุ่ม EEC เช่นกัน จึงไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าเมื่อส่งมอบไม้ตัดดอกเข้าไปจำหน่ายในอังกฤษ

6. ตลาดฟิลิปปินส์ ประเทศไทยอาจจะมีโอกาสขยายการส่งออกไม้ตัดดอก ไปยังฟิลิปปินส์ได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากเมื่อต้นปี พ.ศ. 2530 รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ประกาศยกเลิกควบคุมการนำเข้าดอกกล้วยไม้และไม้ตัดดอกตามโครงการ Import Liberalization Program ขณะเดียวกัน ชาวฟิลิปปินส์ที่มีฐานะดี นิยมเลี้ยงกล้วยไม้เป็นงานอดิเรก และการใช้ดอกกล้วยไม้ประดับในงานสำคัญๆมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ฟิลิปปินส์มีพันธุ์กล้วยไม้พื้นเมืองไม่มากนักในแต่ละปี จึงต้องนำเข้าต้นกล้วยไม้จากประเทศไทย สิงคโปร์ และฮาวาย ประมาณครึ่งหนึ่งของความต้องการทั้งหมดภายในประเทศ เช่น สกุหลาบ วนด้า และคัทลียา

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดูทางการส่งออกจะขยายตัวได้อีกในอนาคต แต่อาจจะต้องประสบปัญหาการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตกล้วยไม้ด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ เคยเป็นประเทศผู้นำแต่มาในระยะหลัง ส่วนแบ่งการตลาดของสิงคโปร์ลดลงไป เพราะค่าแรงงานในสิงคโปร์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น สิงคโปร์จึงพยายามที่จะช่วงชิงตลาดคืน ด้วยการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ใหม่และแปลกๆออกสู่ตลาด ขณะเดียวกันก็พยายามขยายการมีตลาดฤดูกาลอย่างสม่ำเสมออีกด้วย โดยในปัจจุบันผู้เลี้ยงกล้วยไม้ใช้วิธีเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ซึ่งเป็นการปรับปรุงพันธุ์พืช ก็จะได้ต้นกล้วยไม้ที่มีลักษณะแข็งแรงและไม่เป็นโรค

กรมส่งเสริมการเกษตร (2539 : 4) ได้ทำการศึกษาถึง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกในอนาคต ไว้ว่า ปริมาณการส่งออกตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปี 2540 มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ เมื่อเทียบกับปริมาณส่งออกในปี 2539 กับปี 2537 และ 2538 ปริมาณการส่งออกลดลงประมาณร้อยละ 30 และ 20 ตามลำดับ คาดว่าในปี 2540 นี้ ปริมาณการส่งออกจะลดลงจากปี 2539 ประมาณร้อยละ 15 และปี 2541-2543 การส่งออกจะทรงตัว โดยตลาดญี่ปุ่นยังคงมีความต้องการซื้อกล้วยไม้จากไทยเพิ่มขึ้น แต่อาจเพิ่มไม่มากเพราะมีคู่แข่งที่สำคัญคือสิงคโปร์ การส่งออกกล้วยไม้ของไทยควรขยายไปในตลาดใหม่ด้วย อาทิ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย (เชคโกสโลวาเกีย และโปแลนด์) ขยายตลาดอเมริกา และตลาดยุโรป ส่วนประเทศพม่าและเวียดนามก็เริ่มมีการนำเข้ากล้วยไม้จากไทย แต่ยังมีปริมาณน้อยมาก

สำหรับราคาส่งออกในปี 2537-2539 มีแนวโน้มลดลงเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี คาดว่าในอนาคตจะลดลงเช่นเดียวกัน

2.12 นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับไม้ตัดดอก

สมชาย (2533 : 104-106) ได้กล่าวถึง นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับไม้ตัดดอกว่าปัจจุบันนี้ ไม้ตัดดอกกลายเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่กำลังทวีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศในแง่การส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เพื่อนำเงินตราต่างประเทศเข้ามา กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ ได้เพิ่มขึ้นจากปีละ 334.7 ล้านบาท ในปี 2525 มาเป็น 489.9 ล้านบาท ในปี 2528 แต่เนื่องจากการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศยังคงมีปัญหามากหลายประการ ได้แก่ การขาดแคลนพันธุ์ใหม่ๆ คุณภาพยังไม่เข้าขั้นมาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความทนทานในการเก็บรักษา มาตรฐานการบรรจุหีบห่อยังไม่ดีพอ ตลอดจนปัญหาการขาดแคลนปัจจัยด้านอื่นๆ อาทิ การศึกษาสภาพการตลาดที่ถ่วงแท้ ศูนย์กลางเพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออก และการประชาสัมพันธ์ที่ดีพอ จึงทำให้ตลาดไม้ตัดดอกของไทยในต่างประเทศไม่กว้างขวางเท่าที่ควร ปัจจุบันรัฐบาลได้ตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้เป็นอย่างดี จึงได้บรรจุโครงการส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) และในปี 2529 กำหนดที่จะดำเนินการส่งเสริมการผลิต กล้วยไม้เพื่อการส่งออก เป็นอันดับแรก ในพื้นที่เป้าหมาย 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร นครปฐม และสมุทรสาคร โดยมีแผนงานสำคัญที่จะทำคือ

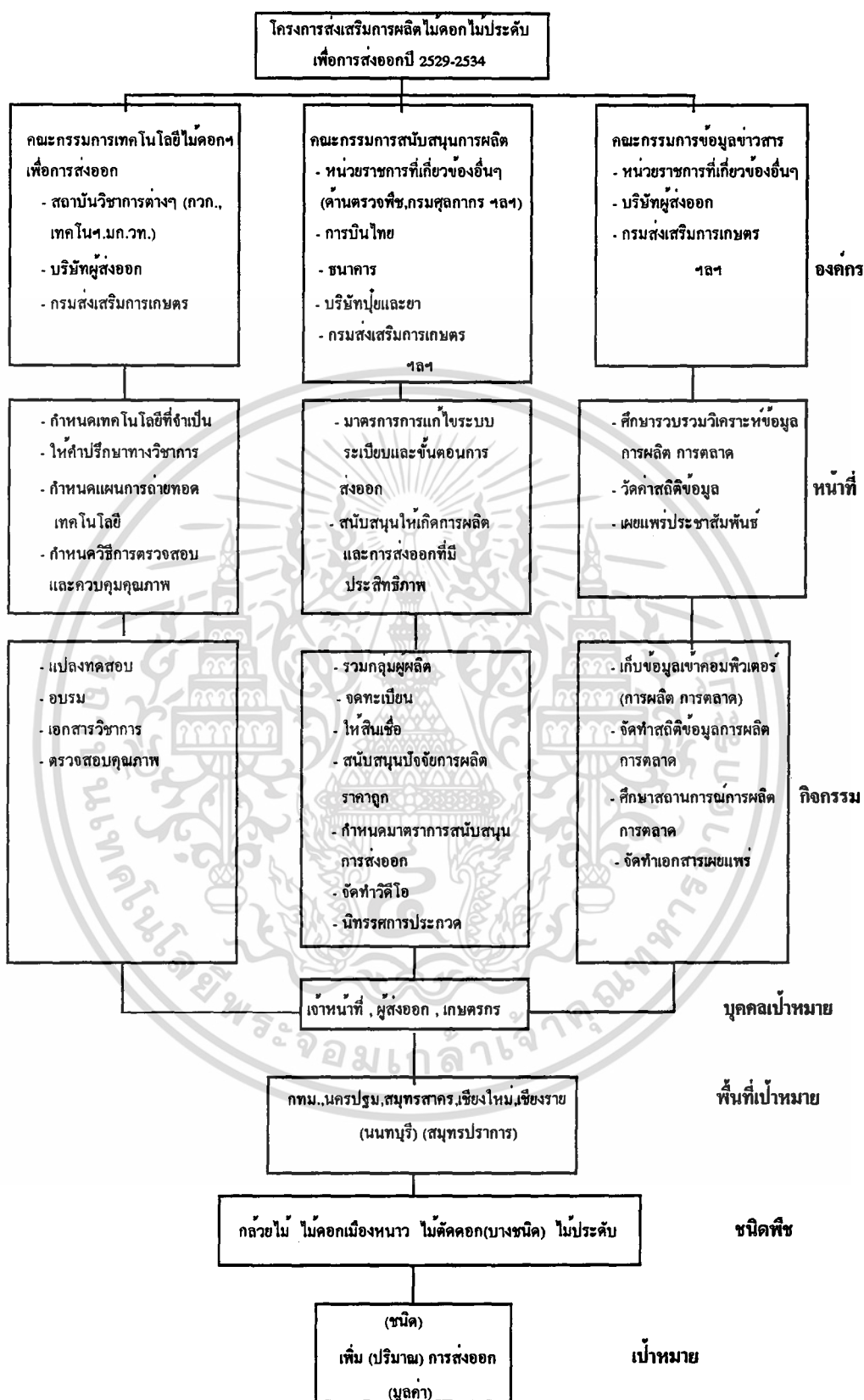
1. ดำเนินการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยไม้ในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 10 กลุ่มๆละไม่เกิน 40 คน เพื่อเป็นกลุ่มที่จะรับการช่วยเหลือประสานงานจากเจ้าหน้าที่โครงการในพื้นที่ในเรื่องเกี่ยวกับวิชาการ การจัดหาปัจจัยการผลิต
2. ประชุมกลุ่มเกษตรกรเฉพาะกิจเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะเรื่อง
3. จัดอบรมวิชาการแบบเน้นหนักให้แก่กลุ่มเกษตรกร โดยจะเน้นเรื่องการดูแลรักษาวิชาการหลังการเก็บเกี่ยว และการบรรจุหีบห่อเพื่อปรับปรุงคุณภาพกล้วยไม้ให้ดีขึ้นตรงตามความต้องการของตลาดจำนวน 10 ครั้ง (กลุ่มละ 1 ครั้ง)
4. ศึกษาสำรวจข้อมูลการผลิตในพื้นที่และจัดทำระเบียบผู้ปลูกกล้วยไม้
5. จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางวิชาการ และข่าวสารการตลาดขึ้นที่กรมส่งเสริมการเกษตร โดยทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับที่มีการส่งออกทั้งจากภายในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรที่จัดตั้งขึ้น โดยผ่านทางเจ้าหน้าที่โครงการในพื้นที่
6. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางวิชาการและการตลาด โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนต์ วิทยุ อีเอสอาร์คำแนะนำ โปสเตอร์ จดหมายข่าว และแผ่นปลิว ฯลฯ ในปี 2529 นี้จะจัดทำวิทยุ 2 เรื่อง คือ เรื่องการแนะนำพันธุ์กล้วยไม้ไทย (ภาษาอังกฤษ) และเรื่องวิชาการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยไม้เพื่อการส่งออก (ภาษาไทย) และจัดทำเอกสารเผยแพร่ 5 เรื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. จัดสัมมนาไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกระหว่างเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการส่งออก เจ้าหน้าที่สถาบันวิชาการต่างๆและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 1 ครั้ง จำนวน 120 คน เป็นเวลา 3 วัน

ส่วนใหญ่ในปีต่อไปของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 นี้ กำหนดที่จะพยายามปรับปรุงการผลิตไม้ดอกไม้ประดับชนิดอื่นๆ และส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นอาชีพ เพื่อสนองความต้องการตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดในท้องถิ่นในรูปแบบคลุมพื้นที่ กล่าวคือ ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะส่งเสริมการผลิตในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น หนองคาย เลย อุบลราชธานี และนครราชสีมา เพื่อสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นในภาคนี้ทั้งหมด ทางภาคเหนือ จะส่งเสริมการผลิตไม้เมืองหนาวและตั้งศูนย์ขยายพันธุ์ไม้เพื่อสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นทางภาคเหนือ และตลาดในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนทางภาคใต้ จังหวัดที่อยู่ในข่ายการส่งเสริมการผลิตเพื่อป้องกันท้องถิ่นของภาคนี้ คือ สงขลา ภูเก็ต และนครศรีธรรมราช

นอกจากนี้ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเขตการผลิตดอกไม้ประดับเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ จะทำการขยายพื้นที่การผลิตต่อเนื่องจากโครงการส่งเสริมการผลิต ในปี 2529 ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นนี้ ไปยังจังหวัดสมุทรปราการ และนนทบุรี อีกทั้งทำการส่งเสริมการขยายพื้นที่ในเขตอำเภอหนองแขม และตลิ่งชัน ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งการผลิตดอกไม้ประดับเพื่อส่งออกที่สำคัญอยู่แล้วให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และที่สำคัญคือ กำหนดที่จะส่งเสริมให้ปรับปรุงพันธุ์ดอกไม้ชนิดใหม่ๆ รวมทั้งไม้ดอกไม้ประดับในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เช่น แกลดิโอลัส กุหลาบ เพื่อการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศแถบทวีปเอเชียโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านทางอากาศยานดอนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 แสดงโครงการส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกปี 2529-2534

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2529)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา

1. กล้องถ่ายรูป
2. ฟิล์มสไลด์
3. เทปเปล่า
4. ตัวอักษรลอก
5. กระดาษโรเนียว A4
6. ชุดเครื่องเขียน

ขั้นตอนในการดำเนินการผลิตสไลด์ประกอบเสียง มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. ศึกษารายละเอียดเนื้อหาต่างๆเกี่ยวกับพันธุ์กล้วยไม้ต่างๆ ที่ทำการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ การขยายพันธุ์ การปลูก การดูแลรักษารวมไปถึงประเทศที่ส่งไปจำหน่ายและปริมาณที่ส่งจำหน่าย จากตำราเอกสารและงานวิจัยต่างๆตลอดจนคำแนะนำจากนักวิชาการ และเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้
2. ศึกษาหลักการผลิตสไลด์ประกอบเสียง
3. กำหนดเนื้อหาและจัดทำบรรยายสไลด์ตามเนื้อหาให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์
4. วางแผนกำหนดการถ่ายสไลด์
 - 4.1 โทรศัพท์ติดต่อฟาร์มกล้วยไม้เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการถ่ายภาพ
 - 4.2 พิจารณาเนื้อหาที่จะถ่ายภาพตามหัวข้อต่างๆ เรียงลำดับให้สอดคล้องกับบทบรรยายที่เตรียมไว้
5. วางแผนกำหนดเวลา สถานที่ ที่จะไปถ่ายภาพและดำเนินการถ่ายภาพตามบทบรรยายที่ได้เตรียมเอาไว้

การดำเนินการถ่ายภาพมีการปฏิบัติดังนี้ คือ

- 5.1 ทำการสำรวจแหล่งที่มีการปลูกกล้วยไม้ตามสถานที่ต่างๆและสถานที่ที่ทำการจำหน่ายกล้วยไม้ ตลอดจนเอกสารที่มีการบันทึกเอาไว้
- 5.2 เตรียมอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการถ่ายภาพให้เรียบร้อย
- 5.3 ดำเนินการถ่ายภาพตามที่กำหนดในบทบรรยาย
- 5.4 นำฟิล์มไปล้างและตรวจสอบความถูกต้องของภาพ
- 5.5 ดำเนินการแก้ไขภาพที่ยังไม่ชัดเจน และยังไม่ได้รับความสมบูรณ์ในการสื่อความ-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุทั้งแก้ไขส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ให้เรียบร้อย

5.6 เรียงลำดับภาพ เลือกดนตรีประกอบ

6. บันทึกเสียงคำบรรยาย บันทึกสัญญาณเสียงภาพอัตโนมัติ
7. ตรวจสอบความเรียบร้อยความสมบูรณ์ของภาพสไลด์ประกอบเสียงผลิตขึ้นอีกครั้ง
8. ทำการแก้ไขอีกครั้งถ้ามี และตรวจสอบขั้นสุดท้าย

ขั้นตอนการประเมินคุณภาพสไลด์ มี 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อและผู้มีความรู้เกี่ยวกับพันธุกล้วยไม้ส่งออก เพื่อประเมินและวิเคราะห์คุณภาพของสไลด์ในการปรับปรุงคุณภาพของเนื้อหาของสไลด์ให้สามารถนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ โดยการ

1.1 ประเมินทางกายภาพของสไลด์ประกอบเสียงที่ผลิต คือ

หรือไม่ว่า

- ภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของเรื่อง ในการสื่อสารความหมายที่สมบูรณ์

- ความชัดเจนของภาพ
- การจัดองค์ประกอบของภาพ
- ความคมชัดของเสียงบรรยายและเสียงประกอบ

1.2 ประเมินความเหมาะสมทางการนำไปใช้งาน

ประเมินความเหมาะสมทางการนำไปใช้งานในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อและผู้มีความรู้เกี่ยวกับพันธุกล้วยไม้ส่งออก โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้น 4 ท่าน แบ่งเป็นทางด้านสื่อ 3 ท่าน และผู้มีความรู้เกี่ยวกับพันธุกล้วยไม้ 1 ท่าน โดยการประเมิน

- เรื่อง ภาพและการนำเสนอด้วยสไลด์เพื่อนำไปใช้งาน
- ความถูกต้องของเนื้อหา
- เสียงประกอบ เรื่องและภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินโดยการทดลองนำสไลด์ ที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญตามขั้นตอนที่ 1 มาทำการทดลองกับกลุ่มเป้าหมายหรือตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายเพื่อวัดดูว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยการ

2.1 ประเมินความเหมาะสมทางการนำไปใช้งานกับผู้ที่ไม่มีความรู้ (ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้สนใจ) เรื่องพันธุกล้วยไม้ส่งออกมาก่อนในด้าน

- เป็นเรื่องที่ดึงดูดความสนใจ ภาพและเสียงสัมพันธ์กันหรือไม่
- เสียงเพลงประกอบเหมาะสม
- ความถูกต้องของคำบรรยาย การอ่านอักขระที่ถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความหมายของภาพที่ใช่

ขั้นตอนการประเมินคุณภาพสไลด์

1. ติดต่อนัดหมายผู้ประเมิน นัดเวลา สถานที่ในการประเมินคุณภาพ
2. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการฉายสไลด์ประกอบเสียง
3. แจกแบบประเมินผลและชี้แจงการกรอกแบบประเมิน
4. ฉายสไลด์ให้ผู้ประเมินดูทีละภาพก่อน แล้วจึงทำการฉายสไลด์พร้อมคำ

บรรยายอีกครั้งหนึ่ง

5. เก็บรวบรวมแบบประเมินผล

6. นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

วิธีการประเมินคุณภาพสไลด์และการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินทางด้านกายภาพของสไลด์ประกอบเสียงและลักษณะเนื้อหาของสไลด์ เพื่อนำไปใช้งานในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินความเข้าใจที่มีต่อสไลด์ประกอบเสียงและการนำไปใช้งานในทัศนะผู้สนใจ

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าเชิงสถิติ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางคำอธิบายและทำการแปลผลที่ได้ตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

1.1 นำข้อมูลการประเมินทางด้านกายภาพของสไลด์ประกอบเสียงที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย นำเสนอในรูปแบบตารางคำอธิบายและแปลผลโดยการบรรยาย ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับการปรับปรุงแก้ไขก็นำสไลด์มาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินสไลด์อีกครั้งหนึ่งจนกว่าค่าเฉลี่ยของคุณภาพทางด้านกายภาพสไลด์อยู่ในระดับปานกลางขึ้นไปจึงจะสามารถนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ได้

1.2 นำข้อมูลการประเมินความเหมาะสมทางด้านการนำไปใช้งานในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อ และผู้มีความรู้เกี่ยวกับพันธกิจวิทยาลัยไม่ส่งออกมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย นำเสนอในรูปแบบตารางคำอธิบาย และแปลผลโดยการบรรยาย ถ้าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับควรปรับปรุงแก้ไขก็นำสไลด์ประกอบเสียงมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินสไลด์อีกครั้งหนึ่งจนกว่าค่าเฉลี่ยของความเหมาะสมทางด้านการนำไปใช้งานของสไลด์อยู่ในระดับปานกลางขึ้นไป จึงจะสามารถนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้

ขั้นตอนที่ 2

นำข้อมูลการประเมินสไลด์ประกอบเสียงด้านการนำไปใช้งาน เพื่อวัดประสิทธิภาพของสไลด์ประกอบเสียง และความรู้ ความเข้าใจของเนื้อหา โดยใช้ผู้ถูกประเมินที่มีได้มีความรู้เรื่องพันธุกรรมแล้วไม่ส่งออกมาก่อนจำนวน 10 คน ใช้แบบทดสอบถูกผิด จำนวน 15 ข้อ ทำการทดสอบก่อนชมสไลด์และหลังจากชมสไลด์ นำผลการทดสอบของผู้ถูกประเมินมาเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังชมสไลด์ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละและเสนอในรูปแบบตารางคำอธิบายและแปลผลโดยการบรรยาย

เกณฑ์การประเมินสไลด์ประกอบเสียงด้านการนำไปใช้งาน โดยก่อนการชมสไลด์ (Pretest) ผู้ถูกประเมินไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องพันธุกรรมมาก่อนและหลังจากการชมสไลด์ (Posttest) แล้วผู้ถูกประเมินมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น โดยทำการเปรียบเทียบระดับคะแนนก่อนการชมสไลด์ (Pretest) และหลังการชมสไลด์ (Posttest) หากคะแนนของผู้ประเมินถ้าคะแนน Posttest มีคะแนนมากกว่าคะแนน Pretest แสดงว่าผู้สนใจมีระดับเพิ่มขึ้น แสดงว่าสไลด์ประกอบเสียงสามารถนำไปใช้งานได้

สูตรการหาค่าทางสถิติ และการแปลความหมาย

1) สูตรสถิติ

1.1 สูตรหาค่าร้อยละการร้อยละ (Percentage)

$$X = \frac{n \times 100}{N}$$

X = ระดับความรู้ของผู้ประเมิน

n = คะแนนที่ผู้ถูกประเมิน

N = จำนวนคะแนนเต็มทั้งหมด (15 คะแนน)

1.2 สูตรการหาค่าเฉลี่ย

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

\bar{X} = ค่าเฉลี่ยระดับคะแนนของภาพทั้งหมด

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนนในแต่ละภาพ

N = จำนวนภาพทั้งหมด

2) การแปลความหมาย

ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งช่วงการให้คะแนนออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

1	=	1.00-1.66	หมายถึง	ควรปรับปรุงแก้ไข
2	=	1.67-2.33	หมายถึง	พอใช้
3	=	2.34-3.00	หมายถึง	ดี

งบประมาณที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่อง พันธุกุลยไม้อสงอกของประเทศ
ไทยนี้ ได้ใช้งบประมาณในการดำเนินการดังนี้

1. ค่าเดินทาง	1,000	บาท
2. ค่าฟิล์ม	700	บาท
3. ค่าล้างฟิล์ม	1,000	บาท
4. ค่าจัดทำรูปเล่ม	700	บาท
5. อื่น ๆ	300	บาท
รวม	3,700	บาท

ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 6 เดือน เริ่มตั้งแต่ 20 ตุลาคม 2540 ถึงวันที่ 30
เมษายน 2541

ตารางที่ 13 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

กิจกรรม	ระยะเวลาปฏิบัติงาน						
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. เขียนโครงการปัญหาพิเศษ							
2. สอบโครงการปัญหาพิเศษ							
3. เขียนบทบรรยายสไลด์							
4. ถ่ายภาพตามบทบรรยาย							
5. อัดเสียงคำบรรยาย							
6. ประเมินสไลด์ประกอบเสียง							
7. จัดทำเอกสารรูปเล่ม							
8. เสนอสอบปัญหาพิเศษ							
9. ทำการแก้ไขปรับปรุง							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษาและวิจารณ์ผลการศึกษา

1. ผลการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียง แบ่งผลการประเมินออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ
ขั้นตอนที่ 1

การประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียง ทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญในด้านสื่อและพันธักัลยไมล์ส่งออก จำนวน 4 ท่าน คือ

1. อาจารย์สุพุมารณ์ ขันศรี ภาคนเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. คุณศศศรี นกอยู่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการ ภาคนเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. คุณวิไล บันปิตารุสรณ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายโสตทัศนศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านพันธักัลยไมล์ คุณसानิต แยมไทย “แยมไทยออกคิดส์” ตลาดขายส่ง อตก. ถ. กำแพงเพชร กรุงเทพฯ

1.1 ผลการประเมินทางด้านกายภาพ

ผลการประเมินทางด้านคุณภาพของสไลด์ประกอบเสียงในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญพบว่า ภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของเรื่องในการสื่อความหมาย ความชัดเจนของภาพ และการจัดองค์ประกอบของภาพ อยู่ในระดับดี (2.85 , 2.58 และ 2.59 ตามลำดับ) ส่วนในด้านของเสียงบรรยายอยู่ในระดับพอใช้ (2.31) และเมื่อมีการพิจารณาเป็นรายภาพแล้ว ปรากฏว่าไม่มีภาพใดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.00 - 1.66 ซึ่งเป็นช่วงคะแนนที่ควรปรับปรุงแก้ไข (ตารางที่ 14 - 15)

ตารางที่ 14 ผลการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงทางด้านกายภาพ

ลักษณะทางด้านกายภาพ ระดับคะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	ความหมาย
- ภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของ เรื่องในการสื่อความหมาย	ดีมาก
- ความชัดเจนของภาพ	ดีมาก
- การจัดองค์ประกอบของภาพ	ดีมาก
- ความชัดเจนของเสียงบรรยาย	พอใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการประเมินลักษณะทางกายภาพของสไลด์ประกอบ
เสียง

ลำดับ	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์	ความชัดเจน ของภาพ	การจัดองค์ ประกอบภาพ	ความชัดเจนของ เสียงบรรยาย
1	2.8	2.7	2.3	2.8
2	2.7	2.7	2.1	2.5
3	2.9	2.5	2.4	2.4
4	3.0	2.6	2.5	2.7
5	2.5	2.5	2.8	2.5
6	2.8	2.8	2.8	2.3
7	2.7	2.6	2.5	2.2
8	2.8	2.6	2.5	2.5
9	2.7	2.4	2.3	2.5
10	2.4	2.3	2.4	2.4
11	2.8	2.5	2.5	2.4
12	2.8	2.4	2.2	2.5
13	2.8	2.1	2.1	2.3
14	2.5	2.2	2.5	2.5
15	2.8	2.9	2.8	2.2
16	2.8	2.8	2.7	2.1
17	3.0	2.9	2.8	2.1
18	2.9	2.8	2.8	2.3
19	2.8	2.1	2.5	2.2
20	2.7	2.3	2.5	2.2
21	2.6	2.3	2.4	2.3
22	2.8	2.7	2.7	2.1
23	2.8	2.9	2.8	2.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ลำดับ	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์	ความชัดเจน ของภาพ	การจัดองค์ ประกอบภาพ	ความชัดเจนของ เสียงบรรยาย
24	2.8	2.4	2.5	2.0
25	3.0	2.8	2.7	2.3
26	2.9	2.6	2.8	2.3
27	2.9	2.9	2.9	2.3
28	2.9	2.7	2.6	2.2
29	3.0	2.6	2.7	2.2
30	3.0	2.9	2.8	2.3
31	2.9	2.7	2.5	2.2
32	3.0	2.3	2.5	2.4
33	2.9	2.9	2.8	2.1
34	2.9	2.2	2.5	2.2
35	3.0	2.8	2.9	2.2
36	2.8	2.7	2.7	2.2
37	2.9	2.6	2.8	2.4
38	3.0	2.5	2.8	2.2
39	3.0	2.8	2.8	2.1
40	3.0	2.8	2.7	2.4
41	2.9	2.6	2.8	2.5
42	2.8	2.2	2.6	2.2
43	2.9	2.8	2.8	2.5
44	2.9	2.5	2.5	2.1
45	2.8	2.5	2.4	2.2
46	2.9	2.7	2.5	2.0
47	2.7	2.2	2.4	2.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ลำดับ	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์	ความชัดเจน ของภาพ	การจัดองค์ ประกอบภาพ	ความชัดเจนของเสียง เสียงบรรยาย
48	3.0	2.3	2.4	2.2
49	3.0	3.0	2.8	2.5
50	3.0	2.7	2.8	2.5
51	2.9	2.1	2.4	2.2
52	2.9	2.4	2.7	2.3
53	2.9	2.7	2.8	2.3
54	2.9	2.6	2.3	2.3
55	3.0	2.8	2.8	2.3
56	2.9	2.5	2.3	2.3
57	2.7	2.5	2.5	2.1
58	2.8	2.5	2.5	2.3
59	2.8	2.6	2.4	2.3
60	2.9	2.7	2.4	2.5
61	2.8	2.5	2.5	2.4
62	2.8	2.7	2.7	2.4
63	2.8	2.4	2.3	2.4
64	2.9	2.3	2.4	2.3
65	2.7	2.2	2.6	2.2
66	2.8	3.0	2.9	2.5
67	3.0	3.0	3.0	2.5
68	3.0	3.0	3.0	2.5
ค่าคะแนน	2.85	2.58	2.59	2.31
เฉลี่ยรวม (\bar{X})				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ผลการประเมินความเหมาะสมทางด้านการนำไปใช้งาน

ผลการประเมินความเหมาะสมของสไลด์ประกอบเสียงทางด้านการนำไปใช้งาน นั้น ในทัศนะคติของผู้เชี่ยวชาญพบว่า เรื่องภาพ การนำเสนอด้วยสไลด์เพื่อนำไปใช้งาน และความถูกต้องของเนื้อหา มีระดับคะแนนเฉลี่ย 2.77 และ 2.84 ตามลำดับ ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในช่วงระดับคะแนนที่ดี (2.34 - 3.00) ส่วนเสียงประกอบ เรื่องและภาพ มีระดับคะแนนเฉลี่ย 2.23 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในช่วงระดับคะแนนพอใช้ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 แสดงการประเมินลักษณะความเหมาะสมก่อนนำไปใช้งาน

ลักษณะความเหมาะสมก่อนนำไปใช้งาน	ระดับคะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	ความหมาย
- เรื่อง ภาพ และการนำเสนอด้วยสไลด์เพื่อนำไปใช้งาน	2.77	ดีพอใช้
- ความถูกต้องของเนื้อหา	2.84	
- เสียงประกอบ เรื่องและภาพ	2.23	

จากผลการประเมินสไลด์ประกอบเสียงทางด้านกายภาพและการประเมินสไลด์ประกอบเสียงทางด้านการเหมาะสมการนำไปใช้งานในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญนั้น เมื่อพิจารณาในแต่ละภาพและพิจารณาในภาพรวมแล้วปรากฏว่าสไลด์ประกอบเสียงชุดนี้อยู่ในช่วงคะแนนในระดับดีและพอใช้ ไม่ต้องมีการนำไปปรับปรุงแก้ไข ดังนั้นสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่องพันธุกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทยชุดนี้ สามารถประเมินผลเพื่อวัดความเหมาะสมในการนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้กับกลุ่มผู้สนใจต่อไปได้

ขั้นตอนที่ 2

2.1 ผลการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน

ผลการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้งานของสไลด์ประกอบเสียง โดยการทดลองกับตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาภาควิชาเทคนิคเกษตรเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 4 คน ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร จำนวน 2 คน ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชจำนวน 3 คน และนักศึกษาศาสนาบ้านราชภัฏนครศรีฯ จำนวน 1 คน รวมนักศึกษาในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นใบเซอร์เชียนต้นการคำ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดลองทั้งหมด 10 คน เป็นเพศชายทั้งสิ้น 4 คน และเพศหญิง 6 คน ซึ่งทำการประเมินสไลด์ในด้านความเหมาะสมในการนำไปใช้งานก่อนชมโดยการตอบแบบสอบถามด้านเนื้อหาเรื่องกล้วยไม้จำนวน 15 ข้อและหลังชมสไลด์ประกอบเสียงและก็ให้นักศึกษาทั้ง 10 คน ที่ที่ตอบแบบสอบถาม ประเมิน ผลการประเมินความรู้ความเข้าใจเรื่องกล้วยไม้ของนักศึกษาดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ ได้ผลดังนี้

- ผลการประเมินก่อนการดูสไลด์ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 57.33
- ผลการประเมินหลังการดูสไลด์ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 84.00

แสดงว่าผู้สนใจ (นักศึกษา) มีการเรียนรู้เพิ่มขึ้นหลังจากชมสไลด์ร้อยละ 26.67 ซึ่งนับได้ว่าสไลด์ประเสียงชุดนี้ มีความเหมาะสมในการนำไปใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 การประเมินทางด้านการนำไปใช้งาน

ผู้ถูกประเมิน (คนที่)	ก่อนชมสไลด์		หลังชมสไลด์		N = 10
	คะแนน	ร้อยละ	คะแนน	ร้อยละ	
	(15 คะแนน)		(15 คะแนน)		
1	7	46.7	13	86.7	
2	7	46.7	15	100.00	
3	8	53.3	10	66.7	
4	8	53.3	13	86.7	
5	7	46.7	12	80.0	
6	10	66.7	12	80.0	
7	10	66.7	12	80.0	
8	9	60.0	13	86.7	
9	10	66.7	14	93.3	
10	10	66.7	12	80.0	
คะแนนเฉลี่ยรวม (\bar{X})	8.6	57.33	12.6	84.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของผู้ประเมินคุณภาพสไลด์

1. ตัวอักษรที่ใช้ในบางภาพสูงเกินไป ควรลดระดับของตัวอักษรให้ต่ำลงอีก
2. ภาพบางภาพควรปรับเนื้อหาและรายละเอียดให้น้อยลง จะทำให้ผู้ชมมีความสนใจเพิ่มขึ้น
3. ควรลดเสียงดนตรีลง จะทำให้ได้ยินคำบรรยายชัดเจนกว่า
4. อักษรบางตัวในแผ่นสไลด์ยังไม่ชัดเจน ควรทำให้ชัดเจน

วิจารณ์ผลการศึกษา

จากการประเมินสไลด์ประกอบเสียงด้านความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน ในทัศนคติผู้สนใจ (นักศึกษา) โดยใช้แบบประเมิน pretest และ posttest ทำการทดลองใช้กับตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย ผลที่ได้ก่อนและหลังการชมสไลด์เมื่อทำการเปรียบเทียบ เมื่อพิจารณาเป็นรายบุคคลแล้ว จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างของระดับคะแนนก่อนการชมสไลด์และหลังการชมสไลด์เพิ่มขึ้นในระดับคะแนนที่แตกต่างกันไม่มากนัก โดยอาจเนื่องมาจาก

1. นักศึกษาซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย อาจมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับพันธุกรรมไม่อยู่บ้างแล้ว จึงสามารถทำแบบประเมินก่อนการชมสไลด์ได้ในเกณฑ์ที่ดี
2. ผู้ทำการวิจัยอาจจะสร้างแบบประเมินในลักษณะที่สามารถเดาคำตอบได้ ทำให้ผลที่ได้ออกมาไม่ตรงตามความรู้ที่เป็นจริง
3. นักศึกษาซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้พื้นฐานค่อนข้างดีโดยมีคะแนน Pretest เกิน 60% อยู่ถึง 5 คน ซึ่งคนเหล่านี้อาจจะไม่มีความสนใจในการชมสไลด์ประกอบเสียง จึงทำให้มีความรู้ในการชมสไลด์ประกอบเสียงเพิ่มขึ้นไม่มาก เป็นผลให้คะแนนมีการเปลี่ยนแปลงน้อย
4. เสียงของคำบรรยายสไลด์ในบางช่วงน้ำหนักเสียงเบาจึงทำให้ผู้ชมสไลด์ขาดการรับรู้และความสนใจเนื้อหาในช่วงนั้น ๆ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการประเมินคุณภาพสไลด์

ผลจากการประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษาเรื่องพันธุกรรมไม่ส่งออกของประเทศไทยในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญทางด้านกายภาพและความเหมาะสมทางด้านการนำไปใช้งาน ไม่ว่าจะ เป็นภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของเรื่องในการสื่อความหมาย ความชัดเจนของภาพ การจัดองค์ประกอบของภาพ ความถูกต้องของเนื้อหา เรื่องและภาพโดยการนำเสนอด้วยสไลด์เพื่อนำไปใช้งาน เมื่อประเมินเป็นรายภาพและภาพรวมแล้วจัดว่าอยู่ในระดับดี คืออยู่ในช่วงคะแนนระหว่าง 2.34-3.00 ส่วนความชัดเจนของเสียงบรรยาย และเสียงประกอบ เรื่องและภาพอยู่ในระดับปานกลาง คือ อยู่ในช่วงคะแนนระหว่าง 1.67-2.33

สำหรับการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้งานของสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการเผยแพร่ในทัศนะของผู้สนใจ ซึ่งได้ทำการทดสอบเปรียบเทียบความรู้และความเข้าใจก่อนและหลังชมสไลด์ประกอบเสียง พบว่าในทัศนะของผู้สนใจโดยทั่วไปนั้น มีความรู้เพิ่มขึ้นหลังจากชมสไลด์เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.67 ซึ่งหมายความว่าสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา เรื่องพันธุกรรมไม่ส่งออกของประเทศไทยสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านพันธุกรรมไม่ส่งออกของประเทศไทยได้

ปัญหาในการผลิตสไลด์ประกอบเสียง

จากการทำการผลิตสไลด์ประกอบเสียง ได้ประสบกับปัญหาหลายอย่าง ซึ่งได้แก่

1. การสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลและ สถานที่ในการบันทึกภาพมีตัวเล็กลงอีกทั้งเวลาและโอกาสที่ไม่เหมาะสม ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายมาก
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ ในการถ่ายภาพต้องอาศัยอุปกรณ์หรือเครื่องมือของภาควิชา ซึ่งมีจำนวนน้อย จึงเสียเวลาในส่วนของการรอคิวการนำไปใช้ และมีผลกระทบถึงระบบงานที่ได้จากการวางแผนไว้คลาดเคลื่อน
3. เนื่องจากการผลิตสไลด์ต้องมีการลงทุนพอสมควรค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างล่าช้า
4. เนื่องจากการผลิตสไลด์ชุดนี้ผู้ผลิตมีพื้นฐานความรู้เรื่องพันธุกรรมไม่ส่งออกน้อยจึงต้องมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมพอสมควร
5. รูปสไลด์ล้างไม่สะอาดเท่าที่ควรเนื่องจากยังมีคราบน้ำยาดักค้างอยู่ ทำให้ภาพที่ได้ไม่สวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของผู้ทำการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆที่ใช้ในการผลิตสไลด์ประกอบเสียงครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลที่จะเสนอแนะเพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการผลิตสไลด์ครั้งต่อไปคือ

1. เตรียมพร้อมในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ใช้ในการถ่ายภาพอย่างพร้อมเพรียงอยู่เสมอเมื่อทำการออกสำรวจตลอดจนการถ่ายภาพในคราวเดียวกันและจะทำให้เกิดประโยชน์พร้อมกันทั้ง 2 ด้านคือ การรวบรวมข้อมูลพร้อมกับการบันทึกภาพสามารถลดความล้มเหลวในการทำวิจัยได้อีกด้วย

2. ผู้จัดทำควรมีความรู้ในเรื่องที่นำมาทำสไลด์ประกอบเสียงเป็นอย่างดีเพื่อที่จะสามารถสื่อความหมายจากนามธรรมเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน

3. ผู้จัดทำควรมีข้อมูลวิชาการเพียงพอในการค้นหา ไม่ควรเลือกหัวข้อเรื่องที่มีข้อมูลอยู่น้อยและแหล่งข้อมูลกระจัดกระจาย

4. ในการนำข้อมูลที่ได้ออกมาวิจัย นำไปทำการเผยแพร่ได้หลายรูปแบบอาจทำในรูปแบบเอกสารประกอบการอบรม วีดีโอ ซึ่งในที่นี้ต้องพิจารณาถึงความต้องการและกลุ่มเป้าหมายด้วย

5. ในการผลิตสไลด์ควรมีอุปกรณ์ที่ดีและมีคุณภาพที่จำเป็นของตนเองจะดีที่สุดเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน

6. ผู้จัดทำสไลด์ควรมีการศึกษาและฝึกฝนการถ่ายรูปให้มีความชำนาญก่อนที่จะมีการถ่ายทำสไลด์ จะช่วยให้ภาพที่ออกมาดี สวยงามและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการถ่ายซ่อมเพิ่ม

7. เรื่องในการนำมาทำเป็นสไลด์ประกอบเสียง ควรเป็นเรื่องที่มีสถานที่ถ่ายทำไม่ไกลจนเกินไปผู้จัดทำสามารถเดินทางได้สะดวก

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2529. การส่งออกดอกกล้วยไม้. กรุงเทพมหานคร.

_____ 2533. “สถานการณ์การผลิตและการค้ากล้วยไม้ไทย” คู่มือการผลิตกล้วยไม้เพื่อ
การส่งออก. กรุงเทพมหานคร.

_____ 2535. คู่มือการผลิตไม้ตัดดอก. กรุงเทพมหานคร : บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์.

_____ 2538. “สถานการณ์การผลิตและการค้ากล้วยไม้ไทย” คู่มือการผลิตกล้วยไม้เพื่อ
การส่งออก. กรุงเทพมหานคร.

_____ 2539 การส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย. กรุงเทพมหานคร : กองส่งเสริมพืชสวน
(เอกสารโรเนียว)

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2539 “ปัญหาการส่งออกไม้ตัดดอกของไทย”. กรุงเทพมหานคร :
สำนักข่าวพาณิชย์.

กรมศุลกากร. 2538. ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพมหานคร.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2531. รูปแบบและมาตรฐานไม้ตัดดอกของไทย. กรุงเทพมหานคร.

_____ 2537. ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม. กรุงเทพมหานคร.

_____ 2538. สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร.

เกษตรพัฒนา. 2536 แนวทางการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก. กรุงเทพมหานคร.

กมล เวียนสุวรรณ และ นิตยา เวียนสุวรรณ. 2539. แนวคิดการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน.
กรุงเทพมหานคร: บริษัทคอมแพคท์ พรินท์ จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ครรชิต ธรรมศิริ. 2538. “การปลูกเลี้ยงกล้วยไม้โดยการเพาะเมล็ดและการเลี้ยงเนื้อเยื่อ”
ชัยพฤกษ์วิทยาศาสตร์. ปีที่ 38(12) : น.28.
- จินตนา ไบกายูชี. 2539. การเขียนสื่อการเรียนการสอน. กรุงเทพมหานคร. สุวีริยาสาสน์.
- ฉลองชัย สุรวฒนบุรณ. 2538. การเลือกและการใช้สื่อการสอน. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชา
เทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชไมพร พงศ์บุหะ. 2536. การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย.
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เทพ พงษ์พานิช. 2527. หลักการส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่ : ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- ธนากรกสิกรไทย. 2530. วิถีตลาดไม้ตัดดอกของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.
- ณรงค์ สมพงษ์. 2530. สื่อเพื่อการส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภกรณ พรมชนะ. 2533. “การส่งออกกล้วยไม้ไทย” วารสารเกษตรศาสตร์. ปีที่ 23
(11) : น. 12-25.
- ประทีน คล้ายนาค. 2527. การผลิตวัสดุสำหรับเครื่องฉายภาพนิ่ง. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2531. “เอกสารการสอนชุดวิชา” เทคโนโลยีสื่อสารการ
ศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ มสธ.
- _____ 2534. “เอกสารชุดวิชา” การพัฒนาและการใช้สื่อการเรียนนอกระบบ.
กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์ มสธ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระพี สาคริก. 2539. กล้วยไม้. กรุงเทพมหานคร : สำนักข่าวพาณิชย์

วารินทร์ รัศมีพรหม. 2529. สไลด์ประกอบเสียง. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

วาสนา ชาวหา. 2533. สื่อการเรียนการสอน. ชลบุรี : โอเดียนสโตร์.

วิจิต สุวรรณปรีชา. 2534. การปลูกไม้ตัดดอก เล่ม 2. กรุงเทพมหานคร : ประชาชนจำกัด

สุดารัตน์ พสุนาภพงศ์. 2535. การบรรจุหีบห่อกล้วยไม้

สุทนต์ ศรีไสย. 2539. การสอนระดับอุดมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : จิราภาการพิมพ์.

สุรัชย์ มัจฉาชีพ. 2535. พืชเศรษฐกิจในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร. : โรงพิมพ์นันทชัย.

สมชาย สุภัทรกุลชัย. 2533. การพัฒนาการส่งออกกล้วยไม้ของประเทศไทย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อรัญญา มนูญญา. 2539. การศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออก. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวกที่ 1
บทคำบรรยายสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา
เรื่อง พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
1	ชื่อสถาบัน	Graphic (powerpoint)	ดนตรี
2	สไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา เรื่อง พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของ ประเทศไทย	Graphic (powerpoint)	สไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา เรื่องพันธุ์กล้วยไม้ส่งออก ของประเทศไทย
3	จัดทำโดย น.ส.พัชรี ศีรีนารด ภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร	Graphic (powerpoint)	ดนตรี
4	ฟาร์มกล้วยไม้	MS	กล้วยไม้เป็นพืชที่มีแหล่งกำเนิด กระจายอยู่ทั่วโลก สำหรับประ- เทศไทย กล้วยไม้นับว่าเป็นไม้ ตัดดอกทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ชนิดหนึ่ง ซึ่งทำรายได้จากการ ส่งออกปีละประมาณ 400-500 ล้านบาท
6	ดอกกล้วยไม้	CU	กล้วยไม้เป็นไม้ตัดดอกที่นิยม กันอย่างแพร่หลายทั้งในและ นอกประเทศ เพราะมีสีสันสวย งาม และมีอายุการใช้งานนานไม่ เหี่ยวง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
7	สกุลกล้วยไม้ของประเทศไทย ที่ส่งออก	Graphic (powerpoint)	กล้วยไม้ที่นิยมปลูกตัดดอก เพื่อการส่งออกของไทยมีด้วยกัน หลายสกุล ได้แก่
8	สกุลเต็นโครเบียม (หวาย)	MS	กล้วยไม้สกุลเต็นโครเบียม หรือ กล้วยไม้สกุลหวาย เป็น สกุลที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากมีอยู่ ในธรรมชาติมากมายหลายชนิด และเป็นสกุลที่มีการส่งออกมาก เป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 80 ของกล้วยไม้ส่งออก ซึ่งสามารถ แบ่งออกตามกลุ่มสีได้ ดังนี้
9	กลุ่มดอกสีม่วง	MS	กลุ่มดอกสีม่วง เป็นกลุ่มซึ่งจะ มีฟอร์มดอกลักษณะกลม พันธุ์ที่ ส่งออกในกลุ่มนี้ คือ
10	พันธุ์มาดามปอมปาดัวร์	MS	พันธุ์มาดามปอมปาดัวร์ ดอกมี สีเข้ม โดยมากเป็นสีม่วงแดง ลักษณะดอกโต กลีบดอกใหญ่ ช่อดอกและก้านช่อยาว โดยทั่วไป นิยมเรียกกันว่า หวายมาดาม
11	กลุ่มดอกสีขาว	MS	ต่อมาคือ กลุ่มดอกสีขาว ซึ่ง ลักษณะของฟอร์มดอกจะเป็นทั้ง ฟอร์มกลม มีทั้งกลีบดอกกว้าง และกลีบดอกแคบ พันธุ์ที่นิยม ส่งออกคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
12	พันธุ์วอลเตอร์โอมาย	MS	พันธุ์วอลเตอร์โอมาย มีดอกสีขาวล้วน กลีบดอกใหญ่ ก้านช่อยาว โดยทั่วไปจะนิยมเรียกกันว่า หวายขาว
13	พันธุ์แจ็กเกอลีนโทมัส	MS	และพันธุ์แจ็กเกอลีนโทมัส ดอกมีสีขาวล้วนเช่นเดียวกัน แต่กลีบดอกจะเล็ก ลักษณะช่อดอกยาว นิยมเรียกว่า หวายขาว เช่นเดียวกับพันธุ์วอลเตอร์โอมาย
14	กลุ่มดอกสีชมพู	MS	สำหรับกลุ่มดอกที่ 3 คือ กลุ่มดอกสีชมพูซึ่งให้ดอกพORMกลม และกึ่งพORMกลม มีกลีบดอกทั้งกว้างและแคบ พันธุ์ที่นิยมส่งออกจำหน่าย ได้แก่
15	พันธุ์แพนด้า	MS	พันธุ์แพนด้า
16	พันธุ์โจอันคูซิมา	MS	พันธุ์โจอันคูซิมา
17	พันธุ์นุราชิกิน	MS	พันธุ์นุราชิกิน
18	พันธุ์ซอนเนีย	CU	และพันธุ์ซอนเนีย ซึ่งเป็นพันธุ์ที่เห็นกันโดยทั่วไป นิยมนำมาใช้ในการบูชาพระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
19	กลุ่มดอกสีขาว - ชมพู	MS	กลุ่มดอกที่ 4 ในสกุลหวาย คือ กลุ่มดอกสีขาว - ชมพู ฟอรัม ดอกจะเป็นกึ่งฟอรัมกลมและ ฟอรัมกลม ส่วนของกลีบดอก จะแคบ พันธุ์ที่นิยมส่งออกได้แก่
20	พันธุ์ซี่ซาร์	MS	พันธุ์ซี่ซาร์ ซึ่งเป็นพันธุ์ที่มีดอก สีขาว ตรงปลายกลีบดอกมีสีชมพู กลีบดอกเล็กและยาว ช่อดอก ยาว
21	กลุ่มดอกสีชมพูเข้ม	MS	สำหรับกลุ่มดอกที่ 5 กลุ่มดอก สีชมพูเข้ม จะให้ฟอรัมดอกกลม พันธุ์ที่นิยมส่งออกจำหน่ายคือ
22	พันธุ์แอนนา	MS	พันธุ์แอนนา
23	กลุ่มดอกสีเหลือง	MS	และกลุ่มสุดท้ายของสกุลหวาย คือ กลุ่มดอกสีเหลือง ลักษณะ ฟอรัมดอกกลม กลีบดอกมีทั้ง กลีบกว้างและกลีบแคบ นิยม เรียกตามสีของดอกว่า หวาย เหลือง พันธุ์ที่ส่งออก ได้แก่
24	พันธุ์แมรี่แม็ค	MS	พันธุ์แมรี่แม็ค
25	พันธุ์แมรี่ทราวส์	MS	พันธุ์แมรี่ทราวส์
26	พันธุ์เกษม โกลด์	MS	พันธุ์เกษม โกลด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
27	สกุลแว่นดา	CU	กล้วยไม้ที่นิยมปลูกเพื่อการส่งออกสกุลที่สอง คือ สกุลแว่นดา จัดได้ว่าเป็นสกุลหลักอีกสกุลหนึ่ง ลักษณะช่อดอกตั้งหรือค่อนข้างตั้ง ดอกค่อนข้างใหญ่ และบานทน สีสดแปลกตา รูปทรงสวย ได้สัดส่วน พันธุ์ที่นิยมส่งออกได้แก่
28	พันธุ์โจกิม	LS	พันธุ์โจกิม
29	พันธุ์ปรีนเซสมิกษา	MS	พันธุ์ปรีนเซสมิกษา ลักษณะดอกสีม่วงเข้มระเบียบดอกดี ออกดอกบ่อย ดอกทนอยู่ได้นาน
30	พันธุ์รอร ไชล์เดียนา	MS	พันธุ์รอร ไชล์เดียนา เป็นลูกผสมระหว่างกล้วยไม้ชนิดแท้ 2 ชนิด คือ แวนด้าฟ้ามุ่ย กับ แวนด้าแซนเดอราน่า ดอกมีสีฟ้าอมเทา เป็นแวนด้าที่เลี้ยงง่าย โตเร็ว ออกดอกบ่อย ดอกทนอยู่ได้นาน ก้านช่อยาว ระเบียบดอกดี
31	สกุลอะแรนด้า	MS	สกุลที่ 3 คือ กล้วยไม้สกุลอะแรนด้า โดยส่วนใหญ่กลีบดอกจะเล็กแคบ ปลายกลีบขยายใหญ่ โคนกลีบเล็กน้อย ดอกคก ก้านช่อยาวและแข็ง ดอกบานทนเหมาะกับการบรรจุหีบห่อ พันธุ์ที่มีการส่งออก ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
32	พันธุ์มาดามพรวณี	MS	พันธุ์มาดามพรวณี
33	พันธุ์คริสติน	CU	พันธุ์คริสติน เป็นพันธุ์ในสกุลอะแรนด้าที่มีช่วงใบถี่ ดอกเป็นสีม่วงอมแดงก่อนไปทางสีชมพู บนกลีบดอกจะมีจุดประสีน้ำตาล
34	สกุลม็อคคาร่า	MS	กล้วยไม้ที่นิยมปลูกเพื่อการส่งออกสกุลที่ 4 คือ สกุลม็อคคาร่า โดยส่วนใหญ่จะเป็นกล้วยไม้ลูกผสม ให้ดอกหลากหลายสี สำหรับพันธุ์ที่มีการส่งออก ได้แก่
35	พันธุ์ม็อคชินออน	MS	พันธุ์ม็อคชินออน
36	พันธุ์พรวณี	CU	พันธุ์พรวณี
37	พันธุ์วอลเตอร์ โอมา	MS	พันธุ์วอลเตอร์ โอมา
38	พันธุ์คาลิปโซ	MS	พันธุ์คาลิปโซ
39	สกุลแอสโคเซินด้า	CU	สกุลต่อไป คือ กล้วยไม้สกุลแอสโคเซินด้า ซึ่งเป็นสกุลที่ 5 เป็นไม้ลูกผสม ระหว่าง กล้วยไม้สกุลเข็มกับสกุลแวนด้า สีสรรสดใสสะดุดตา ให้สีได้หลายๆสีดอกจะมีขนาดกลาง พอร์มดอกกลม กลีบดอกจะหนาและช่อดอกยาว ให้ดอกได้ตลอดปี พันธุ์ที่มีการส่งออก ได้แก่

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
40	พันธุ์ยิบซัมวา	MS	พันธุ์ยิบซัมวา
41	พันธุ์มีคาอาโนลด์	CU	และพันธุ์มีคาอาโนลด์
42	สกุลออนซิเดียม	MS	กล้วยไม้สกุลที่ 6 คือ สกุลออนซิเดียม หรือ นิยมเรียกกันโดยทั่วไปว่า ตุ๊กตาต้นระบำ เป็นกล้วยไม้ที่มีหลายพันธุ์ ส่วนของใบจะใหญ่และกว้าง ดอกส่วนใหญ่จะมีสีเหลือง หรือ พื้นเหลืองลายน้ำตาล สามารถออกดอกได้ทั้งปีพันธุ์ที่นิยมปลูกและส่งออก ได้แก่
43	พันธุ์โกรเคนชาวเวอร์	MS	พันธุ์โกรเคนชาวเวอร์ เป็นพันธุ์ที่มีลักษณะของดอกเล็กๆสีเหลืองมีจุดเล็กน้อย ออกสีส้ม แต่ละก้านแยกออกในลักษณะแบบกางปลาพร้อมทั้งมีดอกในแต่ละก้าน
44	พันธุ์โกรเออร์แรมเซย์	MS	และพันธุ์โกรเออร์แรมเซย์ เป็นพันธุ์ที่มีลักษณะดอกเหมือนกับพันธุ์โกรเคนชาวเวอร์ แต่จะมีขนาดของดอกที่ใหญ่กว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
45	สกุลอะแรนเธอร่า	MS	กล้วยไม้สกุลที่ 7 คือสกุลอะแรนเธอร่า เป็นไม้ลูกผสมข้ามสกุลที่ปลูกเลี้ยงง่าย ช่อดอกยาวให้ดอกง่ายและดอกดก ดอกโดยส่วนมากจะมีสีแดงเข้ม พันธุ์ที่มีการส่งออก ได้แก่
46	พันธุ์แจมส์สตอรี่โอ	CU	พันธุ์แจมส์สตอรี่โอ เป็นพันธุ์ที่สามารถปลูกเลี้ยงลงบนแปลงได้ จะมีหลังคาหรือไม่ก็ได้ ลำต้นจะตั้งตรง ช่อดอกยาว และให้ดอกสีแดงเข้ม
47	สกุลอะเรคนิส	MS	กล้วยไม้สกุลที่ 8 คือ สกุลอะเรคนิส หรือ ที่นิยมเรียกว่าแมลงปอลาย โดยมากมีปล้องยาว ช่อดอกตั้งหรือห้อย กลีบวงนอกและกลีบวงในมีรูปร่างลักษณะคล้ายคลึงกัน รูปทรงของดอกคล้ายแมลงปอ หรือแมลงป่อง พันธุ์ที่นิยมปลูกเพื่อการส่งออก ได้แก่
48	พันธุ์แม็กกีวี	CU	พันธุ์แม็กกีวี เป็นพันธุ์ที่ให้ดอกสีลายขาวกับน้ำตาล มีกลีบพอมเรียว 5 กลีบ แต่ละกลีบจะมีระยะห่างกันมาก เป็นพันธุ์ที่นำมาจากประเทศสิงคโปร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
49	สกุลคัทลียา	CU	กล้วยไม้สกุลที่ 9 ซึ่งเป็นสกุลสุดท้ายและนิยมปลูกกันอย่างแพร่หลาย คือ สกุลคัทลียาซึ่งนับว่าเป็นราชินีแห่งกล้วยไม้ เป็นสกุลที่จัดว่าดอกไม้ขนาดใหญ่ที่สุด เมื่อเทียบกับสกุลอื่นๆ โดย
50		MS	ส่วนใหญ่ดอกไม้จะออกที่ยอด / มีทั้งที่เป็นดอกเดี่ยวและออกดอกเป็นช่อ สำหรับพันธุ์ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย พร้อมทั้งมีการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ในขณะนี้ คือ
51	พันธุ์ควีนสิริกิติ์	CU	พันธุ์ควีนสิริกิติ์ ซึ่งเป็นพันธุ์ที่รู้จักกันโดยทั่วไป เนื่องจากเป็นไม้ลูกผสมในสกุลแคทลียาที่มีความโดดเด่น และสวยงาม โดยเป็นไม้ลูกผสมระหว่างคัทยาโบเบล และ คัทลียาโอเบริชเนี่ยน่า วาร์ อัลบา เป็นกล้วยไม้ที่มีดอกขนาดใหญ่ ลักษณะกลีบ
52		MS	ดอกขาวบริสุทธิ์ / ปากลายทองเล็กน้อย ตรงกลางขอบกลีบจะขึ้นเป็นคลื่น และมีกลิ่นหอมฟอรัมดอกลักษณะงดงาม สวยสดทุกสัดส่วน ช่อดอกหนึ่งจะมี 2-3 ดอก เป็นพันธุ์ที่สามารถให้ดอกตลอดปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
53	พันธุ์ลี้คี สติกร	CU	และพันธุ์ลี้คี สติกร
54	พื้นที่จังหวัดที่ผลิตกล้วยไม้ ปี 2539	Graphic (powerpoint)	สำหรับจังหวัดหรือเขตพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตดอกกล้วยไม้ที่สำคัญๆจะอยู่รอบชานเมืองกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ นครปฐม สมุทรสาคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และเชียงใหม่
55	สัดส่วนพื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ ปี 2539 จำแนกตามจังหวัด	Graphic (powerpoint)	ปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ผลิตกล้วยไม้มากที่สุด คือ 34.2 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ จังหวัดนครปฐมมีพื้นที่ปลูก 31.5 เปอร์เซ็นต์ ตามด้วยจังหวัดสมุทรสาคร 22.1 เปอร์เซ็นต์และจังหวัดอื่นๆรวมกันประมาณ 12.2 เปอร์เซ็นต์
56	ตารางพื้นที่ปลูกกล้วยไม้และผลผลิต ปี 2535 - 2539	Graphic (powerpoint)	ในปัจจุบันมีผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกทั่วประเทศประมาณ 2,000 กว๊าราย มีพื้นที่ปลูกใน ปี 2539 รวมทั้งสิ้น 13,117 ไร่ ผลิตดอกกล้วยไม้ได้ประมาณ 10,620 ตัน ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 60,000 ช่อต่อไร่ หรือคิดเป็น 1.5 ตันต่อไร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
57	กราฟพื้นที่ปลูกกล้วยไม้และผลผลิต ปี 2535 - 2539	Graphic (powerpoint)	โดยในปี 2537 เป็นปีที่มีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกมากที่สุด ซึ่งมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 14,412 ไร่ ให้ผลผลิต 11,897 ตัน
58	ตลาดดอกกล้วยไม้ของไทย	Graphic (powerpoint)	จากรายงานผลการศึกษาดอกกล้วยไม้ส่งดอกกล้วยไม้ในประเทศพบว่าผู้ปลูกเลี้ยงจำหน่ายดอกกล้วยไม้ให้แก่บริษัทผู้ส่งออกโดยตรง ถึงร้อยละ 60 และจำหน่ายภายในประเทศ ร้อยละ 40
59	ช่องทางการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย	Graphic (powerpoint)	สำหรับช่องทางการส่งออกดอกกล้วยไม้มี 2 ทางคือ <ol style="list-style-type: none"> 1. พอค้าส่งออกส่งผ่านตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ แล้วลูกค้าในต่างประเทศก็จะไปติดต่อตัวแทนจำหน่าย เพื่อนำเข้าไปกำหนดราคาในตลาดประมูล 2. พอค้าส่งออกจะส่งโดยตรงให้กับพอค้านำเข้าในต่างประเทศ แล้วจึงกระจายต่อไปให้พอค้าขายส่งและพอค้าขายปลีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
60	ตลาดส่งออกคอกกล้วยไม้ไทย ปี 2539	Graphic (powerpoint)	แหล่งตลาดกล้วยไม้ต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี และ ประเทศอื่น ๆ ซึ่งมีมูลค่ารวมในแต่ละปี ไม่น้อยกว่า 400 ล้าน บาท / โดยส่วนใหญ่ ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด โดยนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกของไทยในปี 2539 นำเข้าประมาณ 368.1 ล้านบาท รองลงมาคือ อิตาลี 73.1 ล้านบาท และสหรัฐอเมริกา ประมาณ 62.4 ล้านบาท
61	ภาพแสดงมูลค่าการส่งออก ปี 2539-2540	Graphic (powerpoint)	ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่ ส่งออกคอกกล้วยไม้มาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ สิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย นอกจากนี้ยังมี มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งการแข่งขันมีทั้งการแข่งขันด้านราคาตลอดจนการแข่งขันกับไม้ตัดดอกชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนกัน
62	ประเทศคู่แข่งขั้นการค้ำกล้วยไม้ตัดดอกที่สำคัญ	Graphic (powerpoint)	ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่ ส่งออกคอกกล้วยไม้มาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ สิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทย นอกจากนี้ยังมี มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งการแข่งขันมีทั้งการแข่งขันด้านราคาตลอดจนการแข่งขันกับไม้ตัดดอกชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนกัน
63	ตารางมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ ปี 25369 - 2540	Graphic (powerpoint)	ปรากฏว่าปริมาณการส่งออกโดยรวมตั้งแต่ปี 2538 จนถึงปี 2540 มีแนวโน้มลดลง ซึ่งในปี 2540 นี้ ปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2539 ประมาณร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ	ภาพ	ลักษณะภาพ	คำบรรยาย
64	กราฟแนวโน้มการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย ปี 2536-2540	Graphic (powerpoint)	15 / โดยคาดคะเนว่าแนวโน้มการส่งออกดอกกล้วยไม้ในปี 2541 ถึงปี 2543 จะทรงตัวโดยตลาดญี่ปุ่นยังคงมีความต้องการซื้อกล้วยไม้จากไทยเพิ่มขึ้น แต่อาจจะเพิ่มไม่มาก เพราะมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ สิงคโปร์
65	ดอกกล้วยไม้	MS	การส่งออกกล้วยไม้ของไทยควรขยายตัวไปในตลาดใหม่ด้วย อาทิ กลุ่มประเทศสังคมนิยม เช่น เชคโกสโลวาเกีย และโปแลนด์ ขยายตลาดอเมริกาและตลาดยุโรป / ส่วนประเทศพม่าและเวียดนามก็เริ่มมีการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากไทยในปัจจุบัน
66	ดอกกล้วยไม้	CU	ซึ่งคาดว่า การส่งออกดอกกล้วยไม้ในอนาคตจะยังมีช่องทางที่แจ่มใสเช่นที่ผ่านมา
67	ขอขอบคุณ อ.ถนอม สีหะกุลัง อ.สุพุมภรณ์ ชันชศรี อ.พีรชัย กุลชัย ฟาร์มกล้วยไม้เขมไทย ฟาร์มกล้วยไม้อุดม	Graphic (powerpoint)	ดนตรี
68	สวัสดิ์	Graphic (powerpoint)	ดนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียง

1. อาจารย์สุชุมารณ์ ชันศรีศรี
 เพศ หญิง อายุ - ปี
 วุฒิการศึกษา คม. (โสตทัศนศึกษา)
 ประสบการณ์ทำงาน 21 ปี (รับราชการ)

2. คุณสดศรี นกอยู่
 เพศ หญิง อายุ - ปี
 วุฒิการศึกษา คบ. (การศึกษา-การแนะแนว)
 ประสบการณ์ทำงาน 14 ปี

3. คุณวิไล บัณฑิตารุธรรม์
 เพศ หญิง อายุ 29 ปี
 วุฒิการศึกษา วท.บ. (การถ่ายภาพและภาพยนตร์)
 ประสบการณ์ทำงาน 6 ปี (รับราชการ)

4. คุณसानิต แยมไทย
 เพศ หญิง อายุ 43 ปี
 วุฒิการศึกษา -
 ประสบการณ์ทำงาน 12 ปี

ภาคผนวกที่ 2

แบบประเมินคุณภาพสไลด์ประกอบเสียงเพื่อการศึกษา

เรื่อง

พันธุ์กล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย

คำชี้แจง แบบประเมินคุณภาพสไลด์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ตารางประเมินคุณภาพทางกายภาพของสไลด์ประกอบเสียง

เกณฑ์ในการให้คะแนนแบ่งระดับของสไลด์ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1 = ควรปรับปรุงแก้ไข

2 = พอใช้

3 = ดี

ตอนที่ 2 แบบทดสอบประเมินคุณภาพลักษณะความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน ในลักษณะตารางที่ 1 ตามตารางการประเมินและในลักษณะที่ 2 โดยใช้แบบทดสอบประเภท Pretest และ Post-test เป็นข้อสอบถูกผิดจำนวน 15 ข้อ

ชื่อ _____ สกุล _____

เพศ _____ อายุ _____

วุฒิการศึกษา _____

ประสบการณ์การทำงาน _____

ตอนที่ 1 การประเมินคุณภาพทางกายภาพของสไลด์ประกอบเสียง

คำอธิบาย การใช้ตารางประเมินคุณภาพ

ในการประเมินจะฉายสไลด์ให้ชมทีละภาพและให้ผู้ประเมินลงคะแนนในช่อง 1,2 และ 3 ตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละหัวข้อ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะลงในช่องว่างด้านท้ายตาราง

ระดับ คะแนน	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์			ความชัดเจนของ ภาพ			การจัดองค์ ประกอบของ ภาพ			ความชัดเจนของ เสียงบรรยาย			ข้อเสนอ แนะ
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
ภาพที่													
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ คะแนน	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์			ความชัดเจนของ ภาพ			การจัดองค์ ประกอบของ ภาพ			ความชัดเจนของ เสียงบรรยาย			ข้อเสนอ แนะ	
	ภาพที่	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2		3
20														
21														
22														
23														
24														
25														
26														
27														
28														
29														
30														
31														
32														
33														
34														
35														
36														
37														
38														
39														
40														
41														
42														

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ คะแนน	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์			ความชัดเจนของ ภาพ			การจัดองค์ ประกอบของ ภาพ			ความชัดเจนของ เสียงบรรยาย			ข้อเสนอ แนะ	
	ภาพที่	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2		3
43														
44														
45														
46														
47														
48														
49														
50														
51														
52														
53														
54														
55														
56														
57														
58														
59														
60														
61														
62														
63														
64														
65														

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ คะแนน	ภาพตรงตาม วัตถุประสงค์			ความชัดเจนของ ภาพ			การจัดองค์ ประกอบของ ภาพ			ความชัดเจนของ เสียงบรรยาย			ข้อเสนอ แนะ
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
ภาพที่ 66													
67													
68													

หมายเหตุ

1 = ควรปรับปรุงแก้ไข

2 = พอใช้

3 = ดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การประเมินความเหมาะสมในด้านการนำไปใช้งาน

แบบฟอร์มการประเมินลักษณะความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน (ผู้เชี่ยวชาญ)

ลักษณะที่ 1

1. เรื่องภาพและการนำเสนอด้วยสไลด์เพื่อนำไปใช้งาน

- 1 ปรับปรุง
- 2 พอใช้
- 3 ดีเหมาะสม

ขอเสนอแนะ.....

2. ความถูกต้องของเนื้อหา

- 1 ปรับปรุง
- 2 พอใช้
- 3 ดีเหมาะสม

ขอเสนอแนะ.....

3. เสียงประกอบเรื่อง และภาพ

- 1 ปรับปรุง
- 2 พอใช้
- 3 ดีเหมาะสม

ขอเสนอแนะ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผู้ประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน Pre-test และ Post-test

1. นายยุทธนา บัวแก้ว
เพศ ชาย อายุ 23 ปี
ภาควิชา เทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร
2. นายวิชัย สกุลมีเกียรติ
เพศ ชาย อายุ 23 ปี
ภาควิชา เทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 2 ต่อเนื่อง
3. น.ส. มารีนี คีอมอง
เพศ หญิง อายุ 23 ปี
ภาควิชา เทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 2 ต่อเนื่อง
4. น.ส.จุไรรัตน์ เทพพิพิธ
เพศ หญิง อายุ 24 ปี
ภาควิชา เทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 2 ต่อเนื่อง
5. น.ส.กรรณิกา วิบูลย์พัฒนาพฤกษ์
เพศ หญิง อายุ 19 ปี
ภาควิชา บริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 1
6. น.ส.จันทร์เพ็ญ โกลกลทองดี
เพศ หญิง อายุ 19 ปี
ภาควิชา เทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 1
7. นายกองผจญ ทรงศรี
เพศ ชาย อายุ 23 ปี
ภาควิชา เทคโนโลยีการผลิตพืช คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 2 ต่อเนื่อง
8. นายนพรัตน์ ทอสุข
เพศ ชาย อายุ 23 ปี
ภาควิชา เทคโนโลยีการผลิตพืช คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 2 ต่อเนื่อง
9. น.ส.เขวาลักษณ์ บุญเลิศ
เพศ หญิง อายุ 23 ปี
ภาควิชา เทคโนโลยีการผลิตพืช คณะเทคโนโลยีการเกษตรชั้นปีที่ 2 ต่อเนื่อง
10. น.ส.รัชฎาภรณ์ คลอดเพ็ง
เพศ หญิง อายุ 24 ปี
ภาควิชา ทดสอบและวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อ _____ นามสกุล _____ เพศ _____ อายุ _____

คณะ _____ ภาควิชา _____ ชั้นปี _____

แบบทดสอบประเมินลักษณะความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน Pre-test

จงใส่เครื่องหมายถูกหน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้อง หรือใส่เครื่องหมายผิดหน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าผิด

- 1. กล้วยไม้สกุลตีนโครเขี้ยว หรือสกุลหวายเป็นสกุลที่มีการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับสกุลอื่น ๆ
- 2. คัทลียา ควีน สิริกิต เป็นพันธุ์ที่ให้ดอกสีเหลืองล้วน
- 3. ตูกตาเด่นระบำ หรือสกุลออนชิวเดียม ดอกส่วนมากจะมีสีเหลือง หรือพื้นเหลืองลายน้ำตาล
- 4. สกุลอะเรคนิสหรือสกุลแมงปอ เป็นพันธุ์ที่นำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย
- 5. คริสตินเป็นพันธุ์กล้วยไม้ที่สามารถปลูกเลี้ยงลงแปลงได้ เนื่องจากมีลำต้นที่ตั้งตรงและช่อดอกยาว จะให้ดอกสีส้มแดง
- 6. พื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ที่สำคัญส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดทางภาคเหนือเนื่องจากสภาพภูมิอากาศเหมาะสม
- 7. ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ทั้งสิ้น 10,620 ไร่ ผลิตรวมกล้วยไม้ได้ประมาณ 19,800 ตัน
- 8. จากการศึกษาตลาดขายส่งดอกกล้วยไม้ในประเทศไทยพบว่าผู้ปลูกเลี้ยงส่วนใหญ่มักจะจำหน่ายดอกกล้วยไม้ให้แก่บริษัทส่งออกมากกว่าการจำหน่ายภายในประเทศ
- 9. ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาคือมาเลเซีย
- 10. การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในปัจจุบันมี 2 ช่องทาง คือ พ่อค้าส่งออกผ่านตัวแทนจำหน่าย และพ่อค้าส่งออกจะส่งโดยตรง
- 11. ประเทศญี่ปุ่นคือประเทศที่นำเข้าดอกกล้วยไม้รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย
- 12. ประเทศสิงคโปร์และเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญทางด้านการค้ากล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทย
- 13. ปัจจุบันปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ
- 14. ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น 2-3 ปีข้างหน้าจะลดลง เนื่องจากมาตรฐานของดอกไม้ตรงต่อความต้องการและคุณภาพดอกกล้วยไม้ต่ำลง
- 15. ประเทศพม่า เป็นอีกประเทศหนึ่ง que เริ่มมีการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อ _____ นามสกุล _____ เพศ _____ อายุ _____
 คณะ _____ ภาค _____ ชั้นปี _____

แบบทดสอบประเมินลักษณะความเหมาะสมในการนำไปใช้งาน Post-test

จงใส่เครื่องหมายถูกหน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้อง หรือใส่เครื่องหมายผิดหน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าผิด

- 1. พื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ที่สำคัญส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดทางภาคเหนือเนื่องจากสภาพภูมิอากาศเหมาะสม
- 2. ประเทศญี่ปุ่นคือประเทศที่นำเข้าดอกกล้วยไม้รายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย
- 3. ประเทศพม่า เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีเริ่มมีการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย
- 4. ประเทศสิงคโปร์และเวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญทางด้านการค้ากล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทย
- 5. กล้วยไม้สกุลเด่น โครเบียม หรือสกุลหวายเป็นสกุลที่มีการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับสกุลอื่น ๆ
- 6. ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ทั้งสิ้น 10,620 ไร่ ผลิตดอกกล้วยไม้ได้ประมาณ 19,800 ตัน
- 7. ตูกตาเด่นระบำ หรือสกุลออนซิเดียม ดอกส่วนมากจะมีสีเหลือง หรือพื้นเหลืองลายน้ำตาล
- 8. ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาคือมาเลเซีย
- 9. จากการศึกษาตลาดขายส่งดอกกล้วยไม้ในประเทศไทยพบว่าผู้ปลูกเลี้ยงส่วนใหญ่มักจะจำหน่ายดอกกล้วยไม้ให้แก่บริษัทส่งออกมากกว่าการจำหน่ายภายในประเทศ
- 10. คริสตินเป็นพันธุ์กล้วยไม้ที่สามารถปลูกเลี้ยงลงแปลงได้ เนื่องจากมีลำต้นที่ตั้งตรงและช่อดอกยาว จะให้ดอกสีส้มแดง
- 11. คัทลียา ควีน สิริกิต เป็นพันธุ์ที่ให้ดอกสีเหลืองล้วน
- 12. การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในปัจจุบันมี 2 ช่องทาง คือ พอค้าส่งออกผ่านตัวแทนจำหน่าย และพอค้าส่งออกจะส่งโดยตรง
- 13. สกุลอะแรคนิสหรือสกุลแมงปอ เป็นพันธุ์ที่นำเข้ามาจากประเทศมาเลเซีย
- 14. ปัจจุบันปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ
- 15. ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่น 2-3 ปีข้างหน้าจะลดลง เนื่องจากมาตรฐานของดอกไม้ตรงต่อความต้องการและคุณภาพดอกกล้วยไม้ต่ำลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวกที่ 3
รายชื่อผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้สดของไทย ปี 2539

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
1	บริษัทบางกอกกรีน จำกัด	42 หมู่ 6 พุทธมณฑลสาย 4 ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จ.นครปฐม	3917852
2	บริษัทเอ็กซ์เซลออร์กิด จำกัด	63/3 ซ.เพชรเกษม 63 ถ.เพชรเกษม แขวงหลักสอง เขตหนองแขม ก.ท.ม.	4131311
3	บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด	34/19 หมู่ 7 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม ก.ท.ม.	
4	บริษัทฟายน์ ออร์กิด จำกัด	63/3 หมู่ 1 ถ.เพชรเกษม แขวงหลักสอง เขตหนองแขม ก.ท.ม.	4556974
5	บริษัท เออร์มาร์ฟลอร่า จำกัด	153/3 หมู่ 1 ถ.ปิ่นเกล้า-นครชัย- ศรี แขวงทวีวัฒนา เขตตลิ่งชัน ก.ท.ม.	4419858
6	บริษัท ซอนเนี่ยคอสมอส จำกัด	63/3 ซ.เพชรเกษม 63 ถ.เพชรเกษม แขวงหลักสอง เขตหนองแขม ก.ท.ม.	
7	บริษัท ซิคเซสส์ฟลาวเวอร์ จำกัด	121/106 หมู่ 9 ถ.รามอินทรา แขวงคันนายาว เขตบึงกุ่ม ก.ท.ม.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ปีที่จัดทำมีที่ตกเบลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
8	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์วิศวกรรม จำกัด	36 ซ.เย็นจิตร ถ. จันทร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร ก.ท.ม.	
9	บริษัทยูเซนฟลาวเวอร์(ประเทศ-ไทย) จำกัด	163 อาคารไทยสมุทรพาณิชย์- ประกันภัย ชั้น 11 แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก ก.ท.ม.	2351076
10	บริษัท สยามอโรนี จำกัด	355/9 ซ.อ่อนนุช ถ.สุขุมวิท แขวงสวนหลวง เขตประเวศ ก.ท.ม.	2372306
11	บริษัททางกอกอรรคิต จำกัด	63/3 หมู่ 1 ซ.วัดม่วง ถ.เพชร- เกษม แขวงหลักสอง เขตหนองแขม ก.ท.ม.	8016402-7
12	บริษัทเอเชียฟลาวเวอร์จำกัด	64/6-13 หมู่ 5 แขวงราษฎร์บูรณะ ก.ท.ม.	
13	บริษัทสยามฟลอริคัลเจอร์ จำกัด	70/8 หมู่ 8 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จ.นครปฐม	4277401
14	บริษัทซีดี ออรรคิต จำกัด	143 หมู่ 6 ถ.เลียบคลองภาษีฝั่งเหนือ ต.สวนหลวง อ.กระทุ่มแบน จ. สมุทรสาคร	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
15	บริษัท ออคิตเฮาส์ จำกัด	3/1 หมู่ 4 ถ.เพชรหึง ต.บางกอบัว อ.พระปะแดง จ.สมุทรปราการ	4419858
16	บริษัท เอส.ที.ฟลอเร็กซ์ จำกัด	69/25 หมู่ 8 ซ.เพชรเกษม 81 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม ก.ท.ม.	4293188
17	บริษัท เคลลาคอร์เปอร์เรชั่น จำกัด	65/63 อาคารชำนาญพิเศษ- เนสเซนเตอร์ ชั้น 6 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง ก.ท.ม.	2454555
18	บริษัท ซี.พี. ไคมอนด์สตาร์ จำกัด	47/32-33 ซ.เย็นจิตร ถ.จันทร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร ก.ท.ม.	
19	บริษัท อี.อี.เอ็นเตอร์เทรค จำกัด	34/19 หมู่ 1 ถ.เพชรเกษม แขวงบางไผ่ เขตภาษีเจริญ ก.ท.ม.	
20	บริษัท ไทยอินเตอร์ฟลอร่า จำกัด	19 อาคารจตุทิศแมนชั่น ห้อง 19/93 ชั้น 7 แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี ก.ท.ม.	
21	บริษัท โอเรียนต์บลูม จำกัด	97 หมู่ 9 ต.ไร่จิง อ.สาม- พราน จ.นครปฐม	034-321166

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
22	บริษัท กรีน เอ็มไพร์ จำกัด	42 หมู่ 6 ถ.พุทธมณฑลสาย 4 ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จ.นครปฐม	
23	บริษัททรอปิคอล ฟลอรา (ประเทศไทย) จำกัด	38/9 หมู่ 13 ซ.โชคชัย 4 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว ก.ท.ม.	
24	หจก. ออคิดสุปรีม	175/19 ซ.รองเมือง 4 ถ.รองเมือง เขตปทุมวัน ก.ท.ม.	
25	บริษัท เฟิสท์ ออร์คิด จำกัด	496/3 ถ.นพมาศ ถ. พราณนก แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย ก.ท.ม.	
26	บริษัท ออร์คิดเม็กซ์ (ออมนอย) จำกัด	60/1-60 หมู่ 2 ต.ออมนอย อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร	
27	บริษัทไทยเกรทฟลาวเวอร์ จำกัด	39/1 หมู่ 13 ถ.เลียบคลองทวี- วัฒนา แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตตลิ่งชัน ก.ท.ม.	4419585
28	บริษัท สยามออดีดิน จำกัด	39 หมู่ 5 ต.บางกอบัว อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	4610720
29	บริษัทสยามฟลาวเวอร์ 1985 จำกัด	3 หมู่ 1 ถ.สุขาภิบาล ซ.อิม้ประยูร 4133079 แขวงบางแค เขตภาษีเจริญ ก.ท.ม.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
30	บริษัท เนชั่นวาย อินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์วิสเอ็นไอซี จำกัด	29/21 ซ.อินทมระ 26 ถ.สุทธสาร- วินิจฉัย แขวงดินแดง เขตห้วยขวาง ก.ท.ม.	
31	บริษัท สวัสดิ์ ฟลอราห์ จำกัด	405/31 หมู่ 2 ถ.สุขุมวิท 93 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กทม.	7410586
32	บริษัท เจ็ท เฟรช ไทยแลนด์ จำกัด	254/1 ถ.รัชดาภิเษก แขวงห้วย- ขวาง เขตห้วยขวาง กทม.	2741470-77
33	บริษัท เบสท์ ออฟโฟร์ ออร์คิด จำกัด	27 หมู่ 5 แขวงท่าข้าม เขตบางขุน- เทียน กทม.	
34	บริษัท ลุยส์ออร์คิด จำกัด 34/19	หมู่ 17 ถ.เพชรเกษม แขวง- หนองค้างพลู เขตหนองแขม กทม.	
35	บริษัท ขวัญมงคลเจริญออร์คิด จำกัด	278 หมู่ 3 ถ.พุทธบูชา แขวงบาง- มด เขตราชบุรีบูรณะ กทม.	4263568-70
36	บริษัท เวิลด์ออร์คิด จำกัด	55/15 หมู่ 3 ซ.ชูลีงท์ ถ.เพชร- เกษม แขวงบางแค เขตภาษีเจริญ กทม.	4131635
37	บริษัทสยามออร์คิด (1992) จำกัด	3/2 หมู่ 4 ต.บางกอบัว อ.พระ- ปะแดง จ.สมุทรปราการ กทม.	4610664

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
38	บริษัท กล้วยไม้ไทย จำกัด	73/4 หมู่ 3 ถ.พุทธบูชา แขวงบางมด เขตราชบุรี รณะ กทม.	4263429
39	บริษัท เฟิสต์ ฟลอร่า อินเตอร์- เนชั่นเนล จำกัด	9/7 หมู่ 5 ถ.ศรีนครินทร์ ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ	
40	บริษัท เดอะออคิดสยาม จำกัด	34 หมู่ 10 ถ. เพชรหิัง ต.บางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	4610664
41	บริษัท ดัชเชส ฟลอร่า จำกัด	30/4 หมู่ 4 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.บางกระทีก อ.สามพราน จ.นครปฐม	
42	บริษัท ชันอินเตอร์เนชั่นเนล ฟลาวเวอร์ จำกัด	3843/2 ถ.พระราม 3 แขวงบาง- โคลง เขตบางคอแหลม กทม.	2893110
43	บริษัท กอบปรีชา เซ็กปอร์ต จำกัด	22/1 หมู่ 13 ถ.สาย 4 แขวงศาลา- ธรรมนพนิต เขตตลิ่งชัน ผทม.	4410351
44	บริษัท ยูนิรัตปอร์ต- อินเจอร์เมเนียม จำกัด	808/66-67 หมู่ 8 ถ.พหลโยธิน ต.คองคา อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี	
45	บริษัท ซุปเปอร์วัน อินเตอร์คอร์ท- เปอเรชั่น จำกัด	68/8-9 หมู่ 4 ถ.เพชรเกษม แขวงบางแค เขตภาษีเจริญ กทม.	4552596-9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
46	บริษัท ที.ดี.เอ็ม.คอมพานี ออคิแค จำกัด	313/87 หมู่ 2 แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กทม.	
47	บริษัท เฮอร์คอท อินเตอร์เนชั่น- เนล จำกัด	507/438 ถ.สาธุประดิษฐ์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กทม.	2102904-5
48	บริษัท ออคิดการ์เดนส์ จำกัด	24 หมู่ 5 ต.บางกอบัว อ.พระปะแดง จ. สมุทรปราการ	8150548
49	บริษัท จี.จี.ดี. เทรดดิ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด	26/1 หมู่ 3 ถ.เพชรเกษม แขวงหลักสอง เขตหนองแขม กทม.	
50	บริษัท ยูไนเต็ดไทยบางกอก จำกัด	240 ถ.ราชวิถี แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กทม.	4548031
51	บริษัท บลู ออคิด จำกัด	6/5 หมู่ 2 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม.	
52	หจก. ออคิดส์ดีส	54 หมู่ 6 ถ.เพชรเกษม แขวงบางไผ่ เขตภาษีเจริญ กทม.	4211939
53	บริษัท ยูไนเต็ดททรานสปอร์ต- เตชั่น จำกัด	204/9-10 ถ.สุรวงศ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กทม.	
54	บริษัท 29 ฟลอรา จำกัด	39 หมู่ 5 ต.บางกอบัว อ.พระปะ- แดง จ.สมุทรปราการ	4610223

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้บระโษชนต์เเนการค้ำ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
55	บริษัท แกรน ยูไนเต็ด เทรคดิ้ง จำกัด	19/135 ซ.สน.ท่าข้าม ถ.พระ- ราม 2 แขวงสามตำ เขตบางขุนเทียน กทม.	
56	บริษัทเอเลเฟ้นท์ จำกัด	140/11 ซ.เพชรบุรี 8 ถ.เพชรบุรี แขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กทม.	
57	บริษัท บางกอกอินไทม์แมกซ์ จำกัด	54/14-15 หมู่ 2 แขวงคลองขวาง เขตภาษีเจริญ กทม. 10160	4123287
58	บริษัท ออคิเม็กซ์ (อ้อมใหญ่) จำกัด	34/19 หมู่ 7 แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กทม.	
59	บริษัท สหเจริญซัพพลายส์ จำกัด	47/32-33 ซ.เย็นจิตร ถ.จันทร์ แขวงทุ่ง- วัดดอน เขตสาทร กทม.	
60	หจก. บางกอก ฮานา	54 หมู่ 6 ถ.สายบางแรก แขวงบางไผ่ เขตภาษีเจริญ กทม.	4211939
61	บริษัท ภัทรา ออร์คิด จำกัด	39/1 หมู่ 13 ถ.เลียบคลองทวี- วัฒนา แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตตลิ่งชัน กทม.	4219337
62	บริษัท เอช.ซี. ออคิด คอร์- เปอร์เรชั่น	64 หมู่ 1 ถ.วงแหวน แขวงบางไผ่ เขตภาษีเจริญ กทม.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
63	บริษัท คีอาร์ไทยอินเตอร์เทรด จำกัด	25/19 หมู่ 10 ถ.สุขาภิบาล 1 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.	5103829
64	หจก.ชัยมงคลเจริญออร์คิดส์	271 หมู่ 3 ถ.ชนบุรี-ปากท่อ ช.พุทธบูชา แขวงบางมด เขตราษฎร์บูรณะ กทม.	
65	บริษัท เอส.พี.เอ. กรุ๊ป จำกัด	60/17 หมู่ 2 ถ.สายบางแวก แขวงคลองขวาง เขตภาษีเจริญ กทม.	
66	หจก. เกรซ ออคิดส์	23/1 หมู่ 3 แขวงบางมด เขตราษฎร์- บูรณะ กทม.	
67	บริษัท ไทยออกคิดแอนด์ฟาร์ม จำกัด	36 หมู่ 13 ต.บางกอบัว อ.พระ- ปะแดง จ.สมุทรปราการ	8150549
68	บริษัท สายทิพย์ ฟลาวเวอร์ จำกัด	144/2 ซ.สายทิพย์ ถ.สุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กทม.	3112820
69	หจก. ไทย-ฟอเร็กซ์ การ์เด็น	49/1 หมู่ 3 ต.หนองตำลึง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	
70	บริษัท อาร์.ที ออคิดส์ จำกัด	259 หมู่ 3 แขวงบางมด เขตราษฎร์บูรณะ กทม.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
71	หจก.ชัยเจริญผล ออร์คิดส์	273/1 หมู่ 3 ซ.พุทธบูชา ถ.ธนบุรี-ปากท่อ แขวงบางมด เขตราษฎร์บูรณะ กทม.	
72	บริษัท บางกอก คอสโม จำกัด	204/101 หมู่ 6 ถ.พัฒนาการ แขวงประเวศ เขตประเวศ กทม.	3213913
73	บริษัท ที.ซี.สยาม จำกัด	19 อาคารจุลดิศแมนชั้น ห้องที่ 19/93 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงถนนพญาไท กทม.	
74	ไพบูรณ์ บุญชู ออร์คิด	44/9 หมู่ 5 แจ่งวัฒนะ ต.สีกัน เขตดอนเมือง กทม.	
75	บริษัท เอเชียน ฟรุท จำกัด	42 ซ.รามคำแหง 44 ถ.รามคำ- แหง หัวหมาก เขตบางกะปิ กทม.	2531569
76	หจก. แอคเชส ฟลาวเวอร์	277 หมู่ 4 ซ.สุขสวัสดิ์ 52 ถ.สุขสวัสดิ์ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กทม.	
77	บริษัท ไทยซิ่ง ทรอปิค- ออปส์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด	101/7-8 ถ.กำแพงเพชร แขวงลาดยาว เขตบางเขน กทม.	2794167

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
78	หจก.แอกเซส ฟลาวเวอร์	277 หมู่ 4 ซ.สุขสวัสดิ์ 52 ถ.สุขสวัสดิ์ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กทม.	
79	สวนกล้วยไม้เกษมบุญชู	109/3 ซ.พหลโยธิน ซอย 13 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กทม.	
80	หจก.ประยูร ออคิดส์	363 ซ.เสนานิคม 1 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม.	
81	บริษัท 3 เอฟ เอ็กโซติก จำกัด	56/9 ถ.กำแพงเพชร ซ.ท่ากลาง แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กทม.	
82	บริษัท คาลเบอร์สัน (ประเทศ- ไทย) จำกัด	135 ต.อาจณรงค์ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม.	2402841-25
83	บริษัท คันเนอโร จำกัด	25 ซ.ลาดพร้าว 90 ถ.ลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ กทม.	5301091
84	บริษัท ออร์คิด อาร์อีส จำกัด	46/45 หมู่ 12 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ไร่จิง อ.สามพราน จ.นครปฐม	
85	บริษัท แปซิฟิก ฟรุตส์ แอนด์ ฟลาวเวอร์ จำกัด	437/12 ซ.พหลโยธิน 35 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว จตุจักร กทม.	5110129

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้มิได้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
86	บริษัท กรุปแอร์คาร์โก้ จำกัด	1/118 อาคารนิรันดรคอนโดมิเนียม ชั้น 5 แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.	
87	บริษัท รอยัล เฟรท เอ็กซ์- แพรส จำกัด	160/158-159 อาคารไอทีเอฟ ชั้น 12 แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กทม.	
88	บริษัท ทีซี อินเตอร์ เร็กซ์ จำกัด	88 ถ.ลาดพร้าว ซ.ลาดพร้าว 113 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กทม.	3731245
89	บริษัท ออมนิฟลาวเวอร์ จำกัด	259 หมู่ 9 ถ.เพชรเกษม แขวงหลักสอง เขตหนองแขม กทม.	
90	บริษัท อินเตอร์เฟรท ซิสเต็ม จำกัด	216 ถ.นางลิ้นจี่ แขวงชองนนท์ เขตยานนาวา กทม.	
91	หจก.จิวเวลรี่ ศรีเอชัน	216/3 ตรอกสะพานยาว ถ.เจริญ- กรุง แขวงสีพระยา เขตบางรัก กทม.	2335383
92	หจก.จี.อี.เครื่องหนัง	491/22 ซ.เพชรเกษม 4 ถ.เพชรเกษม แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กทม.	4662825
93	บ.ฮาโตริ อินเตอร์โปรดักต์ จำกัด	อาคารศรีวิราแมนชั่น อาคาร 1 ชั้น 10 แขวงดินแดง เขตดินแดง กทม.	2746834

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
94	บริษัท อภิสราเทรคคิง จำกัด	428/90 ถ.พิษณุโลก แขวงสี่แยก- มหานาค เขตคูสิต กทม.	
95	บริษัท ชันเทคเทรคคิง จำกัด	372/2 ซ.รัตนพรหมณ์ ถ.สุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กทม.	3228110-1
96	บริษัท สวงวน เอ็กพอร์ต จำกัด	222/32 หมู่ 6 แขวงตลาดบางเขน เขตดอนเมือง กทม.	
97	บริษัท ฟาร์อีสต์ ฟลอร่า จำกัด	30/20 หมู่ 13 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม.	
98	บริษัท ฟรีเม็กซ์ เวิลด์ไวด์ จำกัด	76-78 ซ.ลาดพร้าว 93 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กทม.	
99	หจก. เวิลด์ไวด์ เฟรชฟรุทส์ เซ็นเตอร์	1515,1517 ถ.พระราม 6 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กทม.	2520091
100	บริษัท เฟิสท์เฟรท จำกัด	3/8 หมู่ 3 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตดอนเมือง กทม.	5661493
101	หจก.ฟรีอินเตอร์ซัพพลายส์	74 ถ.จักรเพชร แขวงวังบูรพา- ภิรมย์ เขตพระนคร กทม.	2214523

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
102	บริษัท เอส.เอ.เทรคดิงแอน- เอ็กซ์พอร์ต จำกัด	20 หมู่ 3 ถ.สรงประภา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.	
103	หจก.วิรัช ออร์ชี่เคย์ ฟาร์ม	211 ถ.ราชเทวี แขวงสวนจิตร- ลดา เขตดุสิต กทม.	2414340
104	บริษัท ไอทีซี (ประเทศไทย) จำกัด	160 ดิ๊กไอทีเอฟ ห้อง 375 ชั้น 19 ถ.สีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กทม.	
105	บริษัท ชานียามา สยาม จำกัด	1704 วอลล์สตรีททาวเวอร์ ชั้น 17 แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กทม.	
106	บ. แมส ทรานสปอร์ต เอ็กซ์เพรส จำกัด	1091/187 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตพญาไท กทม.	2548552
107	บริษัท เซ็งเกอร์ (ไทย) จำกัด	3683 ถ.พระราม 4 แขวงคลอง- เตย เขตคลองเตย กทม.	2597640-51
108	สวนกล้วยไม้กุหลตนา	39/6 หมู่ 6 ถ.นางวประชาพัฒนา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.	5655462-5
109	บริษัทไทย ออร์คิดส์ แล็บ จำกัด	100/116 หมู่ 9 ถ.รามอินทรา แขวงจรัญเขี้ยว เขตลาดพร้าว กทม.	4290312

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
110	บริษัท สวนเจริญเทรดดิ้ง จำกัด	8/6 ถ.กรุงเกษม แขวงวัดสามพระยา เขตพระนคร กทม.	
111	บริษัท โปรเฟสชั่น อิมเม็กซ์ จำกัด	1313 ถ.เจริญกรุง แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กทม.	
112	บริษัท ซีรียัล ห่องเย็น จำกัด	80/1 หมู่ 1 ถ.ธรรมคุณากร ต.บางหญ้าแพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร	
113	ร้านซิลเวอร์สตาร์อะแควเรียม	67/69 หมู่ 5 ซ.หมู่บ้านโน แขวงบางจาก เขตพระโขนง กทม.	
114	บริษัท เฟรช เวจเทเบิล จำกัด	797/98 ซ.สุทธิพร ถ.ประชาสงค์เคราะห์ แขวงดินแดง เขตห้วยขวาง กทม.	
115	บริษัท กิวพี เอส อินเทอร์เน็ต- เนล อะควอดิกส์ จำกัด	99/401 หมู่ 9 บางนา-ตราด ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	3127254
116	บริษัท ทรานสปิค จำกัด	3360/6-8 ซ.มโนรม ถ.พระ- ราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.	2499001-10
117	บริษัท เอ็มพีไอ-เนโอ จำกัด	29/6 หมู่ 2 ต.บางน้ำจืด อ.เมือง จ.สมุทรสาคร	034-426070

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
118	โคลเบลเอ็กซ์เพรส เซ็นเตอร์ จำกัด	116 ถ.สุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม.	
119	หจก.อุดมออร์กิสต์	65 ถ.รามอินทรา แขวงคัน- นายาว เขตบางกะปิ กทม.	5109241
120	บริษัท พี.ที.แอร์ कार์ โก จำกัด	201/685 หมู่ 7 แขวงตลาดบาง- เขน เขตดอนเมือง กทม.	5522844
121	หจก.ทองหล่ออภิศ	77/3 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	5734686
122	บริษัท อะแควีททิด พลานเซ็น- เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	314/284 หมู่ 3 ถ.สรงประภา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.	
123	บริษัท วัส-อินโหม เอ็กซ์เพรส จำกัด	19/7 ถ.เจริญเวียง แขวงสีลม เขตบางรัก กทม.	
124	บริษัท สยามนิสทรานส์ จำกัด	3656/69-72 อาคารกรีฑาเวอร ชั้น 21 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.	2179985
125	หจก.สมพงษ์อควาเรียม	23/1 ซ.สยามมิตร (58) ถ.สุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กทม.	
126	บริษัท ชิเบียร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด	57/36-35 ถ.วิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กทม.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
127	บริษัท ที.เค.เอส.(ประเทศไทย) จำกัด	464 ถ.สุทธิสารวินิจฉัย แขวงดินแดง เขตห้วยขวาง กทม.	2779099
128	บี แลน เนเซอร์รี่	69/46 หมู่ 1 ต.บ้านใหม่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	5839686
129	ชินไนน์ อะควิติก	1595/3 ซ.เจริญนคร 39 แขวงบางลำภูกลาง เขตคลองสาน กทม.	
130	บริษัท ซิตีเท็กซ์ อินเตอร์ไพรส์ จำกัด	469/37-38 ซ.วัดจันทร์ใน ถ.พระราม 3 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กทม.	
131	หจก. กรรสูต ซัพพลาย	63/2 หมู่ 2 แขวงบางแคเหนือ เขตภาษีเจริญ กทม.	4540809
132	บริษัท ละเอียด ออร์คิด กรุ๊ป จำกัด	37/29 หมู่ 4 แขวงสีกัน เขตดอน- เมือง กทม.	2793593
133	บริษัท ทรีออฟฟิคัลกราฟท์ จำกัด	14/227 ถ.ราชวิถี-นครชัยศรี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กทม.	4350893
134	ว. โรจนดารา	416 หมู่ 3 แขวงบางแคเหนือ เขตภาษีเจริญ กทม.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
135	บริษัท ซีรอสเทล อาหารทะเล จำกัด	80 หมู่ 1 ถ.ธรรมคุณเถระ ต.บางหญ้า- แพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร	
136	บริษัท พีชส์ทีศ จำกัด	1032/220 ซ.ร่วมศิริมิตร ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตบางเขน กทม.	
137	ศักดิ์ศรีเนอเซอริออคิอเรียน- เซ็นเตอร์อควาเรียม	35 ถ.พระราม 5 ซ.สุจิริต 1 แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กทม.	
138	บริษัท ออลเวิร์ลฟลาวเวอร์ จำกัด	392/48 ถ.มหาราช แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กทม.	
139	บริษัท บลูสกายอินเตอร์เนชัน- เนลแอร์เซอร์วิส จำกัด	80/3 สุขุมวิท 1 รื่นฤดี แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม.	2555511
140	บริษัท เอ็มเอสเอสเอส คาร์โก้ อินเตอร์เนชันแนลไทย จำกัด	96 หมู่ 7 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตดอนเมือง กทม.	
141	บริษัท นาคูแทรล (ประเทศไทย) จำกัด	3366/5 ชั้น 5 อาคารแทรฟฟิค ถ.พระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.	2499502
142	บริษัท ดีไซน์ กลาสติก จำกัด	4/1 ถ.เค โข แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กทม.	2338897

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
143	บริษัท ยู เค. แฟมิลี่ จำกัด	645/162 หมู่ 5 ถ.สุภาภิบาล แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.	2458248
144	บริษัท เซนแอร์เซอร์วิส จำกัด	61/5 ถ.สุขุมวิท 26 แขวงคลอง- ตัน เขตคลองเตย กทม.	2588984
145	หจก. ไว.เอ็ม.เทรดดิ้ง	28/18 หมู่ 8 ซ.77/1 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กทม.	
146	บริษัท เซนจูรี เฟรทพอร์เวิร์ด จำกัด	5 ซ.มหาวงศ์ใต้ ถ.อโศกดินแดง แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กทม.	2480363-66
147	หจก. ไวท์ เกรน อควีเรียม	853 ถ.บรรทัดทอง แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กทม.	2143838
148	บริษัท คอมเรด แอนด์ คอล จำกัด	38/20 ซ.สาธุประดิษฐ์ 6 ถ.สาธุประดิษฐ์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กทม.	
149	บริษัท เน็คไทสยาม อินเตอร์- เทรด จำกัด	711-3 ซ.สุขุมวิท 22 ถ.พระ- ราม 4 แขวงคลองตัน เขตพระโขนง กทม.	2591397-8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
150	บริษัท แอร์โร อินเตอร์เนชั่น- เนล จำกัด	888/10-11 ถ.เพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10500	2533761
151	บริษัท โกลเด้น เอ็กชอติกส์ จำกัด	161/418-419 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตดอนเมือง กทม.	533556
152	บริษัท ภูมินทร์ อินเตอร์เนชั่น- เนล แอร์คาร์โก้ จำกัด	52/13 หมู่ 1 ถ.สรงประสาธ แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.	5663141
153	บริษัท ท็อปเท็น อินเตอร์เทค จำกัด	1111 หมู่ 4 ถ.เทพารักษ์ ต.เทพารักษ์ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ	
154	บริษัท สอร์ทไทย จำกัด	71/12 ซ.พงษ์คำริ 3 ถ.งามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กทม.	
155	บริษัท มินิแบไทย จำกัด (สาขา 1)	1 หมู่ 7 ถ.พหลโยธิน ต.เขียงรากน้อย อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา	035-361152
156	บริษัท บุญมีอินเตอร์เนชั่นเนล จำกัด	600/775 หมู่ 14 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี	9921210

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
157	บริษัท กาญจนา ออกิด จำกัด	372 ซ.เฉลิมสุข ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตบางเขน กทม.	
158	บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นเนล ฟรุทส์	154/64 หมู่ 5 ต.บางกรวย อ.บางกรวย จ.นนทบุรี	4240988
159	บริษัท คันทรี ออกิดส์ จำกัด	7/18 หมู่ 7 ต.บางเขน อ.เมือง จ.นนทบุรี	
160	บริษัท ฟงหลังพัฒนา จำกัด	69/60 ถ.พญาไท แขวงพญาไท เขตราชเทวี กทม.	2529807
161	บริษัท ไชมอน ลู จำกัด	4/1568 หมู่ 4 ถ.สุขาภิบาล 2 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.	5653864
162	บริษัท ธนบุรีผลไม้ จำกัด	4/1568 หมู่ 4 ซ.สุขสวัสดิ์ 7 แขวงบางปะกอก เขตราษฎร์บูรณะ กทม.	
163	บริษัท ไทยเวลด์ อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต จำกัด	517 ถ.พระราม 3 แขวงบาง- โพรงพาง เขตยานนาวา กทม.	29401781
164	บริษัท พิสิทธิ์ชัยอินเทอร์เน็ตชั่น- แนล จำกัด	13/11 หมู่ 2 ต.คูเวียง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี	4356044

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
165	บริษัท จงเหลือยง (บางกอก) เทรคดิ่ง จำกัด	757 ถ.ทรงวาด แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กทม.	2253253
166	บริษัท เกษตรอิมพอร์ตเอ็กซ์- พอร์ต	56/18 ซ.ท่ากลาง ถ.จักรเพชร แขวงบูรพา เขตพระนคร กทม.	2257855
167	บริษัท ซี จี เอ็ม สยาม จำกัด	617/1-2 ถ.สุขุมวิท ซ.สุขุมวิท 50 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กทม.	3330363
168	บริษัท แพนเอเชียฟู้ตแวร์ จำกัด (มหาชน)	507 หมู่ 11 ถ.สุขาภิบาล 8 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี	3181132-3
170	บริษัท ไทยเอ็มสินค้าออก จำกัด	31 ซ.พุทธไอสถ ถ.เจริญกรุง แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กทม.	2663559
171	หจก.วัชรศักดิ์ เจริญผล ออคิตส์	4/1 หมู่ 3 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม.	4211300
172	หจก. สีนเทียง อินเตอร์เนชั่น- เนล	163/6 ตรอกวัดเสาวคนธ์ ถ.ปิ่นเกล้า แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กทม.	2714646

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
173	บริษัท ทีเพค เอ็นเทอไพรซ์ จำกัด	1035/12 อาคาร 71 สปอร์ตคลับ- ชั้น 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.	3915000
174	บริษัท โปรเทคท์ อินเตอร์เนชั่นแนล เอ็กซ์เพรส จำกัด	9 ถ.สุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม.	3712383
175	หจก.กรุงเทพการค้าและส่งออก 1993	612/25 ถ.อรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางกอกน้อย กทม.	4338918
176	บริษัท แทรฟฟิค เอ็กซ์เพรส จำกัด	3656/22-23 อาคารกรีนทาวเวอร์ ชั้น 8 ถ.พระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กทม.	3673222
177	หจก.พงษ์สิทธิ์ ออแกไนซ์	139 ซ.ลาดพร้าว 94 ถ.ลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ กทม.	
178	หจก.ออเธอร์ไรเซอร์ เทคดิง	2197/4 ถ.ลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ กทม.	
179	ลักซ์วารี คาร์โก้ จำกัด	645/47 ถ.เพชรบุรี แขวงพญาไท แขวงพญาไท กทม.	2553745
180	หจก.สุขเกษม แอร์ ซี เฟรท	310/1268 หมู่ 3 ถ.เอกชัย แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.	4159075

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
181	หจก. ชัชวาล อิมพอร์ต เอ็ก- พอร์ต แอนด์แพ็คเกจจิ้ง	126/239 หมู่ 3 ถ.เอกชัย แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กทม.	4159075
182	บริษัท วี.อาร์.สทกิจ จำกัด	137/16 หมู่ 9 ซ.เพชรเกษม 91 ต.สวนหลวง อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร	
183	บริษัท เอ็กแซคท์ วิล จำกัด	209/4 หมู่ 10 แขวงหลักสอง เขตหนองแขม กทม.	4217436
184	บริษัท อูยเงิน เทรคคิง จำกัด	164/1 หมู่ 1 ถ.เพชรเกษม แขวงบางไผ่ เขตภาษีเจริญ กทม.	
185	บริษัท บี.บี กรุ๊ปส์ เทรคคิง จำกัด	1001 ถ.สามเสน แขวงถนนรัชชบุรี เขตดุสิต กทม.	2434731
186	บริษัท เฟื่อง ฟิน อะควอเรียม- แอนด์ เทรคคิง จำกัด	4/14,9 หมู่บ้านเสรีอ่อนนุช ถ.สุขุมวิท 77 แขวงประเวศ เขตประเวศ กทม.	3215567
187	บริษัท โปรเฟรท ฟอว์เวอร์เคอร์ จำกัด	2308/18 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม.	
188	บริษัท สวิฟท์ไทม์ อิมพอร์ต- เอ็กซ์พอร์ต จำกัด	272 หมู่ 3 ต.บางพูน อ.เมือง จ.ปทุมธานี	6563908

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
189	บริษัท เฮาส์ออฟโอเรียนเตล- โปรดักส์ จำกัด	39/252 ซ.อมรวิวัฒน์ ถ.สุขาภิบาล 1 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.	
190	บริษัท โรเด่นสต็อก (ประเทศ- ไทย) จำกัด	203 นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กทม.	
191	บริษัท ฟลอราฟรุท จำกัด	109/58 ถ.จรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กทม.	
192	บริษัท สยาม ฟลาวเวอร์ แล็บ จำกัด	308 อาคารมานะสัมพันธ์ ถ.สีลม แขวงสุริยวงส์ เขตบางรัก กทม.	
193	บริษัท เอกวาแคร์ จำกัด	79/20 หมู่ 2 อาคารยูนิตบี 4 ชั้น 4 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กทม.	
194	บริษัท อายู ยาสูบ (ประเทศ- ไทย) จำกัด	38 ถนนเรศ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กทม.	
195	หจก. เอ็ม.เอ.ที.อิมพอร์ต-42 เอ็กซ์พอร์ต	อาคารส่งเสริมเงินทุนไทย ถ.สุรวงศ์ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กทม.	2370795
196	บริษัท วี.อาร์ เทคคิง กรุ๊ป จำกัด	357-359 ถ.เจริญเมือง แขวงวัง- ใหม่ เขตปทุมวัน กทม.	2140007

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

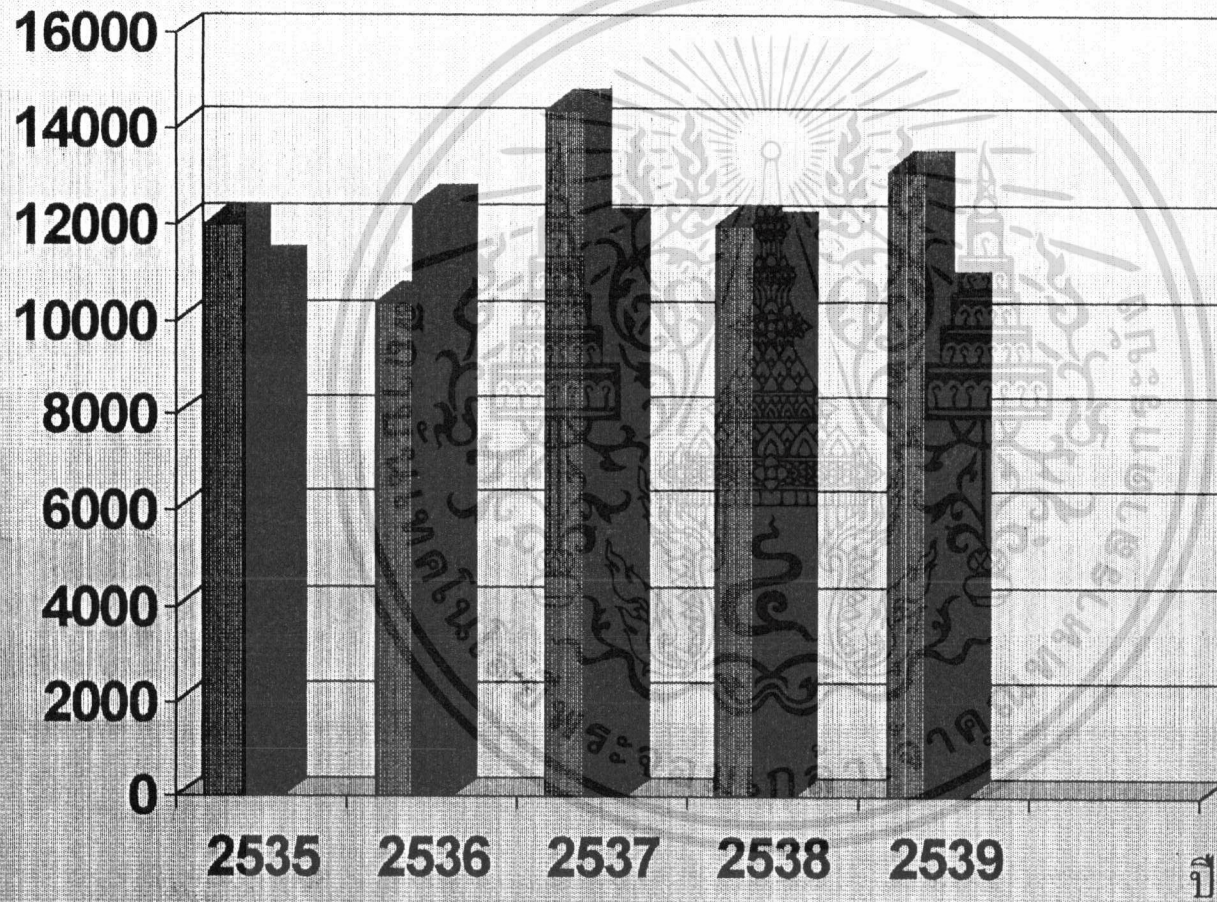
ลำดับที่	รายชื่อ	ที่อยู่	เบอร์โทรศัพท์
197	บริษัท แนนริคอนมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	30 ถ.ราชินี แขวงพระบรมมहा-ราชวัง เขตพระนคร กทม.	2217853
198	บริษัท ไทย เจ อี ที จำกัด	338/2 เชียงสะพานกรุงเทพ ถ.เจริญกรุง แขวงบางคอกแหลม เขตบางคอกแหลม กทม.	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่ปลูกกล้วยไม้และผลผลิต ปี 2535-2539

ปริมาณ



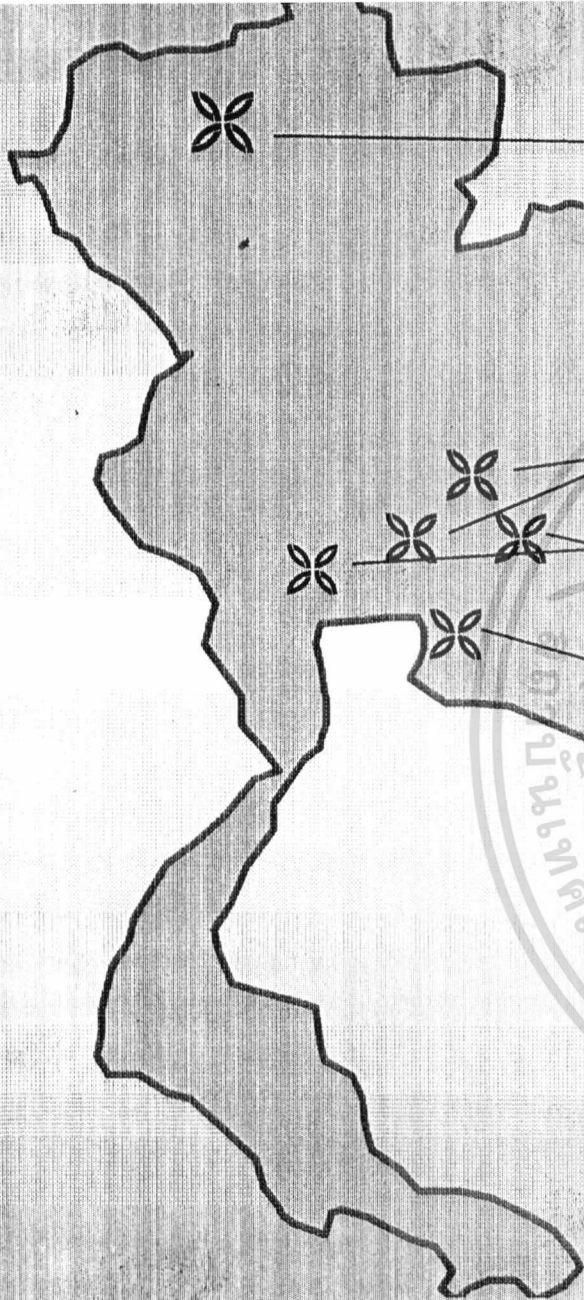
พื้นที่ปลูก (ไร่)
ผลผลิต (ตัน)

ภาพอนุโลมลิขสิทธิ์จาก สไลด์

ภาคผนวกที่ 4

พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ปี 2535 - 2539

ปี	พื้นที่ปลูก (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)
2535	12,000	11,142
2536	10,400	12,375
2537	14,412	11,897
2538	12,000	11,049
2539	13,117	10,620



❁ เชียงใหม่ 17 ไร่

❁ กรุงเทพฯ 4,488 ไร่

❁ ปทุมธานี 318 ไร่

❁ นครปฐม 4,145 ไร่

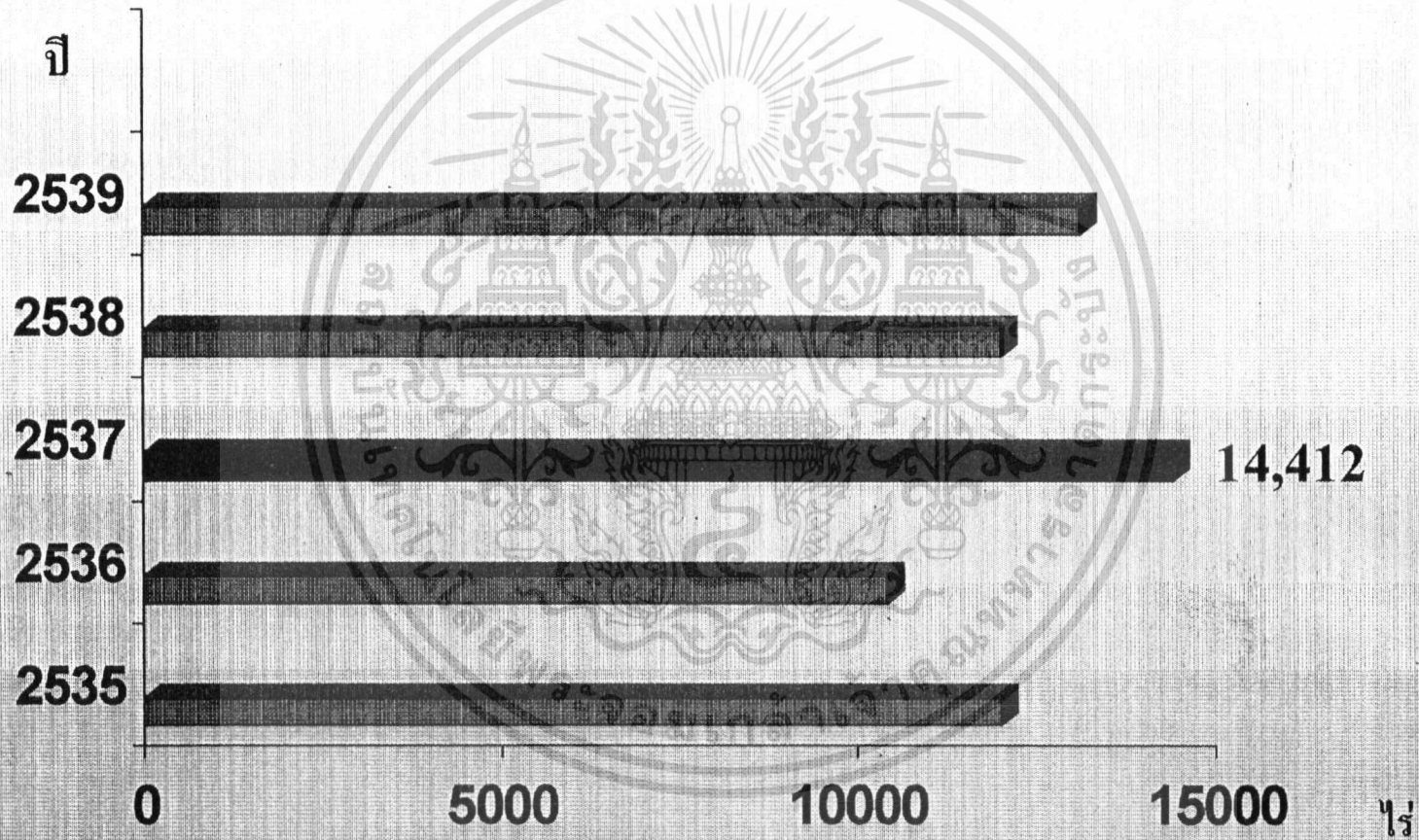
❁ นนทบุรี 367 ไร่

❁ สมุทรสาคร 2,912 ไร่

❁ จังหวัดอื่น ๆ

พื้นที่จังหวัดที่ผลิตกล้วยไม้ ปี 2539
พื้นที่รวม 13,117 ไร่

พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ปี 2535-2539



มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ ปี 2536 - 2540

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศ ปี	2536	2537	2538	2539	2540
ญี่ปุ่น	432.9	447.1	437.9	362.1	247.3
สหรัฐอเมริกา	60.9	71.3	67.7	62.4	54.7
อิตาลี	82.4	90.2	76.3	73.1	50.3
ไต้หวัน	23.2	26.4	36.9	37.2	27.7
เยอรมนี	38.6	40.0	40.8	29.2	15.2

แนวโน้มการนำเข้าดอกกล้วยไม้ของไทย ปี 2536 - 2540

