



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
 ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

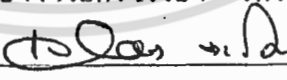
เรื่อง
 การบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
 Thai Cut National Orchids Packaging for Exportation

ของ
 นางสาวศรรัตน์ พลนากพงศ์
 ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
 วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
 เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2533

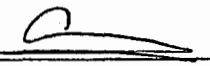
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 21 / 2 / 33
 (อาจารย์ศรีจรรยา เกร์อวีระพันธ์)

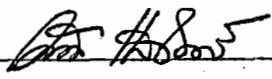
กรรมการปัญหาพิเศษ

 21 / 2 / 33
 (อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพมทอง)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 23 / 2 / 33
 (ผศ.อมรศรี ตันพิพัฒน์)

หัวหน้าภาควิชา

 13 / 2 / 33
 (อาจารย์อานวย แสงโนรี)

พ.ท.

(๙๙๖๙๓)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



13936

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง



T097836

การบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
Thai Cut National Orchids Packaging for Exportation



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ป.พ.

พ.ศ. 2532

๗๖๙ก

2532

เลขหมู่..... 97836

เลขทะเบียน.....

วันเดือนปี... - 5 JUN 2003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
โดย : นางสาวสุภารัตน์ พลุมากพงศ์
ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)
สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : ศิริจรรยา เกรือวริยะพันธ์ , ๑1 / 2 / ๖๖
(ศิริจรรยา เกรือวริยะพันธ์)

กล้วยไม้ เป็นพืชเศรษฐกิจที่หารายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าจะมีปัญหาในเรื่องที่ระวางไม้เพียงพอ และคุณภาพของดอกกล้วยไม้ลดลงมากเมื่อเทียบกับระยะเวลา 5-6 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับการบรรจุหีบห่อของบริษัทผู้ส่งออกบางรายยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันกล้วยไม้เริ่มได้รับความสนใจจากบุคคลหลายๆฝ่ายมากขึ้น ทั้งรัฐบาลและเอกชน โดยในส่วนของรัฐบาลได้กำหนดกล้วยไม้ให้ เป็นพืชหนึ่งในกลุ่มพืชความหวังใหม่ที่เร่งรัดการส่งออกโดยระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2534) สำหรับส่วนของเอกชนคือบริษัทผู้ส่งออกเริ่มให้ความสนใจกับการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้กันมากขึ้น โดยจะเห็นว่านับจากอดีตถึงปัจจุบัน การบรรจุหีบห่อได้มีการพัฒนาขึ้นมาก และการที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติดังกล่าว จะบรรลุจุดมุ่งหมายมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความร่วมมือส่งเสริมและสนับสนุนจากทุกๆฝ่าย ทั้งรัฐบาลและเอกชนอย่างจริงจังและถูกต้องตรงจุด ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจของโลกในอนาคต รวมทั้งการพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในเรื่องนี้ เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออก ภาชนะบรรจุดอกกล้วยไม้หลักๆ ซึ่งรวมถึงขนาดที่นิยมใช้ ข้อดีข้อเสียของภาชนะบรรจุนี้ๆ ขั้นตอนการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ ตลอดจนแนวทางการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆในกระบวนการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก และ เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหานี้ๆ รวมทั้งการศึกษาก็

การขนส่งดอกกล้วยไม้ส่งออกจากเกษตรกรถึงผู้ส่งออก และการขนส่งจากเกษตรกรถึงผู้รับ
ในต่างประเทศ

วิธีการศึกษา ใช้ข้อมูลแบบทุติยภูมิจากห้องสมุดของสถาบันและหน่วยงานต่างๆทั้ง
จากรัฐบาลและเอกชน และข้อมูลแบบปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ส่งออกจำนวน 15
บริษัท ในจำนวนบริษัทส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมด 30 บริษัท โดยใช้คำถามที่มีการเตรียม
เค้าโครงไว้ล่วงหน้าเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ และใช้วิธีวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ภาวะบรรจุหลักที่ใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้ คือ สาสี
หลอดพลาสติก กุญ/แผ่นพลาสติก และกล่องกระดาษลูกฟูก โดยขนาดที่นิยมใช้ของภาวะ
บรรจุหลักแต่ละตัวของบริษัทผู้ส่งออกแต่ละรายจะแตกต่างกันไป ทั้งจำนวนขนาดที่ใช้และ
ขนาดที่นิยมใช้ โดยมีข้อดีและข้อเสียของภาวะบรรจุหลักแต่ละตัวที่แตกต่างกัน สำหรับขั้น
ตอนการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ ในที่นี้จะยึดวิธีการบรรจุหีบห่อของบริษัทส่งออกขนาดใหญ่
เนื่องจากมีการพัฒนามาก่อน และมีการบรรจุหีบห่อคู่แข่งจะสมบูรณ์แบบ และครบวงจร
อยู่มากเป็นหลัก สำหรับขั้นตอนด้านการหีบห่อของผู้ส่งออกส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงร้อยละ 20-30
ของต้นทุนการส่งออกทั้งหมด และราคาภาวะบรรจุโดยเฉลี่ยมักจะขึ้นปีละประมาณร้อยละ
2-5 ส่วนปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาการบรรจุดอกกล้วยไม้แน่นเกินไป
ทำให้ดอกกล้วยไม้สูญเสียคุณภาพได้ง่าย และอายุการใช้งานสั้นกว่าที่ควรจะเป็น ปัญหา
อื่นได้แก่ การบรรจุดอกกล้วยไม้ผิดประเภท การบรรจุดอกกล้วยไม้ที่ยังมีความชื้นอยู่มาก
การไม่มีห้องเย็นสำหรับการเก็บรักษาทั้งก่อนและหลังการบรรจุ และห้องเย็นสำหรับการ
บรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกขนาดเล็ก โดยแนวทางแก้ไขคือการบรรจุดอกกล้วยไม้
ในปริมาณที่พอเหมาะ ไม่มากหรือน้อยเกินไป การตรวจสอบหีบห่อของผู้ส่งออกโดยการสุ่ม
ตัวอย่างบางส่วน เพื่อตรวจสอบว่ามีปัญหาหรือไม่ ก่อนการขนส่งไปยังลูกค้าในต่างประเทศ
การจัดดอกกล้วยไม้ให้สวยก่อนการบรรจุ การบรรจุจำนวนดอกกล้วยไม้ให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของประเทศลูกค้า การผลิตภาวะบรรจุให้ได้มาตรฐานของผู้ผลิตภาวะบรรจุและผู้
ส่งออกควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาวะบรรจุมากกว่าความสำคัญของราคา และ
แนวทางพัฒนาด้านการบรรจุหีบห่อในสวนของผู้ส่งออกคือ ควรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของ
ภาวะบรรจุอยู่เสมอ โดยต้นทุนไม่สูงไปกว่าเดิม การพัฒนากล่องนอกหรือกล่องเพื่อการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนส่ง ซึ่งผู้ซื้อเห็นเป็นสิ่งแรก การให้โอกาสลูกค้าได้ออกแบบภาชนะบรรจุตามที่ลูกค้าต้องการ ในส่วนของนักวิจัยและนักวิชาการ ควรพัฒนากล่องกระดาษลูกฟูกทั้งด้านรูปแบบและคุณภาพให้สอดคล้องกับชนิดของดอกกล้วยไม้ ออกแบบภาชนะบรรจุที่สามารถบรรจุดอกกล้วยไม้ได้มาก และเสียหายน้อยที่สุด ประกอบกับให้มีความทนทานและสวยงาม การศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้ย้ายยุดอายุ การพัฒนารูปแบบการให้หน้าดอกกล้วยไม้ระหว่างการขนส่งทางอากาศที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ในส่วนของรัฐบาล ควรออกกฎหมายควบคุมผู้ผลิตภาชนะบรรจุแต่ละชนิดซึ่งมีจำนวนน้อย ไม่ให้ผูกขาดทางด้านราคา และให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพให้มากยิ่งขึ้น และให้ความรู้ด้านการบรรจุหีบห่อ เพื่อรักษาคุณภาพดอกกล้วยไม้ให้อยู่ในสภาพดีเมื่อส่งถึงมือผู้มาเข้า ส่วนเรื่องการขนส่งดอกกล้วยไม้ จากเกษตรกรถึงผู้ส่งออกทำได้หลายทาง ได้แก่ ทางเรือ ทางรถยนต์ซึ่งควรติดเครื่องปรับอากาศ ส่วนการขนส่งจากผู้ส่งออกไปยังลูกค้าในต่างประเทศทำได้เพียงทางเดียว คือทางเครื่องบิน โดยค่าขนส่งทางอากาศเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-10 ปัญหาสำคัญที่สุดด้านการขนส่งดอกกล้วยไม้คือ ที่ระวางบนเครื่องบินมีจำกัด ซึ่งอาจแก้ไขโดยเสนอให้รัฐบาลเพิ่มเที่ยวบินสำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ โดยเฉพาะในฤดูกาลส่งออกซึ่งอยู่ในช่วงประมาณเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์

จากการศึกษาในเรื่องนี้ มีข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาการบรรจุหีบห่อดังนี้ ในส่วนของผู้ส่งออก ควรพัฒนากล่องให้เป็นที่แข็งแรงทนทานเพื่อการจำหน่ายมากขึ้น กล่าวคือผู้บริโภคในต่างประเทศสามารถซื้อดอกกล้วยไม้พร้อมกล่องได้เลย โดยผู้ขายไม่ต้องแกะกล่องเพื่อบรรจุใหม่ ซึ่งสะดวกทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยเพิ่มต้นทุนด้านการบรรจุอีกเพียงเล็กน้อย และควรสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับดอกกล้วยไม้ที่ผลิตและส่งจากประเทศไทย กล่าวคือ พยายามสร้างความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiation) ในสายตาของผู้ซื้อ ด้วยวิธีการบรรจุหีบห่อที่แตกต่างไปจากเดิมตามรสนิยมของประเทศลูกค้า และเทศกาลต่างๆ เช่น คริสต์มาส วันปีใหม่ และวันวาเลนไทน์ เป็นต้น และนอกจากนี้การบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้จากประเทศไทยควรมีลักษณะ เฉพาะตัว หรือมีเอกลักษณ์แสดงความเป็นไทย ซึ่งชาติอื่นไม่มีและไม่สามารถเลียนแบบได้ รวมทั้งสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้า เมื่อลูกค้าเห็นดอกกล้วยไม้ตั้งแต่กล่องบรรจุภายนอก ก็สามารถทราบได้ทันทีว่า เป็นดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย โดยผู้ส่งออกควรมีการวางแผนที่ตัวอย่างรัดกุม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อจะได้ครองตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

การรวมกลุ่มของบริษัทผู้ส่งออกกับสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยอย่าง เหนียวแน่น เพื่อลด
ข้อเสียเปรียบ และสร้างอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าในต่างประเทศ ในส่วนของนักวิจัย
และนักวิชาการควรมีการศึกษาและค้นคว้าในเรื่องการบรรจุแบบแห้งกันอย่างจริงจังมากขึ้น
ซึ่งในอนาคตอันใกล้ อาจเป็นวิธีการบรรจุที่เข้ามาแทนการบรรจุแบบเปียกที่ใช้อยู่ในขณะนี้
ในส่วนของรัฐบาลควรให้ความสนับสนุนศูนย์บรรจุหีบห่อไทย ซึ่งสังกัดสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ในด้านงบประมาณการศึกษาวิจัยด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับไม้
ตัดดอก โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้อย่างเต็มที่ เพื่อช่วยพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ให้
สามารถสู้ประเทศคู่แข่งได้ และมีมาตรฐานทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศ
ญี่ปุ่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น อันมีส่วนช่วยสนับสนุนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่ 6 ที่ได้เร่งรัดการส่งออกดอกกล้วยไม้ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ให้สม
กับการได้รับการยกย่องว่าเป็นแหล่งผลิตกล้วยไม้ เมืองร้อนที่สำคัญที่สุดของโลกแห่งหนึ่ง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยาม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ ต้องผ่านอุปสรรคนานาประการ ทำให้ข้าพเจ้าเป็นหนี้บุญคุณบุคคลต่างๆมากมาย เหนือสิ่งอื่นใด ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาของข้าพเจ้าอย่างบริสุทธิ์ใจ สำหรับทุกสิ่งทุกอย่างที่ท่านได้กรุณาอบให้แก่ข้าพเจ้าตลอดมาโดยไม่เคยมีวันหยุด ท่านต่อมาคือ อาจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษของข้าพเจ้าที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง ตลอดจนกรุณาตรวจทานต้นฉบับปัญหาพิเศษของข้าพเจ้าให้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และด้วยความกรุณาจากท่านอาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง และท่านผศ.อมรศรี ตัมพพิพัฒน์ กรรมการปัญหาพิเศษ ทั้ง 2 ท่านของข้าพเจ้า ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในด้านคำแนะนำที่มีประโยชน์ต่างๆ อาทิ แหล่งหาข้อมูล ชี้ข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนได้กรุณาตรวจทานต้นฉบับปัญหาพิเศษของข้าพเจ้า ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นอีก ซึ่งข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอย่างสูงต่อท่านอาจารย์ทั้ง 3 ท่านมา ณ ที่นี้ด้วย และอีกท่านที่ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและความเป็นกันเองอย่างยิ่ง คือ ท่านศาสตราจารย์ระพี สาคริก ผู้ได้กรุณาให้โอกาสข้าพเจ้าได้พูดคุยและซักถามปัญหาต่างๆ และได้กรุณาอบหนังสือเกี่ยวกับกล้วยไม้หลายเล่มอันเป็นประโยชน์มาก ท่านต่อมาคือพี่สุหนต์ ข้าพญาติเกิด รุ่นพี่ศิษย์เก่าภาคพืชฯ เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร ฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับและพืชสมุนไพร ที่ได้ให้ความร่วมมือด้านข้อมูลเป็นอย่างดี ขอขอบคุณบริษัทส่งออกกล้วยไม้ทุกบริษัท ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้สัมภาษณ์ข้อมูลต่างๆด้วยดี อันเป็นประโยชน์โดยตรงต่อปัญหาพิเศษของข้าพเจ้า ขอขอบคุณเพื่อนๆและน้องๆที่ให้ความช่วยเหลือและคอยถามถึงปัญหาพิเศษอยู่เสมอๆ

ท้ายสุดขอขอบคุณ คุณชาโน ผดุงญาติ สำหรับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และกำลังใจเสมอมา หากมีผิดพลาดประการใดในปัญหาพิเศษฉบับนี้ ผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุตารัตน์ พสุนาถพงศ์

มกราคม 2533

	สารบัญ	(1)
		หน้า
สารบัญตาราง		(4)
สารบัญภาพ		(6)
บทที่ 1 บทนำ		1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา		1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา		4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ		4
ขอบเขตของการศึกษา		5
นิยามศัพท์		5
การตรวจเอกสาร		7
วิธีการศึกษา		10
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี		12
โครงสร้างผู้ส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทย		12
วิธีการตลาดกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก		13
ลักษณะของการซื้อขายกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก		18
ต้นทุนในการดำเนินการส่งออกดอกกล้วยไม้สด		18
ความเคลื่อนไหวของราคาส่งออก		19
การส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกไปตลาดต่างประเทศ		23
ตลาดต่างประเทศที่สำคัญและวิธีการจัดจำหน่าย		30
ประเทศคู่แข่งชั้นที่สำคัญ		44
พิธีการในการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก		46
ปัญหาในการส่งออกดอกกล้วยไม้สด		47
การส่งเสริมการส่งออกดอกกล้วยไม้และนโยบายของรัฐด้านการส่งออก		50
สู่ทางการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของไทยในอนาคต		54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 ผลการศึกษา	60
ความสำคัญของการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก	60
ภาชนะบรรจุกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก	62
ภาชนะบรรจุหลักที่ใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้	62
ขนาดของภาชนะบรรจุที่นิยมใช้	64
ข้อดีและข้อเสียของภาชนะบรรจุดอกกล้วยไม้ส่งออก	70
การบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก	73
การปฏิบัติต่อดอกกล้วยไม้ภายหลังการตัดดอกก่อนการบรรจุหีบห่อ	73
ขั้นตอนการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก	76
ต้นทุนด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สด	79
ปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้และแนวทางแก้ไข	80
ปัญหาด้านภาชนะบรรจุ	80
ปัญหาด้านวิธีการบรรจุหีบห่อ	81
แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อ	82
แนวทางพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สด	83
ในส่วนของผู้ส่งออก	83
ในส่วนของนักวิจัยและนักวิชาการ	84
ในส่วนของรัฐบาล	85
การขนส่งดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก	85
การขนส่งดอกกล้วยไม้จากเกษตรกรถึงผู้ส่งออก	85
การขนส่งดอกกล้วยไม้จากผู้ส่งออกถึงผู้รับในต่างประเทศ	86
ค่าขนส่งทางอากาศ	87
ปัญหาด้านการขนส่งดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก	89
แนวทางแก้ปัญหากการขนส่งดอกกล้วยไม้ส่งออก	91

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	92
สรุป	92
ข้อเสนอแนะ	96
เอกสารอ้างอิง	100
ภาคผนวก	
ก. นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับไม้ตัดดอก	103
ข. สถาบัน/องค์กรกับหน้าที่ความรับผิดชอบ	107
ค. ตารางผนวก	110
ง. การใช้เฝ้าฯ Preservative Solution ในการปรับปรุงคุณภาพ ของดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก	113

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สัดส่วนของชนิดดอกกล้วยไม้ที่ส่งออก	3
2	ต้นทุนในการดำเนินการส่งออกดอกกล้วยไม้ในฤดูหนาวและฤดูฝน	19
3	แสดงราคาส่งออกดอกกล้วยไม้สด ณ ท่าเรือกรุงเทพ ฯ ปี พ.ศ. 2526 - 2530	21
4	แสดงราคาดอกกล้วยไม้สดที่ผู้ส่งออกได้รับซื้อปี พ.ศ. 2530 จำแนกเป็นรายเดือนและรายพันธุ์	22
5	เปรียบเทียบปริมาณการผลิตและการส่งออกดอกกล้วยไม้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 - 2531	24
6	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้สดแยกตามประเทศผู้นำเข้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 - 2531	31
7	ปริมาณและมูลค่าดอกกล้วยไม้สดส่งออก ปี พ.ศ. 2521 - 2531	55
8	การนำเข้าไม้ตัดดอกของตลาดต่างประเทศปี พ.ศ. 2529	56
9	ขนาดของหลอดพลาสติกที่บริษัทผู้ส่งออกฯนิยมใช้	66
10	ขนาดของกล่องกระดาษลูกฟูกที่บริษัทผู้ส่งออกฯนิยมใช้	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	เปรียบเทียบขนาดของกล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้ในการขนส่งดอกไม้ภายในประเทศ และที่ส่งไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ	69
12	อัตราค่าขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยัง เมืองสำคัญ ๆ	88

ตารางผนวกที่

1	มูลค่าการส่งออกของดอกไม้จากประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2520-2531	111
2	ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการจำหน่ายดอกกล้วยไม้ไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	112



สารบัญภาพ

ภาพที่	ภาพ	หน้า
1	วิธีการตลาดดอกกล้วยไม้สด	14
2	แผนผังแสดงการส่งออกกล้วยไม้ไทยไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ	16
3	แสดงวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศญี่ปุ่น	37
4	แสดงวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศอิตาลี	39
5	แสดงวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	41
6	แสดงวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศสหรัฐอเมริกา	42
7	แสดงวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศเนเธอร์แลนด์	43
ภาพผนวกที่		
1	แสดงโครงการส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออก ปี พ.ศ. 2529-2534	106

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

กล้วยไม้ เป็นไม้ตัดดอกซึ่งปัจจุบันเป็นที่ข เศรษฐกิจที่หารายได้ให้แก่ประ เทศไทย จากการส่งออกปีละหลายร้อยล้านบาท ดังนั้น การปลูกกล้วย ไม้ตัดดอกจึง เป็นอาชีพใหม่ของ เกษตรกร เนื่องจากเริ่มปลูกเป็นการค้าอย่างจริงจัง เมื่อประมาณ 20 กว่าปีมานี้ และนับวันจะทวีความสำคัญมากขึ้น เพราะ เป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการมาก ในขณะที่มีผู้ผลิต รายใหญ่อยู่เพียงไม่กี่ราย ซึ่งผู้ส่งออกที่ใหญ่ที่สุดในขณะนี้มีเพียง 3 ราย คือ สิงคโปร์ ฮาวาย และไทย จากการสำรวจของกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่าประเทศไทยมีพื้นที่ ผลิตกล้วยไม้ทั่วประเทศประมาณ 10,800 ไร่ ซึ่งคิดเป็นพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ประมาณ 22.7 เฮกตาร์ เซนต์ ของพื้นที่ผลิตไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดในประเทศ ซึ่งเท่ากับ 47,500 ไร่ แหล่งผลิตที่สำคัญได้แก่กรุงเทพมหานคร (เขตคลองชั้น หนองแขม ภาษีเจริญ) นครปฐม (อำเภอสามพราน อำเภอนครชัยศรี) สมุทรสาคร (อำเภอบ้านแพ้ว อำเภอกะทู้มแบน) นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และแหล่งอื่นๆที่กระจายตามภาคต่างๆของประเทศ ได้แก่ เชียงใหม่ นครสวรรค์ หนองคาย และอุบลราชธานี เป็นต้น (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531:4)

ประเทศไทยมีการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับไปจำหน่ายต่างประเทศปีละ 500 ถึง 700 ล้านบาท โดยเฉลี่ยมีมูลค่าการส่งออกในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 1.4 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของโลก ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 50,000 ล้านบาท (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531:1) หรือนับเป็นอันดับ 8 ของประเทศผู้ส่งออก โดยมีประเทศเนเธอร์แลนด์เป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ประเทศไทยส่งออกมากที่สุดคือ ดอกกล้วยไม้ ส่งออกคิดเป็นร้อยละ 90 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับต่างๆ ตลาดที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้บุ่ให้เขาเข้าได้อย่าง

เสรีและให้สิทธิพิเศษ จีเอสพี 1 แก่ประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งไทย โดยยกเว้นภาษีนำเข้า ส่วนตลาดอื่นๆ รองลงมาได้แก่ เยอรมันตะวันตก อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สวีเดน ฝรั่งเศส ฯลฯ กัญญาไม้ที่ผลิตเพื่อการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นกัญญาไม้สกุลหวาย ประมาณร้อยละ 70 ที่เหลืออีกร้อยละ 30 เป็นสกุลอื่นๆ เช่น คริสตินและแมกกีวี โกลเดน ชาวเออร์ แวนด้า ฯลฯ (ตารางที่ 1) และสถานการณ์การส่งออกโดยทั่วไปของกัญญาไม้ ตัดดอก มีแนวโน้มว่าจะมีการส่งออกเพิ่มขึ้น ประกอบกับเนเธอร์แลนด์ซึ่ง เป็นผู้ผลิตสำคัญ ประสพกับปัญหาต้นทุนการผลิตสูงขึ้น จนมีผลกระทบให้ต้องนำเข้าดอกไม้อีกจากต่างประเทศ เพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ากุหลาบ คาร์เนชั่น เบญจมาศ และดอกกัญญาไม้จาก ประเทศต่างๆรวมทั้งไทย นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ให้ความสำคัญต่อไม้ดอกและไม้ประดับ ให้ เป็นพืชหนึ่งในกลุ่มพืชความหวังใหม่ที่มีโอกาสขยายการผลิตเพื่อขาย จึงได้กำหนดให้มีการ ส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกไว้ในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) โดยจะ เน้นการส่งเสริมการผลิตดอกกัญญาไม้เพื่อการส่งออก เป็นอันดับแรก

ปัญหาในการผลิตและการส่งออกที่สำคัญ คือคุณภาพของดอกกัญญาไม้ลดต่ำลงมาก ขาดความหลากหลายของพันธุ์ ไม่มีการรับรองพันธุ์ ปริมาณผลผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการ ของตลาด การบรรจุหีบห่อ และการขนส่งของบริษัทผู้ส่งออกบางราย ไม่ได้มาตรฐาน และ ปัญหาที่ระวาง เครื่องบินไม่เพียงพอ เนื่องจากดอกกัญญาไม้เป็นสินค้าสดที่ต้องถึงมือผู้ใช้ใน ลักษณะที่ยังคงความสดชื่นและสวยงาม การรักษาสภาพของดอกไม้คงอยู่ในสภาพเดิมจึง เป็น สิ่งสำคัญ การบรรจุหีบห่อตลอดจนการขนส่งต้องกระทำอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ถึงมือผู้ใช้เร็ว ที่สุด และการขนส่งที่สะดวกรวดเร็วที่สุดของผู้ส่งออกดอกกัญญาไม้คือ ทาง เครื่องบิน ฉะนั้น การบรรจุหีบห่อจึงมีความสำคัญต่อการรักษาสภาพดอกกัญญาไม้ให้สวยงามเป็นอย่างมาก ถ้า

1 GSP มาจากคำว่า Generalized System of Preferences เป็นการ ช่วยเหลือในรูปภาษีศุลกากรแก่สินค้าส่งออกจากประเทศกำลังพัฒนา หรือที่เรียกกันว่าระบบ การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร เป็นการทั่วไป เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ กำลังพัฒนาให้สามารถส่งสินค้าออกไปขายในประเทศพัฒนาแล้วที่ให้สิทธิดังกล่าว (บุญฤทธิ์ มีมะโน, 2531 : น.29)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากการบรรจุหีบห่อไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ อาจจะทำให้ดอกกล้วยไม้เกิดความเสียหายได้ นอกจากนี้ ดอกกล้วยไม้แต่ละชนิดยังมีวิธีการบรรจุหีบห่อที่ใช้ความประณีตต่างกันอย่างอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการตัดดอกกล้วยไม้ออกจากต้นแล้ว ขั้นตอนที่จะต้องกระทำอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง ไปยังท่าอากาศยาน และส่งดอกกล้วยไม้ไปยังตลาดให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ ถ้าหากได้มีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้นอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการบรรจุหีบห่อที่ถูกต้องวิธีและมีความเหมาะสม ซึ่งจำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือ การส่งเสริมและการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งรัฐบาลและเอกชน ดอกกล้วยไม้สดซึ่งเป็นสินค้าออกที่สำคัญ 1 ใน 20 อันดับแรกของสินค้าเกษตรของประเทศไทยนั้นย่อมมีโอกาสส่งออกได้มากขึ้นอย่างแน่นอน และประเทศไทยยังอาจมีโอกาสที่จะก้าวไปถึงขั้นเป็นประเทศชั้นนำในการส่งออกดอกกล้วยไม้สดได้อีกด้วย

ตารางที่ 1 สัดส่วนของชนิดดอกกล้วยไม้ที่ส่งออก

ดอกกล้วยไม้	ปริมาณการส่งออก (%)
หวายปอมบาดัวร์	< 50
หวายขาวและหวายซีซาร์	10 - 11
หวายขาวดอกใหญ่ หวายชมพู และหวายยุกุตีวัน	3 - 4
คริสตินและแมกกีวี	1 - 2
โกลเดนชาวเออร์และหวายเหลือง	0.5 - 1.0
เจมส์สเตอร์ นอรา รอทไฮล์เดียน่า	
แอสโคเซ็นดา และแวนดาดอกใหญ่	< 0.5

ที่มา : (สรสิทธิ์, 2526 : 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงภาวะที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ ความสำคัญ ขั้นตอนการบรรจุ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอก เพื่อการส่งออกของประเทศไทยจากผู้ส่งออกถึงผู้รับในต่างประเทศ

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

3. เพื่อศึกษาถึงวิธีการขนส่งสำหรับกล้วยไม้ตัดดอก จากเกษตรกรถึงบริษัทผู้ส่งออก และจากผู้ส่งออกถึงลูกค้าในต่างประเทศทางเครื่องบิน ที่สามารถรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้ได้โดยปลอดภัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงข้อดีและข้อเสียของการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกในอดีตที่ผ่านมา

2. เพื่อใช้ผลการศึกษาช่วยในการพัฒนาการบรรจุหีบห่อให้เหมาะสม อันจะมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกต่อไปในอนาคต

3. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้ตรงจุดมากขึ้น

4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนและช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนของเกษตรกรและบุคคลทั่วไปที่สนใจจะดำเนินธุรกิจประเภทนี้

ขอบเขตของการศึกษา

เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สดเพื่อการส่งออก โดยทั่วไปที่ผลิตในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องภาชนะบรรจุที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ วิธีการบรรจุ ต้นทุนการบรรจุหีบห่อคิดเป็นร้อยละ เทียบกับต้นทุนการดำเนินการส่งออกทั้งหมด ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและแนวทางแก้ไข รวมทั้งแนวทางพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สดเพื่อการส่งออก ในทัศนคติของผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้สดในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงการขนส่งดอกกล้วยไม้สดเพื่อการส่งออกจากเกษตรกรถึงผู้ส่งออกและจากผู้ส่งออกถึงลูกค้าในตลาดประเทศที่สำคัญๆ คือ ตลาดเอเชีย ตลาดยุโรป และตลาดอเมริกาเหนือ โดยทางอากาศ

นิยามศัพท์

บุเก้ หรือ โบเก้ (Bouquet) หมายถึง ไม้กำ เป็นรูปแบบหนึ่งในการส่งออกดอกกล้วยไม้ โดยจะนำดอกกล้วยไม้ชนิดเดียวกันหรือไม้ก็ตตามหลายๆช่อมารวมกัน เป็นกำปกติบริษัทผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้จะมีคกาสละ 3 ช่อ โดยห่อรวมกับใบไม้อื่นๆ เช่น ใบเฟิร์น ยูพทีวัลย์ เป็นต้น ก่อนที่จะทำการให้หน้าและบรรจุหีบห่อต่อไป

กล่องบันเดิล (Bundle box) หมายถึง กล่องเพื่อการขนส่งใช้ในการบรรจุกล่องเล็กอีกทีหนึ่ง ช่วยในการรวบรวมกล่องเล็ก ทำให้สะดวกในการขนย้ายและการขนส่ง

คาร์โก (Cargo) หมายถึง สินค้าหรือคลังที่เก็บสินค้าไว้ก่อนส่งออก

คาร์ตัน (Carton) หมายถึง หีบห่อที่เป็นกระดาษ

คอนเทนเนอร์ (Container) หมายถึง ตู้ที่บรรจุสินค้าต่างๆเพื่อสะดวกต่อการขนส่ง หรืออำนวยความสะดวกในเรื่องการขนส่งต่างๆ สามารถยกและเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรง ทนทาน จึงช่วยป้องกันการสูญเสีหรือเสียหายของสินค้าได้อีกชั้นหนึ่ง

คอร์เสจ (Corsage) ที่นี้หมายถึง ที่ติดหน้าอกเสื้อซึ่งทำจากดอกกล้วยไม้ เป็นรูปแบบการส่งออกดอกกล้วยไม้แบบดอกเดี่ยว ดอกกล้วยไม้ที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้สกุลแคทรียา และสกุลหวาย

ค่าระวาง (Freight) ที่นี้หมายถึง ค่าขนส่งทางเครื่องบิน จากสนามบิน ณ ประเทศผู้ขายถึงสนามบิน ณ ประเทศผู้ซื้อ

การบรรจุหีบห่อ (Packaging , Packing) หมายถึง การใช้ภาชนะหรือวัสดุอย่างใดอย่างหนึ่งห่อหุ้ม คัดกรองสินค้า ในที่นี้คือ ดอกกล้วยไม้ เพื่อช่วยในการบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา และการจัดจำหน่าย ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการบริโภค และการส่งเสริมการขาย

โพลีเอทิลีน (Polyethylene) ในที่นี้หมายถึงถุงพลาสติกหรือแผ่นพลาสติก ใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้ส่งออก ทั้งรูปแบบไม้ซ่อและไม้กำ (บุเก้) ก่อนบรรจุลงกล่อง กระดาษขนาดเล็กและขนาดใหญ่ตามลำดับ

โพลีฟเลกซ์ (Polyflex) เป็นกระดาษแก้วชนิดหนึ่ง มีลักษณะมันเงาใส และย่นง่ายกว่าถุงพลาสติก มีคุณสมบัติพิเศษคือสามารถระบายอากาศได้ดี ใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้ชนิดไม้กำหรือบุเก้เท่านั้น

การพรีคูลลิ่ง (Precooling) เป็นขบวนการลดอุณหภูมิของดอกกล้วยไม้ที่ตัดมาจากเรือนปลูกหรือแปลงปลูก ซึ่งมีความร้อนในแปลงปลูกติดมาด้วย จะต้องรับลดอุณหภูมิของดอกกล้วยไม้ให้เหลือ 1-2 องศาเซลเซียส ภายในเวลา 1 ชั่วโมงหรือน้อยกว่า วิธีที่นิยมใช้และเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าวิธีอื่นๆ คือการอัดด้วยลมเย็น (forced air cooling)

การพัลซิ่ง (Pulsing) คือ วิธีการแช่ก้านดอกกล้วยไม้ในสารละลายเคมี เป็นระยะเวลาหนึ่ง ก่อนการเก็บรักษา ก่อนการขนส่ง และก่อนการใช้ประโยชน์

การบรรจุเปียก (Wet pack) คือ การบรรจุหีบห่อโดยดอกกล้วยไม้ได้รับน้ำขณะที่ทำการขนส่งไปยังต่างประเทศ ซึ่งสามารถทำได้ 2 วิธี วิธีแรกคือ การใช้สาลีชุบน้ำหุ้มที่ก้านช่อดอกกล้วยไม้ที่มัดก้า และหุ้มด้วยถุงพลาสติกขนาดเล็ก แล้วรัดด้วยหนังสติก ส่วนอีกวิธีหนึ่ง คือ การให้น้ำโดยใช้หลอดพลาสติกบรรจุน้ำที่มีฝาปิด

การตรวจเอกสาร

สุมาลี ศรีไพรัชไพศาล (2517) ได้ทำการศึกษาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ของบริษัททางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ พบว่าหลังจากที่ทางบริษัทได้รับดอกกล้วยไม้จากสมาชิกแล้ว จะทำการตัดขนาดของช่อ โดยแบ่งออกเป็น 2 ขนาดคือ ขนาดช่อยาว จะมีดอกบานไม่ต่ำกว่า 6 ดอก ดอกตูมไม่ต่ำกว่า 1 ดอก และขนาดช่อสั้น มีดอกบาน 4-5 ดอก ดอกตูมไม่ต่ำกว่า 1 ดอก หลังจากตัดขนาดแล้ว มีวิธีการปฏิบัติดังนี้

1. การให้น้ำ เพื่อให้ดอกกล้วยไม้มีน้ำหล่อเลี้ยงให้สดชื่นอยู่ตลอดเวลาที่ทำการขนส่ง แต่เดิมใช้สาลีชุบน้ำสะอาดหุ้มปลายก้านช่อดอก แล้วหุ้มด้วยถุงพลาสติกรัดด้วยหนังยาง ต่อมาเห็นว่าวิธีการเช่นนี้ไม่สะดวกและเสียเวลามากจึงได้เปลี่ยนมาใช้หลอดพลาสติกบรรจุน้ำแทน ผู้บรรจุสามารถเตรียมน้ำใส่หลอดไว้ได้ ก่อนที่ดอกไม้จะมาถึงบริษัท ช่วยทุ่นเวลาได้มาก ส่วนการใช้สารเคมีเพื่อช่วยยืดอายุเพื่อการส่งออก ยังไม่มีการใช้กับดอกกล้วยไม้ส่งออก

2. การบรรจุดอกกล้วยไม้ลงถุงพลาสติกที่เจาะรู เพื่อให้มีการถ่ายเทอากาศมีขนาด 27x8 นิ้ว จากนั้นปิดปากถุงด้วยเครื่องกดผนึก

3. การบรรจุลงกล่องกระดาษแข็ง ภายในบุด้วยเยื่อกระดาษสีขาว 2-3 ชั้น เมื่อบรรจุลงกล่องกระดาษแข็งเรียบร้อยแล้ว จะต้องปิดเยื่อกระดาษให้เรียบร้อยและผนึกกล่องด้วยกระดาษขาว และหุ้มรอยต่อทั้งหมดเพื่อช่วยกันการถ่ายเทของอากาศ

4. การบรรจุลงลังกระดาษ ภายในกล่องจะบุด้วยโฟมหนาประมาณ 1/2 นิ้วอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นหนึ่ง เพื่อป้องกันมิให้ดอกกล้วยไม้กระทบอากาศเย็นจัด ซึ่งอาจหาความเสียหายให้แก่ดอกกล้วยไม้ได้ หลังจากที่ทำการบรรจุหีบห่อเรียบร้อยแล้ว จึงขนย้ายไปยังท่าอากาศยานดอนเมือง เพื่อส่งไปพร้อมกับเที่ยวบินที่ต้องการ

ช.ณิฏฐ์ศิริ สุษสุวรรณ (2526) ได้ศึกษาทดลองในเรื่องแนวทางแก้ปัญหาคุณภาพของกล้วยไม้ตัดดอก จากผลการทดลองสรุปได้ว่า (1) การใช้สารละลายเคมีใช้ได้ผลดีสำหรับการส่งเสริมคุณภาพของกล้วยไม้พันธุ์หวายขาว (2) ถ้าใช้ในลักษณะการพ่นซึ่งควรใช้สารละลายเกลือเงิน 500 ppm + น้ำตาลทราย 10% + กรดซิตริก 150 ppm เป็นเวลา 2 ชั่วโมง ทันทีที่เก็บเกี่ยวดอกไม้จากสวน (3) ถ้าจะใช้ในลักษณะการเสียบก้านดอกในหลอดพลาสติกที่มีสารละลายเพื่อส่งต่างประเทศ ควรใช้สารละลายเกลือเงิน 50 ppm + น้ำตาลทรายขาว 10% + กรดซิตริก 150 ppm ผลการทดลองครั้งนี้ เป็นแนวทางในการช่วยแก้ปัญหาคุณภาพของกล้วยไม้ตัดดอกได้ แต่การจะใช้กล้วยไม้ชนิดใด ควรมีการทดลองศึกษากันก่อน เพราะดอกไม้แต่ละชนิดจะเหมาะสมกับสารละลายเคมีที่แตกต่างกัน ระยะเวลาการใช้ที่แตกต่างกัน อุณหภูมิที่ใช้ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน

อภิสิทธิ์ อิศรียานุกุล และจิตราพรหม พิสิฐ (2526) ได้ศึกษาวิจัยถึงอุปสงค์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อดอกกล้วยไม้ไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 87.41 เคยเห็นดอกกล้วยไม้มาก่อน และร้อยละ 12.59 ยังไม่เคยพบเห็นเลย นักท่องเที่ยวร้อยละ 93.33 มีความรู้สึกว่างกล้วยไม้ไทยเป็นไม้ดอกที่แปลกและมีความสวยงามน่าสนใจ ส่วนอีกร้อยละ 6.67 ไม่เห็นว่าดอกกล้วยไม้ไทยมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากไม้ดอกชนิดอื่นๆ นักท่องเที่ยวตัวอย่างที่ถูกสุ่มตัวอย่างมาศึกษานี้ร้อยละ 28.89 อยากรซื้อดอกกล้วยไม้ซึ่งบรรจุไว้ในกล่อง เพราะสะดวกต่อการนำติดตัวกลับประเทศเขาได้ ส่วนอีกร้อยละ 71.11 ไม่อยากซื้อ สาเหตุเพราะนักท่องเที่ยวเหล่านั้นยังไม่เดินทางกลับบ้านโดยตรง แต่จะเดินทางต่อไปยังประเทศอื่นๆ ฉะนั้นจึงไม่สะดวกที่จะซื้อเพื่อนำติดตัวกลับไทย ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่สุดคิดเป็นร้อยละ 70.83 ของสาเหตุทั้งหมด นักท่องเที่ยวบางรายไม่ซื้อเพราะราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 6.25 นอกจากนี้ยังเนื่องมาจากสาเหตุที่ไม่ทราบว่าจะซื้อไปฝากใครร้อยละ 3.12 และเป็นบุคคลที่ไม่ชอบดอกไม้ร้อยละ 3.12 นักท่องเที่ยวร้อยละ 1.04 คิดว่าดอกกล้วยไม้ไม่สวยงาม ร้อยละ 1.04 เห็นว่าดอกกล้วยไม้

เป็นของไม้จำเป็นในชีวิตประจำวัน และร้อยละ 1.04 ปลูกดอกกล้วยไม้เองที่บ้าน และ
นักท่องเที่ยวยร้อยละ 90.10 ต้องการซื้อดอกกล้วยไม้ระหว่างราคากล่องละ 150 - 250
บาท

มริจหลวง แจ่มพงษ์ (2528) ได้ศึกษาเรื่องการบรรจุหีบห่อกล้วยหอมทอง เพื่อ
การส่งออกในภูมิภาคเอเชีย โดยสรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้ การบรรจุหีบห่อที่ดีเป็นสาเหตุ
หนึ่งที่ทำให้สามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกกล้วยหอมทองให้มากขึ้น และสามารถขยายตลาด
ภาชนะบรรจุหีบห่อกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกในปัจจุบัน ได้แก่ กล่องกระดาษลูกฟูก
ลังไม้ แข็ง และถุงพลาสติก สำหรับแข็งและถุงพลาสติกนั้นไม่สามารถป้องกันความเสียหาย
ของกล้วยหอมทองที่เกิดจากการขนส่ง ได้เท่าที่ควร ถุงพลาสติกถึงแม้ราคาถูก แต่เป็นวัตถุ
ดัดที่สังเข้ามาจากต่างประเทศซึ่งไม่เป็นการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ สำหรับ
แข็งและลังไม้เป็นวัตถุดิบภายในประเทศ แต่แนวโน้มในอนาคตจะหายากและมีราคาสูงขึ้น
เนื่องจากป่าไม้ถูกทำลาย การเลือกใช้ภาชนะบรรจุหีบห่อกล้วยหอมทอง โดยใช้กล่อง
กระดาษลูกฟูกซึ่งมีความเหมาะสมกว่า เพราะวัตถุดิบหาได้ง่ายภายในประเทศ ราคาไม่
แพง และเป็นที่นิยมของประเทศลูกค้ามากกว่า ตลอดจนสามารถที่จะพิมพ์ ตีดยี่ห้อ สลาก
ได้ง่าย ตลอดจนสะดวกกว่าภาชนะบรรจุหีบห่ออื่นๆ และที่สำคัญคือ ไม่ผิดกฎข้อบังคับของ
ประเทศผู้นำเข้ากล้วยหอมทอง เช่น ประเทศญี่ปุ่น

ลักชี แสนสุภา และคณะ (2531) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาภาชนะ เพื่อ
การลดอุณหภูมิของกล้วยไม้โดยการอัดลมเย็น-ตอนที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ต้นแบบภาชนะ
บรรจุกล้วย ไม้ที่ใช้กระดาษลูกฟูกและที่ได้เจาะรูระบายอากาศด้านปลาย จะให้ผลการลด
อุณหภูมิที่ดีกว่า และมีค่าการต้านแรงกดที่สูงกว่ากล่องที่เจาะช่องระบายอากาศด้านข้างและ
กล่องที่มีความเหมาะสมต่อการลดอุณหภูมิ และมีความแข็งแรง คือ กล่องซึ่งมีมิติภายนอก
580x380x72 มิลลิเมตร บรรจุกล้วย ไม้ขนาดความยาวข้อ 40-50 เซนติเมตร ได้ประมาณ
80 ข้อ น้ำหนักสุทธิ 1.2 กิโลกรัม กล่องมีค่าการต้านแรงกด 333 กิโลกรัมแรง ส่วนผล
การศึกษาอายุการเก็บภายหลังจากการลดอุณหภูมิของกล้วยไม้ พบว่า อุณหภูมิในการเก็บรักษา
มีผลต่ออายุของกล้วย ไม้มากกว่าการลดอุณหภูมิก่อนเก็บ อุณหภูมิ 12 องศาเซลเซียสจะ
สามารถเก็บดอกกล้วย ไม้ ทั้งที่ผ่านการลดอุณหภูมิด้วยการอัดลมเย็น และที่ไม่ผ่านการลด

อุณหภูมิไว้ได้ในเวลาเดียวกัน คือ 1 สัปดาห์ ส่วนอุณหภูมิเก็บที่ 25 องศาเซลเซียสไม่สามารถเก็บรักษากลับมาได้เกิน 3 วัน ไม่ว่าจะผ่านการอัดลมเย็นหรือไม่ก็ตาม

บุน คงเจริญเกียรติ (2532) ได้ศึกษาถึงเรื่องการออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออกไว้ว่า การบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออก (Packaging) มีประโยชน์และมีความสำคัญมากในการส่งออก เพราะนอกจากการหีบห่อจะช่วยปกป้องสินค้าแล้ว ยังช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่อง การจัดจำหน่ายอีกด้วย การบรรจุหีบห่อ นับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของส่วนผสมทางการตลาด (4P :S อันประกอบด้วย ตัวสินค้า การตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย) หรือนักการตลาด ปัจจุบันเห็นว่า การบรรจุหีบห่อ (Packaging) เป็น P ตัวที่ 5 ส่วนรูปแบบของวัสดุที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ อาจทำในรูปบรรจุกระป๋อง พลาสติก กล่องกระดาษ ฯลฯ แต่ที่นับว่าสำคัญมาก คือกล่องกระดาษแข็งแบบลูกหูก เพราะผลิตภัณฑ์ทุกอย่างจะต้องบรรจุข้อความเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ตราหีบห่อ และคุณสมบัติอื่นๆ แนวความคิดเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์คือ ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ประการแรก คือ หน้าที่ในการบรรจุ (Contain) ผลิตภัณฑ์ สามารถปกป้องหรือรักษาผลิตภัณฑ์ (Protect) ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ คือทำหน้าที่ขาย และประการสุดท้ายคือจะต้องคำนึงถึงต้นทุนในการบรรจุภัณฑ์

วิธีการศึกษา

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษา เป็นข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data)

ก. ข้อมูลแบบทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมข้อมูลจาก หอสมุดแห่งชาติและห้องสมุดของสถาบันต่างๆ อาทิเช่น สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ธนาคาร

กลีกรไทย สำนักงานใหญ่ กรมการค้าภายใน และแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ ฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับและพืชสมุนไพร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมศุลกากร ฝ่ายวิเคราะห์ตลาด 2 กองเศรษฐกิจการตลาด กรมการค้าภายใน ศูนย์บรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กองบริการข้อมูล กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ศูนย์บริการวิชาการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตร สังกัดกระทรวง เกษตรและสหกรณ์

ข้อมูลที่ได้อยู่ในรูป รายงานผลการศึกษาวิจัย รายงานสัมมนา ปัญหาพิเศษ รายงานทางวิชาการ รายงานโครงการวิจัย ข่าวสาร แผ่นพับ วารสาร หนังสือพิมพ์ เทปบันทึกภาพ บทความจากการสัมภาษณ์ เอกสารโรเนียว รายงานประจำปี เป็นต้น

ข. ข้อมูลแบบปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ส่งออกดอกไม้กล้วยไม้ เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีบริษัทส่งออกดอกไม้กล้วยไม้มากที่สุด จำนวน 15 บริษัท จากจำนวนบริษัทส่งออกทั้งหมด 30 บริษัทโดยประมาณ เนื่องจากในปัจจุบันมีบริษัทส่งออกดอกไม้กล้วยไม้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ขณะเดียวกันบริษัทส่งออกฯซึ่งส่วนใหญ่มีขนาดเล็กได้เลิกกิจการไปไม่น้อยเช่นกัน สำหรับบริษัทส่งออกที่ทำกาการสัมภาษณ์ในที่นี้มีทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก รวมทั้งสัมภาษณ์บุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับวงการกล้วยไม้และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เป็นคำถามที่มีการเตรียมเค้าโครงไว้ล่วงหน้า และคำถามที่ใช่มุ่งเน้นในการแสดงทัศนคติ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ ตลอดจนข้อเท็จจริงต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุหีบห่อดอกไม้กล้วยไม้สดของแต่ละบริษัท

2. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำเอาข้อมูลต่างๆที่เก็บรวบรวมได้นั้น มาศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้ตารางและแผนภาพประกอบเพื่อง่ายต่อการศึกษาและเข้าใจ

โครงสร้างทางทฤษฎี

โครงสร้างผู้ส่งออกดอกไม้ของไทย

ผู้ส่งออกดอกไม้ไปต่างประเทศของไทย จะมีการรวมตัวขึ้นมาโดยมีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ (พรทิพย์ วรสูตร, 2527 : 30-31)

ลักษณะที่ 1

บริษัทผู้ส่งออกตั้งกิจการเพื่อการส่งออกดอกไม้โดยตรงขึ้นมาแต่ไม่มีปริมาณสินค้าอยู่ในมือ บริษัทจะต้องหาซื้อดอกไม้เองจากผู้ปลูกเลี้ยงทั่ว ๆ ไป ที่ไม่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องการตลาดและการส่งออกเพื่อส่งออกเอง หรือจ้างผู้ส่งออกให้ส่งออกแทนก็ได้ ในกรณีทำการส่งออกเอง จะต้องทำการบรรจุหีบห่อเอง ส่งไปตรวจที่ด่านกักกันโรคพืชด่านศุลกากร และส่งขึ้นเครื่องบินที่สำเนาบินเอง แต่ถ้าให้ผู้ส่งออกดำเนินการแทน ผู้ส่งออกจะทำหน้าที่กิจกรรม และพิธีการส่งออกให้ทุกด้าน แต่บริษัทจะต้องจ่ายค่าระวาง เครื่องบินเอง

ลักษณะที่ 2

บริษัทผู้ส่งออกตั้งขึ้นมาโดยมีเกษตรกรหรือผู้ปลูกเลี้ยงหลาย ๆ รายรวมตัวกันเพื่อเป็นตัวแทนในการจำหน่ายดอกไม้ โดยที่เกษตรกรซึ่งเป็นเจ้าของสวนดอกไม้มาร่วมลงทุนเป็น เจ้าของบริษัทและบริษัทมีพาร์ตเนอร์ดอกไม้เป็นของตนเอง เกษตรกรเป็นสมาชิกร้อยละ 50 ที่เหลืออีกร้อยละ 50 เป็นดอกไม้ของบริษัท เมื่อเกษตรกรนำดอกไม้ของตนมาให้บริษัท บริษัทจะรับซื้อ และจ่ายเงินให้เดือนละครั้ง สิ้นปีบริษัทจะจ่ายเงินปันผลให้เกษตรกรที่ร่วมลงทุนเป็นสมาชิกของบริษัท บริษัทจะทำหน้าที่บรรจุดอกไม้ตรวจโรคพาพิธีศุลกากรทุกด้าน จ่ายค่าระวาง เครื่องบิน รวมทั้งดูแลดอกไม้จนถึงผู้รับปลายทาง

ลักษณะที่ 3

บริษัทผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่จัดตั้งขึ้น และดำเนินงานในรูปสหกรณ์ โดยจะหาเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มาเป็นสมาชิก แต่เกษตรกรไม่ได้เข้าร่วมลงทุนด้วย สมาชิกจะนำดอกกล้วยไม้ขายให้ และจ่ายเงินสดทันที จากนั้นบริษัทจะบรรจุหีบห่อเอง ส่งเองทุกขั้นตอน หรือจะให้ผู้ส่งออกแล้วแต่กรณี บางบริษัทอาจกำหนดเงื่อนไขว่า สมาชิกจะขายดอกกล้วยไม้ให้กับบริษัทอื่นไม่ได้ และมีการจัดสรรโควตาในการซื้อตามกำลังความสามารถและความเหมาะสมของสมาชิกแต่ละราย แต่ปัจจุบันเกษตรกรรายหนึ่ง อาจส่งดอกกล้วยไม้ให้บริษัทผู้ส่งออกมากกว่าหนึ่งราย เนื่องจากปริมาณผลผลิตดอกกล้วยไม้มากกว่าปริมาณความต้องการของผู้ส่งออกฯ ทำให้เกษตรกรไม่อาจพึ่งผู้ส่งออกเพียงรายใดรายหนึ่ง ได้

ลักษณะที่ 4

ร้านขายส่งดอกกล้วยไม้ ตามปกติจะจำหน่ายดอกไม้จากต่างประเทศ และจะรับบริการส่งดอกกล้วยไม้ไปต่างประเทศให้ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่ติดต่อซื้อขายกับต่างประเทศด้วย ในกรณีที่ผู้ส่งออกกล้วยไม้จะต้องนำคำสั่งซื้อ (order) ที่ได้รับจากต่างประเทศมาให้ร้านขายส่ง โดยที่ผู้ส่งออกอาจจะหากกล้วยไม้มาเอง หรืออาจให้ร้านขายส่งหาให้ จากนั้นร้านขายส่งจะรับบรรจุหีบห่อ (pack) ส่งไปด่านกักกันโรค ด้านศุลกากร ท่าอากาศยาน ส่งขึ้นเครื่องบินตามที่ประเทศผู้สั่งซื้อต้องการทุกประการ แต่ผู้ส่งออกจะต้องจ่ายค่าระวางเอง ร้านขายส่งหาหน้าที่เป็นคนกลางและเก็บเงินค่าบริการเท่านั้น

วิธีการตลาดกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก

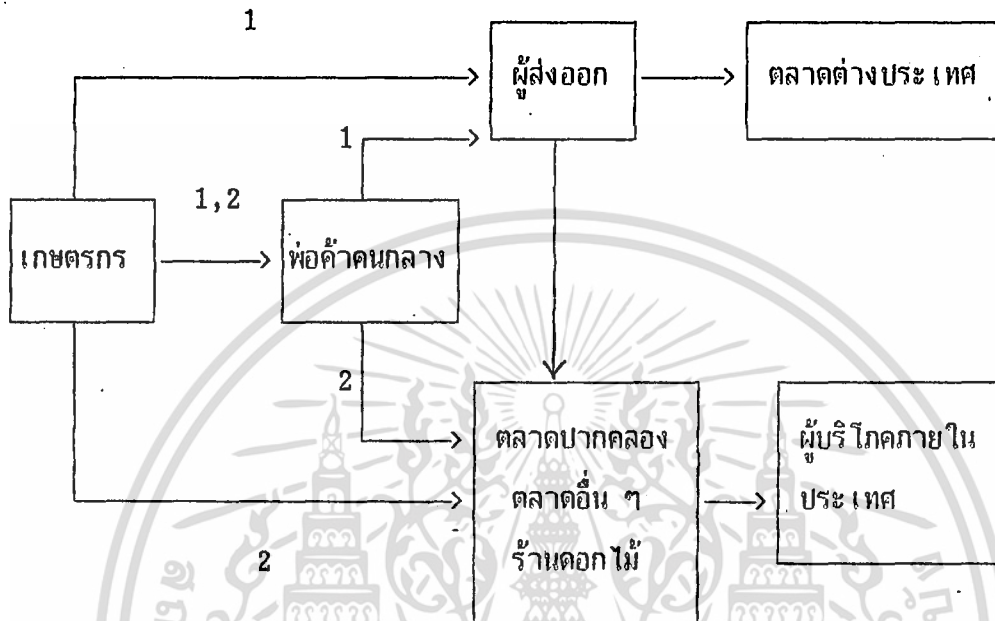
ปกติชาวสวนกล้วยไม้สามารถจำหน่ายกล้วยไม้ได้ 3 ทางคือ (ภาพที่ 1)
(กรมการค้าภายใน , 2531 : 46-48)

1. จำหน่ายให้กับบริษัทผู้ส่งออกโดยตรง
2. จำหน่ายให้พ่อค้าคนกลางทั่วไป ซึ่ง จะจำหน่ายให้แก่ผู้ใช้ภายในประเทศหรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ส่งออกอีกทอดหนึ่ง

3. นำมาจำหน่ายด้วยตนเองที่ปากคลองตลาด



ภาพที่ 1 วิธีการตลาดดอกกล้วยไม้สด

- หมายเหตุ : 1. หมายถึง กล้วยไม้ที่ไม่ได้มาตรฐานส่งออกและไม่มีปัญหาในการส่งออก (ประมาณ 50-60 % ของผลผลิตทั้งหมด)
2. หมายถึง กล้วยไม้ที่ไม่ได้มาตรฐานส่งออก

ที่มา : (กรมการค้าภายใน, 2531 : 46)

ที่นี้จะกล่าวถึงแต่เฉพาะกรณีการขายดอกกล้วยไม้กับบริษัทผู้ส่งออก ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. การสั่งซื้อ บริษัทสั่งซื้อดอกกล้วยไม้ โดยออกไปสั่งซื้อหรือโทรศัพท์โดยบริษัท อาจติดต่อกับเกษตรกรโดยตรง หรือผ่านผู้รวบรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

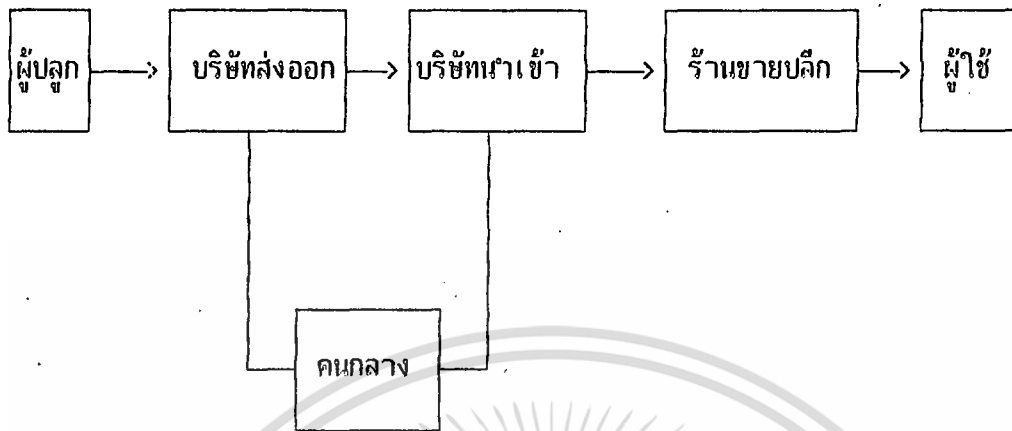
2. การจัดการภายหลังการตัดดอก เกษตรกรจะตัดดอกกล้วยไม้ตามที่บริษัทสั่งซื้อในตอนเช้าของวันส่งมอบ โดยมีต้นเป็นกาวาสประมาณ 10-20 ช่อ ตามแต่บริษัทกำหนด คัดหมายเลขสมาชิกบริษัท แล้วแช่ก้านช่อในน้ำและเขียนใบส่งของ 2 ชุด ตัวจริงส่งให้กับบริษัท ส่วนสำเนาชาวสวนจะเก็บไว้

3. การขนส่ง ในกรณีบริษัทเป็นผู้ขนส่งกล้วยไม้เอง บางครั้งอาจใช้รถห้องเย็น รถแอร์ รถตู้ธรรมดา รถกระบะหรือเรือ แล้วแต่ความเหมาะสม หากเป็นกรณีผู้รวบรวมเป็นผู้ส่งดอกกล้วยไม้ รถที่ใช้ขนส่งอาจเป็น รถแอร์ รถตู้ธรรมดาหรือรถกระบะ บางรายอาจใช้เรือก็ได้ ส่วนกรณีเกษตรกรเป็นผู้ขนส่งกล้วยไม้ไปให้บริษัทเองจะใช้รถกระบะหรือเรือ

4. การปฏิบัติต่อกล้วยไม้เมื่อมาถึงบริษัท บริษัทจะทำการคัดคุณภาพกล้วยไม้ตามใบส่งชื่อ ช่อใดที่ได้มาตรฐานจะทำการเตรียมการบรรจุเพื่อส่งออกต่อไป

5. การจ่ายเงินค่าดอกกล้วยไม้ เกษตรกรที่ติดต่อค้าขายกับบริษัทเป็นครั้งแรก จะได้รับเงินค่ากล้วยไม้ หลังจากการส่งมอบประมาณ 2 เดือน สำหรับการค้าครั้งต่อไป จะได้รับเงินภายในเวลาประมาณ 1-1 1/2 เดือน การจ่ายเงินจะจ่ายเป็นเช็คหรือนำเข้าบัญชีเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ สำหรับดอกกล้วยไม้ที่ไม่ได้มาตรฐานส่งออกบริษัทอาจคิดราคาให้ เป็นราคาไม้ตลาดหรือไม่คิดเงินให้แล้วแต่บริษัท

การส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายในต่างประเทศ ค่อนข้างแตกต่างจากการซื้อขายดอกไม้ทั่วไปภายในประเทศ การส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมีขั้นตอนดังภาพที่ 2 กล่าวคือบริษัทส่งออกจะเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมดอกกล้วยไม้ แล้วทำการคัดเกรด การบรรจุหีบห่อ และขนส่งตามที่บริษัทนำเข้าต้องการ ถ้าเป็นผู้นำเข้าในประเทศ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา สาธารณรัฐเยอรมัน ญี่ปุ่น จะนำดอกกล้วยไม้ผ่านตลาดประมูล ถ้าเป็นผู้นำเข้าในประเทศอื่นจะไม่มีตลาดประมูลดอกไม้ ดอกกล้วยไม้จากผู้นำเข้าจะผ่านไปยังร้านขายปลีกและผู้ใช้สำหรับผู้ปลูกที่มีพื้นที่ปลูกเป็นจำนวนมากๆ อาจตั้งบริษัทส่งออกเอง และติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้าในต่างประเทศ (สายชล เกตุษา , 2531 : 234-235)



ภาพที่ 2 แผนผังแสดงการส่งออกกล้วยไม้ไทยไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ที่มา : (สายชล เกตุษา, 2531 : 235)

วิธีการตลาดดอกกล้วยไม้ในยุโรป

ระบบการกระจายไม้ตัดดอกโดยเฉพาะกล้วยไม้ จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในตลาดยุโรป ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับระบบการกระจายของดอกกล้วยไม้จึงมีความสำคัญมากในยุโรปพอจะสรุปได้ดังนี้ (ธนาคารกลีกรไทย , 2529 : 86-87)

1. ระบบการซื้อขายโดยตรงจากผู้ผลิตสู่ผู้ใช้ โดยเฉพาะในชนบท หรือตามชานเมืองใหญ่ ๆ ที่แหล่งผลิตไม้ตัดดอกอยู่ห่างกัน ทำให้ผู้ปลูกมีพื้นที่ในการกระจายสินค้าได้มาก ผู้ปลูกเหล่านี้จะไม่ขายเฉพาะสินค้าของตนเอง แต่จะหาพื้นที่เป็นพ่อค้าคนกลางด้วย โดยซื้อไม้ตัดดอกจากพ่อค้าคนกลางจากแหล่งอื่น

2. ระบบการซื้อขายจากผู้ผลิตส่งให้แก่ร้านขายปลีกก่อนถึงมือผู้ใช้ ส่วนมากระบบตลาดแบบนี้จะใช้ตามเมืองใหญ่ๆ โดยผู้ผลิตจะไปตั้งร้านแผงลอยชั่วคราวในตลาดเพื่อ

ขายให้แก่ผู้ขายปลีกหรือผู้ผลิตรายใหญ่ อาจจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ขายปลีกในเมืองหรือตามชานเมือง โดยรถบรรทุก และจะติดตามการขาย 1-2 ครั้งต่ออาทิตย์ ถ้ากิจการขยายมากขึ้น อาจจัดตั้ง เป็นองค์การร่วมในการกระจายสินค้าสู่ผู้ขายปลีก

3. ระบบการซื้อขายที่มีการขนส่งระยะไกล การซื้อขายในระบบนี้จำเป็นต้องอาศัยพ่อค้าคนกลาง ในด้านการส่งออกและสั่งเข้า โดยทางอากาศ หรือทางด้านการกระจายสินค้าให้แก่ร้านขายปลีก พ่อค้าคนกลางจะสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตรายใหญ่หรือซื้อผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาด ซึ่งจะพบมากทางตอนใต้ของยุโรป หรือซื้อผ่านองค์การร่วมของผู้ผลิตซึ่งพบมากที่เนเธอร์แลนด์ และประเทศในแถบตะวันตกเฉียงเหนือของยุโรป และการซื้อขายไม้ตัดดอกที่จะนำผ่านตลาดประมูล (Auction Market) เมื่อพ่อค้าคนกลางที่สั่งซื้อเข้ารับของ จะมีการกระจายสินค้าตามระบบการซื้อขาย โดยส่งร้านขายปลีกก่อน ซึ่งการซื้อขายดอกไม้โดยวิธีนี้ ประเทศเนเธอร์แลนด์จะเป็นผู้ส่งออกมากและนำเข้าก็คือ พ่อค้าคนกลางของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน (ประมาณร้อยละ 50 ของดอกกล้วยไม้ที่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันนำเข้ามาจากเนเธอร์แลนด์) สหราชอาณาจักร สวิสเซอร์แลนด์ ออสเตรีย สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ เบลเยียม และฝรั่งเศส จะเห็นได้ว่า จากระบบนี้เท่ากับว่าเนเธอร์แลนด์ส่งเข้าดอกกล้วยไม้ส่วนหนึ่งเพื่อการส่งออกอีกต่อหนึ่ง (Re-export)

4. ระบบการซื้อขายที่ผ่านศูนย์การค้า (Integrated Market) โดยทั่วไปแผนกไม้ตัดดอกและอาหารจะเป็นส่วนหนึ่งของศูนย์การค้า ตามร้านขายปลีกของระบบศูนย์การค้าโดยมากจะจำหน่ายสินค้าอย่างอื่นด้วย แต่บางร้านอาจจะขายดอกไม้อย่างเดียวหรือเปิดร้านขายปลีกเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ ในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ จะมีการซื้อขายในศูนย์การค้าถึงร้อยละ 40-50 ของตลาดไม้ตัดดอกทั้งหมด ในขณะที่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์และประเทศแถบสแกนดิเนเวีย มีตลาดระบบนี้เพียงประมาณร้อยละ 10-14 ส่วนฝรั่งเศส เบลเยียม ออสเตรีย และอังกฤษ มีตลาดประเภทนี้ค่อนข้างมาก

การขายจะเกิดการแข่งขันในเรื่องราคาระหว่างศูนย์การค้า ร้านขายปลีก ร้านขายดอกกล้วยไม้ริมถนน แต่โดยคุณภาพและชนิดของไม้ดอกแล้ว ตามร้านดังกล่าวอาจไม่มีคุณภาพเท่ากับร้านขายดอกกล้วยไม้สดโดยเฉพาะ

ลักษณะของการซื้อขายกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก

ลักษณะการซื้อขายดอกกล้วยไม้เพื่อนำไปต่างประเทศมี 3 ลักษณะ คือ
(พรทิพย์ วรสูตร , 2527 : 31-32)

1. ซื้อหึ่งดอกกล้วยไม้และลำต้น กรณีที่ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ได้รับกล้วยไม้แล้ว จะทำการบรรจุหีบห่อหึ่งต้นและดอกลงไปในภาชนะบรรจุ (package) โดยแยกจากกัน สำหรับดอกจะส่งออกเพื่อการค้า ส่วนต้นจะส่งออกเพื่อทำพันธุ์และต้องผ่านด่านกักกันโรคพืช เพื่อตรวจโรคและแมลงของดอกกล้วยไม้ ตามที่แต่ละประเทศต้องการ บางประเทศก็ไม่มีที่พิกัดมากนัก
2. ซื้อเฉพาะดอกกล้วยไม้ ผู้ส่งออกที่ได้รับคำสั่งซื้อ (order) จะสั่งซื้อดอกกล้วยไม้สดเพื่อการค้า เมื่อบรรจุลงในภาชนะบรรจุแล้ว จะต้องผ่านด่านกักกันโรคพืช เพื่อตรวจโรคและแมลงของดอกกล้วยไม้ตามคำสั่งซื้อที่ต่างประเทศต้องการ บางประเทศอาจไม่มีที่พิกัดในเรื่องนี้
3. ซื้อเฉพาะดอกกล้วยไม้เพื่อเป็นของที่ระลึก ผู้เดินทางไปต่างประเทศนิยมซื้อดอกกล้วยไม้สดบรรจุใส่กล่อง เพื่อผู้เดินทางใช้เป็นของฝากหรือของที่ระลึก กรณีนี้โดยทั่วไปด่านกักกันโรคจะไม่ได้ตรวจแต่อย่างใด เพราะถือว่าใช้เป็นของขวัญเหมือนสินค้าอย่างหนึ่ง แต่ในบางประเทศที่เข้มงวดมาก จะต้องผ่านการตรวจสอบจากด่านกักกันโรคพืชที่ทำอากาศยานเช่นกัน โดยที่ดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้ส่งออกได้โดยไม่ต้องเสียภาษีขาออก

ต้นทุนในการดำเนินการส่งออกดอกกล้วยไม้สด

ในการส่งออกดอกกล้วยไม้ขึ้น ค่าใช้จ่ายที่สำคัญเรียงจากมากไปน้อยคือ ค่าดอกกล้วยไม้ ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าขนส่งจากสวนถึงแหล่งบรรจุ ค่าขนส่งจากแหล่งบรรจุถึงสนามบิน และค่าธรรมเนียมในการส่งออก โดยต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินการส่งออกในกฎหมายและกฎหมายจะต่างกันเล็กน้อยดังนี้ (ตารางที่ 2) (กรมการค้าภายใน , 2531 : 59)

ตารางที่ 2 ต้นทุนในการดำเนินการส่งออกดอกกล้วยไม้ในฤดูหนาวและฤดูฝน

รายการค่าใช้จ่าย	ฤดูหนาว (ร้อยละ)	ฤดูฝน (ร้อยละ)
ค่าดอกกล้วยไม้	66.30	61.75
ค่าบรรจุหีบห่อ	21.75	26.10
ค่าขนส่งจากสวนถึงแหล่งบรรจุ	6.40	6.50
ค่าขนส่งจากแหล่งบรรจุถึงสนามบิน	2.85	2.90
ค่าธรรมเนียมในการส่งออก	2.70	2.75
รวม	100.00	100.00

ที่มา : (กรมการค้าภายใน, 2531 : 59)

ความเคลื่อนไหวของราคาส่งออก

ราคาส่งออกดอกกล้วยไม้สดจะเคลื่อนไหวตามฤดูกาล กล่าวคือ ในฤดูฝนซึ่งมีปริมาณผลผลิตสูง ในขณะที่ตลาดต่างประเทศต้องการน้อย ราคาส่งออกจะค่อนข้างต่ำ ส่วนในฤดูหนาวซึ่งตรงกับเทศกาลคริสต์มาส ปีใหม่ ปริมาณผลผลิตลดน้อยลง แต่ความต้องการ

1.ราคาสินค้ารวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ตั้งแต่แหล่งผลิตสินค้าถึงท่าอากาศยาน (ราคา F.O.B.) เป็นราคาที่ไม่รวมค่าระวาง เครื่องบินจากประเทศต้นทางถึงประเทศปลายทาง ผู้ซื้อในต่างประเทศจะต้องออกค่าระวางเอง

ในตลาดต่างประเทศสูง โดยจะได้ราคาดีในช่วงระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม และเดือนมกราคมถึงมีนาคม และจะสูงสุดในเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ แต่จะต่ำสุดในเดือนสิงหาคมถึงกันยายน นอกจากจะเคลื่อนไหวขึ้นลงตามฤดูกาลแล้ว ยังขึ้นกับอุปสงค์จากต่างประเทศด้วย ตลอดจนอำนาจการต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ตกลงกัน เนื่องจากส่วนใหญ่การดำเนินการซื้อขายไม่ได้มีการเปิดหนังสือส่งเงิน (Letter of Credit: L/C)² แต่เป็นการค้าแบบส่งของก่อนจ่ายเงินที่หลัง (Open account) หรือแบบฝากขาย (Consignment) ดังนั้นจึงไม่มีหลักประกันทางราคาแก่ผู้ส่งออก ทำให้ผู้ส่งออกของเราเสียเปรียบ เช่นอาจได้รับชำระเงินไม่ครบ ถ้าผู้ซื้อทางต่างประเทศอ้างว่าดอกกล้วยไม้ที่ส่งไปเกิดเน่าเสียหาย เป็นต้น นอกจากนี้ราคาส่งออกยังขึ้นอยู่กับชนิดและคุณภาพของดอกกล้วยไม้ ปริมาณดอกไม้ชนิดอื่น ๆ ในประเทศและต่างประเทศ การแข่งขันระหว่างผู้ส่งออก เป็นต้น

หนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า ราคาส่งออกโดยเฉลี่ยของดอกกล้วยไม้สด ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระยะหลายปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ในปี 2526 ราคาส่งออกโดยเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ มีค่าเท่ากับ 44,571 บาท/เมตริกตัน และในปี 2530 มีราคาส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 57,664 บาท/เมตริกตัน (ตารางที่ 3)

สำหรับบริษัทผู้ส่งออกเองนั้น ในการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศ ผู้นำเข้าจะซื้อดอกกล้วยไม้โดยการประมูลราคา ทำให้บริษัทผู้ส่งออกต้องเสนอขายสินค้าในราคาที่ต่ำสุดเพื่อสามารถเสนอขายสินค้าของตนได้ ทำให้เกิดปัญหาตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออกและระหว่างผู้ส่งออกด้วยกัน เนื่องจากจำนวนผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มีจำนวนมาก บริษัทผู้ส่งออกจึงมีการตั้งมาตรฐานของแต่ละบริษัทแตกต่างกันไป ดังนั้น การกำหนดราคารับซื้อในประเทศจึงขึ้นอยู่กับบริษัทผู้ส่งออกโดยปริยาย (ตารางที่ 4)

² หมายถึง หนังสือสัญญาการชำระเงินที่ออกโดยธนาคารผู้ขอเปิด L/C เพื่อให้ธนาคารตัวแทน ณ ประเทศของผู้รับประโยชน์ จ่ายเงินให้ผู้รับประโยชน์ตาม L/C เมื่อได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆที่กำหนดไว้ใน L/C ครบถ้วน

ตารางที่ 3 แสดงราคาส่งออกดอกกล้วยไม้สด ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ
ปี พ.ศ. 2526-2530

หน่วย: บาท/เมตริกตัน

ปี	2526	2527	2528	2529	2530
เดือน					
มกราคม	44,420	45,929	59,155	70,835	58,655
กุมภาพันธ์	41,969	44,258	56,765	65,029	57,341
มีนาคม	42,731	46,623	68,559	65,922	56,025
เมษายน	42,731	50,601	70,051	73,587	57,293
พฤษภาคม	48,932	51,536	67,663	80,240	55,811
มิถุนายน	50,946	62,550	63,150	89,626	55,490
กรกฎาคม	60,292	66,250	57,906	74,164	53,480
สิงหาคม	48,453	59,746	59,938	55,248	51,623
กันยายน	45,565	52,473	59,491	57,725	57,425
ตุลาคม	40,427	49,057	74,038	60,711	58,013
พฤศจิกายน	42,737	49,613	63,732	56,153	61,897
ธันวาคม	44,147	61,427	58,805	56,620	61,157
เฉลี่ย	44,571	52,267	62,893	63,873	57,664

ที่มา : (กรมการค้าภายใน, 2531 : 64)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง

ตารางที่ 4 แสดงราคาดอกกล้วยไม้สดที่ผู้ส่งออกได้รับซื้อปี พ.ศ. 2530 จำแนกเป็นรายเดือนและรายพันธุ์

หน่วย: บาท/ช่อ

พันธุ์ เดือน	มาตาม	หวายขาว	ซีชาร์	ยุพีวัลย์	คริสติน	เจมส์	แมคกีวี	โกลเด้น ชาวเออร์	หวายชมพู
มกราคม	0.20-1.25	0.40-1.25	0.40-1.25	1.50-2.00	2.5-3.00	3.50	1.20-1.50	3.50	3.50
กุมภาพันธ์	0.25-1.50	0.50-1.75	0.50-1.75	1.75-2.25	2.50-3.00	3.50	1.20-1.75	3.50	3.50
มีนาคม	1.80-4.00	1.00-4.00	1.00-3.00	1.50-2.00	2.00-2.50	3.50	1.20-2.50	3.50-5.00	4.00-6.00
เมษายน	3.00-4.50	3.00-4.00	2.50-3.00	1.50-2.50	2.00-2.50	3.50	2.00-2.50	5.00	4.50-5.00
พฤษภาคม	3.00-5.00	3.00-4.00	2.50-3.50	1.50-2.50	2.00-2.50	3.50	2.00-2.50	5.00	4.50-8.00
มิถุนายน	1.00-3.00	1.00-2.00	1.00-2.00	1.00-1.50	1.50-2.50	3.50	1.00-2.50	3.50	4.00-7.00
กรกฎาคม	0.70-2.50	0.90-2.00	0.80-1.50	0.80-1.50	1.00-2.00	3.50	1.00-1.50	3.50	3.00-6.00
สิงหาคม	0.50-1.75	0.60-1.50	0.60-1.50	0.80-1.50	1.50-2.50	3.50	1.00-2.50	3.50	4.00-7.00
กันยายน	0.40-1.00	0.40-1.25	0.50-1.25	1.00-1.50	2.00-2.50	3.50	1.00-1.50	3.50	3.50
ตุลาคม	0.90-1.50	0.90-1.75	1.00-2.00	1.25-2.00	2.00-3.00	3.50	1.00-1.50	3.50	3.50
พฤศจิกายน	0.60-1.25	0.70-1.50	0.70-1.50	1.00-1.50	1.25-2.00	3.50	1.00-1.50	3.50	3.50
ธันวาคม	0.60-1.25	0.70-1.50	0.70-1.50	1.00-1.50	1.25-2.00	3.50	1.00-1.50	3.50	3.50

ที่มา : (กองเศรษฐกิจการตลาด กรมการค้าภายใน, 2531)

สำหรับช่วงที่สินค้าในตลาด คือในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน ผู้ส่งออกจะตัดราคากันเอง เพื่อหาตลาดส่งออกให้ได้โดยไม่คำนึงว่าเป็นการทำลายธุรกิจของตนเอง ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงได้ยื่นมือเข้ามากำหนดราคาขายที่แน่นอน ทั้งนี้โดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้งคณะกรรมการขึ้น โดยคัดเลือกสมาชิกจากภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อทำหน้าที่สอดส่องดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการส่งออก และนับแต่นั้นมาก็มีกฎออกมาว่าผู้ที่มีสิทธิ์ส่งออกกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศ จะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้เท่านั้น ซึ่งในบรรดาผู้ส่งออกรวม 80 รายนั้นผู้ที่ เป็นสมาชิกของสมาคมเพียงครั้งเดียวเท่านั้น โดยสมาคมจะทำหน้าที่กำหนดราคาตายตัวของดอกกล้วยไม้ในแต่ละเดือน เพื่อให้ผู้ปลูกขายดอกกล้วยไม้แก่ผู้ส่งออก และขณะเดียวกันก็กำหนดราคาสูงสุดสำหรับผู้ส่งออกที่จะส่งไปขายแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ ซึ่งด้วยวิธีการนี้จะทำให้มั่นใจว่า ผู้ปลูกจะสามารถขายผลผลิตของตนได้ในราคายุติธรรมและยัง เป็นการป้องกันมิให้ผู้ส่งออกทำลายตลาดด้วย

สมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ จะกำหนดราคากกล้วยไม้เพียง 2 ชนิดเท่านั้นคือ Dendrobium pompadour และ Dendrobium Pure White Species โดยที่การกำหนดราคานี้ เจ้าหน้าที่จากกระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวง เกษตรและสหกรณ์ ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และตัวแทนจากทั้งผู้ปลูกและผู้ส่งออก จะประชุมร่วมกันทุกเดือน

การส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก ไปตลาดต่างประเทศ

ความต้องการใช้เพื่อการส่งออก

จากสถิติการส่งออกดอกกล้วยไม้และปริมาณผลผลิตรวมของดอกกล้วยไม้ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525-2530 (ตารางที่ 5) จะเห็นว่าโดยเฉลี่ยจะมีการส่งออกดอกกล้วยไม้ประมาณ ร้อยละ 26.16 ถึง 56.73 ที่เหลืออีกร้อยละ 43.27 ถึง 73.84 จะจำหน่ายภายในประเทศ อย่างไรก็ดี จากการสอบถามผู้ส่งออกของกรมส่งเสริมการเกษตร ทราบว่ามีการส่งออกดอกกล้วยไม้เกินกว่าร้อยละ 50 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดภายในประเทศ

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบปริมาณการผลิตและการส่งออกดอกกล้วยไม้
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 - 2531

หน่วย: ช่อ

ปี	ผลผลิตรวมทั้งประเทศ	ปริมาณการส่งออก	
		จำนวน	% ผลผลิตรวม
2525	381,281,120	177,016,000	46.43
2526	391,902,780	222,320,000	56.73
2527	----- ไม่มีการสำรวจข้อมูล -----		
2528	629,580,000	217,868,000	34.61
2529	648,000,000	169,512,000	26.16
2530	750,000,000	198,520,000	26.46
2531	780,000,000	266,868,000	34.21

หมายเหตุ : หาปริมาณส่งออกเป็นช่อ โดยใช้ตราส่วน 28 ช่อต่อ 1 กิโลกรัม
พ.ศ. 2525 - 2530 จากกรมศุลกากรและกรมส่งเสริมการเกษตร
พ.ศ. 2531 จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์

ที่มา : (กรมศุลกากร, กรมส่งเสริมการเกษตร, 2531 ; กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2532)

ช่วงเวลาตลาดต่างประเทศต้องการดอกกล้วยไม้

ตลาดต่างประเทศมีความต้องการดอกกล้วยไม้มากที่สุดในช่วงฤดูหนาว ประมาณเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น คริสมาสต์ ปีใหม่ อีสเตอร์ และวาเลนไทน์ ประกอบกับเป็นช่วงที่ดอกไม้ท้องถิ่นมีน้อย (กรมการค้าภายใน, 2531:66)

ลักษณะของกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก

ดอกกล้วยไม้ไทยที่ส่งออกมากไปยังตลาดต่างประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ.2528-2530 เรียงลำดับตามความสำคัญ 7 ชนิดแรก คือ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531:12-13)

1. หวายมาตามปอมปาดัวร์ (DENDROBIUM MADAME POMPADOUR : MD) มีดอกสีม่วงช่อยาว กลีบดอกใหญ่กลมติดกัน คิดเป็น 35 % ของปริมาณส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมด
2. หวายซีซาร์ (DENDROBIUM CEACAR : WHITE PINK : WH) มีกลีบดอกสีชมพูและตรงปลายกลีบมีสีขาว กลีบดอกเล็ก และยาวกว่าดอกมาตาม ช่อยาว
3. หวายแจ็กเกอร์สัน (DENDROBIUM JACQUELYEN THOMAS:PURE WHITE: PWH) ดอกสีขาวล้วน กลีบดอกเล็ก ช่อยาว
4. คริสติน (ARANDA CHISTINE : CH) กล้วยไม้สกุลแมลงปอ ดอกสีชมพู มีจุดบนกลีบดอก
5. อะแรนเธอร่า เจมสเตอร์ไอ (ARANDA JAME STORIE : JAMES) ดอกมีสีส้มแดง เป็นกล้วยไม้สกุลแมลงปอ
6. แมคคี อูย (ARANND MAGGIE OEI : MG) พันธุ์แมลงปอ ดอกมีสีขาวกับน้ำตาล

สำหรับกล้วยไม้สกุลแมลงปอ มีลักษณะที่เหมือนกันคือ กลีบดอกพอม เรียวยาว 5 กลีบ และแต่ละช่วงกลีบมีระยะห่างกันมาก เป็นพันธุ์ที่ได้จากประเทศสิงคโปร์

7. ออนซิเดียม โกลเดนชาวเออร์ (ONCIDIUM GOLDEN SHOWER:ONC)

ลักษณะดอกเล็ก มีสีเหลืองและมีจุดดอกสีส้มเล็กน้อย

รูปแบบและมาตรฐานในการส่งออกดอกกล้วยไม้

ดอกกล้วยไม้ที่สามารถส่งออกได้จะต้องมีมาตรฐานตามข้อกำหนดในการคัดเลือก ดังนี้ (กรมการค้าภายใน, 2531:67-68 ; กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531:13-16)

1. ขนาดของดอกต้อง เท่ากัน
2. ความห่างของแต่ละดอกในช่อต้อง เท่ากัน
3. ดอกมีสีสด สวย พอร์มดอก ดี
4. ดอกจะต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ปราศจากรอยตำหนิของ โรคและแมลง
5. ความสะอาดของดอก จะต้องปราศจากคราบบู๊ ย ขี้ฆ่าแมลงและฝุ่นละออง
6. ต้อง ไม่มีการผสมเกสรและไม่เป็นโรคเกสรดำ
7. ดอกบานทนไม่น้อยกว่า 15 วัน

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

มาตรฐานดอกกล้วยไม้ส่งออกในแต่ละพันธุ์มีดังนี้

1. หวาย (Dendrobium)

ช่อยาวพิเศษ มีความยาวช่อประมาณ 50-60 เซนติเมตร ดอกบานประมาณ 8-9 ดอก รวมทั้งดอกตูมไม่น้อยกว่า 16 ดอก

3 การเรียงตัวของดอกกล้วยไม้ภายในช่อเดียวกัน

ช้อยาว ความยาวช่อประมาณ 45-50 เซนติเมตร ดอกบานประมาณ 6-7 ดอก รวมทั้งดอกตูมไม่น้อยกว่า 13 ดอก

ช่อสั้น ความยาวช่อประมาณ 40-45 ดอกบานไม่น้อยกว่า 5 ดอก รวมทั้งดอกตูมด้วยไม่น้อยกว่า 9 ดอก

ช่อสั้นสุด ความยาวช่อประมาณ 30-40 เซนติเมตร ดอกบานไม่น้อยกว่า 5 ดอก

2. คริสติน (Arnd. christine)

ช้อยาว มีจำนวน 10 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 9 ดอกลงมา

3. เจมสตอรี่โอ (A. Jame Storei)

ช้อยาว มีแขนง 3 แขนงขึ้นไป (แต่ละแขนงยาวไม่ต่ำกว่า 25 เซนติเมตร)

ช่อสั้น มีแขนง 2 แขนงขึ้นไป

4. แม็กกี้ ออย (A. maggi oei)

ช้อยาว มีขนาด 5 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาด 49 เซนติเมตรลงมา

5. เวนด์ (Arand. wendy scott)

ช้อยาว มีจำนวน 9 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 8 ดอกลงมา

6. โกลเด้นโชเวอร์ (One. Golden shower)

ช้อยาว มีขนาดกว้าง 20 เซนติเมตร ยาว 65 เซนติเมตรขึ้นไป
 ช้อยสั้น มีขนาดกว้าง 15 เซนติเมตร ยาว 55 เซนติเมตรขึ้นไป
 ช้อยสั้นสุด มีขนาดกว้าง 14 เซนติเมตร ยาว 54 เซนติเมตรลงมา

7. แวนด้า (Vanda & Ascocenda)

ดอกใหญ่ ช้อยาว มีจำนวน 9 ดอกขึ้นไป

ช้อยสั้น มีจำนวน 8 ดอกลงมา

ดอกกลาง ช้อยาว มีจำนวน 12 ดอกขึ้นไป

ช้อยสั้น มีจำนวน 11 ดอกลงมา

ดอกเล็ก ช้อยาว มีจำนวน 15 ดอกขึ้นไป

ช้อยสั้น มีจำนวน 14 ดอกลงมา

สำหรับไม้กำหรือบูเก้ (Bouquet) นั้นจะประกอบด้วยดอกกล้วยไม้ชนิดต่างๆ หรือชนิดเดียวกันมัดรวมกับใบเฟิร์น เช่น ใบมะขาม เฟิร์นเนคราช โดยมีหลายแบบขึ้นกับบริษัทผู้ส่งออกแต่ละรายจะ เป็นผู้กำหนดชนิด หรือตั้งเป็นมาตรฐานของแต่ละบริษัท ซึ่งอาจแตกต่างกันไป เพื่อสะดวกในการสั่งซื้อของลูกค้า หรืออาจจะจัดตามความต้องการของลูกค้า ดอกกล้วยไม้กำนี้ ผู้บริโภคนิยมใช้แจกแขกในงานพิธีต่างๆ เนื่องจากสามารถใช้ได้ทันที ประหยัดเวลาและแรงงาน ตัวอย่างรูปแบบของไม้กำได้แก่ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531:15-16)

1. BOUQUET 3 SMD. 2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวายมาตาม ทั้งหมด 3 ก้านสั้น และใบเฟิร์น (ส่วนใหญ่เป็นเฟิร์นใบมะขาม และเฟิร์นเนคราช) อีก 2 ก้านมัดรวมกัน

2. BOUQUET 2 SMD.OR SPW.2 FERNS หมายถึง ไม้กำที่ประกอบด้วยหวาย

มาตามก้านสั้น 2 ก้าน หวายซี่ชาร์หรือหวายแจ๊คเกอร์สั้น 1 ช่อ อย่างใดอย่างหนึ่งและมี
ใบเฟิร์น 2 ก้านรวมกัน

3. BOUQUET 3 DIFFERENT KIND OF ORCHID 2 FERNS หมายถึง ไม้ก้า
ที่ประกอบด้วยดอกกล้วยไม้ชนิดต่าง ๆ 3 ชนิดรวมกัน และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกัน

4. BOUQUET 3 SPN.2 FERNS หมายถึง ไม้ก้าที่ประกอบด้วยหวายแจ๊คเกอร์สั้น
สีขาวล้วนสั้น 3 ก้าน และใบเฟิร์นอีก 2 ก้าน

5. BOUQUET 3 SWH. 2 FERNS หมายถึง ไม้ก้าที่ประกอบด้วยหวายซี่ชาร์สี
ชมพูก้านสั้น 3 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

6. BOUQUET 5 SMD.2 FERNS หมายถึง ไม้ก้าที่ประกอบด้วยหวายมาตามก้าน
สั้น 5 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านมัดรวมกัน

7. BOUQUET 3 SMD.2 FERNS หมายถึง ไม้ก้าที่ประกอบด้วยหวายมาตามขนาด
กลาง 3 ก้าน และใบเฟิร์น 2 ก้านรวมกัน

8. BOUQUET 2 MD.1 FERNS หมายถึง ไม้ก้าที่ประกอบด้วยหวายมาตามขนาด
กลาง 2 ก้าน หวายซี่ชาร์ขาวอมชมพูหรือหวายแจ๊คเกอร์สั้นขาวอย่างใดอย่างหนึ่ง

9. BOUQUET 1 SMD.2 OTHER 2 FERNS หมายถึง ไม้ก้าที่ประกอบด้วยหวาย
มาตามก้านสั้น 1 ช่อ ดอกกล้วยไม้ชนิดอื่น ๆ อีก 2 ช่อ และใบเฟิร์นอีก 2 ก้านมัดรวมกัน
เป็นไม้ก้า

ตลาดต่างประเทศที่สำคัญและวิถีการจัดจำหน่าย

ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ

ตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดที่สำคัญ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดเอเชีย ตลาดยุโรป และตลาดอเมริกาเหนือ

1. **ตลาดเอเชีย** ประเทศนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น และฮ่องกง (ส่วนหนึ่งนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ) นำเข้ามากในช่วงฤดูหนาวระหว่างเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงที่ตลาดมีความต้องการมาก เนื่องจากเป็นช่วงที่มีเทศกาลต่างๆ เช่น วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่ และวันวาเลนไทน์ ฯลฯ ประกอบกับดอกไม้ท้องถิ่นมีน้อย ส่วนในฤดูใบไม้ผลิ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ต้นเดือนมีนาคม ความต้องการจะเริ่มลดลง

ญี่ปุ่น เป็นตลาดกล้วยไม้สดที่สำคัญที่สุดของไทยในปัจจุบันโดยนำเข้าจากไทยมากที่สุดทั้งปริมาณและมูลค่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 เป็นต้นมา (ตารางที่ 6) เช่นในปีพ.ศ. 2530 ไทยส่งดอกกล้วยไม้ไปญี่ปุ่น 3,142 เมตริกตัน มูลค่า 183.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นปริมาณและมูลค่าร้อยละ 44.3 และร้อยละ 44.8 ของการส่งออกรวมตามลำดับ นอกจากประเทศไทยแล้ว ยังนำเข้าไม้ตัดดอกต่างๆจาก ประเทศสหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ ไต้หวัน และสิงคโปร์ ฯลฯ โดยนำเข้าจากไทยประมาณร้อยละ 45 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ และไทยมีส่วนแบ่งตลาดในญี่ปุ่นถึงประมาณร้อยละ 35

รสนิยมผู้บริโภคในญี่ปุ่น คือ นิยมดอกกล้วยไม้ที่มีหลายสีในดอกเดียวกัน และนิยมดอกบาน และผู้บริโภคในเมืองจะซื้อไม้ตัดดอกมากกว่าผู้บริโภคตามชนบท หรือในเมืองเล็ก ผู้บริโภคที่ชอบความหรูหรา หรือผู้มาเข้าม้งักแสวงหาไม้ตัดดอกพันธุ์ใหม่ๆเสมอ จึงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อรสนิยมในการเลือกซื้อไม้ตัดดอกของผู้บริโภคทั่วไป ไม้ตัดดอกที่ได้รับความนิยมในญี่ปุ่น ได้แก่ คาร์เนชั่น กุหลาบ กล้วยไม้ และยิปโซฟิลล่า ซึ่งจะต้องมีสีอ่อน เช่น สีชมพู ขาว และม่วง หรือมีสีขาวผสมอยู่มาก เพราะสามารถนำไปใช้เข้ากับสีอื่นๆได้ดี

ตารางที่ 6 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกดอกไม้สดแยกตามประเทศผู้นำเข้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2531

ปริมาณ : พันเมตริกตัน

มูลค่า : ล้านบาท

ประเทศผู้นำเข้า	2527		2528		2529		2530		2531	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
1. ญี่ปุ่น	1.7	114.4	2.16	184.14	2.65	190	3.142	183.3	4.5	234.7
	(22.7)	(29.2)	(27.7)	(37.8)	(44)	(49)	(44.3)	(44.8)	(47.2)	(45.5)
2. สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	1.2	62.5	0.88	68.6	0.45	46.2	0.45	45.6	0.54	52.3
	(16.0)	(16.0)	(11.3)	(14.1)	(7.4)	(12)	(6.35)	(11.15)	(5.6)	(10.1)
3. อิตาลี	1.1	52.0	1.24	70.8	0.79	45	0.95	47	1.25	57.4
	(14.7)	(13.4)	(16)	(14.5)	(13)	(11.6)	(13.4)	(11.5)	(13.1)	(11.1)
4. เนเธอร์แลนด์	0.99	45.5	0.86	46.49	0.63	34	0.56	34.1	0.56	34.2
	(13.2)	(11.6)	(11)	(9.5)	(10.4)	(6.6)	(7.90)	(8.34)	(5.9)	(6.7)
5. สหรัฐอเมริกา	0.42	19.8	0.57	26.43	0.39	18	0.57	31.9	0.73	43.4
	(5.6)	(5.1)	(7.3)	(5.4)	(6.4)	(4.7)	(8.05)	(7.8)	(7.7)	(8.4)
6. ฮอลแลนด์	0.28	15.4	0.31	14.1	0.24	8	0.30	10.7	0.39	13.17
	(3.7)	(3.9)	(4.0)	(2.9)	(4.0)	(2.1)	(4.2)	(2.61)	(4.1)	(2.6)
7. ฝรั่งเศส	0.34	13.5	0.29	13.3	0.13	7	0.16	10.3	0.24	15.9
	(4.5)	(3.4)	(3.7)	(2.7)	(2.0)	(1.8)	(2.3)	(2.52)	(2.5)	(3.1)
8. อื่น ๆ	1.47	68.3	1.46	64.14	0.78	39	0.95	46	1.32	64.73
	(19.6)	(17.4)	(18.8)	(13.1)	(12.8)	(10)	(13)	(11.2)	(13.9)	(12.5)
รวม	7.5	391.0	7.76	488	6.06	387	7.08	408.9	9.53	515.8
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บเป็นปริมาณร้อยละ

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531 ; กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2532)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดของกล้วยไม้ที่นำเข้า คือดอกกล้วยไม้สกุลหวาย และแวนด้าทุกชนิดจากไทย กล้วยไม้สกุลแมลงบอทุกชนิดจากสิงคโปร์

นโยบายการนำเข้าของญี่ปุ่น ไม่มีระบบโควต้า และ ไม่มีการจำกัดการนำเข้า การเก็บภาษีโดยปกติจะเก็บในอัตราร้อยละ 10 ทั้งนี้ญี่ปุ่นให้นำเข้าได้เสรีและให้สิทธิพิเศษ ทางภาษีศุลกากร (GSP) โดยได้รับการยกเว้นภาษีขาเข้าแก่ประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้ง ไทย อย่างไรก็ดี ญี่ปุ่นมีการกวดขันการนำเข้าดอกกล้วยไม้อย่างเข้มงวดในเรื่องการควบคุม โรคพืช แมลง แบคทีเรีย และไวรัส โดยมีกฎหมายและข้อตกลง 3 ประการ ดังนี้

1. PLANT GUARANTINE โดยดอกกล้วยไม้จะได้รับการตรวจสอบ ณ ท่าอากาศยาน หากพบสิ่งผิดปกติที่อาจระบาคได้ กล้วยไม้เหล่านั้นจะถูกทำลายทันที
2. SEED AND STOCK LAW พืชพันธุ์ใหม่ต้องนำไปขึ้นทะเบียน และต้องได้รับอนุญาตก่อนจำหน่าย
3. WASHINGTON TREATY เป็นข้อตกลงระหว่างกลุ่มผู้ส่งออก และนำเข้าสัตว์ และต้นไม้ ข้อตกลงนี้มีผลเริ่มใช้กับญี่ปุ่น ตั้งแต่ 4 พฤศจิกายน 2523 เป็นต้นมา โดยดอกกล้วยไม้ที่อยู่ภายใต้ข้อตกลงนี้ด้วย

การส่งดอกกล้วยไม้ไปประเทศญี่ปุ่นมักประสบปัญหาการชำระเงิน ในกรณีผู้สั่งซื้อ ไม่เปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (L/C) ผู้จำหน่ายจึงควรขอให้ธนาคารซึ่งตนมีบัญชีอยู่ ช่วยตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้ซื้อให้แน่ชัดเสียก่อนการส่งมอบสินค้า และไม่ควรรยอมให้ผู้ซื้อค้างชำระ เงินมากเกินขอบเขต และค้างชำระ เป็นเวลานานเกินควร

สำหรับตลาดฮ่องกงซึ่งมีความสำคัญรองลงมา สั่งซื้อดอกกล้วยไม้จากไทย เพื่อส่งออกไปยังประเทศอื่น อีกทอดหนึ่ง บางส่วนนำไปใช้ในประเทศ

นอกจากนี้ยังมีตลาดอื่นอีกที่สั่งซื้อดอกกล้วยไม้ไทย เช่น มาเลเซีย บารูเรน

ซาอุดีอาระเบีย เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย บรูไน สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และอื่น ๆ แต่สั่งซื้อในปริมาณที่ไม่มากนัก

2. **ตลาดยุโรป** ตลาดที่สำคัญได้แก่ อิตาลี สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์และอื่นๆ เป็นตลาดที่สำคัญอันดับสองรองจากญี่ปุ่น ตลาดยุโรปมีความต้องการดอกไม้ในอัตราสูง โดยเฉพาะช่วงฤดูหนาวระหว่างเดือนตุลาคม-มกราคม เนื่องจากเป็นช่วงที่มีเทศกาลและมีความขาดแคลนดอกไม้ที่ผลิตในประเทศ แม้ว่าจะผลิตได้ในเรือนกระจกก็ตาม แต่ต้นทุนการผลิตสูง ช่วงฤดูร้อนประมาณเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม ความต้องการจะมีน้อย เนื่องจากในตลาดมีดอกไม้ท้องถิ่นออกมาแข่งขัน เช่น ทิวลิป คาร์เนชั่น

ดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปยังยุโรป ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้สกุลหวายจากประเทศไทย สกุลเข็มเบญจมาศจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ แต่สนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก ดังนั้น ไทยจึงควรปรับปรุงพันธุ์ใหม่และสีอื่น เพื่อสนองความต้องการของตลาดเหล่านี้

นโยบายการนำเข้าของตลาดยุโรป โดยเฉพาะกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจร่วมยุโรป (EEC) อันประกอบด้วย เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก ไอร์แลนด์ อิตาลี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เดนมาร์ก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน กรีซ สเปน และ โปรตุเกส สามารถนำเข้าได้โดยเสรี และ ไม่มีการกำหนดโควตาสำหรับดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรบิเการทั่วไป (GSP) โดยปกติตลาดทางยุโรปจะ เรียกเก็บภาษีขาเข้าในอัตราร้อยละ 15 ตลอดปี

อิตาลี เป็นตลาดสำคัญแหล่งหนึ่งในตลาดยุโรป ดอกไม้สดที่ใช้ภายในประเทศส่วนหนึ่งได้จากการผลิตในประเทศ และบางส่วนนำเข้าจากต่างประเทศเช่นเนเธอร์แลนด์มากที่สุด รองลงมาคือประเทศไทย และสหรัฐอเมริกาตามลำดับ สำหรับดอกกล้วยไม้ที่ส่งจากประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นมาตามบอมบัตัวร์ แนวโน้มความต้องการกล้วยไม้สดจากประเทศไทยยังคงแจ่มใสในแต่ละปี กล้วยไม้ที่มีโอกาสมากคือ กล้วยไม้สกุลหวาย แต่

ควรระวัง เรื่องการแข่งกันตัดราคาระหว่างผู้ส่งออก ทำให้ราคาที่ขายได้ไม่ดีเท่าที่ควร มีผลให้ผู้ส่งออกบางราย ส่งสินค้าคุณภาพต่ำให้ผู้นำเข้า ผู้บริโภคในอิตาลีนี้สียชอบไม้ตัดดอกหรือต้นไม้ เช่นเดียวกับชาวยุโรปทั่วไป โดยซื้อไม้ตัดดอกเพื่อตกแต่งบ้านและสถานที่ต่างๆ ใช้เยี่ยมคนไข้ ใช้เป็นของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น กล้วยไม้จากประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรภายใต้จีเอสพี โดยอิตาลีเรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 15 ตลอดปี

สหพันธ์เกษตรกรเยอรมัน เคยเป็นตลาดที่สำคัญอันดับหนึ่งของประเทศไทย แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2526 (ตารางที่ 6) จะเห็นว่าเยอรมันนำเข้าดอกกล้วยไม้จากไทยมูลค่าลดลงเรื่อยๆ จากปี พ.ศ. 2527 2529 2530 และพ.ศ. 2531 นำเข้าลดลงเหลือ 62.5 46.2 45.6 และ 52.3 ตามลำดับ ยกเว้นปี พ.ศ. 2528 ที่มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย สาเหตุที่ทำให้ตลาดเยอรมันมีความต้องการดอกกล้วยไม้ไทยลดลง เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงความต้องการใช้ที่รวดเร็วของชาวเยอรมัน ด้วยเหตุที่กล้วยไม้ไทยถูกลดเกรดลงมาเป็นชั้นกลาง จากการที่มีการนำเข้ามาเป็นจำนวนมาก ทำให้สามารถหาซื้อได้ทั่วไป ค่านิยมในดอกกล้วยไม้จึงลดต่ำลง และการที่ราคาตกต่ำส่วนหนึ่งเนื่องจากการแข่งขันกันตัดราคาระหว่างผู้ส่งออก หรือวิธีเพิ่มปริมาณดอกกล้วยไม้ให้มากกว่าที่ตกลงกันได้ การที่จะทำให้สามารถส่งออกดอกกล้วยไม้ให้มากขึ้น และขายได้ราคาสูงในตลาดเยอรมัน จะต้องพยายามผลิตกล้วยไม้สกุลหายพันธุ์ใหม่ที่มีสีสันและกลีบดอกแตกต่างจากเดิมเพิ่มขึ้น ในเยอรมันไม่มีการปลูกดอกกล้วยไม้ ดังนั้น จึงไม่มีคู่แข่งในสินค้าชนิดเดียวกัน ปัจจุบันชาวเยอรมันนิยมดอกกล้วยไม้ที่สีสันจัดจ้าน ได้แก่ สีแดง ขาว เหลือง ส่วนสีชมพูเป็นที่เยอรมันชอบอยู่แล้ว และกล้วยไม้จากไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) โดยเสียภาษีขาเข้าในอัตราร้อยละ 15 ตลอดปี

เนเธอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ได้ชื่อว่าเป็นผู้นำในด้านการผลิตและด้านการส่งออกไม้ตัดดอกและไม้ประดับที่สำคัญที่สุดของโลก ทหารายได้ให้แก่ประเทศมากเป็นอันดับแรก โดยจะทำการผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 80 ของผลผลิตรวม ประมาณว่ามีสัดส่วนการตลาดของไม้ตัดดอกในตลาดโลกถึงร้อยละ 66 เป็นตลาดที่ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยต่างให้ความสนใจ เนื่องจากตลาดนี้นิยมดอกกล้วยไม้เพื่อใช้ภายใน

ในประเทศ และเพื่อส่งออกต่อไปยังประเทศอื่นๆ (Re-export) นอกจากจะเป็นผู้ส่งออกไม้ดอกไม้ประดับรายใหญ่ของโลกแล้ว เนเธอร์แลนด์ยังเป็นผู้นำเข้าไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญอีกด้วยโดยนำเข้าประมาณปีละ 50,000 ถึง 85,000 พันเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 1,285 ถึง 2,185 ล้านบาท ส่วนใหญ่จะนำเข้าในฤดูหนาว เนื่องจากผลผลิตภายในประเทศลดลง ไม้ตัดดอกที่นำเข้าทั้งหมดจะใช้ภายในประเทศร้อยละ 15 ที่เหลืออีกร้อยละ 85 จะส่งออกไปยังต่างประเทศ ผู้บริโภคในตลาดเนเธอร์แลนด์มีความนิยมไม้ตัดดอกมากที่สุดใญ่ยุโรป สำหรับการส่งออกไม้ตัดดอกของไทยไปยัง เนเธอร์แลนด์ คิดเป็นประมาณร้อยละ 4-6 ของปริมาณนำเข้าไม้ตัดดอกทั้งหมดในเนเธอร์แลนด์ และประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) โดยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 15 ตลอดปี

อังกฤษ เป็นประเทศที่นิยมดอกไม้ประดับแห่งในยุโรป ดอกกล้วยไม้ในสหราชอาณาจักรมีทั้งสกุลหวายและสกุลแมลงบ่อ การผลิตดอกกล้วยไม้เพื่อการค้าภายในประเทศยังไม่แพร่หลายมากนัก ซึ่งนิยมขายทั้งกระถางมากกว่าตัดดอกขาย ดังนั้น ตลาดกล้วยไม้ตัดดอกในประเทศอังกฤษจึงเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศเป็นสำคัญ โดยนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือประเทศไทย (ร้อยละ 20) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 10) ผู้บริโภคในตลาดนี้มีความเห็นว่าดอกกล้วยไม้เป็นความหรูหรา จึงนิยมใช้ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ สำหรับกล้วยไม้จากประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) โดยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 15 ตลอดปี

ตลาดทางด้านยุโรปประเทศอื่นๆ เช่น ฝรั่งเศส สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ ฟินแลนด์ นอร์เวย์ สเปน ประเทศเหล่านี้ยังมีโอกาสขยายได้อีกมาก เพราะดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยได้รับความนิยมและพันธุ์ที่รู้จักกันมาก

3. ตลาดอเมริกาเหนือ ประเทศผู้นำเข้าสำคัญคือ สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดไม้ตัดดอกที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ช่วงความต้องการดอกกล้วยไม้ของไทย จะเป็นช่วงที่ฮาวายไม่สามารถผลิตดอกกล้วยไม้สนองความต้องการของสหรัฐอเมริกาได้ทัน ทำให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดในตลาดแห่งนี้ได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ ดอกกล้วยไม้ที่ตลาดแห่งนี้นำเข้าเป็นดอกกล้วยไม้สกุลหวาย ได้แก่

มาตามบอมบาคัวร์ ซีซาร์ บอมส์ จากประเทศไทยและฮาวาย รสนิยมผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกา เหมือนกับตลาดต่างประเทศอื่นที่ซื้อไม้ตัดดอก แต่ความนิยมดอกไม้ไม่มากนัก เหมือนกับชาวยุโรป ผู้บริโภคในตลาดนี้มีการใช้ดอกกล้วยไม้ในวงจำกัด กล้วยไม้ที่นิยมมักเป็นขนาดช่อยาว อย่างไรก็ตาม ดอกกล้วยไม้บางส่วนนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์ สเปน ฝรั่งเศส-สาธารณรัฐเยอรมัน และฮ่องกง เพราะราคาถูกและค่าขนส่งถูกกว่าสั่งซื้อจากไทย ทั้งที่เป็นดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย

นโยบายการนำเข้าของตลาดนี้คือ ดอกกล้วยไม้สดจากประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้งไทยจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) โดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ยกเว้นดอกกล้วยไม้สดที่ส่งผ่านประเทศอื่น ดอกกล้วยไม้สดที่นำเข้า จะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพโรคพืช แมลง และเชื้อราต่าง ๆ หากพบสิ่งผิดปกติ จะถูกห้ามการนำเข้า และถูกส่งไปรมควัน⁴ ต่อไป ซึ่งมีผลทำให้อายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้สั้นลง

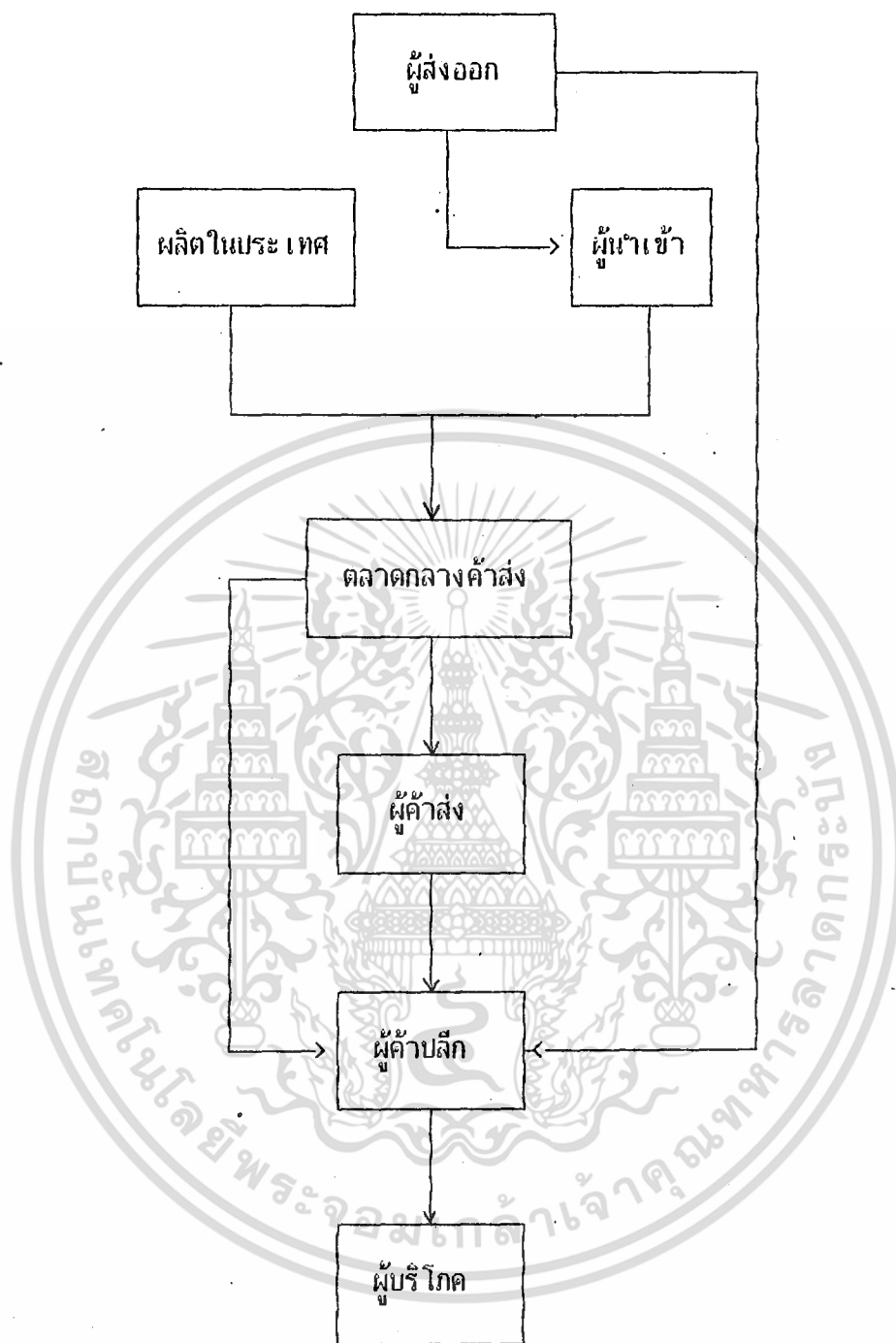
วิธีการจัดจำหน่าย

สำหรับวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกไทยในตลาดต่างประเทศ สามารถแยกเป็นรายประเทศโดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้ (กองข้อมูลการค้า กรมพาณิชย์สัมพันธ์ , 2531 : 10)

ญี่ปุ่น วิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในตลาดญี่ปุ่นที่สำคัญ มีดังนี้ (ภาพที่ 3)

ผู้นำเข้า ได้แก่

4 การรมควันเพื่อทำลายเชื้อไฟ ซึ่งรวมทั้งไข่และตัวอ่อนด้วย สารเคมีที่นิยมใช้รมควันดอกกล้วยไม้ คือ เมทิลโบรไมด์ (methyl bromide) ใช้เวลาในการรมควันนานประมาณ 1.5-2.0 ชั่วโมง อุณหภูมิไม่ควรเกิน 30 องศาเซลเซียส มิฉะนั้นจะทำให้ดอกกล้วยไม้เหี่ยว



ภาพที่ 3 แสดงวิถีการจัดการจำหน่ายไม้ตัดดอกไทยในประ เทศที่มุ่น

ที่มา : (กองข้อมูลการค้า กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2531 : 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Trading Companies ที่เชี่ยวชาญในการนำเข้าไม้ตัดดอก
- ร้านขายดอกไม้

ตลาดกลางค้าส่ง เป็นศูนย์รวบรวมจัดจำหน่ายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับไม้ตัดดอกโดยมีผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก สำหรับผู้ค้าส่ง ได้แก่

- Tonya ใช้เรียกผู้ค้าส่งไม้ตัดดอกในเมือง Osaka และ Nagoya
- ผู้ค้าส่งทอดสอง (Secondary Wholesalers)

ผู้ค้าปลีก ได้แก่

- Tinant Shop ในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต
- ร้านขายดอกไม้ (Florists ' shop) ได้แก่
- แผงลอยขายไม้ตัดดอกริมถนน

ผู้บริโภครวม ได้แก่

- Flower design school
- โรงแรม สถานที่จัดงานแต่งงาน

อิตาลี วัตถุประสงค์จำหน่ายไม้ตัดดอกในอิตาลีที่สำคัญ มีดังนี้ (ภาพที่ 4)

ผู้ส่งออก จะ เป็นผู้จัดส่งสินค้า ให้แก่ผู้นำเข้าในอิตาลี

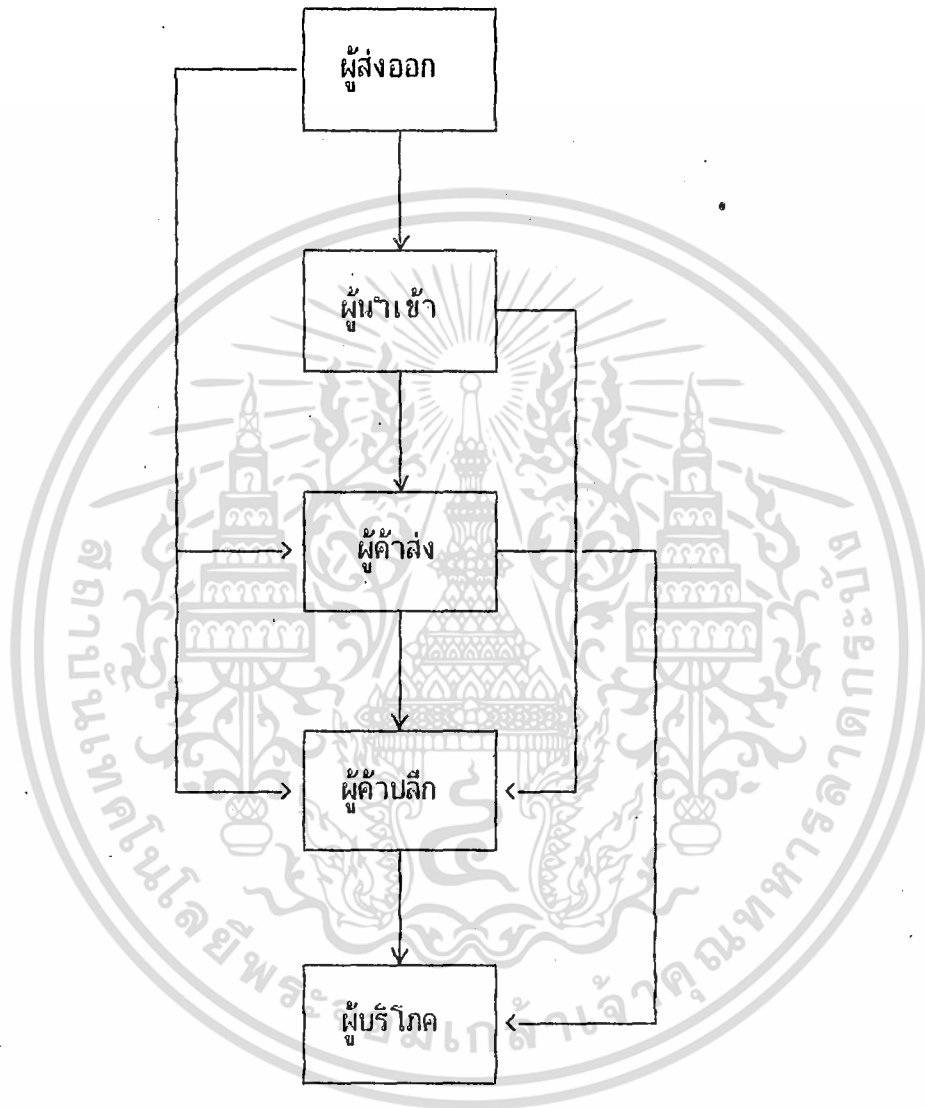
ผู้นำเข้า เมื่อได้รับดอกกล้วยไม้จากต่างประเทศ จะขายให้ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก

ผู้ค้าส่ง เป็นผู้รับซื้อดอกกล้วยไม้สดจากผู้นำเข้า และขายให้ผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง
ผู้ค้าส่งบางราย เป็นผู้นำเข้าและผู้ค้าปลีกด้วย

ผู้ค้าปลีก ได้แก่

- ร้านขายดอกไม้

- ผู้เร่ขายไม้ตัดดอกตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านเครื่องดื่ม ภัตตาคารและทางแยกสัญญาณไฟจราจรจะขาย ไม้ตัดดอกที่ด้อยคุณภาพจากผู้ขายส่งหรือผู้ขายปลีกและนำมาขายในราคาที่ค่อนข้างถูก



ภาพที่ 4 แสดงวิถีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศไทย

ที่มา : (กองข้อมูลการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531 : 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ลีท้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน วิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในตลาดสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันที่สำคัญ มีดังนี้ (ภาพที่ 5)

ธุรกิจการค้ากล้วยไม้ในประเทศไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมากนัก เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก และนิยมใช้วิธีการขายฝาก ผู้ส่งออกจะส่งสินค้าให้ผู้นำเข้าก่อน แล้วจึงชำระเงินภายหลัง โดยหักค่าของเสียหาย ผู้ประกอบการค้าดอกกล้วยไม้ประกอบด้วย

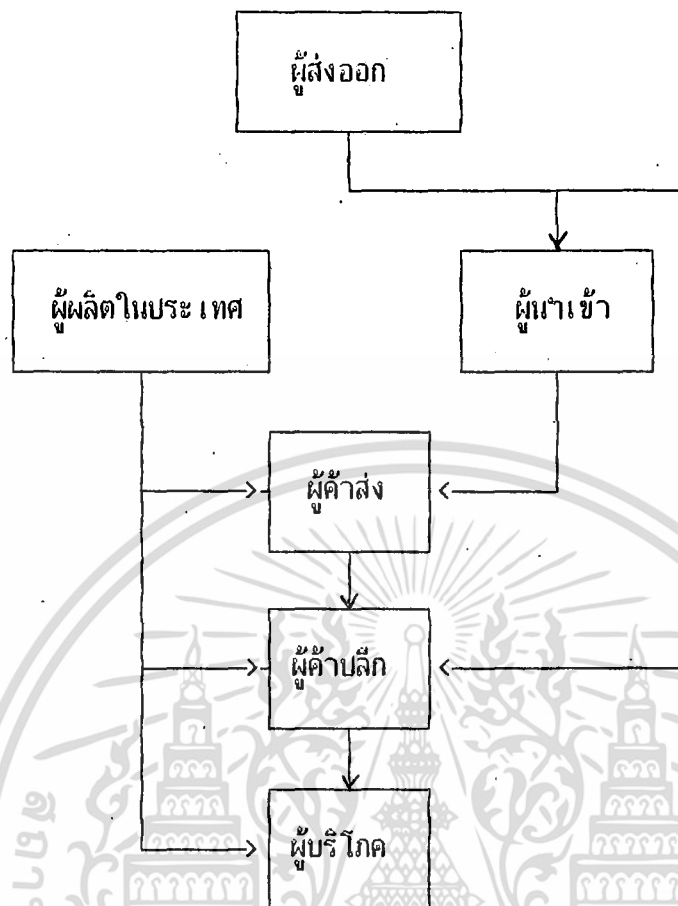
ผู้นำเข้า ส่วนใหญ่จะตั้งตามเมืองต่าง ๆ เช่น แฟรงเฟิร์ต เบอร์ลิน เป็นต้น ผู้นำเข้า ได้แก่

- บริษัทการค้าผู้นำเข้าไม้ตัดดอกทั่วไป
- ผู้ค้าส่งบางรายนำเข้าด้วยตนเอง
- Assortment Trade (super markets and Department Stores)

ผู้ค้าส่ง จะเป็นผู้รับซื้อดอกกล้วยไม้สดจากผู้นำเข้า แล้วส่งต่อไปยังผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง
กิจการขายส่งบางรายเป็นผู้นำเข้าและผู้ค้าปลีกด้วย

ผู้ค้าปลีก มีอยู่ทั่วไปในเยอรมัน โดยรับซื้อดอกกล้วยไม้สดจากผู้นำเข้าหรือผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกบางรายเป็นผู้นำเข้าดอกกล้วยไม้จากต่างประเทศโดยตรงด้วย ผู้ค้าปลีก ได้แก่

- แผงลอยขาย ไม้ตัดดอกตามตลาดและริมถนน (Market and street Vendor)
- ร้านค้าปลีกที่มีสินค้าหลากหลายชนิด (Assortment Trade)
- ร้านขายดอกไม้



ภาพที่ 5 แสดงวิถีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

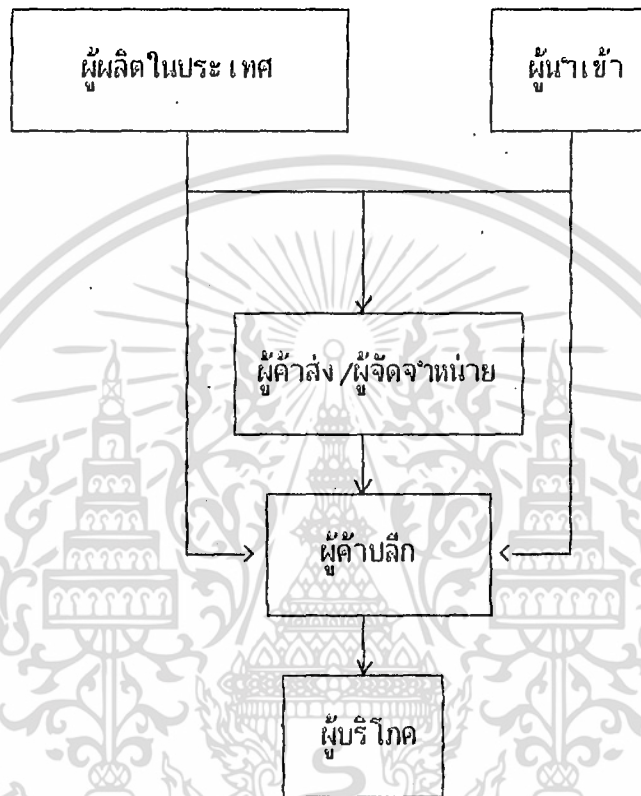
ที่มา : (กองข้อมูลการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531 : 10)

สหรัฐอเมริกา วิถีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกาที่สำคัญ
มีดังนี้ (ภาพที่ 6)

โดยทั่วไปวิถีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในตลาดสหรัฐอเมริกา ผู้ผลิตในประเทศ
หรือผู้นำเข้าจะจัดส่งให้ผู้ค้าส่ง หรือผู้จัดจำหน่าย เพื่อส่งต่อไปกับร้านขายไม้ตัดดอกหรือร้าน

แพลงลอยทั่วไป

แต่มีผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าบางรายซึ่งหากิจการขนาดเล็ก ได้จัดส่ง ไม้ตัดดอกให้แก่ผู้ค้าปลีกโดยตรง

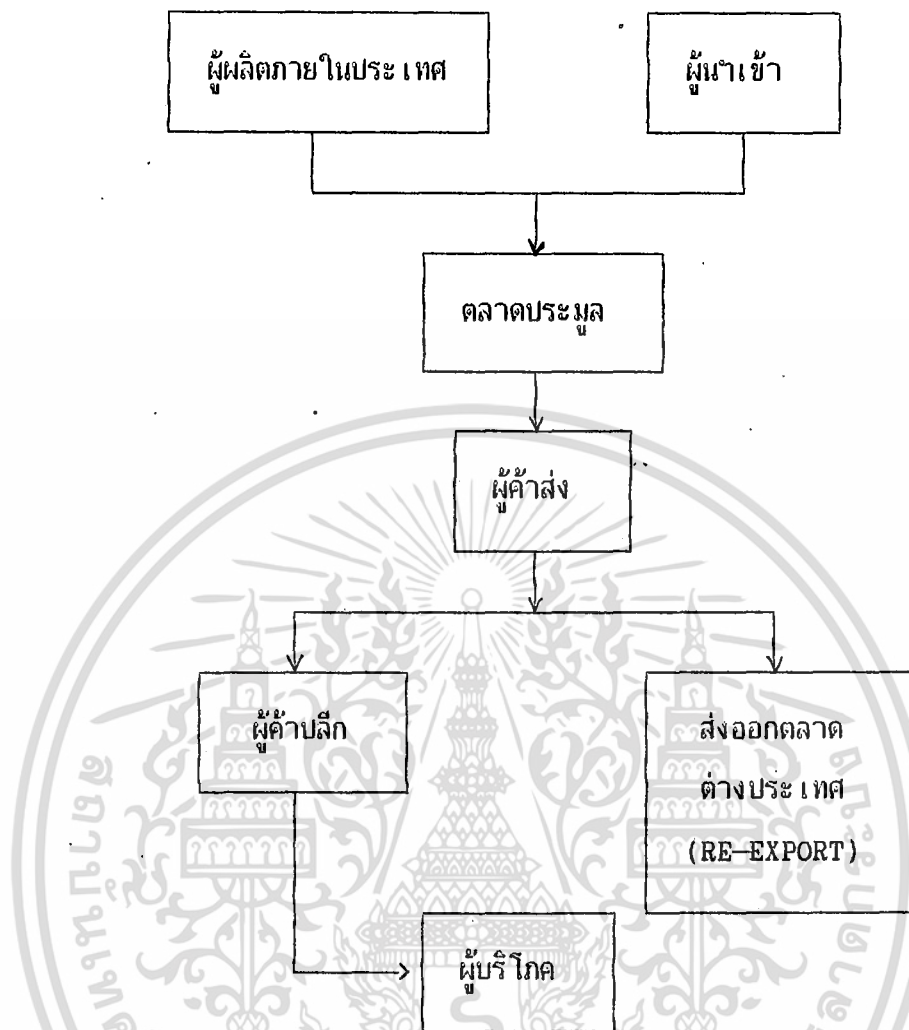


ภาพที่ 6 แสดงวิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศสหรัฐอเมริกา

ที่มา : (กองข้อมูลการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531)

เนเธอร์แลนด์ วิธีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในเนเธอร์แลนด์ที่สำคัญ มีดังนี้ (ภาพที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 7 แสดงวิถีการจัดจำหน่ายไม้ตัดดอกในประเทศไทยเนเธอร์แลนด์

ที่มา : (กองข้อมูลการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531)

ตลาดประมุล ได้แก่

- ศูนย์กลางที่รวบรวม และ ประมูล ไม้ตัดดอกที่ผลิตภายในประเทศ หรือ นำเข้า จากต่างประเทศ โดยผู้ส่งออกหรือผู้ค้าส่ง เป็นผู้ประมุล เพื่อจัดจำหน่ายต่อไป
- ตลาดประมุล มีอยู่ตามแหล่งผลิตไม้ตัดดอกใหญ่ๆทั่วประเทศ

ผู้ค้าส่ง หมายความว่า เป็นทั้งผู้ส่งออกและผู้ค้าส่ง หรือ เป็นเพียงผู้ค้าส่ง หรือตัวแทนทำ

การประมูลไม้ตัดดอกในตลาดประมูล เพื่อจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกหรือส่งต่อไปยังประเทศที่ 3 เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

ผู้ค้าปลีก ได้แก่

- แผงลอยขาย ไม้ตัดดอกตามตลาดนัดและริมถนน
- ร้านขายดอกไม้

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

การแข่งขันสำหรับดอกกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย มีทั้งการแข่งขันในด้านราคา และแข่งขันกับดอกกล้วยไม้ด้วยกันจากประเทศผู้ส่งออกอื่น ตลอดจนแข่งขันกับไม้ตัดดอกชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนจากประเทศต่างๆ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

สิงคโปร์

สิงคโปร์ เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของดอกกล้วยไม้สกุลแหม่งปอ ซึ่งได้แก่ แมคก็โออี เจมสตอรี่ คริสติน เพราะเป็นประเทศที่ปลูกกล้วยไม้สกุลนี้มากกว่าประเทศไทย ประกอบกับคุณภาพดีกว่าดอกกล้วยไม้สกุลแหม่งปอที่ปลูกในประเทศไทย เนื่องจากภูมิอากาศของประเทศไทย มีความเหมาะสมสำหรับกล้วยไม้สกุลนี้ นอกจากนั้นดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทย ยังเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในตลาดต่างประเทศ เพราะมีพันธุ์กล้วยไม้ให้เลือกมากชนิดกว่า ราคาถูกและมีปริมาณมาก ประกอบกับมีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้สกุลนี้เพื่อการค้าที่มาก และได้มีการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์มานานกว่าประเทศไทย ทำให้ดอกกล้วยไม้คุณภาพดีและราคาถูกเมื่อเทียบกับดอกกล้วยไม้ของไทย แต่สำหรับดอกกล้วยไม้สกุลหวายในสิงคโปร์มีปลูกบ้างแต่ไม่มากนัก เนื่องจากสภาพภูมิอากาศ และวิธีการเลี้ยงกล้วยไม้สกุลนี้ของสิงคโปร์ จะเป็นอุปสรรคอยู่บ้าง ทำให้ไม่สามารถแข่งขันทางด้านราคา และด้านคุณภาพกับดอกกล้วยไม้สกุลหวายที่ผลิตในประเทศไทยได้ ซึ่งดอกกล้วยไม้สกุลหวายของไทยนี้ เป็นที่รู้จักกันแพร่

หลายในตลาดต่างประเทศเช่นกัน

ตลาดดอกกล้วยไม้สำคัญของสิงคโปร์ คือ เยอรมันตะวันตก เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ฮองกง ออสเตรีย ญี่ปุ่น ฯลฯ โดยเฉพาะตลาดยุโรป และตลาดญี่ปุ่นสำหรับดอกกล้วยไม้สกุลแมลงบอ

มาเลเซีย

ปัจจุบันมาเลเซียมีนโยบายที่จะเร่งส่งเสริมการเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อส่งออกแข่งขันกับประเทศไทย โดยได้บรรจุไว้ในแผนพัฒนาการเกษตรแห่งชาติ มีเป้าหมายที่จะขยายพื้นที่เพาะปลูกกล้วยไม้จาก 7,500 ไร่ ให้เพิ่มเป็น 8,750 ไร่ นอกจากนี้ ยังให้การสนับสนุนการส่งออกด้วยการจัดสรรพื้นที่พิเศษเพื่อดำเนินการ และสายการบินแห่งชาติมาเลเซียยังสนับสนุนด้วยการลดค่าธรรมเนียม ตลอดจนจัดเที่ยวบินพิเศษในการส่งออกไปยังยุโรป ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา มาเลเซียมีพันธุ์กล้วยไม้มากกว่าหนึ่งพันชนิด พันธุ์ลูกผสมอีกกว่าสองพันชนิด หากยังมีได้มีการส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง ในปีพ.ศ. 2529 มาเลเซียมีการส่งออกคิดเป็นมูลค่า 60 ล้านบาท และสิงคโปร์มีการส่งออกมูลค่ากว่า 150 ล้านบาท ในขณะที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงเกือบ 400 ล้านบาท

ฮาวาย

เป็นคู่แข่งส่งออกดอกกล้วยไม้ในตลาดสหรัฐอเมริกา นอกจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียที่เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญแล้ว ประเทศคู่แข่งอื่นๆ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังตลาดต่างประเทศบ้าง แต่ยังมีปริมาณส่งออกไม่มากนัก จึงมีผลกระทบต่อ การส่งออกของไทยไม่มากนัก ทั้งยังต้องแข่งขันกับดอกไม้ท้องถิ่น ซึ่งเป็นสินค้าทดแทนได้ของแต่ละตลาด ซึ่งมีปริมาณมากและราคาถูกกว่า ได้แก่ ดอกเบญจมาศ ดอกคาร์เนชั่น ดอกเยอบีร่า และดอกแกลดิโอลัส สำหรับกุหลาบ อิสราเอลเป็นคู่แข่งชั้นสำคัญ โดยเฉพาะในตลาดเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากดอกกุหลาบของอิสราเอลมีขนาดดอกใหญ่ และราคาถูกกว่าดอกกล้วยไม้ของไทยมาก

สำหรับดอกกล้วยไม้ที่เป็นคู่แข่งด้วยตัวเอง คือ ดอกกล้วยไม้สกุลเข็มบีเดียมชนิดดอกเล็ก ซึ่งเป็นผลจากการสามารถผลิตขึ้นเองจากผู้นำเข้าบางประเทศ และมีราคาถูกตลอดจนประเทศผู้นำเข้าบางประเทศ เปลี่ยนไปนิยมดอกกล้วยไม้สกุลหวายพีแฉู่ใหม่แทนหวายบอมบาตัวร์ ทำให้การค้าส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยมีมูลค่าส่งออกลดลง

พิธีการในการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก

การส่งออกดอกกล้วยไม้ในปัจจุบันอนุญาตให้ส่งออกโดยเสรี แต่ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการนำเข้าของแต่ละประเทศที่กำหนดไว้ การส่งออกดอกกล้วยไม้สดหลังจากได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศแล้ว มีขั้นตอนการส่งออกที่สำคัญ ดังนี้

1. การตรวจโรคพืช ผู้ส่งออกจะนำดอกกล้วยไม้ที่บรรจุหีบห่อเรียบร้อยแล้วไปตรวจโรคพืชที่กองกักกันโรคพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อขอเอกสารใบปลอดโรคพืช (Phyte Sanitary certificate) ซึ่งเอกสารดังกล่าวจะพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ดังนั้น จึงควรปรับปรุงพิมพ์เป็นภาษาท้องถิ่นของประเทศปลายทาง เช่น ภาษาญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการขออนุญาตนำเข้า การตรวจโรคพืชไม่จำเป็นต้องผ่านด่านกักกันโรคพืชเสมอ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้นำเข้าว่าต้องการหลักฐานนี้หรือไม่ โดยปกติจะตรวจสอบเพียงร้อยละ 10 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ที่ด่านกักกันโรคพืชทำได้เฉพาะการตรวจหาตัวหนอน ดอกเน่า ดอกช้ำ ดอกเป็นโรค ถ้ามีโรคน้อยทางด้านกักกันโรคจะเอาดอกกล้วยไม้ส่วนที่เสียออก ถ้ามีโรคมกทางด้านกักกันโรคจะชี้แจงให้ผู้ส่งออกเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงการส่งดอกกล้วยไม้เท่านั้น เสีย เพราะเมื่อส่งไปแล้วลูกค้าในต่างประเทศจะตีสินค้านั้นกลับมา หลังจากผ่านการตรวจโรคพืชแล้ว เจ้าหน้าที่จะทำการบรรจุให้เรียบร้อยเหมือนเดิม และทำการประทับตราเพื่อแสดงการตรวจโรคที่กล่องและที่หนังสือ เอกสารการส่งออก

สำหรับบริษัทผู้ส่งออกขนาดใหญ่ที่ส่งออกเอง อาจมีเครื่องมือรควันหรือรรมแก๊สด้วยตัวเอง ซึ่งจะหาต่อเมื่อการส่งออกดอกกล้วยไม้เท่านั้น ประเทศลูกค้าต้องการให้มีการรควันหรือรรมแก๊ส เมื่อเอกซเรย์แล้ว จะต้องไปให้ด่านกักกันโรครับรองอีกครั้งหนึ่ง

เช่นกัน

2. ขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า หรือ Form A ที่กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อสิทธิประโยชน์ทางการค้าด้านสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ของไทยจากประเทศนำเข้า การจัดทำฟอร์ม เอ. ของเจ้าหน้าที่ แม้จะมีการให้บริการในวันหยุดราชการ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องการขาดเอกสารไม่ครบตามจำนวนกล่อง และมีน้ำหนักไม่ตรงตามที่แจ้งไว้ล่วงหน้า ซึ่งถ้าหากสินค้าไม่ครบตามจำนวนจะมีปัญหาการนำเข้าของประเทศปลายทาง กล่าวคือ อาจจะถูกห้ามนำเข้าหรือถูกเก็บภาษีเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ซื้อจะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ส่งออกภายหลัง

3. ขอใบสิทธิคุ้มครองของที่ส่งออก หรือแบบ ลป.61 และคำเสนอขายเงินตราต่างประเทศประเภทเงินทุน เงินกู้หรือเงินที่อาจจะต้องส่งคืนภายหลัง (แบบ ลป. 71 ก.) ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อควบคุมปริมาณเงินตราต่างประเทศ

4. ติดต่อการขนส่งทางเครื่องบิน โดยเสียค่าระวางตามอัตราของแต่ละประเทศ

กำหนด

ปัญหาในการส่งออกดอกกล้วยไม้สด

แบ่งออกเป็นด้านการผลิตทางการตลาดดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต

1. คุณภาพของดอกกล้วยไม้สดด้อยลง อันเนื่องจาก

1.1 ผู้ปลูกเลี้ยงขาดความรู้ในเรื่องการให้น้ำและน้ำ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

1.2 ต้นทุนการผลิตในปัจจุบัน เช่น ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกเลี้ยง ค่าปุ๋ย ค่ายากำจัดแมลงและเชื้อรา เป็นต้น จะต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น ผู้ปลูกเลี้ยงจึงลดต้นทุนด้วยการเปลี่ยนเครื่องปลูกจากการใช้ถ่าน หรือใช้ออสมันดา (รากพืชชนิดหนึ่งใช้เป็นตัวสาคูในการปลูกกล้วยไม้) มาเป็นกาบมะพร้าว ทำให้ดอกกล้วยไม้ที่ผลิตได้มีคุณภาพต่ำลง เนื่องจากกาบมะพร้าวมีความชื้นสูง ตลอดจนสามารถดูดน้ำได้มากกว่าถ่านและออสมันดา ดอกกล้วยไม้ที่ได้จึงมีความชื้นสูงตามไปด้วย เมื่อตัดดอกกล้วยไม้แล้วดอกจะเหี่ยวเร็วกว่าปกติ และความบานจะคงทนได้น้อยลง

1.3 การบรรจุหีบห่อกล้วยไม้เพื่อการส่งออก บางครั้งยังไม่ได้มาตรฐาน-ตามหลักวิชาการ ประกอบกับผู้ส่งออกต้องการลดต้นทุนค่าขนส่ง ด้วยการบรรจุดอกกล้วยไม้อัดแน่นเกินไป ทำให้ดอกกล้วยไม้ได้รับความเสียหาย และ เก็บไว้ไม่ได้นาน

1.4 โรคและแมลงรบกวน

1.5 การขยายพันธุ์กล้วยไม้ มักจะทำให้พันธุ์กล้วยไม้ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดกลายพันธุ์ไปบ้าง ทำให้กล้วยไม้มีความทนทานต่อโรคและแมลงน้อยลง ตลอดจนคุณภาพของดอกลดลงด้วย

2. ปัญหาเรื่องขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินการ การดำเนินการไม่คล่องตัวเท่าที่ควร เนื่องจากการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ใช้เงินทุนสูง

3. การปฏิบัติต่อดอกกล้วยไม้หลังการเก็บเกี่ยวยังไม่ดีพอ

4. เกษตรกรขาดความมั่นใจในการขยายการผลิตกล้วยไม้พันธุ์ใหม่ๆเพื่อการส่งออก

5. กล้วยไม้อีกหลายสกุลที่เหมาะสมแก่การปลูกเลี้ยงในประเทศไทยยังขาดการสนับสนุน

6. ขาดแคลนพันธุ์กล้วยไม้ที่จะใช้พัฒนาลักษณะใหม่ๆ

ปัญหาด้านการตลาด

1. ปัญหาเรื่องระวางบรรทุกทางอากาศไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการส่งออกไปยังตลาดยุโรป ซึ่งเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งจากประเทศไทยประมาณ 39.15 ของมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมด ทำให้กล้วยไม้ที่ส่งออกตกค้างและเกิดการสูญเสียมาก เมื่อไปถึงประเทศลูกค้าที่ปลายทาง (กรมการค้าภายใน, 2531 : 79)

2. การตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก เป็นสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลงมาก เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออก สาเหตุสำคัญของปัญหานี้มี 2 ระดับ คือ ในระดับผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ เนื่องจากการตั้งมาตรฐานของแต่ละบริษัทผู้ส่งออกแตกต่างกัน และผู้ปลูกเลี้ยงมีจำนวนมาก บริษัทผู้ส่งออกจึงอยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคารับซื้อกล้วยไม้ในประเทศ ส่วนในระดับการส่งออก โดยมากดอกกล้วยไม้จะผ่านตลาดประมูลราคาในประเทศผู้นำเข้า ซึ่งจะตกลงซื้อจากผู้ส่งออกที่เสนอขายในราคาต่ำสุด ทำให้ผู้ส่งออกพยายามเสนอราคาตัดราคากันเอง เพื่อขายสินค้าของตนให้ได้

3. พันธุ์กล้วยไม้ที่ส่งออกมีน้อย ทำให้เสียเปรียบคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์

4. ขาดการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการส่งตัวอย่างกล้วยไม้ไปตามตลาดเบ็ดเตล็ด เพื่อจูงใจให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจ

5. ขาดแหล่งเก็บสินค้าที่ควบคุมอุณหภูมิในระหว่างรอการขนย้าย

6. ค่าขนส่งทางอากาศเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญสำหรับการส่งออกภายหลังวิกฤตการณ์น้ำมัน จึงเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้

7. การเข้มงวดของผู้นำเข้าในเรื่องโรคแมลงของกล้วยไม้ เช่น ญี่ปุ่นเข้มงวด

ในเรื่องนี้มาก ทำให้ผู้ส่งออกต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการรรมยา

8. การค้างชำระหนี้ของลูกค้าในต่างประเทศ

9. ความล่าช้าและ ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง

การส่งเสริมการส่งออกดอกกล้วยไม้และนโยบายของรัฐด้านการส่งออก

ก. การส่งเสริมการส่งออกดอกกล้วยไม้

คณะกรรมการพัฒนาการส่งออกได้กำหนดสินค้ากำหนดสินค้าไม้ตัดดอกโดยเฉพาะดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าเป้าหมายในการส่งออก โดยมีแผนงานสนับสนุน และส่งเสริมในกิจกรรมการส่งออกในด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่และส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการต่างๆดังนี้ (กรมการค้าภายใน, 2531 : 81-82)

1. จัดให้มีคณะผู้แทนทางการค้าจากต่างประเทศและจากประเทศไทย เดินทางไปเยือนผู้ส่งออกของประเทศซึ่งกันและกัน

2. จัดฝึกอบรมและสัมมนา เรื่องสู่ทางการส่งออกไม้ตัดดอกในตลาดยุโรป การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพและการบรรจุหีบห่อ โดยผู้เชี่ยวชาญจากทั้งในและต่างประเทศ

3. จัดทำเอกสาร วิดีโอและภาพยนตร์สารคดีที่เกี่ยวกับไม้ตัดดอก โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ เพื่อเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศ

แนวทางส่งเสริมการส่งออกดอกกล้วยไม้ วิธีอื่น ๆ ได้แก่

(มาลัยวารณ, 2521 : 37-38 ; กรมส่งเสริมการเกษตร, 2530 : 4)

1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของกลุ่มผู้เลี้ยงและผู้ส่งออก ซึ่งขณะนี้มีอยู่ 2 สมาคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือสมาคมกล้วยไม้แห่งประเทศไทย และสมาคมพฤกษชาติแห่งประเทศไทย ซึ่งส่งเสริมความรู้ทางวิชาการเผยแพร่พฤกษชาติ และส่งเสริมการเลี้ยง กล้วยไม้เศรษฐกิจไม่ได้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านธุรกิจ

2. ส่งเสริมความร่วมมือกันของผู้ส่งออก เพื่อป้องกันการขายตัดราคาและสร้างหลักประกันเรื่องราคา

3. ทางราชการควรเข้ามาจัดระเบียบการส่งออก ให้มีการจดทะเบียนผู้ส่งออก และกำหนดราคาส่งออกขั้นต่ำ โดยอาจจัดตั้งสภาการตลาดดอกกล้วยไม้

4. ควรพยายามส่งเสริมให้การแข่งขันทางการตลาดออกมาในรูปของการเพิ่มคุณภาพมากกว่าการแข่งขันด้วยราคา

5. ควรจะได้มีการส่งเสริมให้ทำการผลิตดอกกล้วยไม้ชนิดอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้มีอุปทาน (Supplied) มากพอแก่การส่งออก เช่น ดอกกล้วยไม้ประเภทแฟนซีต่างๆ

6. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตกล้วยไม้ เพื่อการส่งออกให้มีคุณภาพดีขึ้น

7. ตำเนินการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยีที่จำเป็นแก่เกษตรกรและผู้ส่งออก

8. ตำเนินการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเพื่อปรับปรุงคุณภาพ และจัดทำทะเบียนผู้ปลูก

9. จัดประชุมสัมมนาเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆในการผลิตและการส่งออก ระหว่างเกษตรกรและผู้ส่งออก ตลอดจนหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

10. จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ การผลิต และการตลาด

11. ร่วมประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้มีการแก้ไขปัญหาย่างจริงจัง เพื่อพัฒนาให้มีการส่งออกมากขึ้น

ข. นโยบายของรัฐด้านการส่งออก

แบ่งเป็นด้านการผลิตและการส่งออก ดังนี้ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531 : 35-37)

ด้านผลิต ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (ปี พ.ศ. 2530-2534) ได้กำหนดให้ไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชหนึ่งในกลุ่มพืชความหวังใหม่ ที่จะต้องเร่งรัดพัฒนาและส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อการส่งออกให้มากขึ้น ดำเนินโครงการโดยกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการผลิตไม้ดอกไม้ประดับให้มีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อส่งเสริมการผลิตดอกกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐาน และปรับปรุงพันธุ์ให้ได้พันธุ์ใหม่ๆที่ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

สำหรับชนิดของ ไม้ดอกไม้ประดับและพื้นที่ที่ดำเนินการตามโครงการนี้ ได้แก่

1. กล้วยไม้ กรุงเทพมหานคร นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรปราการ
 ปทุมธานี เชียงใหม่
2. กุหลาบ นครปฐม เชียงใหม่ เชียงราย
3. ไม้ตัดดอกอื่น ๆ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี เชียงใหม่ เชียงราย
4. ไม้ประดับ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี
5. ไม้ใบ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ

แผนงานตามโครงการนี้คือ รวมกลุ่มเกษตรกรไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออก การอบรมทางวิชาการที่จำเป็นต่อการปรับปรุงคุณภาพไม้ดอกไม้ประดับแก่เกษตรกร จัดตั้ง ศูนย์บริการด้านข้อมูลทางวิชาการ และข่าวสารด้านการตลาดออกเผยแพร่ ศึกษาสำรวจ ข้อมูลการผลิตในพื้นที่ จัดหาระเบียบผู้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ และจัดประชุมเฉพาะกิจเพื่อ แก้ปัญหาเฉพาะด้าน

สำหรับกรมวิชาการเกษตร มีโครงการที่จะดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาวจัยเพื่อ ผลิตพันธุ์กล้วยไม้เพื่อการส่งออก เช่นโครงการศึกษาเพื่อยืดอายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้ การศึกษาวจัยการกำจัดโรคและแมลงในกล้วยไม้ งานปรับปรุงพันธุ์และรวบรวมพันธุ์

ด้านการส่งออก ปัจจุบันทางราชการอำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ โดยผู้ ส่งออกดอกกล้วยไม้และ ไม้ตัดดอกอื่นๆสามารถส่งออกได้อย่าง เสรี หน่วยงานของรัฐที่ เกี่ยวข้องคือ

- กรมการบันพาณิชย์ ให้ความร่วมมือในเรื่องปัญหาทางระวางขนส่ง โดยจัด ตั้งคณะทำงานขึ้น เช่น มือนคลายระเบียบให้สายการบินต่างประเทศได้รับสิทธิการบินเพิ่ม ขึ้นสำหรับเที่ยวบินที่บรรทุกสินค้า ทั้งนี้มีเงื่อนไขว่าจะต้องขนส่งสินค้าไทยหรืออาจจะอนุญาต ให้มีการเข้าเหมามาเครื่องบินขนาดเล็กประเภทเรซอร์เตอร์ ของสายการบินต่างประเทศ สามารถเข้ามาขนส่งสินค้าได้ นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความช่วยเหลือโดยให้กรมการบันพาณิชย์ พิจารณากำหนดอัตราค่าระวางพิเศษสำหรับดอกกล้วยไม้ เพื่อขยายไปยังตลาดต่างประเทศ (Government order rate) อีกด้วย

- กรมวิชาการเกษตร ให้บริการด้านการออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช ตั้งแต่ เวลา 8.30- 19.30 น. ไม่เว้นวันเสาร์อาทิตย์ และวันหยุดราชการ

- กรมศุลกากร จัดเจ้าหน้าที่ให้บริการตรวจและสลักตรายการบรรทุกให้แก่ผู้ส่ง ออก วั้ตลอด 24 ชั่วโมง

- กระทรวงพาณิชย์ ให้ความสะดวกแก่ผู้ส่งออกด้วยการออกแบบฟอร์มเพื่อขอรับ สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (จีเอสพี) การสนับสนุนและการส่งเสริมการขายในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ในแผนพัฒนาฯแห่งชาติฉบับที่ 6 กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดโครงการ ศึกษากฎ ข้อบังคับเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ ตราเครื่องหมาย สำหรับสินค้านำเข้าของตลาด ต่างประเทศจำนวน 17 ประเทศ โดยมีสินค้าเป้าหมาย 5 รายการ ซึ่งรวมดอกกล้วยไม้ ด้วย

สู่ทางการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยในอนาคต

สถานการณ์การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยและจากสถิติการส่งออกดอก กล้วยไม้ไทยไปยังต่างประเทศ (ตารางที่ 7) คาดว่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ในอนาคต อีกประมาณ 2-3 ปี ยังมีโอกาสที่ดี แม้จะประสบปัญหาอยู่บ้างก็ตาม สู่ทางการส่งออกดอก กล้วยไม้สดไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่

ตลาดญี่ปุ่น

ไม้ตัดดอกไทยมีโอกาสขยายตลาดได้ในญี่ปุ่น และมีเส้นทางที่แจ่มใสมากในอนาคต ได้แก่ ดอกกล้วยไม้สกุลหวาย ทั้งนี้ญี่ปุ่นนำเข้าดอกกล้วยไม้สดจากประเทศไทยมากที่สุด เช่น ในปีพ.ศ. 2529 (ตารางที่ 8) ในขณะที่ความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น ทุกๆปีอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เนื่องจากสภาวะอากาศของประเทศไทยมีความเหมาะสม ต่อการปลูกกล้วยไม้สกุลหวายซึ่งให้ผลผลิตสูง และมีคุณภาพดีกว่าประเทศอื่นๆในแถบเอเชีย ตลอดจนเป็นที่ยอมรับและนิยมมากในตลาดญี่ปุ่น ปัจจุบันผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ของไทยและ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการส่งออกด้วยการขยายพันธุ์ ไม้ใหม่ๆเพิ่มขึ้นจากเดิม และมีสีต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง อยู่เสมอ นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) โดยยกเว้นการ เสียภาษีขาเข้า ดังนั้น จึงเป็นโอกาสอันดีสำหรับไทยในการส่งออกดอกกล้วยไม้ และได้ เปรียบกว่าคู่แข่งอื่นๆ เช่น เนเธอร์แลนด์ ฮาวาย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ตลาดญี่ปุ่นเป็น ตลาดที่มีความเข้มงวดที่สุดในเรื่องกฎระเบียบเกี่ยวกับคุณภาพของดอกกล้วยไม้ โดยดอก

ตารางที่ 7 ปริมาณและมูลค่าดอกไม้สดส่งออก ปี พ.ศ. 2521-2531

ปี (พ.ศ.)	ปริมาณ		มูลค่า	
	เมตริกตัน	%เปลี่ยนแปลงจาก ปีก่อน	ล้านบาท	%เปลี่ยนแปลงจาก ปีก่อน
2521	4,330	-	187.1	-
2522	4,035	-0.68	373.4	+99.57
2523	4,483	+11.10	421.8	+12.96
2524	5,312	+18.49	401.8	-0.47
2525	6,322	+19.01	334.5	-16.75
2526	7,940	+25.02	353.9	+5.80
2527	7,481	-5.35	391.0	+10.48
2528	7,781	+4.01	489.4	+25.17
2529	6,054	-22.18	386.7	-20.98
2530	7,090	+17.09	408.9	+5.74
2531	9,531	+34.43	515.8	+26.14

หมายเหตุ : พ.ศ. 2521-2530 จากกรมศุลกากร
พ.ศ. 2531 จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์

ที่มา: (ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2531 ; กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2532)

ตารางที่ 8 การนำเข้าไม้ตัดดอกของตลาดต่างประเทศปี พ.ศ.2529

ประเทศนำเข้า	ญี่ปุ่น	สหพันธ์ สาธารณรัฐ เยอรมัน	ฝรั่งเศส	อิตาลี	สหรัฐ	เนเธอร์แลนด์
ประเทศส่งออก						
ไทย	16.73	2.85	1.1	5.5	2.5	3.2
สหรัฐอเมริกา	4.0	-	-	1.4	-	-
เนเธอร์แลนด์	5.2	535	134	35.0	81.0	-
สหพันธ์สาธารณรัฐ เยอรมัน	-	-	-	-	-	4.6
สิงคโปร์	1.7	0.7	-	-	-	-
อิสราเอล	-	27.5	2.4	-	11	36.2
อิตาลี	-	39.0	3.3	-	-	2.2
สเปน	-	13	1.8	-	-	13.2
เคนยา	-	11.5	0.9	-	-	7.6
โคลัมเบีย	-	10.3	-	-	167.6	2.6
กัวเตมาลา	-	-	-	-	1.5	-
เม็กซิโก	-	-	-	-	6.5	-
คอสตาริกา	-	-	-	-	4.8	-
อื่น ๆ	9.87	15.15	6.9	5.8	26.3	15.4
รวม	37.5	655	150.4	47.7	301.2	85

ที่มา : (ไบโครพีช OECD , 2529)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้วยไม้ที่จะส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น จะต้องผ่านการตรวจสอบ ถ้ามีตำหนิแม้เพียงเล็กน้อย จากโรคพืชหรือแมลง เป็นต้น ก็ตาม จะต้องทำลายทันที หรือในกรณีส่ง ไปถึงแล้วบริษัทผู้ นำเข้าอาจใช้เป็นข้ออ้างในการไม่ชำระ เงินค่าดอกกล้วยไม้ก็ได้ ดังนั้น ผู้ส่งออกดอก กล้วยไม้ทุกรายไม่ควรมองข้ามความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอันขาด ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ควรจะให้ความร่วมมือและสนับสนุนเป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ในการส่งออกบาง ครั้ง ในระยะที่ผ่านมามักถูกจำกัดด้วยปัญหา เนื้อที่ระวางบรรทุกสินค้ามีจำกัด กล้วยคือ ไม่เพียง พอกับความต้องการ และค่าแรง ที่มีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้น

ตลาดอิตาลี

ตลาดอิตาลีนั้นว่ายังมีโอกาสและช่องทางที่แจ่มใส กล้วยคือจะยังคง เป็นตลาดหลัก ของดอกกล้วยไม้ไทยต่อไปในอนาคต เนื่องจากดอกกล้วยไม้ไทย เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และ เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ไม้ตัดดอกของไทยที่สามารถขยายตลาด และมีช่องทางส่งออก แจ่มใสในอนาคต ได้แก่ดอกกล้วยไม้สกุลหวาย ด้วยเหตุผลว่า อิตาลีไม่มีการปลูกเลี้ยง กล้วยไม้ ประเทศไทยสามารถครองตลาดดอกกล้วยไม้ในตลาดอิตาลีประมาณร้อยละ 85 แต่ละปี โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว (เดือนพฤศจิกายนถึง เมษายน) อิตาลีขาดแคลน ไม้ตัดดอก จึง เป็นโอกาสอันดีสำหรับการส่งออกดอกกล้วย ไม้ไทยในช่วง เวลาดังกล่าว สรุปได้ว่า อิตาลี เป็นตลาดที่มีความมั่นคงพอสมควรในระยะ เวลาที่ผ่านมา

ตลาดสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

สำหรับตลาดเยอรมันมีปัญหายุ่งยากในเรื่องการแข่งขันกันตัดราคา ระหว่างผู้ส่งออกดอก กล้วยไม้ด้วยกัน ทำให้ราคาตกต่ำ ขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกอื่นๆซึ่งราคาถูก และคุณภาพดีกว่า นอกจากนี้ดอกกล้วยไม้สกุลหวาย เช่น มาดามบอมบาตัวร์ ผู้บริโภคเลื่อม ความนิยมลงไป ผู้ซื้อมักจะซื้อไปใช้เองมากกว่าซื้อไปให้ผู้อื่น เนื่องจากเกรงว่าจะไม่เป็น ที่ถูกใจผู้รับ เพราะมีราคาถูก ดังนั้น ไม้ตัดดอกที่น่าจะมีลู่ทางและขยายตลาดได้บ้าง คือ ดอกกล้วยไม้สกุลหวายพันธุ์ใหม่ๆ ที่มีสีสัน และกลีบดอกที่แตกต่างไปจากเดิมเพิ่มขึ้น เพื่อ สนองความต้องการของตลาด และ โอกาสได้เลือกสินค้ามากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดแห่ง

นี้คาดว่าคงจะไม่ขยายตัวมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ตลาดเนเธอร์แลนด์

ปัจจุบันเนเธอร์แลนด์ประสบกับปัญหาต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากรัฐบาลได้ประกาศยกเลิกเงินอุดหนุนค่าแก๊สที่ให้ความอบอุ่นในเรือนกระจกแก่ผลผลิตเกษตร รวมทั้งไม้ตัดดอกด้วยตั้งแต่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา ดังนั้นจึงคาดว่าไม้ตัดดอกน่าจะขยายตัวได้ดีในตลาดนี้ ไม้ตัดดอกที่มีโอกาสขยายส่วนแบ่งการตลาดในอนาคต ได้แก่ ดอกกล้วยไม้สกุลหวายพันธุ์ใหม่ ที่มีสีสันต่างๆให้เลือกมากขึ้น และต้องมีคุณภาพดี ทนทาน

ตลาดสหรัฐอเมริกา

ไม้ตัดดอกของประเทศไทยที่สามารถขยายตลาด และมีเส้นทางส่งออกแจ่มใส คือ ดอกกล้วยไม้สกุลหวายต่างๆ เนื่องจากสหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหม่ ดังนั้นจึงยังมีความนิยมดอกกล้วยไม้จากประเทศไทยอยู่และมีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ฉะนั้น ผู้ส่งออกควรพึงพิทักษ์ในเรื่องคุณภาพ ความสะอาด โรคพืช และเชื้อราต่างๆ เพราะสหรัฐฯ ชี้แจงวัดในการตรวจคุณภาพ นอกจากนี้ เนื่องจากฤดูกาลในตลาดฮาวายไม่ตรงกับฤดูกาลของดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย จึงเป็นโอกาสดีสำหรับการส่งออกของไทย ประกอบกับประเทศไทยได้เปรียบในเรื่องราคา เนื่องจากบางฤดูกาลการปลูกกล้วยไม้ของสหรัฐอเมริกามีต้นทุนสูงมากกว่าการนำเข้า

ตลาดอังกฤษ

การขยายส่วนแบ่งตลาดอาจมีขอบเขตที่จำกัด เนื่องจากจะต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกชนิดอื่นที่มีราคาถูกกว่าและครองตลาดมานาน เช่น คาร์เนชั่น เบญจมาศ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเทศคู่แข่งที่ส่งออกดอกกล้วยไม้เช่นเดียวกับไทย คือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ซึ่งได้เปรียบไทยในเรื่องระยะทางไกลกว่า ค่าขนส่งจึงถูกกว่า สามารถส่งสินค้าถึงมือผู้รับได้เร็วกว่า ดอกกล้วยไม้ยังคงความสดและความสวยงามได้มากกว่า การ

ซื้อขายในปริมาณที่ไม่มากนักสามารถทำได้ ราคาซื้อขาย (ไม่รวมค่าขนส่ง) ดอกกล้วยไม้จากเนเธอร์แลนด์ถูกกว่าของประเทศไทย และมีดอกกล้วยไม้ให้เลือกหลายชนิด ประกอบกับเนเธอร์แลนด์เป็นประเทศสมาชิกในกลุ่มอีอีซี (EEC) จึงสามารถส่งไม้ตัดดอกเข้าไปขายในประเทศไทยได้โดยไม่ต้อง เสียภาษีนำเข้า

ตลาดฟิลิปปินส์

โอกาสในการขยายการส่งออกในตลาดนี้ อาจมีมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากเมื่อต้นปี พ.ศ. 2530 รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ประกาศยกเลิกการนำเข้ากล้วยไม้และไม้ตัดดอกตามโครงการ Import Liberalization Program ขณะเดียวกันประชาชนที่มีฐานะดีนิยมปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เองกันมากขึ้น การนำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นประมาณครึ่งหนึ่งของความต้องการภายในประเทศ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสู่ทางการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยจะมีโอกาสที่จะขยายได้อีกในอนาคต แต่อาจจะต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งเคยเป็นผู้นำในด้านนี้ แต่ในปัจจุบันกลับมีส่วนแบ่งตลาดลดลงไป ทำให้ปัจจุบันสิงคโปร์พยายามค้นคว้าพัฒนา และปรับปรุงพันธุ์ใหม่และแปลกออกบ่อนตลาด และยังมี การขยายการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เข้าไปในมาเลเซียด้วย เพื่อช่วงชิงตลาดกลับคืนมา ประเทศไทยจึงควรเตรียมตัวให้พร้อมที่จะรับกับสถานการณ์นี้

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลทั้งแบบทฤษฎี และข้อมูลแบบปฐมภูมิ ด้วยการสัมภาษณ์บริษัทผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้คำถามที่มีการเตรียมเค้าโครงไว้ล่วงหน้าเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์จำนวน 15 บริษัท จากจำนวนบริษัทผู้ส่งออกทั้งสิ้น 30 บริษัทโดยประมาณ

ผลการศึกษาในบทนี้ประกอบด้วย 6 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนแรก แสดงความสำคัญของการบรรจุหีบห่อเพื่อการส่งออก ส่วนที่สอง แสดงภาชนะบรรจุที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก ซึ่งรวมถึง ภาชนะบรรจุหลักๆที่ใช้ ขนาดที่นิยมใช้ รวมทั้งข้อดีข้อเสียของภาชนะบรรจุนั้น ส่วนที่สาม แสดงถึงการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก โดยรวมถึงการปฏิบัติตัดดอกกล้วยไม้ภายหลังการตัดดอกก่อนการบรรจุหีบห่อ ของผู้ปลูกเลี้ยง และผู้ส่งออก ตลอดจนขั้นตอนการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก และต้นทุนด้านการบรรจุหีบห่อ ส่วนที่สี่ แสดงถึงปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สดเพื่อการส่งออกที่ผู้ส่งออกได้พบ ตลอดจนเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาด้านนี้ ส่วนที่ห้า แสดงถึงแนวทางพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สดเพื่อการส่งออกในทัศนะของผู้ส่งออกฯ และส่วนที่หก แสดงถึงการขนส่งดอกกล้วยไม้สดเพื่อการส่งออกจากเกษตรกรถึงผู้ส่งออกฯ และจากผู้ส่งออกฯถึงผู้รับในต่างประเทศ รวมถึงค่าขนส่งทางอากาศ ตลอดจนปัญหาด้านการขนส่งดอกกล้วยไม้ และแนวทางแก้ปัญหาด้านนี้ ๆ

ความสำคัญของการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก

ปัจจุบันจะ เห็นว่าเป็นที่ยอมรับกันว่าสินค้าไทยส่งออก มีความเจริญงอกงามอย่างน่าพึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง ทำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล การที่สินค้าไทยในหลายประเภทเป็นที่ต้องการของลูกค้านานาชาติ มีสาเหตุสำคัญอยู่ 2 ประการ คือ ประการแรก สินค้าไทยเกือบทุกชนิดมีมาตรฐานคุณภาพทัดเทียมกับมาตรฐานสากล และ

ประการที่สอง สินค้าไทยมีราคาถูกกว่าสินค้าชนิดเดียวกันของประเทศอื่น ๆ

แต่จุดอ่อนของสินค้าไทยส่งออกนั้นเมื่อยู่มาก ซึ่งจุดอ่อนประการสำคัญอันหนึ่งก็คือ การบรรจุหีบห่อ (Packing) โดยผู้ส่งออกไทยมักคิดว่าเรื่องการบรรจุหีบห่อนี้ไม่สำคัญเท่ากับความคุณภาพที่ได้มาตรฐานและราคาถูก แต่ความเป็นจริงแล้วการบรรจุหีบห่อสินค้ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นปรากฏการณ์แรกที่ผู้นำเข้าหรือลูกค้าในตลาดต่างประเทศจะได้พบก่อนที่จะเห็นสินค้าภายใน ดังนั้น การให้ความสำคัญกับการบรรจุหีบห่อเพื่อสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกเห็น จึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามไปเป็นอันขาด และอาจถือว่าการบรรจุหีบห่อ เป็นมาตรฐานคุณภาพสินค้าด้วยอย่างหนึ่ง

ลูกค้าในต่างประเทศมักจะให้ความสำคัญต่อการบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐานสากล กล่าวคือ มีการป้องกันสินค้าภายในกล่องมิให้ได้รับความเสียหาย ในกรณีที่สินค้านี้ต้องถูกขนส่งไปยังประเทศไกลๆ สำหรับผู้ส่งออกนั้นนอกจากช่วยปกป้องสินค้าแล้ว ยังจะช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องการจัดจำหน่ายอีกด้วย เช่นผู้ผลิตสามารถใช้พื้นที่บนกล่องบรรจุข้อความเกี่ยวกับตัวสินค้า อาทิ ชนิดหรือพันธุ์ของดอกกล้วยไม้ จำนวนช่อ น้ำหนัก ชื่อประเทศผู้ส่งออก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มความสดใส สะดุดตา ดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็นหรือผู้ซื้อ ตลอดจนสะดวกรวดเร็วในการขนย้าย ซึ่งรวมถึงการขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การบรรจุหีบห่อที่มีมาตรฐานสากลจะต้องมีการจำแนกชนิดประเภท ขนาด ส่วนประกอบ น้ำหนัก การใช้สี ใจือในตัวสินค้า (ถ้ามี) ค่าใช้จ่ายในการใช้ และเก็บรักษาสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ การบรรจุหีบห่อยังจะต้องคำนึงถึงรูปแบบความสวยงามอันเป็นที่พอใจของลูกค้าอีกด้วย (ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ, 2532 : 3)

ความสำคัญของการบรรจุหีบห่อ (Packing) นี้ถือว่าสำคัญมาก จนนักการตลาดถือว่า การบรรจุหีบห่อเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P'S อันประกอบด้วย ตัวสินค้า (Product) การตั้งราคา (Price) การส่งเสริมการขาย (promoting) และการจัดจำหน่าย (Place) โดยถือว่า การบรรจุหีบห่อ (Packaging หรือ Packing) เป็น P ตัวที่ 5

ในตลาดต่างประเทศให้ความสำคัญกับการบรรจุหีบห่อมาก โดยถือว่ามีความสำคัญไม่แพ้สินค้าที่บรรจุในหีบห่อด้วย ราคาต้นทุนของหีบห่อที่บรรจุสินค้าอยู่ในช่วงประมาณร้อยละ 10-30 ของราคาสินค้า

ดังนั้น จึงถึงเวลาแล้วที่หน่วยงานของรัฐบาลควรจะได้หันมาส่งเสริมการบรรจุหีบห่อกันอย่างจริงจัง อันจะมีผลดีต่อผู้ส่งออก และนำเงินตราจาาเวณมหภาคาลเข้าประเทศต่อไป

ภาชนะบรรจุกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก

ภาชนะบรรจุหลักที่ใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้

ภาชนะบรรจุที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ส่งออกของบริษัทผู้ส่งออกทั่วไปจะประกอบด้วยภาชนะหลักๆดังนี้

1. สาลี และ หลอดพลาสติก
2. ถุงพลาสติก และ/หรือ แผ่นพลาสติก (polyethylene)
3. กล่องกระดาษ (carton)

ภาชนะบรรจุอื่นๆ ได้แก่ กระดาษโพลีเฟล็กซ์ กระดาษฟาง กระดาษสโนไวท์ กระดาษยางมะตอย และกระดาษหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีลักษณะและมีประโยชน์ดังนี้

กระดาษโพลีเฟล็กซ์ หรือกระดาษแก้ว เป็นกระดาษชนิดหนึ่งซึ่งมีลักษณะพิเศษคือมีความมัน วาว ใส และความเป็นประกาย มากกว่าถุงพลาสติก แต่ย้ง่ายกว่า และมีความสมบัติในการถ่ายเทอากาศได้ดี ใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้ประเภทไม้กำ หรือ bouquet) เท่านั้น ปัจจุบันบางบริษัทเล็กใช้กระดาษโพลีเฟล็กซ์แล้ว เนื่องจากการทำงานช้ากว่าและต้นทุนสูงกว่าการใช้ถุงพลาสติก

กระดาษสโนไวท์ เป็นเยื่อกระดาษบางสีขาว มีลักษณะอ่อนนุ่ม ลักษณะภายนอกคล้ายกระดาษฟาง แต่มีความอ่อนนุ่มกว่า ยังไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ ดังนั้น จึงต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากคุณภาพดีและอยู่ไม่ไกลจากประเทศไทยมาก ใช้ห่อดอกกล้วยไม้ประเภทไม้ช่อ (single) ก่อนการบรรจุลงถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง สามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล และขึ้นกับความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศ จากการสัมภาษณ์ พบว่า มักใช้กันในกลุ่มผู้ส่งออกกล้วยไม้รายใหญ่ เท่านั้น

กระดาษฟาง เป็นเยื่อกระดาษบางสีขาว ใช้ในการบรรจุห่อดอกกล้วยไม้ประเภทไม้ช่อ ใช้ในลักษณะเดียวกับกระดาษสโนไวท์ คือใช้ห่อดอกกล้วยไม้ประเภทไม้ช่อก่อนบรรจุลงถุงพลาสติก และใช้ได้ทุกฤดูกาล ขึ้นกับความต้องการของประเทศลูกค้าในต่างประเทศ โดยถือว่ากระดาษฟางนี้เป็นสินค้าทดแทนการใช้กระดาษสโนไวท์ของผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากกระดาษฟางมีราคาถูกกว่ากระดาษสโนไวท์ และกรณีที่ประเทศไทยปลายทางมีอากาศหนาวเย็น อาจมีการใช้กระดาษฟางกับดอกกล้วยไม้ประเภทไม้กำด้วย โดยจะใช้กระดาษฟางรองพื้นกล่องด้านใน จากนั้นเรียงดอกกล้วยไม้ชนิดไม้กำที่ห่อด้วยกระดาษโพลีเอทิลีนหรือด้วยแผ่นพลาสติกแล้ววางบนกระดาษฟาง เมื่อบรรจุดอกกล้วยไม้ครบจำนวนแล้วจะคลุมดอกกล้วยไม้แน่นด้วยกระดาษฟางด้านบนอีกทีหนึ่งอย่างมิดชิด

กระดาษยางมะตอย เป็นกระดาษชนิดหนึ่งที่มีความหนา สีเทาอมดำคล้ายยางมะตอย มีการเคลือบมัน สามารถกันน้ำ ความชื้น และช่วยป้องกันการถ่ายเทอากาศ ดังนั้น จึงมีประโยชน์ในการช่วยรักษาอุณหภูมิของดอกกล้วยไม้ ในกรณีที่ประเทศไทยปลายทางมีอุณหภูมิหรืออากาศหนาวเย็น หรือมีหิมะตก เป็นต้น ผู้ส่งออกจะใช้กระดาษยางมะตอยห่อกล่องกระดาษลูกฟูกที่เป็นกล่องใน โดยจำนวนชั้นที่ห่ออาจมีตั้งแต่ 1 - 5 ชั้น ขึ้นกับอุณหภูมิ ประเทศไทยปลายทาง และความต้องการของประเทศลูกค้าต่างประเทศ โดยปกติจะห่อด้วยกระดาษยางมะตอยเพียง 1 ชั้นเท่านั้น หลังจากห่อด้วยกระดาษยางมะตอยแล้ว จะปิดด้วยกระดาษกาวอีกทีหนึ่ง

กระดาษหนังสือพิมพ์ มี 2 ประเภท คือ กระดาษหนังสือพิมพ์แบบติดหมึก และกระดาษหนังสือพิมพ์แบบไม่ติดหมึก สำหรับกระดาษหนังสือพิมพ์แบบติดหมึกนี้ ผู้ส่งออกฯ

บางรายจะใช้ห่อกล่องกระดาษลูกฟูกกล่องใน ร่วมกับการห่อด้วยกระดาษยางมะตอย โดย ใช้กระดาษยางมะตอยและกระดาษห่อหนังสือพิมพ์ รีดยงสลับกันอย่างละหนึ่งแผ่น จำนวนชั้นขึ้น กับอากาศ ณ ประเทศปลายทาง และความตึงการของประเทศลูกค้านต่างประเทศ ช่วย รักรักษาอุณหภูมิและคุณภาพของดอกกล้วยไม้ที่อยู่ภายในกล่องกระดาษ

สำหรับกระดาษหนังสือพิมพ์แบบไม่ตัดหมึก ใช้กระดาษห่อกำม่อดอกกล้วยไม้ที่เสียบ หลอดพลาสติกแล้ว เพื่อป้องกันการรั่วไหล และการซึมของน้ำภายในหลอดพลาสติก ซึ่งเป็น เทคนิคหนึ่งในการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกบางรายเท่านั้น โดยแต่ละบริษัทจะมี เทคนิคในการป้องกันการรั่วซึมของน้ำภายในหลอดพลาสติกที่แตกต่างกัน สาเหตุที่ใช้กระดาษ หนังสือพิมพ์แบบไม่ตัดหมึก เนื่องจากไม่ต้องการให้หมึกบนกระดาษหนังสือพิมพ์ ไล่อ่อนดอก กล้วยไม้ที่ห่อ ซึ่งจะทำให้ดอกกล้วยไม้มีสีซีดจาง และขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าปกติ

นอกจากนี้ ยังมีวัสดุอื่นที่ใช้ประกอบการบรรจุหีบห่อด้วย ได้แก่ น้ำสะอาด น้ำยาสังเคราะห์คุณภาพ ประเภทสารละลายพีวีแอล (Preservative) เพื่อยืดอายุ การใช้งาน และป้องกันเชื้อรา น้ำยาแช่กำม่อดอก เพื่อหีบห่อกล้วยไม้พันธุ์ วัสดุช่วยดูด ความชื้น กระดาษขาว และหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้แต่ละบริษัทจะมีการใช้ภาชนะบรรจุและมีวิธีการ บรรจุที่แตกต่างกันไป ขึ้นกับการกำหนดมาตรฐานของบริษัทนั้นๆ อย่างไรก็ตาม การบรรจุ หีบห่อดอกกล้วยไม้โดยหลักๆแล้วจะ ไม่ต่างกันมากนัก

ขนาดของภาชนะบรรจุที่นิยมใช้

บริษัทผู้ส่งออกแต่ละบริษัทจะมีการกำหนดมาตรฐานของขนาด จำนวนขนาดของ ภาชนะบรรจุต่างๆที่แตกต่างกัน ซึ่งที่นี้จะกล่าวถึง เฉพาะขนาด จำนวนขนาดของภาชนะ บรรจุที่บริษัทผู้ส่งออกส่วนใหญ่นิยมใช้เท่านั้น และจะกล่าวถึงแต่ภาชนะบรรจุหลักๆ คือถุง พลาสติก แผ่นพลาสติก หลอดพลาสติก และกล่องพลาสติก

ก. ถุงพลาสติก และ /หรือ แผ่นพลาสติก (polyethylene) จำนวนขนาดที่ บริษัทผู้ส่งออกส่วนใหญ่นิยมใช้อ้อยู่ในช่วง 2-6 ขนาด และขนาดที่นิยมใช้อ้อยู่ในช่วง 9-10 นิ้ว

คุณ 22-40 นิ้ว (กว้าง x ยาว) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างขนาดของถุงพลาสติกที่นิยมใช้ในการบรรจุดอกกล้วยไม้ส่งออก

จำนวนขนาดที่ใช้	2 ขนาด	3 ขนาด	6 ขนาด
	(9 X 24) นิ้ว	(9-10)X(22-25) นิ้ว	(9 X 22) นิ้ว
	(9 X 30) นิ้ว	(9-10)X(27-30) นิ้ว	(9 X 26) นิ้ว
		(9-10)X(35-40) นิ้ว	(9 X 30) นิ้ว
			(10 X 22) นิ้ว
			(10 X 26) นิ้ว
			(10 X 30) นิ้ว

สำหรับถุงพลาสติกอาจมีการเจาะรูหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับบริษัทผู้ส่งออกแต่ละราย ขนาดของรูที่เจาะอาจใหญ่หรือเล็ก ความถี่ของรูมากหรือน้อย ขึ้นกับชนิดของดอกกล้วยไม้ที่จะบรรจุ และประเทศลูกค้าในต่างประเทศ เช่นถ้าส่งให้ประเทศที่มีอากาศร้อน จะต้องเจาะรูที่ใหญ่หรือมีความถี่ของรูให้มาก เพื่อช่วยระบายความร้อน ถ้าส่งให้ประเทศที่มีอากาศหนาวเย็น จะต้องเจาะรูให้เล็กหรือมีความถี่ของรูน้อย สำหรับบริษัทส่งออกที่ใช้ถุงพลาสติกแบบไม่เจาะรู มีเหตุผลว่าเพื่อป้องกันการคายน้ำ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้ ในแง่ความสดและอายุการใช้งาน

ส่วนแผ่นพลาสติกที่ใช้จะมีลักษณะ เป็นแผ่น ซึ่งบริษัทส่งออกจะนำมาตัดแบ่งเอง เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาดประมาณ (12-20) นิ้ว x (12-20) นิ้ว

ข. หลอดพลาสติก แต่ละบริษัทส่งออกจะใช้หลอดพลาสติกที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านจำนวนขนาด ความยาว และ เส้นผ่าศูนย์กลางของหลอด สำหรับขนาดของหลอดพลาสติกที่ใช้ทั่วไปมี 5 ขนาด (ตารางที่ 9) อย่างไรก็ตามขนาดของรูที่ฝาหลอดอาจมีขนาดที่ต่างกันขึ้นกับขนาดของหลอดพลาสติก กล่าวคือ ถ้าหลอดพลาสติกมีขนาดใหญ่ รูที่ฝาหลอดจะใหญ่ ถ้าหลอดพลาสติกมีขนาดเล็ก รูที่ฝาหลอดจะเล็กด้วย

ตารางที่ 9 ขนาดของหลอดพลาสติกที่บริษัทผู้ส่งออกฯ นิยมใช้

ขนาด	ความยาวหลอด (นิ้ว)	เส้นผ่าศูนย์กลางของปากหลอด (เซนติเมตร)
จุ๋	1 1/2	0.80
เล็ก	2	1.00
กลาง	2 1/4	1.00
ยาว	2 1/2	1.00
จัมโบ้	2 1/2	1.50

ค. กล่องกระดาษ กล่องกระดาษที่ใช้บรรจุดอกกล้วยไม้มี 2 ประเภท คือ กล่องในหรือกล่องเล็ก และกล่องนอกหรือกล่องใหญ่ (กล่องเพื่อการขนส่ง) สำหรับกล่องในมีทั้งผลิตจากกระดาษแข็งและกระดาษลูกฟูก อย่างไรก็ตาม ปรากฏว่าร้อยละ 90 จะผลิตจากกระดาษลูกฟูก ซึ่งมีตั้งแต่ 1-5 ชั้นตามมาตรฐานของแต่ละบริษัท

กล่องใน (กล่องเพื่อการจัดจำหน่าย หรือกล่องเล็ก) ขนาดของกล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุดอกกล้วยไม้ ไม่ว่าขนาดเล็กหรือใหญ่ จะมีรูปร่าง 2 แบบ คือ กล่องที่มีฝาปิดติดอยู่กับตัวกล่อง และกล่องที่มีฝากล่องแยกออกจากตัวกล่อง กล่องที่มีฝากล่องแยกออกจากตัวกล่องมีความแข็งแรงและทนต่อแรงกดจากการวางซ้อนกันได้ดี เพราะฝากล่อง เป็นเสมือนกล่องอีกใบหนึ่ง วางสวมลงไปในตัวกล่องที่บรรจุดอกกล้วยไม้ ทำให้สามารถป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับดอกกล้วยไม้ได้ดีกว่ากล่องที่มีฝาปิดติดกับตัวกล่อง กล่องที่มีฝากล่องแยกกับตัวกล่องไม่จำเป็นต้องใช้เทปหรือกระดาษกาวปิดฝากล่อง หลังจากที่ได้ปิดฝากล่องแล้ว ดังนั้นจึงบรรจุดอกกล้วยไม้ได้รวดเร็ว กล่องในอาจมีการตัดช่องหน้าต่างที่ฝากล่องหรือไม่ก็ได้ ขึ้นกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศ ขนาดของกล่องในจะขึ้นกับกล่องนอกเป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องบรรจุให้พอดีกับกล่องนอกตามจำนวนของกล่องใน

(ก่อ้งเล็ก) ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีมาตรฐานการบรรจุจำนวนกอ้งในไม้เท่ากับซึ่งอาจเป็น 4 ก่อ้ง 5 ก่อ้ง 12 ก่อ้ง และ 15 ก่อ้งเล็กต่อ 1 ก่อ้งใหญ่ (bundle) สำหรับขนาดของกอ้งในอยู่ในช่วง 28 - 40 เซนติเมตร กว้าง 47 - 100 เซนติเมตร กว้าง 7.6-9.0 เซนติเมตร (กว้างยาวสูง) จำนวนขนาดของกอ้งใน ที่ผู้ส่งออกออกกล้วยไม้ที่มีขายอยู่ในช่วง 3-15 ขนาด ตัวอย่างขนาดกอ้งในที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปแสดงในตารางที่ 10

กอ้งนอก (ก่อ้งเพื่อการขนส่ง หรือกอ้งใหญ่ (bundle)) ข่ายในการรวบรวมกอ้งเล็ก ทำให้สะดวกในการขนย้ายและขนส่ง สำหรับกอ้งเพื่อการขนส่งนี้จะผลิตจากกระดาดลวกแห้งอย่าง เดียวเท่านั้น ขนาดและ เกรดของกอ้งนอกอาจขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของสายการบิน เพื่อให้สะดวกในการวางเรียงกอ้งในเครื่องบิน การกำหนดของบริษัผู้ส่งออกฯ และความต้องการของประเทศลูกค้า สำหรับขนาดของกอ้งนอกอยู่ในช่วง 28-40 เซนติเมตร กว้าง 47-100 เซนติเมตร กว้าง 38-45 เซนติเมตร (กว้างยาวสูง) จำนวนขนาดของกอ้งนอกที่บริษัทส่งออกออกกล้วยไม้ที่มีขายอยู่ในช่วง 3-5 ขนาด ตัวอย่างของกอ้งนอกที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป แสดงในตารางที่ 10

การที่กอ้งกระดาดลวกที่ไม้ได้มาตรฐานในเรื่องของขนาดและรูปร่างสำหรับการบรรจุออกกล้วยไม้เพื่อการขนส่ง จะทำให้การจัดวางกอ้งในรถยนต์บรรทุก หรือในภาชนะบรรจุที่ใช้กับเครื่องบินไม่มีประสิทธิภาพ ขนาดของกอ้งที่ไม้ได้มาตรฐานจะทำให้การหมุนเวียนของอากาศได้ดี และยังลดที่ว่างที่สามารถจะบรรจุได้อีกด้วย

สำหรับขนาดของกอ้ง 51x30 เซนติเมตร (กว้างยาวสูง) ขนาดนี้ใช้ได้กับขนาดของรถยนต์ห้องเย็นมาตรฐานในต่างประเทศ ซึ่งขนาดของรถยนต์ห้องเย็นมีความกว้าง 223 เซนติเมตร และความสูง 253 เซนติเมตร หรือมากกว่า สามารถวางกอ้งตามยาวได้ 4 แถว จะวางกอ้งซ้อนกันได้ 8 ก่อ้ง ส่วนความยาวของกอ้ง 102-132 เซนติเมตร เป็นขนาดที่มีความเหมาะสมสำหรับดอกไม้แต่ละชนิดที่มีความยาวของก้านดอกต่างกัน

ตารางที่ 10 ขนาดของกล่องกระดาษลูกฟูกที่บริษัทผู้ส่งออกฯ นิยมใช้

ประเภท ของกล่อง	จำนวน ขนาด	ขนาดกล่อง (เซนติเมตร) (กว้าง x ยาว x สูง)	หมายเหตุ
กล่องใน	3	1. (37-40) x 55 x (7.6-8.0)	ขนาดเล็ก
		2. (37-40) x 75 x (7.6-8.0)	ขนาดใหญ่
		3. (37-40) x 100 x (7.6-9.0)	ขนาดใหญ่พิเศษ
	5	1. (37-40) x 47 x (7.6-8.0)	ขนาดเล็กสุด
		2. (37-40) x 62 x (7.6-8.0)	ขนาดเล็ก
		3. (37-40) x 75 x (7.6-8.0)	ขนาดกลาง
		4. (37-40) x 85 x (7.6-8.0)	ขนาดใหญ่
		5. (37-40) x 100 x (7.6-8.0)	ขนาดใหญ่สุด
	กล่องนอก	3	1. (37-40) x 55 x (38-40)
2. (37-40) x 75 x (38-40)			ขนาดใหญ่
3. (37-40) x 100 x (38-45)			ขนาดใหญ่พิเศษ
5		1. (37-40) x 47 x (38-40)	ขนาดเล็กสุด
		2. (37-40) x 62 x (38-40)	ขนาดเล็ก
		3. (37-40) x 75 x (38-40)	ขนาดกลาง
		4. (37-40) x 85 x (38-40)	ขนาดใหญ่
		5. (37-40) x 100 x (38-40)	ขนาดใหญ่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับกล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้ในประเทศไทยทั้งสำหรับการขนส่งดอกไม้ภายในประเทศ และที่ส่งไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ มีความแตกต่างกันทั้งขนาดและรูปร่าง นอกจากนี้ บริษัทผู้ส่งออกแต่ละรายยัง ใช้ขนาดของกล่องแตกต่างกันด้วย (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบขนาดของกล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้ในการขนส่งดอกไม้ภายในประเทศ และที่ส่งไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ลำดับที่	ขนาด (เซนติเมตร) (กว้าง x ยาว x สูง)	หมายเหตุ
1	36(14) x 80(31) x (6.25)	ใช้โดยโครงการหลวงขนส่ง
2	41(16) x 98(39) x (8.00)	ดอกไม้จากเชียงใหม่มายัง กรุงเทพมหานคร
3	18(7) x 61(24) x 7(7.25)	
4	30.5(12) x 60(24) x 8(3.0)	
5	36(14) x 61(24) x 7(7.25)	ใช้ขนส่งดอกกล้วยไม้ไป
6	36(14) x 73(29) x 7(7.25)	จำหน่ายในตลาดต่างประเทศ
7	36(14) x 73(29) x 12(4.5)	
8	36(14) x 73(29) x 18.5(7.25)	
9	37(14.5) x 73(29) x 10(3.5)	
10	38(15) x 63(25) x 39(15.5)	

หมายเหตุ: ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บเป็นหน่วยของนิ้ว

ที่มา : (สายชล เกตุษา, 2531 : 171)

ข้อดีและข้อเสียของภาชนะบรรจุดอกกล้วยไม้ส่งออก

ก. ถุงพลาสติก/แผ่นพลาสติก

ข้อดี ได้แก่ :

1. มีส่วนช่วยในการยืดอายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้
2. ช่วยป้องกันการคายน้ำ ทำให้ดอกกล้วยไม้ไม่เหี่ยวเร็ว ช่วยรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้
3. เพิ่มความสวยงาม
4. ราคาถูกกว่ากระดาษโพลีเอทิลีน

ข้อเสีย ได้แก่ :

1. ระบายอากาศหรือระบายความร้อนไม่ดีนัก ทำให้เกิดปัญหาดอกกล้วยไม้บอบช้ำมากในประเทศปลายทางที่มีอากาศร้อน
2. ความสวยงามน้อยกว่าการห่อด้วยกระดาษโพลีเอทิลีน

ข. กระดาษโพลีเอทิลีน

ข้อดี ได้แก่ :

1. ความสวยงามมากกว่าถุงพลาสติกและแผ่นพลาสติกในด้านความใส ความมัน และความเป็นประกาย
2. มีคุณสมบัติพิเศษ คือ สามารถระบายอากาศได้ดี

ข้อเสีย ได้แก่ :

1. ราคาแพงกว่าถุงพลาสติก แต่ราคาไม่ต่างกับแผ่นพลาสติกมากนัก
2. กระจายโพลีฟเลกซ์มีความลึกขาดง่าย และยับง่ายกว่าถุงพลาสติกและแผ่นพลาสติก จะต้องอาศัยความระมัดระวังสูงในการเก็บห่อ
3. การทำงานสะดวกน้อยกว่า การทำงานช้าและต้องใช้เวลาในการบรรจุมากกว่าการใช้ถุงพลาสติกและแผ่นพลาสติก
4. ค่าแรงในการบรรจุหีบห่อสูงกว่าถุงพลาสติกและแผ่นพลาสติก

ค. หลอดพลาสติก

ข้อดี ได้แก่ :

1. สามารถบรรจุน้ำได้มาก เหมาะกับการขนส่งไปยังประเทศลูกค้าที่อยู่ในระยะไกล เช่น ประเทศแถบยุโรป สหรัฐอเมริกา เป็นต้น และชนิดของดกกล้วยไม้ที่ต้องการน้ำมาก
2. ความสวยงามมากกว่าการใช้สาส์

ข้อเสีย ได้แก่ :

1. การครูดของก้านช่อดกกล้วยไม้กับปากหลอดพลาสติก ในขณะที่เสียบหลอดทำให้ก้านช่อเกิดรอยแผลหรือฉีก เกิดการเน่าเสียได้ง่าย และอายุการใช้งานสั้นลงกว่าที่ควรจะเป็น
2. น้ำรั่วหรือน้ำไหลออกทางปากหลอดบริเวณฝาหลอดพลาสติกได้ง่าย สำหรับกรณีที่เกิดการกระแทก หรือสั่นสะเทือนจากการขนย้ายหรือการขนส่ง ทำให้ดกกล้วยไม้เปียกชื้น และเสื่อมคุณภาพเร็ว
3. การผลิตผายางของหลอดพลาสติกไม่เรียบร้อย หรือไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ไม่สามารถปิดปากหลอดพลาสติกได้พอดี เกิดปัญหาฝาหลอดหลุดหรือน้ำรั่วไหลได้ง่าย
4. ผู้ผลิตหลอดพลาสติกในประเทศไทยมีน้อย จึงไม่ค่อยให้ความสำคัญและไม่สนใจในด้านคุณภาพมากนัก

5. ลื่นเบลอ เนื้อที่ในกล่องมาก
6. ไม่สามารถเก็บหลอดพลาสติกไว้ใช้ได้นานเกิน 3 เดือน เนื่องจากฝาหลอดที่ทำด้วยยางจะเสื่อมคุณภาพ และ เปลี่ยนสีเป็นสีเหลือง ซึ่งลูกค้าไม่พอใจ
7. ราคาหลอดพลาสติกแพงกว่าการใช้สาลีแล้วหุ้มด้วยถุงพลาสติกเล็ก ๆ
8. การทำงานช้ากว่าสาลี เนื่องจากหลายขั้นตอนมากกว่า ทำให้เสียต้นทุนด้านค่าแรงสูงกว่าการใช้สาลี

ง. สาลี

ข้อดี ได้แก่ :

1. การบรรจุใช้เวลาน้อยกว่าการใช้หลอดพลาสติก
2. ปัญหาการเน่าเสียหรือ เกิดรอยแผลง้ำที่ก้นหลอดน้อยลง
3. ต้นทุนค่าใช้จ่ายทั้งด้านวัสดุ และค่าแรงในการบรรจุ ถูกกว่าการใช้หลอด-
พลาสติก
4. ไม่ลื่น เบลอ เนื้อที่ในกล่องกระดาษกล่อง ในมากนัก

ข้อเสีย ได้แก่ :

1. การให้นำดอกกล้วยไม้ อาจไม่เพียงพอสำหรับดอกกล้วยไม้ที่ส่ง ไปในประเทศลูกค้าที่อยู่ระยะไกล เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในแถบทวีปยุโรป เป็นต้น
2. ความสวยงามน้อยกว่าการใช้หลอดพลาสติก

จ. กล่องกระดาษลูกฟูก

ข้อดี ได้แก่ :

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ช่วยรับน้ำหนักได้ดี มีน้ำหนักเบา การขนย้ายและขนส่งสะดวกรวดเร็ว
2. ราคาถูก
3. ถ้าใช้เกรดหรือคุณภาพของกล่องกระดาษที่ดีพอ จะมีส่วนช่วยรักษาคุณภาพ ดอกกล้วยไม้ได้บ้าง

ข้อเสีย ได้แก่ :

1. ลักษณะ ดอกกล้วยไม้ไม่สมดุลย์หรือไม่พอดีกับกล่อง ทำให้เกิดช่องว่างด้านหัวท้ายของกล่อง เป็นการสิ้นเปลืองเนื้อที่ ซึ่งมีผลต่อค่าระวาง เครื่องบินที่คิดเป็นปริมาตร
2. ถ้าใช้เกรดหรือคุณภาพของกล่องกระดาษที่ไม่ดีพอ เช่น กล่องไม้แข็งแรงพอไม่กันน้ำสำหรับกรณีหน้าฝน ทำให้กล่องบุบเสียหาย ซึ่งจะมีผลต่อดอกกล้วยไม้ที่อยู่ภายในด้วย
3. การผลิตกระดาษลูกฟูกในประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังมีลอนใหญ่ การผลิตกระดาษลูกฟูกแบบลอนเล็กยังมีผลน้อย ซึ่งใช้ต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า กระดาษลูกฟูกแบบลอนใหญ่จะกินเนื้อที่บนเครื่องบินมาก ทำให้ต้นทุนค่าระวางสูง

การบรรจุหีบห่อกล้วย ไม้ตัดดอก เพื่อการส่งออก

การปฏิบัติต่อดอกกล้วย ไม้ภายหลังการตัดดอกก่อนการบรรจุหีบห่อ

การปฏิบัติต่อดอกกล้วยไม้แบ่งได้ 2 ส่วน คือ

- ก. การปฏิบัติของผู้ปลูกเลี้ยง
- ข. การปฏิบัติของผู้ส่งออก
- ก. **การปฏิบัติของผู้ปลูกเลี้ยง** (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2531)

1. เมื่อเกษตรกรได้รับคำสั่งซื้อจากบริษัทผู้ส่งออก เกษตรกรจะทำการตัดดอก

กล้วยไม้ในตอนเช้า หรือตอนเย็น ซึ่งเป็นช่วงเวลาตัดที่ดีที่สุด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่ออายุการบานของดอกกล้วยไม้ ได้แก่ ฤดูกาล และสภาวะแวดล้อมขณะที่ดอกกำลังบาน การตัดดอกกล้วยไม้ควรใช้มีดหรือกรรไกรที่คมและสะอาด และควรตัดให้ได้ก้านยาวที่สุด เนื่องจากคุณภาพและอายุการบานของดอกกล้วยไม้ภายหลังการตัด ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ และความยาวของก้านดอกกล้วยไม้ ควรเก็บดอกกล้วยไม้มาครั้งละมาก ควรจะกาไว้ประมาณภาละ 20 ช่อ เพื่อไม่ให้ดอกเบียดกัน

2. หลังจากนั้นควรแช่ก้านดอกในน้ำทันที ถ้าอากาศร้อนจัด ควรพรมน้ำให้ดอกกล้วยไม้ เพื่อลดการคายน้ำ

3. การเก็บดอกกล้วยไม้ อาจใช้เครื่องทุ่นแรงเข้ามาช่วย เช่น รถเข็น เพื่อประหยัดเวลา สะดวก และสามารถนำดอกกล้วยไม้มาคัดเลือกได้รวดเร็ว

4. การคัดเลือกดอกเพื่อมอบให้บริษัทผู้ส่งออก ไม่ควรใช้ยางรัด เพราะจะทำให้ก้านช่อดอกช้ำ ดอกเหี่ยวเร็วกว่าปกติ การแบ่งเกรดส่วนใหญ่ขึ้นกับผู้ปลูกเลี้ยง ซึ่งจะพิจารณาจากความยาวของช่อดอก จำนวนดอกในแต่ละช่อ ขนาดของดอก และการเรียงตัวของดอก กล้วยไม้บางชนิดที่มีแขนงช่อดอก อาจพิจารณาจำนวนแขนง และจำนวนดอกในแต่ละแขนงประกอบด้วย

5. ควรนำดอกกล้วยไม้ที่ตัดแล้วมาห่อกระดาษรูปกรวย จะลดความเสียหายที่เกิดกับดอกกล้วยไม้ได้เป็นอย่างดี

6. ระหว่างรอบริษัทผู้ส่งออกมารับดอกกล้วยไม้ ควรแช่ก้านดอกในน้ำยาส่ง เสริมคุณภาพดอกกล้วยไม้ ซึ่งประกอบด้วย น้ำตาลทราย 100 กรัม กรดซิตริก 0.15 กรัม และซิลเวอร์ไนเตรด 0.5 กรัม ผสมกับน้ำฝนหรือน้ำกรอง 1 ลิตร เป็นเวลา 3 ชั่วโมง โดยใส่ในภาชนะที่ไม่ใช่โลหะ สูงประมาณ 5 เซนติเมตร จะช่วยยืดอายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้ให้นานวันขึ้น หรือแช่ในลังน้ำแข็งซึ่งมีลักษณะ เหมือนที่ร้านน้ำแข็งใช้โดยทั่วไป เพื่อให้ความเย็นและความชื้น ทำให้ดอกไม้สด ช่วยลดการคายน้ำและลดการหายใจ

ข. การปฏิบัติของผู้ส่งออก

1. ผู้ส่งออกมักจะ ไปรับดอกกล้วยไม้ด้วยตนเอง โดยใช้รถบัสหรือรถตู้เล็กซึ่งควรถัดเครื่องปรับอากาศ และต้องไม่นำช่อดอกกล้วยไม้วางซ้อนทับกันหลายๆ สำหรับผู้ส่งออกรายใหญ่อาจใช้รถตู้ขนาดใหญ่ปรับอากาศในการขนส่ง โดยจะวาง เรียงช่อดอกกล้วยไม้ในลังไม้ สูงประมาณ 30 เซนติเมตร คลุมด้วยผ้าสะอาดพรมน้ำ ไม่มีการแช่ก้านช่อดอกกล้วยไม้ในระหว่างการขนส่ง และนำลังไม้มาเรียงซ้อนทับกันอีกที ทำให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพดีกว่า เนื่องจากได้รับการระบายอากาศดี กลีบดอกได้รับความเสียหายน้อย

2. ดอกกล้วยไม้ที่รับจากชาวสวนนั้น จะได้รับการตรวจเช็คจากเจ้าหน้าที่ก่อน โดยจะตรวจเช็ค ชื่อเจ้าของสวน จำนวนช่อ

3. จากนั้นจะทำการตัดปลายก้านช่อดอกกล้วยไม้ออกเล็กน้อย ประมาณ 1/2 เซนติเมตร และแช่ในน้ำสะอาดหรือน้ำยาประเภทพีเอชเอทีพี (Preservative) เพื่อเร่งให้ดอกกล้วยไม้ทยอยสลดหรือให้ดอกพื้ตัว เนื่องจากการขาดน้ำระหว่างการขนส่ง ใช้เวลาพอให้ทยอยสลดจึงปฏิบัติตามข้อ 4

4. จากนั้นบางบริษัทจะสาเลียงดอกกล้วยไม้เข้าห้อง เย็นที่ควบคุมอุณหภูมิ เพื่อรอการตัดแต่งและตัดคุณภาพ หรือบางบริษัทจะทำการตัดเกรด และตัดแต่งช่อดอกกล้วยไม้ตามคำสั่งซื้อ (order) ของลูกค้าที่สั่งเข้ามาก่อน โดยการตัดเกรดของบริษัทผู้ส่งออก ตามมาตรฐานทั่วไป จะตัดดอกกล้วยไม้ออกเป็น 5 เกรด ตามความต้องการของตลาดลูกค้า ปัจจุบันดอกกล้วยไม้ตระกูลหวายนิยมคัดตามจำนวนดอกในช่อ ซึ่งสัมพันธ์กับความยาวของช่อดอกคือ (1) ช่อยาวสุด (ยาวพิเศษ) (2) ช่อยาว (3) ช่อกลาง (4) ช่อสั้น และ (5) ช่อสั้นสุด สำหรับดอกกล้วยไม้ตระกูลอื่นที่มีแขนง เช่น ออนซีเตียม โกลเด้นชาวเออร์ จะใช้มาตรฐานการตัดเกรดในลักษณะ เหมือนหรือใกล้เคียงกัน ขณะเดียวกัน จะทำการคัดไม้เสีย หรือไม้ที่ไม่ได้มาตรฐานส่งออก เพื่อส่งขายตลาดภายในประเทศต่อไป ซึ่งเรียกว่า ไม้ตลาด

5. สำหรับไม้ที่ได้มาตรฐาน จะทำการตัดก้านช่ออีกครั้งประมาณ 1 เซนติเมตร แล้วรวมกันเป็นภาฯละประมาณ 10 ช่อ มัดด้วยหนังยาง เพื่อเตรียมการบรรจุหีบห่อต่อไป

ขั้นตอนการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก

การบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ทำได้ 3 ลักษณะ ตามรูปแบบการส่งออกซึ่งมี 3 รูปแบบ คือ ไม้ช่อ (Single) ไม้กำ (Bouquet) และดอกเดี่ยว มีวิธีการบรรจุหีบห่อ ดังนี้

1. การใส่ไม้

1.1 สำหรับไม้ช่อ สามารถบรรจุหีบห่อได้ 2 วิธี คือ ใช้หลอดพลาสติก หรือใช้สาส์พันก้านช่อ ในกรณีใช้หลอดพลาสติก ถ้าก่อนการบรรจุ จะแช่ด้วยน้ำยา การบรรจุด้วยหลอดพลาสติกจะบรรจุไม้เปล่าที่สะอาด แต่ถ้าก่อนการบรรจุใช้ไม้เปล่าแช่ก้านช่อ ภายในหลอดพลาสติกจะบรรจุไม้ยาส่ง เสริมคุณภาพ และป้องกันเชื้อรา ส่วนอีกวิธี คือ การใช้สาส์ชุบน้ำยาให้ชุ่ม แล้วหุ้มปลายโคนก้านช่อดอกที่ละกำ ภาฯละประมาณ 10 ช่อ ตามมาตรฐานทั่วๆไปของแต่ละบริษัท แต่อาจมีจำนวนช่อใน 1 กำมากกว่าหรือน้อยกว่า 10 ช่อก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของประเทศลูกค้าในต่างประเทศ จากนั้นจะหุ้มด้วยถุงพลาสติกเล็กๆ มัดด้วยหนังยางหรือหนังสติก ปัจจุบันบริษัทผู้ส่งออกนิยมใช้สาส์กันมากขึ้น เนื่องจากช่วยแก้ปัญหาการครูดของก้านช่อ และประหยัดเวลาและแรงงาน ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการบรรจุได้มาก

1.2 สำหรับไม้กำ สามารถบรรจุหีบห่อได้วิธีเดียว คือ การใช้สาส์หุ้ม โดยทั่วๆไปนี้หนึ่งกำจะประกอบด้วยดอกกล้วยไม้ชนิดใดก็ได้แล้วแต่ จำนวน 3 ช่อ ขึ้นกับความต้องการของประเทศลูกค้า และมาตรฐานของแต่ละบริษัทซึ่งจะแตกต่างกัน และจะนำดอกมารวมกับใบไม้อื่น เช่น ใบเฟิร์น ยูพติวัลย์ ไม้ไหว เป็นต้น แล้วหุ้มด้วยสาส์ที่ชุบน้ำยาชุ่มๆ จากนั้นหุ้มด้วยถุงพลาสติก มัดด้วยหนังยางเช่นเดียวกับการบรรจุไม้ช่อ

1.3 ดอกเดี่ยว แบ่งการบรรจุออกเป็นการบรรจุแยก 1 ดอกต่อ 1 กล่อง และ

การบรรจุรวม

1.3.1 สำหรับการบรรจุแยก 1 ดอกต่อ 1 กล่อง มีวิธีให้น้ำ 2 วิธี คือ การใช้หลอดพลาสติกขนาดจ้ำม บรรจุน้ำเปล่าหรือน้ำยาเสียบก้านดอก ส่วนใหญ่เป็นดอกกล้วยไม้สกุลแคทรียา แต่ปัจจุบันมีการส่งออกน้อยมาก เนื่องจากค่าขนส่งสูงมาก ด้วยเหตุว่าดอกกล้วยไม้สกุลแคทรียาเป็นดอกไม้ที่มีขนาดใหญ่ กลีบดอกบานและมีรอยหยักมาก จึงสิ้นเปลืองเนื้อที่ในการบรรจุมาก และการบรรจุหีบห่อทำได้ยาก ส่วนอีกวิธีคือใช้สำลียุบน้ำเปล่าหรือน้ำยาเช่นกันพันก้านดอก อาจมีใบไม้อื่น เช่น ใบเฟิร์น พักรวมกันไปด้วยก็ได้ ในกรณีที่ทำการบรรจุหีบห่อเพื่อทำที่ติดหน้าอกเสื้อ (corsage) หรือของที่ระลึก

1.3.2 สำหรับการบรรจุรวม ส่วนใหญ่จะเป็นดอกกล้วยไม้สกุลหวาย มีวิธีปฏิบัติคือ ใช้ม้วนที่สะอาดรัดดอกออกจากก้านช่อ จากนั้นแช่ด้วยน้ำเปล่าประมาณ 1/2 วัน

2. หลังจากพันสำลีหรือเสียบก้านช่อแล้ว หากดอกกล้วยไม้มีความเปียกชื้น อันเนื่องมาจากการพรมน้ำของเกษตรกรก่อนการขนส่ง จะต้องนำดอกกล้วยไม้ ไม่ว่าจะเป็นไม้ช่อ ไม้ก่า หรือดอกเดี่ยว มาตากพัดลมให้แห้ง และช่วยระบายความร้อนได้บ้างบางส่วน

3. ถ้าประเทศปลายทางในต่างประเทศต้องการให้ผู้ส่งออก รมยาดอกกล้วยไม้เพื่อกำจัดเพลี้ยไฟและไรแดง ผู้ส่งออกจะต้องทำการรมยาด้วยเมทิลโบไมด์ ในช่วงที่ดอกกล้วยไม้แห้งแล้ว โดยจะต้องรมยานานประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่ง บริษัทผู้ส่งออกบางรายอาจรมยา ในช่วงก่อนการบรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูก ทั้งกรณีการบรรจุแบบไม้ช่อ ไม้ก่า และดอกเดี่ยว ในขณะที่บางบริษัทจะมีการรมยาหรือรมควันดอกกล้วยไม้ ภายหลังจากที่ได้ทำการบรรจุลงพลาสติกแล้ว ปรเทศลูกค้าที่ต้องการให้รมยา ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น

4. หลังจากรมควันแล้ว จะนำดอกกล้วยไม้เข้าห้องเย็นที่มีความชื้น (precool) ที่สามารถควบคุมอุณหภูมิได้ โดยจะตั้งอุณหภูมิไว้ประมาณ 8-12 องศาเซลเซียส และมีความชื้นประมาณ 95 % เรียกขั้นตอนนี้ว่า พรีคูลลิ่ง (Precooling) โดยจะต้องทำพรีคูลลิ่ง ไม่ต่ำกว่า 1/2 ชั่วโมง ในกรณีไม่มีความจำเป็นต้องรีบร้อน

5. จากนั้น นำดอกกล้วยไม้ที่ผ่านการปลีคูลิ่ง ไปยังห้องบรรจุหีบห่อ ซึ่งควรตัดเครื่องปรับอากาศ อุณหภูมิประมาณ 10-15 องศาเซลเซียส ผู้ส่งออกจะทำการบรรจุหีบห่อในห้องเย็น โดยใช้ถุงพลาสติก สำหรับไม้ซ้อ (single) และใช้แผ่นพลาสติก กระดาษโพลีฟเลทซ์ สำหรับไม้กำ และใช้ถุงพลาสติกหรือแผ่นพลาสติก สำหรับดอกเดี่ยว จากนั้นทำการปิดปากถุงหรือรอยเปิดให้สนิท เพื่อป้องกันการคายน้ำของดอกกล้วยไม้ กรณีทำการบรรจุเช่นนี้จะใช้ถุงพลาสติกที่ไม่เจาะรู อย่างไรก็ตาม บริษัทผู้ส่งออกจะมีวิธีการบรรจุหีบห่อที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ บางบริษัทอาจใช้ถุงพลาสติกเจาะรู สำหรับการบรรจุดอกเดี่ยว และไม่มี การปิดปากถุงพลาสติกให้สนิทแต่อย่างใด เพียงแต่ห่อให้มิดชิดและ เรียบร้อยเท่านั้น สำหรับกรณีใช้ถุงพลาสติกแบบไม่เจาะรู และปิดปากถุงให้สนิท เพื่อไม่ให้อากาศเข้าออกได้ จะทำให้ดอกกล้วยไม้แบบดอกเดี่ยวสามารถอยู่ได้นาน 5-7 วัน หลังจากการบรรจุ ส่วนการบรรจุดอกเดี่ยวแบบใช้ถุงพลาสติกที่เจาะรู และไม่ได้ปิดปากถุงให้สนิท อากาศสามารถเข้าออกได้ เกิดการคายน้ำ ดอกกล้วยไม้จะมีอายุภายหลังการบรรจุสั้นกว่าวิธีแรก คือ จะอยู่ได้ประมาณ 3-5 วัน สำหรับขั้นตอนนี้ ถือเป็น การบรรจุขั้นแรก (Primary package)

6. ต่อจากนั้น นำดอกกล้วยไม้ที่บรรจุถุงพลาสติก แผ่นพลาสติก หรือกระดาษโพลีฟเลทซ์แล้ว มาบรรจุกล่องเล็กหรือกล่องใน ซึ่งทำจากกระดาษลูกฟูกเป็นส่วนใหญ่ มีบางบริษัทอาจทำจากกระดาษแข็งซึ่งใช้กับบางประเทศเท่านั้น เช่น ประเทศญี่ปุ่น แต่มีน้อยมาก สำหรับกล่องกระดาษลูกฟูกจะมีการเจาะรูที่หัวและท้ายของกล่อง เพื่อระบายอากาศในระหว่างการเก็บรักษา ระหว่างการรอเครื่องบิน และระหว่างการขนส่ง สำหรับไม้ซ้อและไม้กำ ขั้นนี้ถือเป็น การบรรจุขั้นที่ 2 (Secondary package) และสำหรับดอกเดี่ยวในกรณีบรรจุแยก จะบรรจุลงกล่องพลาสติกแข็งใสจำนวน 1 ดอกต่อ 1 กล่อง สำหรับดอกเดี่ยวกรณีบรรจุรวม ไม่ต้องบรรจุลงกล่องในหรือกล่องเล็ก แต่จะข้ามไปหาขั้นตอนที่ 7

7. ทำการบรรจุกล่องนอกหรือกล่องใหญ่ (กล่องเพื่อการขนส่ง : transport package) เมื่อบรรจุกล่องเล็ก (กล่องใน) ในกล่องใหญ่ (กล่องนอก) จนเต็มแล้ว จะปิดปากกล่องและมุงกล่องด้วยกระดาษขาว ข้างกล่องติดชื่อผู้ซื้อ ยี่ห้อ (Brand) หรือตรา (logo) ของผู้ส่งชื่อ สำหรับดอกเดี่ยวที่มีการบรรจุแบบรวม จะนำมาบรรจุในกล่องเพื่อการขนส่ง เลข และกล่องนอกนี้จะทำจากกระดาษลูกฟูกเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

8. จากนั้นจะ เก็บดอกกล้วยไม้ที่บรรจุหีบห่อด้วยกล่องกระดาษลูกฟูกแบบกล่องนอก เรียบร้อยแล้ว จะ เก็บไว้ในห้อง เย็นซึ่งมีอุณหภูมิ 9-12 องศาเซลเซียส โดยไม่มีความชื้น เพื่อป้องกันการสูญเสียน้ำของดอกกล้วยไม้ในช่วงที่มีอากาศร้อนจัด

9. สำหรับในฤดูหนาวของ ประเทศลูกค้าในต่างประเทศ บริษัทผู้ส่งออกบางราย อาจมีการ เพิ่มด้วยกระดาษยางมะตอย 1-3 ชั้น และกระดาษหนังสือพิมพ์ 1-2 ชั้น โดยจะ วาง เรียง ซ้อนสลับกันระหว่างกระดาษยางมะตอยกับกระดาษหนังสือพิมพ์ จากด้านนอกเข้ามาด้านใน เพื่อควบคุมอุณหภูมิและ ป้องกันความหนาวเย็นของดอกกล้วยไม้ที่อยู่ภายในกล่อง

10. บางบริษัทผู้ส่งออกรายใหญ่ อาจมีการบรรจุที่พิเศษไปกว่านี้ เช่นในช่วงก่อน ที่จะบรรจุด้วยถุงพลาสติก จะมีการใช้ซอลล์คัมมุน้ำยาบรรจุถุงพลาสติกเจาะรู 2 ชั้น ซึ่งมี คุณสมบัติพิเศษ คือ ช่วยในการดูดความชื้น โดยจะทำการห่อวัสดุช่วยดูดความชื้นนี้ด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ซึ่งตัด เป็นเส้นยาวๆจำนวนประมาณกำมือหนึ่ง บรรจุไว้ข้างดอกกล้วยไม้ โดยใช้ เชือกกระดาษสีขาวที่เรียกว่า กระดาษสโนไวท์ ห่อรวมเข้าไว้ด้วยกัน แล้วจึงบรรจุถุงพลาสติกอีกทีหนึ่ง

ต้นทุนด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วย ไม้สด

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งออกโดยตรงจำนวน 15 ราย จากจำนวนผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งสิ้น 30 รายโดยประมาณ ในปี พ.ศ. 2532 มีต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ ซึ่งรวมค่าภาชนะบรรจุ (เช่น หลอดพลาสติก สาลี ถุงพลาสติก แผ่นพลาสติก กระดาษโพลีเฟล็กซ์ กล่องกระดาษลูกฟูก น้ำยาส่ง เสริมคุณภาพ กระดาษกาหังยาง วัสดุดูดความชื้น เป็นต้น) ค่าแรงงานในการบรรจุ (เช่น การพันสาลี การเสียบหลอดพลาสติก การบรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูก เป็นต้น) คิดเป็นร้อยละ 20-30 ของต้นทุนการดำเนินการส่งออกทั้งหมด ซึ่งได้แก่ ค่าดอกกล้วยไม้ ค่าบรรจุหีบห่อ ค่าขนส่ง (ได้แก่ ค่าขนส่งจากสวนถึงแหล่งบรรจุ และค่าขนส่งจากแหล่งบรรจุถึงสนามบิน) และค่าธรรมเนียมในการส่งออก โดยปกติค่าบรรจุหีบห่อโดยเฉลี่ยจะ เพิ่มขึ้นทุกปี โดยจะ เพิ่มขึ้นปีละประมาณร้อยละ 2-5

อย่างไรก็ดี ต้นทุนด้านการบรรจุหีบห่อโดยเฉลี่ยของปีปัจจุบันมีค่าสูงขึ้นจากระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยมีค่าสูงขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 10

ปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้และแนวทางแก้ไข

ปัญหาด้านภาชนะบรรจุ

1. ภาชนะบรรจุยังไม่ได้มาตรฐานเพียงพอ แบ่ง เป็น

1.1 หลอดพลาสติก เนื่องจากผู้ผลิตหลอดพลาสติกในประเทศมีน้อย ทำให้ผู้ผลิตไม่คอยให้ความสำคัญกับคุณภาพในการผลิตมากนัก

1.1.1 ฝาหลอดไม่พอดีกับปากหลอดพลาสติก ทำให้ฝาหลอดหลุดง่ายหรือปิดไม่สนิท เกิดปัญหาน้ำหรือน้ำยาที่บรรจุภายในหลอดพลาสติกรั่วไหล ทำให้ดอกกล้วยไม้ขาดน้ำและ เกิดความชื้นสูงภายในกล่อง มีผลให้ดอกกล้วยไม้เน่าเสียได้ง่าย

1.1.2 ฝาหลอดพลาสติกมีความยืดหยุ่นน้อย กล่าวคือ ฝาหลอดแข็งเกินไป ทำให้เกิดการเสียดสีอย่างมากในขณะ เสียบหลอด มีผลให้ก้านช่อดอกกล้วยไม้มีแผลเป็นรอยครูด เกิดความเสียหาย และ เน่าเสียเร็วกว่าที่ควรจะเป็น

1.1.3 หลอดพลาสติกมีอายุการใช้งานได้ไม่นานนัก บกดีจะสามารถเก็บรักษาได้ไม่เกิน 3 เดือน หากเกินระยะเวลา 3 เดือนแล้ว คุณภาพของฝาหลอดจะเสื่อมความยืดหยุ่นน้อยลง โดยจะสังเกตเห็นได้จากฝาหลอดจะ เปลี่ยนสีจากใสไม่มีสีเป็นสีเหลืองขุ่น ดังนั้น ผู้ส่งออกไม่สามารถซื้อหลอดพลาสติกจากผู้ผลิตหลอด มาเก็บกักตุนไว้ได้ในจำนวนที่มากนัก เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านหลอดพลาสติกได้

1.2 กล่องกระดาษ หมายถึงทั้งกล่องกระดาษแข็งและกล่องกระดาษลูกฟูก แยกประเด็นปัญหาได้ดังนี้

1.2.1 กล้องกระดาษไม่สามารถระบายอากาศได้ดีพอ ทำให้ดอกกล้วยไม้เสียหายมาก และดอกกล้วยไม้บรรจุแน่น จะทำให้การระบายความร้อนเป็นไปได้น้อยมาก

1.2.2 กล้องกระดาษมีลักษณะ ไม่สัมพันธ์กับลักษณะของดอกกล้วยไม้ กล่าวคือ มีที่ว่างมากในในช่วงยอดและปลายก้านของดอกกล้วยไม้ทำให้ เปลือก เนื้อที่ในการขนส่ง และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายค่าระวาง เครื่องบินที่คิด เป็นปริมาณ

1.2.3 ผู้ส่งออกบางราย เปลี่ยนมาใช้กล้องกระดาษลูกฟูกที่มีคุณภาพ หรือเกรดที่ต่ำกว่าเดิม เนื่องจากกล้องกระดาษลูกฟูกมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความสามารถในการเก็บรักษาดอกกล้วยไม้ที่อยู่ภายในกล่องด้อยลง ความแข็งแรงและความหนาหนาลดลง

2. ภาวะบรรจุมีราคาสูงขึ้นทุกตัว ทำให้ต้นทุนการบรรจุเพิ่มสูงขึ้น

ปัญหาด้านวิธีการบรรจุหีบห่อ

1. ปัญหาที่พบมากที่สุดสำหรับผู้ส่งออก คือ ปัญหาการบรรจุดอกกล้วยไม้แน่นเกินไป โดยมีความจำเป็นที่ว่าจะต้องบรรจุดอกกล้วยไม้ให้มากที่สุด และดอกกล้วยไม้เสียหายน้อยที่สุด การบรรจุที่แน่นเกินไป ทำให้ดอกกล้วยไม้มีโอกาสสูญเสียคุณภาพได้มาก และในระยะเวลาที่เร็ว การระบายความร้อนไม่ดีพอ มีผลให้ดอกกล้วยไม้มีอายุใช้งานสั้นกว่าที่ควรจะเป็น

2. การบรรจุดอกกล้วยไม้แบบหลวม เพื่อรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้ ทำให้เพิ่มต้นทุนด้านค่าระวางในการขนส่งทางเครื่องบิน สำหรับปริมาณดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกในจำนวนที่เท่ากัน

3. การบรรจุดอกกล้วยไม้ผิดประเภทจากที่ลูกค้าต้องการ มักเกิดในช่วงที่มีการส่งออกมากในหน้าเทศกาลต่างๆ เช่น คริสมาสต์ ปีใหม่ และวาเลนไทน์ ทำให้ต้นทุนการบรรจุต้องบรรจุอย่างรีบเร่ง ในกรณีที่เกิดปัญหานี้ขึ้น ลูกค้าจะไม่ชำระเงินในส่วนที่บรรจุ

ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพ เมื่วดอกกล้วยไม้นั้นจะมีคุณภาพดีก็ตาม

4. สำหรับบริษัทส่งออกดอกกล้วยไม้ที่มีขนาดเล็ก และมีเงินทุนจำกัด จะไม่มีห้องเย็นในการเก็บรักษาทั้งก่อนและหลังการบรรจุ ห้องเย็นสำหรับขั้นตอนการบรรจุเกือบทำให้ดอกกล้วยไม้อยู่ได้ไม่นานเท่าดอกกล้วยไม้ที่เก็บรักษาและบรรจุเกือบในห้องเย็น

5. การบรรจุดอกกล้วยไม้ที่ยังคงมีความชื้นอยู่มาก ทำให้ดอกกล้วยไม้ช้ำและเน่าเสียในระหว่างการขนส่ง

แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการบรรจุเกือบ

1. การบรรจุดอกกล้วยไม้ไม่แปรปรวนที่พอเหมาะ คือ ไม้แน่นเกินไป เพื่อรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้ โดยผู้ส่งออกอาจอธิบายหรือชี้แจงลูกค้าในต่างประเทศของบริษัทให้เข้าใจปัญหาในเรื่องความจำเป็นที่ต้องบรรจุน้อยลง เพื่อผลประโยชน์ของตัวลูกค้าเอง กล่าวคือ ผู้ซื้อจะได้รับดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพดีขึ้น อันเนื่องมาจากความเสียหายจากการเบียดเสียดเพราะการบรรจุดอกกล้วยไม้แน่นลดลง และขอความเห็นใจจากลูกค้าในต่างประเทศให้ช่วยในเรื่องราคาของดอกกล้วยไม้ที่ต้องเพิ่มสูงขึ้นบ้าง

2. ผู้ส่งออกควรมีการตรวจสอบเกือบของดอกกล้วยไม้ก่อนการขนส่ง ไปยังลูกค้าในต่างประเทศ โดยการสุ่มบางส่วนจากจาวเกือบทั้งหมด ของการส่งออกดอกกล้วยไม้แต่ละครั้ง (lot) เพื่อตรวจสอบว่ามีปัญหาหรือไม่ เช่น หลอดพลาสติกมีน้ำรั่วหรือซึมออกมาหรือไม่ เป็นต้น ถ้ามีปัญหามาก บริษัทส่งออกไม่ควรส่งออกดอกกล้วยไม้จำนวนนั้น และควรมีการเปลี่ยนภาชนะบรรจุที่ทดแทน เป็นต้น

3. ผู้ส่งออกควรปรับปรุงการบรรจุ คือ ให้ความสำคัญกับการจัดดอกกล้วยไม้ให้สวยงามก่อนการบรรจุ มีการเรียงดอกไม้ให้ดอกทับกันและทำให้ชวนซื้อ

4. ควรบรรจุจำนวนดอกกล้วยไม้ให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศลูกค้า

เช่น ประเทศที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญด้านคุณภาพของดอกกล้วยไม้มากนัก เช่น ประเทศในแถบสแกนดิเนเวีย คือ อิตาลี สวีเดน ฟินแลนด์ เป็นต้น การบรรจุดอกกล้วยไม้ให้มากเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งทางเครื่องบิน ส่วนประเทศลูกค้าที่เน้นในเรื่องคุณภาพดอกกล้วยไม้ เช่น ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ผู้ส่งออกการบรรจุดอกกล้วยไม้แบบหลวม เพื่อรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้และได้ราคาดี

5. บริษัทผู้ผลิตภาชนะบรรจุต่างๆ เช่นผู้ผลิตหลอดพลาสติก ผู้ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก การผลิตหลอดพลาสติกที่ได้มาตรฐาน และผู้กับประเทศคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์ ได้

6. ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาชนะบรรจุ เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ฯลฯ มากกว่าความสำคัญของราคาของภาชนะบรรจุขึ้น เพื่อที่จะได้มีภาชนะบรรจุที่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับการบรรจุ เพื่อปกป้องรักษาดอกกล้วยไม้

แนวทางพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้สด

ในส่วนของผู้ส่งออก

1. ผู้ส่งออกควรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะบรรจุ ให้มีความแปลกใหม่ที่ต่างไปจากเดิม หรือไม่ซ้ำกับรูปแบบการบรรจุของผู้ส่งออกรายอื่น และพิจารณาถึงความสวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจและลดมูลค่าค้าในต่างประเทศมากขึ้น โดยต้นทุนในการบรรจุหีบห่อไม่สูงขึ้น เช่น อาจเปลี่ยนมาใช้กล่องกระดาษลูกฟูกที่บางลง แต่คุณภาพเท่ากันหรือดีกว่ามาทดแทน โดยมีราคาวัสดุที่ใกล้เคียงหรือไม่สูงไปกว่าเดิม

2. ผู้ส่งออกควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากล่องนอก หรือกล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้เพื่อการขนส่ง เป็นอันดับแรก เนื่องจากจะเป็นส่วนที่ผู้ซื้อในต่างประเทศสัมผัสด้วยตาหรือเห็นเป็นครั้งแรก และการที่ลูกค้าประทับใจตั้งแต่เห็นสินค้าครั้งแรกเป็นสิ่ง que ผู้ส่งออกไม่ควรมองข้าม

3. ผู้ส่งออกควรรักษาโอกาสลูกค้าในต่างประเทศช่วยออกแบบรูปแบบภาษาบรรจุ และวัสดุที่ใช้ในการผลิตภาษาบรรจุ ตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพอใจและยอมรับภาษาบรรจุนั้น ช่วยลดปัญหาการตำหนิ หรือการเคลม (claim) ของลูกค้าในต่างประเทศด้านภาษาบรรจุ

4. ผู้ส่งออกอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบ เช่น สีสรร เป็นต้น อยู่เสมอๆ เช่น อาจเปลี่ยนรูปแบบหรือสีสรรใหม่ๆทุก 2-3 ปี เป็นต้น

ในส่วนของนักวิจัยและนักวิชาการ

1. ควรพัฒนากล่องกระดาษลูกฟูก ทั้งในด้านรูปแบบ คุณภาพและขนาดให้เหมาะสมกับลักษณะของดอกกล้วยไม้แต่ละชนิด ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะกล่องใน ควรผลิตใหม่พื้นที่สีเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด

2. นักวิจัยควรคิดว่าวิจัยในเรื่องการออกแบบภาษาบรรจุ, วิธีการบรรจุ ที่สามารถบรรจุดอกกล้วยไม้ได้มากที่สุด และดอกกล้วยไม้เสียหายน้อยที่สุด รวมทั้งมีความคงทนและสวยงามเป็นเวลานานที่สุด โดยพัฒนาตามชนิดของดอกกล้วยไม้ที่มีอยู่และใช้ในการส่งออก ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าพอใจในด้านปริมาณดอกกล้วยไม้ และช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งทางเครื่องบิน (freight)

3. การศึกษาวิจัยด้านน้ำยายืดอายุ การพัฒนาสูตรน้ำยาที่มีคุณภาพดีขึ้นและราคาไม่สูงไปจากเดิม เพื่อช่วยยืดอายุดอกกล้วยไม้ให้มีอายุการใช้งานนานมากขึ้น โดยเฉพาะกรณีดอกกล้วยไม้ตกเครื่อง แทนที่ผู้ส่งออกต้องแกะกล่อง และนำชายตลาดภายในประเทศ ผู้ส่งออกสามารถส่งออกดอกกล้วยไม้ที่ตกเครื่องนั้นได้ในอีกวันหนึ่ง โดยดอกกล้วยไม้นั้นไม่เสียหาย

4. การพัฒนารูปแบบการให้น้ำในปริมาณที่มากพอ โดยเฉพาะในประเทศที่มีระยะไกล เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และการให้น้ำที่น้ำไม่รั่วซึมออกมา ซึ่งควรจะรวมข้อดี

ของการใช้สารสีและการใช้หลอดพลาสติกเข้าไว้ด้วยกัน

ในส่วนของรัฐบาล

1. ควรออกกฎหมาย เพื่อควบคุมคุณภาพและราคาของภาชนะบรรจุ ของบริษัทผู้ผลิตภาชนะบรรจุแต่ละตัว เช่น หลอดพลาสติก กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงพลาสติก เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภาชนะบรรจุที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และ ป้องกันการผูกขาดทางด้านตัวสินค้าและราคา โดยเฉพาะผู้ผลิตหลอดพลาสติกซึ่งมีจำนวนน้อยราย ทำให้ผู้ผลิตไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของหลอดพลาสติกมากนัก

2. ให้ความรู้ด้านการบรรจุหีบห่อ เพื่อรักษาคุณภาพดอกกล้วยไม้ให้อยู่ในสภาพดีเมื่อส่งถึงมือผู้มาเข้า โดยศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์

การขนส่งดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก

การขนส่งดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก จะ เริ่มจากการขนส่งจากเกษตรกรถึงผู้ส่งออก การขนส่งจากผู้ส่งออกถึงสนามบิน (airport) และจากท่าอากาศยานถึงผู้รับในต่างประเทศ

การขนส่งดอกกล้วยไม้จากเกษตรกรถึงผู้ส่งออก

ก. การขนส่งทางเรือ เนื่องจากการปลูกกล้วยไม้มีแหล่งปลูกหลายแห่ง ดังนั้น การลำเลียงขนส่งดอกกล้วยไม้จึงทำได้หลายทาง เช่น ทางเรือ จะเห็นว่าในปัจจุบันยังมีการขนส่งทางเรืออยู่ เพราะ เป็นวิธีง่ายๆ ไม่ต้องประสบปัญหาการจราจรติดขัด แต่การขนส่งทาง เรือนั้นไม่อาจขนส่งดอกกล้วยไม้ได้ครั้งละหลายๆ การลำเลียง โดยนำดอกกล้วยไม้มาเรียงซ้อนกันบนเรือ เกษตรกรควรนำผ้าขาวบางชุบน้ำคลุมดอกกล้วยไม้ โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวและฤดูร้อน หลังจากขนส่งทาง เรือแล้ว พ่อค้าส่งออกจะมารับที่ท่าเพื่อนำไปท่า

การคัดเกรดต่อไป

ข. การขนส่งทางรถยนต์ ผู้ส่งออกรายย่อยมักจะใช้รถบัสหรือรถตู้เล็กซึ่งควรติดเครื่องปรับอากาศ และวางดอกกล้วยไม้ทับซ้อนกัน สำหรับผู้ส่งออกรายใหญ่จะใช้รถตู้ปรับอากาศขนาดใหญ่หรือรถคอนเทนเนอร์ (container) ในการขนส่ง โดยจะวางเรียงช่อดอกกล้วยไม้ในลังไม้ สูงประมาณ 30 เซนติเมตร และนำลังไม้มาเรียงซ้อนกันในรถอีกที ทำให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพดีกว่า เนื่องจากมีการระบายอากาศดี กลีบดอกได้รับความเสียหายน้อยกว่าการเรียงซ้อนทับกันมากๆ

การขนส่งดอกกล้วยไม้จากผู้ส่งออกถึงผู้รับในต่างประเทศ

ก. การขนส่งดอกกล้วยไม้จากผู้ส่งออกถึงสนามบิน การขนส่งดอกกล้วยไม้ที่บรรจุในกล่องกระดาษเรียบร้อยแล้วไปยังสนามบิน ใช้รถยนต์ 2 ชนิดเท่านั้น คือ รถยนต์กระบะเล็ก และรถยนต์ห้องเย็น การวางกล่องกระดาษที่บรรจุดอกกล้วยไม้แล้วในรถยนต์กระบะเล็กสามารถวางซ้อนกันได้ แต่การวางกล่องกระดาษที่บรรจุดอกกล้วยไม้แล้ว ในรถยนต์ห้องเย็นไม่ควรจะวางกล่องกระดาษซ้อนกัน เพราะจะต้องคำนึงถึงการหมุนเวียนของอากาศเย็นรอบๆกล่องกระดาษจากเครื่องทำความเย็น และไม่ควรวางกล่องจนติดเพดานของห้องเย็น โดยในรถยนต์ห้องเย็นควรมีอุณหภูมิประมาณ 12 องศาเซลเซียสโดยประมาณ ควรมีเทอร์โมมิเตอร์แขวนไว้ในห้องเย็น เพื่อใช้ตรวจอุณหภูมิภายในห้องเย็น และผู้เกี่ยวข้องกับทางห้องเย็นควรจะตรวจความเรียบร้อยของรถยนต์ห้องเย็นก่อนออกเดินทางทุกครั้ง

ข. การขนส่งดอกกล้วยไม้จากสนามบินถึงผู้รับในต่างประเทศ เนื่องจากดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าสด ซึ่งแม้ว่าจะมีอายุการใช้งานมากกว่าดอกไม้ชนิดอื่นๆ แต่การขนส่งดอกกล้วยไม้ไปขายยังต่างประเทศ จำเป็นต้องใช้การขนส่งทางอากาศ หรือใช้เครื่องบินเพียงทางเดียว เนื่องจากเป็นการขนส่งที่รวดเร็วและมีความสะดวกที่สุด เพื่อให้ถึงมือผู้ซื้อในต่างประเทศในลักษณะที่ยังคงความสดและสวยงามในระยะเวลาที่น้อยที่สุด แต่ค่าขนส่ง (ค่าระวางเครื่องบิน) มีราคาแพง เครื่องบินที่ใช้ในการขนส่งดอกกล้วยไม้อาจจะ เป็นเครื่องบินโดยสาร (passenger airplane) หรือเครื่องบินขนส่ง (cargo airplane)

ก็ได้ และอาจ เป็นสายการบินภายในประเทศหรือสายการบินของต่างประเทศ

ค่าขนส่งทางอากาศ

ต้นทุนที่สำคัญสำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ คือค่าขนส่ง เนื่องจากจะต้องขนส่งทางเครื่องบินเพื่อรักษาความสดของสินค้า ปัจจุบันการกำหนดอัตราค่าขนส่งทางอากาศสำหรับดอกกล้วยไม้จะเป็นการประชุมร่วมกันหลายฝ่าย ระหว่างกรมการบินพาณิชย์ ศูนย์บริการส่งออก สายการบินต่างๆ และผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ โดยจะจัดประชุมขึ้นปีละครั้งสำหรับอัตราค่าขนส่งในปัจจุบัน ซึ่งที่นี้จะเน้นเฉพาะ เมืองสำคัญที่ไทยส่งออกดอกกล้วยไม้ไปเป็นจำนวนมากเท่านั้น (ตารางที่ 12)

ภายหลังวิกฤตการณ์น้ำมัน ค่าขนส่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อันเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้ ดังนั้น กรมการบินพาณิชย์ และสายการบินต่างๆ จึงได้พิจารณาลดอัตราค่าขนส่งลงร้อยละ 10 และต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ได้พิจารณาให้ความช่วยเหลือโดยการเพิ่มน้ำหนักน้ำหนักขึ้นค่า 45 กิโลกรัม สำหรับเมืองปลายทางที่ถึงไม่มีพิกัดน้ำหนักไว้และเพิ่มน้ำหนักน้ำหนักขึ้นสูง 500 กิโลกรัม สำหรับเมืองปลายทางที่มีการส่งออกดอกกล้วยไม้เป็นจำนวนมาก และลดอัตราค่าขนส่งลงร้อยละ 10 (จุฑามาศ ธาระวานิช, 2529: 45)

สำหรับสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย ได้มีการประชุมกับในกลุ่มผู้ส่งออกทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมฯ รวมทั้งกลุ่มสายการบิน เพื่อหาแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับเรื่องที่ว่าขนส่งไม่เพียงพอ ในที่สุดจึงตกลงว่าควรจะให้เพิ่มอัตราค่าระวาง

ในครั้งสุดท้ายได้มีการประชุมรวม 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ส่งออกทั้งสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกฯและที่ไม่เป็นสมาชิก บริษัทสายการบิน และกรมการบินพาณิชย์ ซึ่งในการประชุมยอมรับว่า ควรจะให้มีการขึ้นค่าระวางในสายยุโรปอีกร้อยละ 7 และให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา โดยอัตราค่าระวางที่เพิ่มขึ้นนั้น ผู้ซื้อจะเป็นผู้แบกรับภาระในการจ่ายเอง ดังนั้น จึงไม่กระทบต่อต้นทุนของผู้ส่งออกแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันค่าขนส่งทางอากาศมีค่าสูงขึ้นประมาณร้อยละ 5-10.

ตารางที่ 12 อัตราค่าขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยัง เมืองสำคัญๆ

เมืองปลายทาง	น้ำหนักขั้นต่ำ (กิโลกรัม)	อัตราค่าขนส่ง (บาท/กิโลกรัม)
โตเกียว	45 กิโลกรัมขึ้นไป	42.00
	100 กิโลกรัมขึ้นไป	40.00
	250 กิโลกรัมขึ้นไป	38.00
ฮ่องกง	45 กิโลกรัมขึ้นไป	20.00
แฟรงก์เฟิร์ต/ปารีส/ มิวนิค/ซูริค	45 กิโลกรัมขึ้นไป	67.40
	100 กิโลกรัมขึ้นไป	64.10
	250 กิโลกรัมขึ้นไป	60.90
โคเปนเฮเกน	45 กิโลกรัมขึ้นไป	67.40
	100 กิโลกรัมขึ้นไป	64.10
	250 กิโลกรัมขึ้นไป	60.90
สต็อกโฮล์ม	45 กิโลกรัมขึ้นไป	72.80
	100 กิโลกรัมขึ้นไป	69.20
	250 กิโลกรัมขึ้นไป	65.80
	500 กิโลกรัมขึ้นไป	59.20
โรม	45 กิโลกรัมขึ้นไป	61.30
	100 กิโลกรัมขึ้นไป	58.30
	250 กิโลกรัมขึ้นไป	55.40
	500 กิโลกรัมขึ้นไป	49.50

ที่มา : (บริษัทการบินไทย จำกัด, 2530 : 92)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับสูตรคิดค่าระวาง เครื่องบินของสายการบินโดยทั่ว ๆ ไป ใช้สูตร ดังนี้คือ ขนาด (กว้าง x ยาว x สูง) ของกล่องนอก คูณ จำนวนมัดอาหารด้วย 7,000 ค่าที่ได้เป็นน้ำหนัก หน่วยเป็น กิโลกรัม จากนั้นจึงเอาค่าน้ำหนักเป็นกิโลกรัมที่ได้ คูณกับอัตราค่าระวางของแต่ละประเทศปลายทางต่างๆ ซึ่งจะแตกต่างกันไป

ปัญหาด้านการขนส่งดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก

1. ปัญหาที่ระวาง เครื่องบินมีไม่เพียงพอ ทำให้ดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกตกค้างที่สนามบิน (ตกเครื่อง) และ เกิดการสูญเสียมาก เมื่อถึงประเทศปลายทาง เนื่องจากความล่าช้า มีผลให้อายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้สั้นลง คุณภาพของดอกกล้วยไม้ไม่สามารถสู้กับประเทศคู่แข่งได้ นอกจากนี้ บางส่วนของดอกกล้วยไม้ที่ตกค้าง ไม่สามารถส่งออกได้ เนื่องจากปัญหาข้างต้น ทำให้สูญเสียรายได้อันพึงได้ไป มักเกิดปัญหาในช่วงหน้าเทศกาลต่างๆ เช่น คริสมาสต์ และปีใหม่ เป็นต้น

สาเหตุที่ระวาง เครื่องบินมีไม่เพียงพอ เนื่องจาก

1.1 กล้วยไม้เป็นสินค้าน้ำหนักเบา ทำให้เส้นเบลอ้งเนื้อที่ในการขนส่งมากกว่าสินค้าอื่น ๆ ในปริมาณน้ำหนักที่เท่ากัน ประกอบกับค่าระวาง เครื่องบินในการขนส่งถูกกว่าสินค้าอื่น เช่น สิ่งทอ อัญมณี เป็นต้น สายการบินจึงเลือกที่จะบรรทุกสินค้าที่เบลอ้งเนื้อที่ในการขนส่งน้อยกว่า และได้ค่าระวางที่สูงกว่า เนื่องจากหารายได้ให้สายการบินมากกว่า

1.2 การส่งออกสินค้าของไทยในปัจจุบันมีสินค้าส่งออกเพิ่มขึ้นหลายชนิด โดยเฉพาะผักและผลไม้ ทำให้เกิดการแย่งที่ระวางบรรทุกสินค้าเพื่อการส่งออก

1.3 สายการบินต่าง ๆ มีการปรับปรุงจุดหมายปลายทาง และ เปลี่ยนเส้นทางบิน

1 หนึ่งมัดมีประมาณ 15 กิโลกรัม

ตรงสู่จุดหมายมากขึ้น ทำให้ต้องบรรทุกน้ำมันมากขึ้น จึงต้องลดเนื้อที่การบรรทุกสินค้าลง มีผลกระทบต่อ การบรรทุกดอกกล้วยไม้ เนื่องจากดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าที่น้ำหนักเบา จึงสิ้นเปลืองเนื้อที่ในการขนส่ง

1.4 ในช่วงเทศกาลที่สายการบินมีเที่ยวบินที่เยอะมาก เนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในช่วงต้นเดือนพฤษภาคมและปลายเดือนธันวาคม ในกรณีเกิดปัญหาบรรทุกน้ำหนักเกิน สายการบินจำเป็นต้องเลือกบรรทุกผู้โดยสารก่อนบรรทุกดอกกล้วยไม้

1.5 เกิดปัญหาที่มีหมอกลงจัดในประเทศไทย ทำให้เครื่องบินไม่สามารถร่อนลงสนามบินได้ จะต้องบินวนไปมาเพื่อสนามบิน ณ ประเทศไทยหลายรอบ ทำให้ต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นจำนวนมาก สายการบินจึงต้องขนน้ำมันขึ้นไปตุนบนเครื่องบินเป็นจำนวนมากก่อนออกเครื่อง และต้องนำดอกกล้วยไม้ลงเครื่อง เนื่องจากสิ้นเปลืองเนื้อที่บนเครื่องบินมาก

2. ความไม่แน่นอนหรือความล่าช้า (delay) ของสายการบิน อาจเนื่องจากปัญหาภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง เช่น เกิดพายุไต้ฝุ่น หรือดีเปรสชัน ฝนตกหนัก หรือหมอกลงจัด เป็นต้น ทำให้สายการบินต้องเลื่อนเวลาการเดินทางออกไป มีผลให้ดอกกล้วยไม้ต้องเสียเวลารอเครื่องอยู่ที่สนามบินนานหลายชั่วโมง และที่สนามบินตอนเมืองไม่มีโกดังเก็บของที่เพียงพอ ยื่นสำรับดอกกล้วยไม้ ดอกกล้วยไม้ที่ต้องรอเครื่องบินนานหลายชั่วโมง จึงได้รับความเสียหายมาก เพราะบรรยากาศรอบๆ ภาชนะบรรจุดอกกล้วยไม้มีอุณหภูมิสูง

3. การใช้แข่งในการขนส่ง จากเกษตรกรถึงโรงเรือนคัดคุณภาพและบรรจุหีบห่อของบริษัทผู้ส่งออก อาจทำให้ยอดของช่อดอกกล้วยไม้หักได้ อันมีผลให้ดอกกล้วยไม้เสียหายและไม่ได้มาตรฐานส่งออก

4. การขนส่งดอกกล้วยไม้ทางรถยนต์บรรทุกที่มี 6 ล้อขึ้นไป จากผู้ส่งออกถึงสนามบิน มักเกิดปัญหาารถติดเวลาในช่วง 6 โมงเย็น กล่าวคือ รถเข้าไม่ได้ในช่วงเวลาห้ามรถบรรทุกวิ่ง ทำให้การขนส่งดอกกล้วยไม้ต้องเสียเวลาไปอีก 1 วัน

แนวทางแก้ปัญหาการขนส่งดอกกล้วยไม้ส่งออก

1. การให้รัฐบาลเพิ่มเที่ยวบินพิเศษสำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลส่งออกโดยบริษัทการบินไทย เพื่อลดปัญหาที่ระวาง เครื่องบินมีไม่เพียงพอ
2. การสร้างโกดังเก็บสินค้า (cargo) ที่เชียงใหม่ ๗ สนามบินดอนเมือง เพื่อใช้เก็บสินค้าสด เช่นดอกกล้วยไม้โดยเฉพาะ เพื่อป้องกันปัญหาการตก เครื่องบินของดอกกล้วยไม้และปัญหาที่ระวางมีไม่เพียงพอ
3. ส่งเจ้าหน้าที่บรรทุกดอกกล้วยไม้เพื่อส่งออกสามารถวิ่งได้ทั้งไปและกลับจากท่าอากาศยานดอนเมืองใหม่ เวลาห้ามรถบรรทุกวิ่ง โดยกระทรวงมหาดไทย
4. ให้คนงานบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ให้เสร็จก่อนช่วงตีต เวลา หรือช่วงห้ามรถบรรทุกที่มี 6 ล้อขึ้นไปวิ่ง โดยใช้เวลาไว้มากๆ อย่างน้อย 4 ชั่วโมง เพื่อลดปัญหาการตีตเวลาดังกล่าว

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในบรรดาไม้ดอกไม้ประดับที่ประเทศไทยส่งออก ดอกกล้วยไม้ เป็นไม้ตัดดอกชนิดเดียวที่หารายได้เข้าสู่ประเทศไทยมากที่สุด โดยมีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นมูลค่ามากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยเข้าเงินตราเข้าสู่ประเทศไทยปีละประมาณ 400-500 ล้านบาท ปัจจุบันดอกกล้วยไม้มีคุณภาพตกต่ำลงไปมาก เมื่อเทียบกับระยะเวลาเมื่อ 5-6 ปีที่แล้ว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเครื่องปลูกจากออสไมต์มาเป็นกาบมะพร้าวแทนเพื่อต้องการลดต้นทุน การใช้ปุ๋ยหรือน้ำยาเพื่อเร่งดอก ความไม่แข็งแรงของพันธุ์ไม้ ฯลฯ ซึ่งมีผลทำให้อายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้มีน้อยลงกว่าที่ควรจะเป็น อย่างไรก็ตาม 2/3 ของอายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้ส่งออกจะขึ้นกับการปฏิบัติต่อดอกกล้วยไม้ภายหลังการตัด ซึ่งได้แก่ การเก็บรักษาของเกษตรกรและผู้ส่งออก การใช้ยา การบรรจุหีบห่อ และการขนย้ายหรือการขนส่ง เป็นต้น ที่เหลืออีก 1/3 ของอายุการใช้งานจะขึ้นกับการปฏิบัติดูแลรักษาอย่างดี นับตั้งแต่พันธุ์ดี การให้น้ำและปุ๋ยที่ถูกต้อง การฉีดยาป้องกัน การกำจัดโรคและแมลงอย่างสม่ำเสมอ สภาพแปลงปลูกที่สะอาด ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การบรรจุหีบห่อ หรือ Packaging มีความสำคัญและมีผลต่ออายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้เป็นอย่างมาก ประกอบกับลูกค้าในต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจกับการบรรจุหีบห่อกันมากขึ้น เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ในขณะที่บริษัทส่งออกส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับด้านบรรจุหีบห่อมากนัก โดยมักจะใช้ราคาของภาชนะบรรจุเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ มากกว่าการใช้คุณภาพและมาตรฐานเป็นเกณฑ์ แม้ว่าในความเป็นจริง การบรรจุหีบห่อและสินค้าที่อยู่ภายในซึ่งที่นี้คือดอกกล้วยไม้มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน

จากการศึกษา ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ทราบว่า การบรรจุหีบห่อมีความสำคัญ แต่มักจะมีข้อจำกัดในเรื่อง ค่าระวาง (freight) และต้นทุนค่าบรรจุหีบห่อ ซึ่งรวมทั้งด้านค่า

ภาวะบรรจุ และค่าแรงในการบรรจุ ที่เพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 10 ทำให้ผู้ส่งออกบางรายซึ่งมีขนาดใหญ่ จำเป็นต้องลดเกรดหรือคุณภาพของภาวะบรรจุบางตัวลง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ทั้งกล่องนอกและกล่องใน เป็นต้น และบรรจุคอกกล้วยไม้ให้แน่น เพื่อลดต้นทุนค่าบรรจุหีบห่อและค่าขนส่งให้น้อยลง แต่มีส่วนเสียคือทำให้ดอกกล้วยไม้ได้รับความเสียหายมาก ส่วนบริษัทผู้ส่งออกที่มีขนาดใหญ่ มักให้ความสำคัญและใช้เงินลงทุนกับการบรรจุหีบห่อมากกว่าบริษัทส่งออกที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยบริษัททั้งจะมีมาตรฐานการบรรจุที่ค่อนข้างแน่นอน การใช้เกรดหรือคุณภาพของภาวะบรรจุแต่ละชนิดที่ดี การสร้างห้องเย็นที่สามารถควบคุมอุณหภูมิและความชื้นได้ ในการเก็บรักษาดอกกล้วยไม้ การมีห้องเย็นในการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ เป็นต้น

สำหรับภาวะบรรจุหลักๆ ที่ใช้ในการบรรจุคอกกล้วยไม้ของบริษัทผู้ส่งออกโดยทั่วไป คือ สาลี หลอดพลาสติก กุ้งพลาสติก แผ่นพลาสติกและกล่องกระดาษลูกฟูก ส่วนภาวะบรรจุอื่นๆ ซึ่งบริษัทผู้ส่งออกแต่ละรายจะใช้แตกต่างกันไปโดยอาจใช้หรือเลิกใช้แล้วหรือใช้ภาวะบรรจุอื่นทดแทน เป็นต้น ภาวะบรรจุเหล่านี้ ได้แก่ กระดาษโพลีเอทิลีน กระดาษฟาง กระดาษสโนไวท์ กระดาษยางมะตอย และกระดาษหนังสือพิมพ์ โดยขนาดที่นิยมใช้ของภาวะบรรจุหลักได้แก่ กุ้งพลาสติก มีจำนวนขนาดที่นิยมใช้อยู่ในช่วง 2-6 ขนาด และขนาดที่นิยมใช้ในช่วง 9-10 นิ้วคูณ 22-40 นิ้วคูณ (กว้างยาว) ส่วนแผ่นพลาสติกไม่สามารถระบุจำนวนขนาดที่แน่นอนได้ เนื่องจากจะขึ้นกับความต้องการของประเทศลูกค้า และแต่ละบริษัทจะมีมาตรฐานที่แตกต่างกันไป แต่ขนาดของแผ่นพลาสติกที่ผู้ส่งออกใช้กันมักอยู่ในช่วง 12-20 นิ้ว คูณ 12-20 นิ้ว ส่วนหลอดพลาสติกที่ใช้โดยทั่วไปก็มี 3-5 ขนาด โดยมีความยาวของหลอดพลาสติกอยู่ในช่วง 1 1/2 - 2 1/2 นิ้ว และเส้นผ่าศูนย์กลางของปากหลอดอยู่ในช่วง 0.80 - 1.50 เซนติเมตร สำหรับกล่องกระดาษที่ใช้บรรจุคอกกล้วยไม้มีมากกว่าร้อยละ 99 ทำจากกระดาษลูกฟูก ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 1 ทำจากกระดาษแข็ง โดยกล่องกระดาษลูกฟูกแบ่งออกเป็นกล่องในหรือกล่องเล็ก และกล่องนอกหรือกล่องใหญ่(กล่องเพื่อการขนส่ง) โดยกล่องในมีจำนวนขนาดที่นิยมใช้กัน อยู่ในช่วง ประมาณ 3 -15 ขนาด และขนาดที่นิยมใช้อยู่ในช่วง 28-40 เซนติเมตร คูณ 47-100 เซนติเมตร คูณ 7.6-9.0 เซนติเมตร (กว้างยาวสูง) ส่วนกล่องนอกมีจำนวนขนาดที่นิยมใช้ในช่วง 3-5 ขนาดและขนาดที่นิยมใช้ในช่วง 28-40 เซนติเมตร คูณ 47-100 คูณ 38-45

เซนติเมตร (กว้างยาวสูง) และภาชนะบรรจุแต่ละตัวต่างก็มีข้อดีและข้อเสียเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

ขั้นตอนการบรรจุหีบห่อที่ค่อนข้างสมบูรณ์แบบ มีขั้นตอนดังนี้ 1) ตัดปลายก้านดอกกล้วยไม้ที่รับจากเกษตรกรมาตัดปลายก้านออกเล็กน้อย แล้วแช่ด้วยน้ำหรือน้ำยา เพื่อให้ดอกกล้วยไม้หายใจ 2) ทำการตัดเกรดโดยตัดไม้ที่ไม่ได้มาตรฐานส่งออกหรือไม้ตลาดออกไปเหลือเฉพาะไม้ที่ได้มาตรฐาน บางบริษัทอาจล้างดอกกล้วยไม้ เข้าห้อง เย็นก่อนการคัดคุณภาพก็ได้ 3) ทำการตัดปลายก้านดอกกล้วยไม้ที่ได้มาตรฐานอีกครั้งประมาณ 1 เซนติเมตร 4) ทำการให้น้ำ โดยไม้ที่จะให้น้ำด้วยสาลิซูปน้ำยาชุ่มชุ่มก้านช่อ แล้วหุ้มด้วยถุงพลาสติกเล็ก ๆ รัดด้วยหนังยาง ส่วนไม้ช่อสามารถให้น้ำได้ทั้งวิธีเสียบหลอดพลาสติกบรรจุน้ำหรือน้ำยา หรือให้น้ำด้วยการใช้สาลิซูปน้ำยาดังกล่าว 5) ทำการตากพัฒนาให้แห้ง ในกรณีดอกกล้วยไม้มีความชื้น 6) ทำการรมควันกำมะถันเพื่อควบคุมการเน่าเสียของกล้วยไม้ เช่น ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา 7) นำดอกกล้วยไม้ที่รมควันแล้ว เข้าห้อง เย็นที่มีความชื้นประมาณ 95 % และอุณหภูมิประมาณ 8 ถึง 12 องศาเซลเซียส ไม่ต่ำกว่า 1/2 ชั่วโมง เรียกขั้นตอนนี้ว่า พรีคูลลิ่ง (Precooling) 8) จากนี้ทำการบรรจุหีบห่อ โดยการบรรจุถุง/แผ่นพลาสติก หรือกระดาษโพลีเอทิลีนและบรรจุลงในกล่องกระดาษลูกฟูกกล่องในและกล่องนอก ตามลำดับ แล้วหุ้มด้วยกระดาษกาวในห้อง เย็นที่มีอุณหภูมิประมาณ 10-15 องศาเซลเซียส 9) สำหรับกรณีประเทศปลายทางมีอากาศหนาว อาจมีการห่อกล่องในด้วยกระดาษขุ่นและหนังสือพิมพ์ จำนวนชั้นขึ้นกับความหนาวเย็น และความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศ สำหรับกรณีส่งออกแบบดอกเดี่ยวให้ปัจจุบันมีส่งออกน้อยมาก

สำหรับต้นทุนด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ โดยเฉลี่ยในแต่ละงวด จะอยู่ในช่วงประมาณร้อยละ 20-30 และค่าบรรจุหีบห่อโดยเฉลี่ยมักเพิ่มขึ้นเป็นละประมาณร้อยละ 2-5

ส่วนปัญหาด้านการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ที่พบมากที่สุดคือการบรรจุดอกกล้วยไม้แน่นเกินไป การบรรจุดอกกล้วยไม้ผิดประเภท การบรรจุดอกกล้วยไม้ทั้งที่ยังมีความชื้นอยู่มาก การไม่มีห้อง เย็นสำหรับเก็บรักษาดอกกล้วยไม้ ทั้งก่อนและหลังการบรรจุ และห้อง เย็นสำหรับการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ ทำให้คุณภาพของดอกกล้วยไม้ไม่ดีเท่าที่ควร แนว

ทางแก้ไขในทัศนะของผู้ส่งออก คือ การบรรจุดอกกล้วยไม้ในปริมาณที่พอเหมาะ ไม่หลวมหรือแน่นเกินไป การตรวจสอบหีบห่อที่บรรจุกล่องกระดาษนอกแล้ว โดยการสุ่มตัวอย่างบางส่วน เพื่อตรวจดูว่ามีปัญหาน้ำรั่วซึมออกมาหรือไม่ เป็นต้น การจัดเรียงดอกกล้วยไม้ให้สวยงามก่อนการบรรจุ การบรรจุจำนวนช่อดอกกล้วยไม้ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศลูกค้า และผู้ส่งออกควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาชนะบรรจุ มากกว่าความสำคัญของราคาเพียงอย่างเดียว

สำหรับแนวทางพัฒนาการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ ในส่วนของผู้ส่งออกควรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะบรรจุ ให้แปลกใหม่ไปจากเดิม โดยต้นทุนไม่สูงไปกว่าเดิม ด้วย การพัฒนาและให้ความสำคัญกับกล่องนอก เป็นอันดับแรก เนื่องจาก เป็นสิ่งแรกที่ผู้นำเข้า จะเห็น และการให้โอกาสลูกค้าในต่างประเทศได้ออกแบบภาชนะบรรจุตามที่ลูกค้าต้องการ ตลอดจนผู้ส่งออกควรเปลี่ยนแปลงรูปแบบ หรือสีสรร ของภาชนะบรรจุให้สวยงามและดึงดูดใจลูกค้าอยู่เสมอ เช่น อาจเปลี่ยนสีสรรทุก 2-3 ปี เป็นต้น

ในด้านการขนส่ง ดอกกล้วยไม้ จากเกษตรกรถึงผู้ส่งออกสามารถทำได้หลายทาง เช่น ทางเรือ หรือทางรถยนต์ บกดีผู้ส่งออกจะไปรับดอกกล้วยไม้จากเกษตรกรเองโดยใช้รถยนต์ปรับอากาศเป็นส่วนใหญ่ สำหรับผู้ส่งออกรายใหญ่ จะใช้รถตู้ปรับอากาศขนาดใหญ่ (container) ส่วนการขนส่งจากผู้ส่งออกถึงผู้รับในต่างประเทศ ใช้การขนส่งทางอากาศเพียงทางเดียว เนื่องจากดอกกล้วยไม้ เป็นสินค้าสด ที่จำเป็นต้องส่งให้ถึงมือผู้รับโดยเร็วที่สุด สำหรับค่าขนส่งทางอากาศ ปัจจุบันเพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 5-10 ส่วนปัญหาด้านการขนส่งที่สำคัญที่สุด คือ ที่ระวางเครื่องบินไม่เพียงพอ ตลอดจนความไม่แน่นอนหรือความล่าช้า (delay) ของสายการบิน การติดเวลาของรถยนต์บรรทุกที่มีตั้งแต่ 6 ล้อขึ้นไป ในช่วงเวลาห้ามรถยนต์บรรทุก (มีตั้งแต่ 6 ล้อขึ้นไป)วิ่ง และข้อเสียของการใช้แข่งในการขนส่งของเกษตรกร ทำให้ยอดดอกกล้วยไม้หัก โดยมีแนวทางแก้ปัญหาด้านการขนส่ง ดังนี้ การให้รัฐบาลเพิ่มเที่ยวบินพิเศษสำหรับดอกกล้วยไม้ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลส่งออก การสร้างโกดังเก็บสินค้าที่เป็นห้องเย็น สำหรับเก็บรักษาหีบห่อดอกกล้วยไม้ เพื่อป้องกันปัญหาการตกเครื่อง ปัญหาที่ระวางไม่เพียงพอ และปัญหาความไม่แน่นอนหรือความล่าช้าของสายการบิน การผ่อนผันให้รถยนต์บรรทุกดอกกล้วยไม้สามารถวิ่งได้ทั้งไปและกลับในช่วงเวลา

ห้ามรถยนต์บรรทุกวิ่ง การให้คนงานเป็นเวลาโดยการบรรจุดอกกล้วยไม้ให้เสร็จ ก่อนช่วงเวลาห้ามรถยนต์บรรทุกวิ่งอย่างน้อย 4 ชั่วโมง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการบรรจุหีบห่อกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกของประเทศไทย สามารถสรุปข้อเสนอแนะในประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ในส่วนของผู้ส่งออก

1. ผู้ส่งออกควรพัฒนากล่องไม้ให้เบากว่าเดิม เพื่อการจัดจำหน่ายมากขึ้น แม้ว่าในปัจจุบันจะมีบ้างแล้วก็ตาม แต่ยังมีปริมาณที่น้อยมาก เนื่องจากผู้ส่งออกอ้างว่า ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูงกว่าการบรรจุกล่องไม้แบบธรรมดา แต่การเพิ่มต้นทุนขึ้นอีกเพียงเล็กน้อย แต่มูลค่าในตัวสินค้าเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าโดยสังเกตจากราคาขายของดอกกล้วยไม้แบบแกะกล่องและบรรจุใหม่ กับดอกกล้วยไม้ที่ขายพร้อมกล่อง มีราคาต่างกันมาก ทั้งที่คุณภาพของดอกกล้วยไม้ไม่ต่างกันมากนัก แต่ต่างกันในด้านจำนวนข้อในการบรรจุ การจัดเรียงดอกก่อนการบรรจุ ดังนั้น การพัฒนากล่องไม้ให้เบากว่าเดิมจึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า และควรพยายามใช้วัสดุที่สามารถผลิตได้ในประเทศ และเน้นความทนทานและสวยงามเป็นหลัก

2. ดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าเกษตรกรรมซึ่งมีความแตกต่างของตัวสินค้า (Product Differential) น้อยมาก แม้ว่าลักษณะภูมิประเทศที่ต่างกัน อาจมีผลต่อคุณภาพของดอกกล้วยไม้บ้าง เช่น ดอกกล้วยไม้ที่ปลูกที่สมุทรสาครจะมีดอกใหญ่และสวยงามกว่าที่อื่น แต่ในสายตาของผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็มองว่าดอกกล้วยไม้ ไม่ว่าจะปลูกจากที่ใด ส่วนใด จังหวัดใด ถ้าเป็นดอกกล้วยไม้ชนิดเดียวกัน ก็เป็นดอกกล้วยไม้เหมือนกัน ไม่มีความแตกต่างแต่อย่างใด ดังนั้น ผู้ส่งออกควรพยายามสร้างความแตกต่างของตัวสินค้า (Product Differentiation) ให้เกิดขึ้นในตัวสินค้า ซึ่งก็คือ ดอกกล้วยไม้ ด้วยรูปแบบหรือวิธีการบรรจุหีบห่อที่มีลักษณะเฉพาะตัว ดังนี้

2.1 สร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งชาติอื่นไม่มี และไม่สามารถเลียนแบบได้ ให้สามารถสัมผัสได้ตั้งแต่กล่องนอกหรือกล่องเพื่อการขนส่ง เข้าไปจนถึงกล่องใน โดยอาจออกแบบกล่องกระดาษลูกฟูกให้มีลายไทย และใช้สีสรรที่เข้ากันได้กับดอกกล้วยไม้ที่บรรจุอยู่ภายในด้วย

2.2 การบรรจุหีบห่อที่แตกต่างตามรสนิยมของประเทศลูกค้า เช่น ประเทศญี่ปุ่น มีรสนิยมที่ชอบสีอ่อนๆ หรือมีสีขาวปนอยู่มาก ในขณะที่ประเทศในแถบยุโรป เช่น ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ชอบสีสด หรือสีที่ออกทึบๆ และรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงค่อนข้างง่ายและเร็ว ดังนั้น การออกแบบภาชนะการบรรจุหีบห่อ การใช้สีสรรต่างๆจึงควรให้สอดคล้องกับรสนิยมของประเทศลูกค้า เป็นสำคัญ ทั้งนี้ผู้ส่งออกจำเป็นต้องศึกษาและติดตามข่าวสารในเรื่องตลาด และความต้องการของลูกค้าของตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้ทันเหตุการณ์และสะดวกในการวางแผนทางการตลาดได้ทันเวลาที่ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อันจะช่วยรักษาส่วนแบ่งตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต ลูกค้าได้รับความพอใจมากขึ้น

2.3 ในเทศกาลที่แตกต่างกัน เช่น วันคริสต์มาส ปีใหม่ และวันวาเลนไทน์ เป็นต้น ผู้ส่งออกควรมีการออกแบบภาชนะบรรจุที่แตกต่าง หรือมีลักษณะที่พิเศษไปจากเดิม เช่น เทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ อาจมีการใช้โบว์หรือริบบิ้นสีสวยผูกช่อดอกกล้วยไม้ ทั้งไม้ช่อและไม้กำ และอาจจะมีการแนบบัตรอวยพรเล็กๆ กะทัดรัด และออกแบบให้เข้ากับดอกกล้วยไม้ที่บรรจุภายใน ใส่ไว้ในกล่องในข้างๆช่อดอกกล้วยไม้ ซึ่งสามารถมองเห็นได้ ส่วนเทศกาลวันวาเลนไทน์ อาจใช้ผ้ากำมะหยี่ หรือผ้าสักหลาดสีแดงตัดเป็นรูปหัวใจเล็กๆ ขนาดพอเหมาะติดไว้ที่ช่อดอกกล้วยไม้ ที่ห่อด้วยถุง/แผ่นพลาสติก หรือกระดาษโพลีเฟล็กซ์ แล้ว อาจมีบัตรอวยพรความหมายดีๆแนบไปด้วยหรือไม่ก็ได้ ซึ่งเป็นลักษณะของการขายดอกกล้วยไม้พร้อมกล่อง ค่าใช้จ่ายค่าบรรจุหีบห่ออาจเพิ่มขึ้นบ้าง แต่มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายได้รับความสะดวก ประหยัดเวลา ไม่ต้องไปหาซื้อบัตรอวยพรอีกหรือไม่ต้องแกะดอกกล้วยไม้ออกจากกล่องเพื่อบรรจุใหม่

2.4 ในการบรรจุดอกกล้วยไม้ประเภทไม้กำอาจมีการใช้ใบไม้ประเภทอื่นที่นอกเหนือไปจากมาตรฐานโดยปกติของบริษัท เพื่อความแปลกใหม่และลูกค้าไม่เบื่อ ใบไม้อื่นๆที่

น่าจะสามารการใช้กับดอกกล้วยไม้ประเภทไม้กอได้ ได้แก่ ใบโกศล ใบต้นสวาน้อยปะแป้ง ใบว่านต่างๆ เป็นต้น และใบไม้อื่น ๆ ที่มีความทนทานและสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน

3. ผู้ส่งออกควรมีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นและจริงจัง โดยอาจเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย เพื่อให้ทางสมาคมมีบทบาทอย่างเต็มที่มากขึ้น และเพื่อให้ผู้ส่งออกของไทยมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น อันจะมีส่วนช่วยลดความเสียหายเปรียบที่เกิเกิดขึ้นกับผู้ซื้อในต่างประเทศ เนื่องจากการซื้อขายดอกกล้วยไม้ใช้ระบบความเชื่อใจ กล่าวคือ ส่งของให้ก่อนและชำระเงินภายหลัง ถ้าเกิดปัญหาขึ้นเข้าอ้างหรือเรียกร้องข้อเสียหาย (claim) เกี่ยวกับเรื่องความเสียหายของดอกกล้วยไม้ที่ส่งไป ซึ่งในความเป็นจริงอาจไม่เป็นเช่นนั้นก็ได้ และผู้ส่งออกเองไม่สามารถตรวจสอบได้เลยว่าเป็นจริงหรือไม่ หรือถ้าลูกค้าในต่างประเทศโกงโดยการไม่ชำระเงิน ผู้ส่งออกไม่อาจเรียกร้องหรือฟ้องร้องค่าเสียหายได้ เนื่องจากไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปกับค่าฟ้องร้อง ดังนั้นผู้ส่งออกจึงตกอยู่ในฐานะเสียหายเปรียบตลอดมา เมื่อผู้ส่งออกสามารถรวมตัวกันได้แล้ว ควรจะได้มีการรวบรวมรายชื่อและที่อยู่ของลูกค้าที่เลวและตักตักเก็บ รวมทั้งรายชื่อของลูกค้าที่ดีไว้ และแจ้งให้สมาชิกของสมาคมทราบโดยทั่วกัน เพื่อลดปัญหาการถูกโกงจากลูกค้าในต่างประเทศ

ในส่วน of นักวิจัยและนักวิชาการ

1. ควรพัฒนาภาชนะบรรจุดอกกล้วยไม้ เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ให้สามารถใช้บรรจุดอกไม้อื่น ๆ ได้ เช่น ดอกคาร์เนชั่น ดอกกุหลาบ ดอกแกลดิโอลัส เป็นต้น นอกเหนือจากการบรรจุดอกกล้วยไม้เพียงอย่างเดียว และสามารถนำไปหาประโยชน์อื่นได้อีก นอกเหนือจากการบรรจุดอกไม้ เช่น สามารถตัดแปลงให้เป็นที่เก็บของใช้เล็กๆ น้อยๆ ที่มีน้ำหนักไม่มากนัก อาจออกแบบให้สามารถแขวนฝาผนังเป็นเครื่องประดับห้องได้ เป็นต้น แต่มีข้อแม้ว่าจะต้องออกแบบกล่องให้มีสีสันสวยงาม เป็นพิเศษและมีความแข็งแรงทนทานพอสมควร

2. ควรจะได้มีการศึกษาและวิจัยในเรื่องการบรรจุแบบแห้งกันอย่างจริงจังมากขึ้น เนื่องจากการบรรจุแบบเปียก (wet pack) ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน มีข้อบกพร่องในเรื่อง-

การรั่วซึมของน้ำในหลอดพลาสติก เป็นต้น

ในส่วนของรัฐบาล

1. รัฐบาลควรสนับสนุนองค์การ ชุมชน และสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการกล้วยไม้ เช่น สมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย สมาคมผู้ปลูกเลี้ยงและค้ากล้วยไม้แห่งประเทศไทย สมาคมพฤกษชาติแห่งประเทศไทย ชมรมกล้วยไม้ในจังหวัดต่างๆของประเทศไทย เป็นต้น ในด้านการให้ความรู้ทั้งในเรื่องการผลิตและการตลาดที่ถูกต้องและทันเหตุการณ์ เผยแพร่แก่เกษตรกรและผู้ส่งออก ตลอดจนสนับสนุนด้านเงินทุนประมาณบางส่วน อันจะมีส่วนช่วยพัฒนาการบรรจุีบ่ดอกกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐานทัดเทียมต่างประเทศ ตลอดจนมีส่วนช่วยส่งเสริมการส่งออกดอกกล้วยไม้ให้แจ่มใสขึ้นบ้าง ไม่มากนักน้อย

2. ควรให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนศูนย์บรรจุีบ่ดอกกล้วยไม้ สังกัดสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ในด้านเงินทุนประมาณอย่างเต็มที่ เพื่อใช้ในด้านการศึกษาและวิจัยบรรจุีบ่ดอกกล้วยไม้ประดับ โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพและมาตรฐานทัดเทียมกับประเทศคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย รวมทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วอื่นๆ ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร . 2529 . วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยไม้เพื่อการส่งออก .
(เทปบันทึกภาพ) .

กองข้อมูลการค้า กรมพาณิชย์สัมพันธ์ . 2531 . "การผลิตการส่งออกไม้ตัดดอกของไทย" .
ข่าวพาณิชย์ . (18,19 เมษายน 2531) . น. 10 .

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2530 . ภาวะการผลิตและการ
ส่งออกดอกกล้วยไม้สดปี 2529 และประมาณการปี 2530 . กรุงเทพมหานคร .

_____ . 2531 . รายงานผลการศึกษาวิเคราะห์เรื่องการผลิตและการตลาดดอก
กล้วยไม้สด . กรุงเทพมหานคร .

กรมส่งเสริมพืชพันธุ์ กรมส่งเสริมการเกษตร . 2529 . คู่มือการผลิตกล้วยไม้เพื่อการ-
ส่งออก . กรุงเทพมหานคร : ธรรมมผลการพิมพ์ .

_____ . 2530 . ข้อมูลการผลิตไม้ตัดดอกที่สำคัญ . กรุงเทพมหานคร :
โรงพยาบาลองค์การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ .

จุฑามาศ ธาระวาณิช . 2529 . " กล้วยไม้ตัดดอก : ภาวะและปัญหาการส่งออก " .
สรุปข่าวธุรกิจ . 17 (1-15 มิถุนายน 2529) : น.38-46 .

ช.ณัฐศิริ สุขสุวรรณ . 2526 . " แนวทางแก้ปัญหาคุณภาพของกล้วยไม้ตัดดอก " .
วารสารเกษตรพระจอมเกล้า . 1 (กันยายน-ธันวาคม 2526) : น.24-28 .

เนทีทิพย์ กระลิณ . 2519 . " การผลิตและการค้ากล้วยไม้ของไทย " . เศรษฐกิจ-
การพาณิชย์ . 4 (กันยายน 2519) : น.31-42 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิธิยา รัตนาปทุม . 2526 . การปฏิบัติภายหลังการตัดดอกไม้ . เชียงใหม่ :
คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .

บุญฤทธิ์ มีมะโน . 2531 . " กาเนิดจีเอสพี. ก้าวใหญ่ไปข้างหน้าสู่ฝันจากใหม่ " .
น.29-38 . CALL ME NICS 1 (ฉบับพิเศษรวมเศรษฐกิจ) . กรุงเทพมหานคร :
สหบรรณาสาส์การพิมพ์ .

ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ . 2532 . " อุตสาหกรรมที่เบ่อ " . ข่าวพาณิชย์ . (13-19
มิถุนายน 2532) : น.3 .

ปุ่น คงเจริญเกียรติ . 2531 . " การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบรรจุภัณฑ์-
เพื่อการส่งออก " . รวมเศรษฐกิจฉบับพิเศษ . (รายสัปดาห์) : น.13 .

ฝ่ายวิเคราะห์ตลาด 2 กองเศรษฐกิจการตลาด กรมการค้าภายใน . 2531 . รายงาน
การศึกษาเรื่องกล้วยไม้ . กรุงเทพมหานคร .

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด . 2529 . เอกสารวิชาการธนาคารกสิกรไทย :
ไม้ตัดดอก ปีที่ 7 . ฉบับที่ 1/2529 . กรุงเทพมหานคร : สยามบรรณการพิมพ์ .

_____ . 2530 . " ระวังขนส่ง ไม่เพียงพอ:ปัญหาใหญ่ของการส่งออกดอกกล้วยไม้
สด " . ประชาชาติธุรกิจ . (5-8 กันยายน 2530) . น.19 .

พรทิพย์ วรสุดร . 2527 . การบรรจุผลิตภัณฑ์กล้วยไม้สดเพื่อการส่งออก . กรุงเทพ-
มหานคร : กรมการค้าภายใน .

มริจหลวง แจ่มพงษ์ . 2528 . การบรรจุหีบห่อกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกในภูมิภาค-
เอเชีย . กรุงเทพมหานคร : ปัญญาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าวิทยา
เขตเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

มาลัยวรรณ . 2521 . " การศึกษาโครงสร้างตลาด (การส่งออก) :กรณีตัวอย่างดอก-
กล้วยไม้ไทย " . เพิ่มผลผลิต . 17 (เมษายน 2521) : น.33-38 .

สายชล เกตุษา . 2531 . " การใช้ไม้อายา Preservative Solution ในการปรับปรุง-
คุณภาพของดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก " . คณะเกษตร . 12 (เมษายน 2531)
: น.25-27 .

_____ . 2531 . เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวของดอกไม้ . กรุงเทพมหานคร :
บริษัทสารมวลชนจำกัด .

ลุมลาลี ศรีเพ็ชรไพศาล . 2517 . " ดอกกล้วยไม้กับการบรรจุหีบห่อ " . วิทยาลัย-
สโมสรกล้วยไม้ บางเขน . 2 (กุมภาพันธ์ 2517) : น.371-374 .

ลัทธิ แสนสุภา และคณะ . 2531 . การพัฒนาภาชนะบรรจุเพื่อการลดอุณหภูมิของกล้วยไม้
โดยการอัดลมเย็น-ตอนที่ 1 . (โครงการวิจัยที่ ก.30-02/2/รายงานฉบับที่ 1) .
กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย .

องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ และ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ . 2526 .
สัมมนาการปรับปรุงและการพัฒนาอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของประเทศไทย , 28-29
มิถุนายน 2526 . กรุงเทพมหานคร : โรงพยาบาลชุมชนสมุทรปราการ เกษตรแห่ง-
ประเทศไทย .



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น. ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น. อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับไม้ตัดดอก

ปัจจุบันนี้ ไม้ตัดดอกกลายเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่กำลังทวีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในแง่การส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ เพื่อนำเงินตราต่างประเทศเข้ามา กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ ได้เพิ่มขึ้นจากปีละ 334.7 ล้านบาท ในปี 2525 มาเป็น 489.9 ล้านบาท ในปี 2528 แต่เนื่องจากการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศยังคงมีปัญหาหลายประการ ได้แก่ การขาดแคลนพันธุ์ใหม่ๆ คุณภาพยังไม่เข้าขั้นมาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความหนาแน่นในการเก็บรักษา มาตรฐานการบรรจุหีบห่อยังไม่ดีพอ ตลอดจนมีปัญหาการขาดแคลนปัจจัยด้านอื่นๆ อาทิ การศึกษาสภาพการตลาดที่ค่อนข้างคลุมเครือ เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออก และการประชาสัมพันธ์ที่ดีพอ จึงทำให้ตลาดไม้ตัดดอกของไทยในต่างประเทศไม่กว้างขวางเท่าที่ควร ปัจจุบันรัฐบาลได้ตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้เป็นอย่างดี จึงได้บรรจุโครงการส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) และในปี 2529 กำหนดที่จะดำเนินการส่งเสริมการผลิต กล้วยไม้ เพื่อการส่งออก เป็นอันดับแรกในพื้นที่เป้าหมาย 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร นครปฐม และสมุทรสาคร โดยมีแผนงานสำคัญที่จะทำคือ

1. ดำเนินการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยไม้ในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 10 กลุ่มๆ ละไม่เกิน 40 คน เพื่อเป็นกลุ่มที่จะรับการช่วยเหลือประสานงานจากเจ้าหน้าที่โครงการในพื้นที่ ในเรื่องเกี่ยวกับวิชาการ การจัดหาปัจจัยการผลิต ฯลฯ
2. ประชุมกลุ่มเกษตรกร เฉพาะกิจ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เฉพาะเรื่อง
3. จัดอบรมวิชาการแบบ เน้นหนักให้แก่กลุ่มเกษตรกร โดยจะ เน้น เรื่องการดูแลรักษาวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว และการบรรจุหีบห่อ เพื่อปรับปรุงคุณภาพกล้วยไม้ให้ดีขึ้น ตรงตามความต้องการของตลาดจำนวน 10 ครั้ง (กลุ่มละ 1 ครั้ง)
4. ศึกษาสำรวจข้อมูลการผลิตในพื้นที่และจัดหาระเบียบผู้ปลูกกล้วยไม้
5. จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลทางวิชาการ และข่าวสารการตลาดขึ้นที่กรมส่งเสริมการเกษตร โดยทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับที่มีการส่งออกทั้งจากภายในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรที่จัดตั้งขึ้น โดย

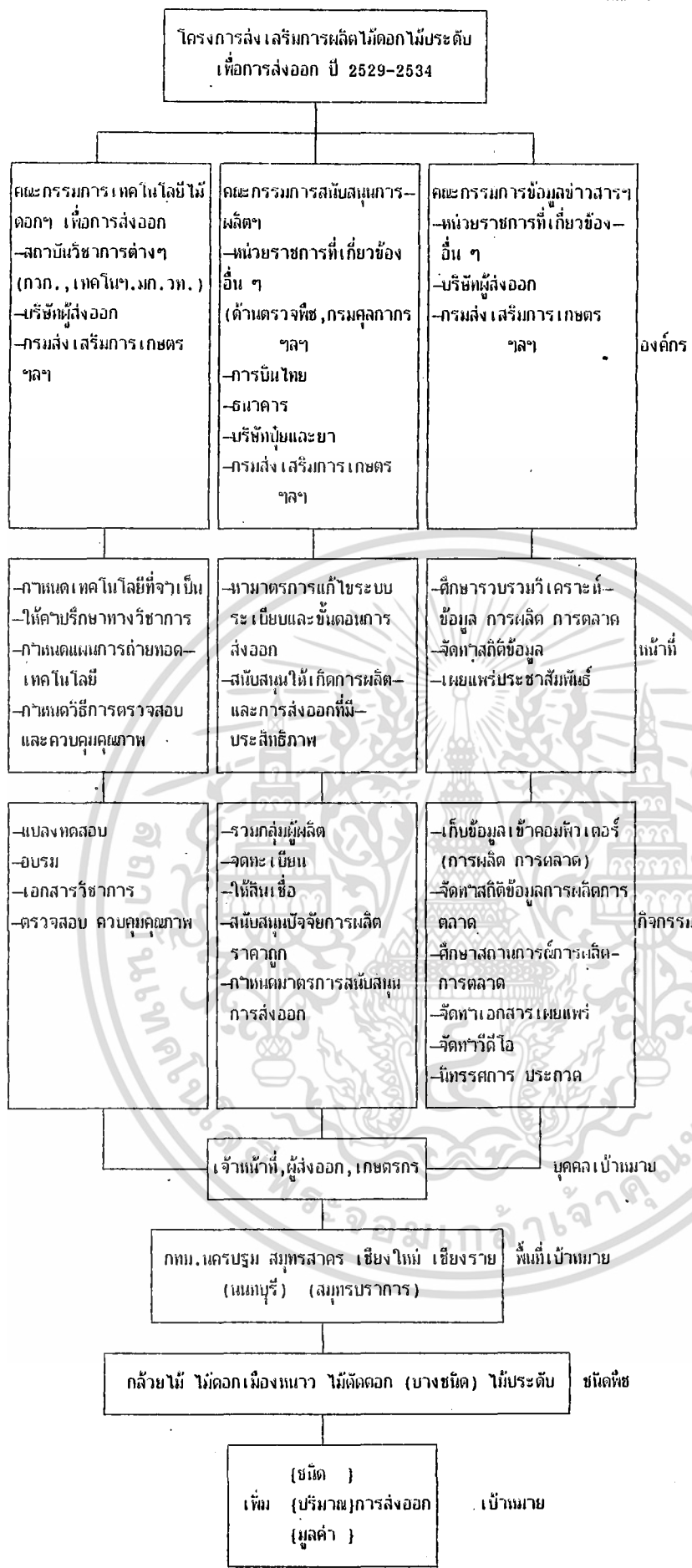
ผ่านทางเจ้าหน้าที่ของโครงการในพื้นที่

6. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางวิชาการและการตลาด โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ วีดีโอ เอกสารคำแนะนำ โบสเตอร์ จัดหมายข่าว และแผ่นปลิว ฯลฯ ในปี 2529 นี้จะจัดทำวีดีโอ 2 เรื่องคือ เรื่องการแนะนำพันธุ์กล้วยไม้ไทย (ภาษาอังกฤษ) และ เรื่องวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยไม้เพื่อการส่งออก (ภาษาไทย) และจัดทำเอกสารเผยแพร่ 5 เรื่อง

7. จัดสัมมนาไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกระหว่างเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการส่งออก เจ้าหน้าที่สถาบันวิชาการต่างๆ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 1 ครั้ง จำนวน 120 คน เป็นเวลา 3 วัน

ส่วนในปีต่อไปของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 นี้ ภาาเขตที่จะพยายามปรับปรุงการผลิตไม้ดอกไม้ประดับชนิดอื่นๆ และส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นอาชีพ เพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดท้องถิ่นในรูปแบบคลุมพื้นที่ กล่าวคือ ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะส่งเสริมการผลิตในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น หนองคาย เลย อุบลราชธานี และนครราชสีมา เพื่อสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นในภาคทั้งหมด ทางภาคเหนือ จะส่งเสริมการผลิตไม้เมืองหนาว และตั้งศูนย์ขยายพันธุ์ไม้ เพื่อสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นทางภาคเหนือ และตลาดในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนทางภาคใต้ จังหวัดที่อยู่ในข่ายการส่งเสริมการผลิตเพื่อป้อนตลาดท้องถิ่นของภาคนี้คือ สงขลา ภูเก็ต และนครศรีธรรมราช

นอกจากนี้ ในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งเสริมเขตการผลิตดอกกล้วยไม้เพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ จะทำการขยายพื้นที่การผลิตต่อเนื่องจากโครงการส่งเสริมการผลิตฯ ในปี 2529 ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นนี้ ไปยังจัดเว็ดสมุทรปราการ และนนทบุรี อีกทั้งทำการส่งเสริมการขยายพื้นที่ในเขตอำเภอหนองแขม และคลังชั้น ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งการผลิตดอกกล้วยไม้เพื่อส่งออกที่สำคัญอยู่แล้วไว้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และที่สำคัญคือ ภาาเขตที่จะส่งเสริมให้ปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ชนิดใหม่ๆ รวมทั้ง ไม้ดอกอื่นๆ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เช่น แกลดีไฮลัส กุหลาบ เพื่อการส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศทางแถบทวีปเอเชียโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านท่าอากาศยานดอนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร (ภาพผนวกที่ 1)



ภาพผนวกที่ 1 แสดงโครงการส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออก

ปี พ.ศ. 2529-2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีข้อผิดพลาดหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบัน/องค์การกับหน้าที่ความรับผิดชอบ

ในการส่งเสริมกิจกรรมไม้ตัดดอกตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมาจนทราบเท่าทุกวันนี้ มีหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องของหลายองค์กร ทำหน้าที่แตกต่างกันไปดังนี้

ฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับและพืชสมุนไพร -ทำหน้าที่หลักในการส่งเสริมการผลิต เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของตลาดท้องถิ่น และการส่งออก
กรมส่งเสริมการเกษตร ปรับปรุงคุณภาพไม้ดอกไม้ประดับให้เข้าขั้นมาตรฐานตามที่ตลาดต้องการ ตลอดจนการจัดเก็บรวบรวมสถิติด้านการผลิต และข้อมูลทางวิชาการ เพื่อเผยแพร่เทคนิคการผลิตใหม่ๆ ให้แก่เกษตรกรและบุคคลทั่วไปที่สนใจ

สมาคมผู้ส่งออกดอกไม้และพันธุ์ไม้ -ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนช่วยเหลือและประสานงานรวมทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกในด้านเกี่ยวกับการผลิต การส่งออกดอกไม้และพันธุ์ไม้ให้อยู่ในมาตรฐานที่ดี และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของตลาดภายในและต่างประเทศ

สมาคมกล้วยไม้แห่งประเทศไทย กับ สมาคมพฤกษชาติแห่งประเทศไทย -ทำหน้าที่สนับสนุนการปลูกกล้วยไม้ปรับปรุงและค้นคว้าหาพันธุ์ดีในระดับมาตรฐานตามหลักวิชาการ ให้แก่ผู้เพาะเลี้ยงหรือชาวสวน

กองกักกันโรคพืชกรมวิชาการเกษตร -ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพไม้ตัดดอก ที่จะส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศและออกใบรับรองประกันคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าไม้ดอกไม้ประดับต่างประเทมากยิ่งขึ้น

ฝ่ายสิทธิประโยชน์ กรมการค้า
ต่างประเทศ

-ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่บริษัทส่งออกไม้ดอกไม้
จำหน่ายต่างประเทศด้วยการออกแบบฟอร์มเพื่อขอรับ
สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

ด้านศุลกากร ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ-ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ระเบียบปฏิบัติการส่งออก
แก้ไขปัญหาด้านกฎหมาย อันจะทำให้เกิดผลเสียต่อ
ระบบการค้า มาตรฐานแก้ไขหรือปรับปรุงขั้นตอน
การส่งออก เพื่อให้การค้าเกิดความคล่องตัวมากขึ้น
ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการทดลอง เพื่อ
ส่งออก

บริษัท การบินไทย จำกัด

-ทำหน้าที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศ
อาทิค่าขนส่ง ในการส่งออกไม้ดอกไม้จำหน่ายประ
เทศต่าง ๆ ฯลฯ ให้คำแนะนำแก่ผู้ส่งออกในการปรับปรุง
และการใช้ภาษาบรรจุ รวมทั้งการปรับเรือเปลี่ยน
แปลงอัตราค่าขนส่งทางอากาศ ในระดับที่เหมาะสม
เพื่อการขยายตลาดไม้ดอกไม้ต่างประเทศให้กว้างขวาง
ยิ่งขึ้น

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด

-ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในด้านการให้สินเชื่อ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด

เพื่อสนับสนุนการผลิต และ เผยแพร่ข้อมูลหรือเอกสาร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ฯ

ทางวิชาการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการค้า

(ธกส.)

ตลอดจนการออกแบบฟอร์มควบคุมเงินตราต่างประเทศ

ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากการส่งออก เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวก

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกของดอกไม้จากประเทศไทยในช่วงปี
พ.ศ. 2520-2531

พ.ศ.	มูลค่า(ล้านบาท)	
	ดอกกล้วยไม้	ดอกไม้อื่นๆ
2520	130.52	0.266
2521	187.13	0.093
2522	373.48	2.103
2523	421.57	2.200
2524	401.62	0.330
2525	334.43	0.294
2526	353.89	0.845
2527	391.03	0.793
2528	487.73	0.623
2529	386.70	0.440
2530	408.90	1.368
2531	515.80	1.106

หมายเหตุ : พ.ศ. 2520-2523 จากกรมส่งเสริมการเกษตร

พ.ศ. 2524-2528 จากออร์ดี

พ.ศ. 2529-2531 จากกรมพาณิชย์สัมพันธ์

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2524 ; ออร์ดี, 2529 ; กรมพาณิชย์สัมพันธ์, 2532)

ตารางผนวกที่ 2 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขการจำหน่ายดอกกล้วยไม้ไทย
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ	ร้อยละของจำนวน ตัวอย่างทั้งหมด
1. การบรรจุชนิดของดอกกล้วยไม้ไว้ในกล่องมากขึ้น และจัดไว้ในลักษณะที่ดึงดูดใจผู้ซื้อ	10.99
2. การปรับปรุงการเก็บต่อและกล่องที่ใช้ในการบรรจุ ดอกกล้วยไม้ให้เหมาะสม	69.23
3. การลดราคาจำหน่ายลง	3.30
4. การส่งเสริมและแนะนำดอกกล้วยไม้ให้นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศรู้จักมากขึ้น	4.40
5. ปรับปรุงคุณภาพของดอกกล้วยไม้	4.40
6. การมีใบรับรองปลอดโรคเนบัตติกกับกล่องกล้วยไม้	5.48
7. ส่งเสริมให้จัดสถานที่สำหรับเก็บรักษาดอกกล้วยไม้ บนเครื่องบินโดยเฉพาะ	2.20

ที่มา : (อภิสิทธิ์ อัสริยานุกุล และจิตราพรณ พิลิก, 2526 : 176)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้น้ำยา Preservative Solution ในการปรับปรุงคุณภาพของ

ดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก

โดย

รศ.ดร.สายชล เกตุษา

ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กล้วยไม้ตัดดอกเป็นไม้ตัดดอกที่สำคัญมากที่สุดของประเทศไทย แม้ว่าประเทศไทยปลูกไม้ตัดดอกหลายชนิด แต่ไม่มีการส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศมาก เหมือนกับดอกกล้วยไม้ การส่งออกดอกกล้วยไม้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประเทศไทยเริ่มส่งออกดอกกล้วยไม้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 ในปัจจุบันประเทศไทยสามารถหารายได้จากการส่งออกดอกกล้วยไม้ปีละประมาณ 400 ล้านบาท ในทางตรงกันข้าม ราคาต่อช่อดอกกล้วยไม้ลดลงเรื่อยๆ สาเหตุสำคัญที่ทำให้ราคาต่อช่อดอกกล้วยไม้ลดลงเรื่อยๆ มีหลายประการ เช่น ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น มีคู่แข่งต่างประเทศเพิ่มขึ้น ผู้ส่งออกตัดราคากันเอง ผู้ใช้ดอกไม้เทียมมาใช้ดอกไม้ชนิดอื่นๆ และคุณภาพของดอกกล้วยไม้ลดลง

การที่คุณภาพของดอกกล้วยไม้ลดลงมีสาเหตุที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) การปลูกเลี้ยงและการดูแลรักษาไม่ดี และ 2) การปฏิบัติหลังการตัดดอกกล้วยไม้ไม่ถูกวิธี การใช้ น้ำยากับดอกกล้วยไม้ที่ตัดมาแล้ว เป็นขั้นตอนหนึ่งของการปฏิบัติหลังการตัดดอกกล้วยไม้ ดอกกล้วยไม้ที่ใช้ยาจะมีคุณภาพดีกว่าดอกกล้วยไม้ที่ไม่ได้ผ่านการใช้น้ำยา

ลักษณะ ของดอกกล้วย ไม้ที่คุณภาพเสื่อมเมื่อถึงปลายทาง

1. เหี่ยว
2. สีซีด
3. ดอกร่วง

4. ดอกตูมบานน้อยเมื่อปักแจกัน
5. อายุการปักแจกันสั้นหรือบานไม่ทน

สาเหตุสำคัญในการเสื่อมคุณภาพของ ดอกกล้วยไม้

1. มีอัตราการหายใจสูง
2. มีการสร้าง เอทิลีนมาก
3. มีการคายน้ำมาก
4. มีการติดเชื้อโรค
5. โคนก้านช่อดอกเน่า

ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการเสื่อมคุณภาพของ ดอกกล้วยไม้

1. บรรจุดอกกล้วยไม้แน่นเกินไป
2. กล้องบรรจุดอกกล้วยไม้ไม่มีช่องระบายอากาศ
3. บรรยากาศรอบๆดอกกล้วยไม้มีอุณหภูมิสูง
4. บรรยากาศรอบๆดอกกล้วยไม้มีความชื้นสัมพัทธ์ต่ำ
5. ดอกกล้วยไม้เกิดบาดแผลหรือชอกช้ำ
6. น้ำที่ใส่ในหลอดพลาสติกหรือขุบสาลีให้เปียกไม่สะอาด

น้ำยาช่วยแก้ปัญหากการเสื่อมคุณภาพของ ดอกกล้วยไม้ได้อย่างไร

1. ทำให้ดอกกล้วยไม้ไม่เหี่ยว
2. ทำให้ดอกกล้วยไม้สีไม่ซีด
3. ทำให้ดอกไม่ร่วงระหว่างการบรรจุ
4. ทำให้ก้านช่อดอกไม่เน่า

องค์ประกอบของน้ำยา

1. น้ำ (เป็นตัวละลายสารเคมี)
2. น้ำตาล
3. สารฆ่าจุลินทรีย์ในน้ำ

หน้าที่ของน้ำยา

1. เพิ่มอาหารให้กับดอกกล้วยไม้
2. เพิ่มการดูดน้ำโดยป้องกันการอุดตันท่อลำเลียงน้ำและการเน่าของก้านช่อ
3. ลดความเสียหายดอกกล้วยไม้ที่เกิดจากเอทิลีน

วิธีการใช้น้ำยา

1. ใส่ในหลอดพลาสติก
2. ชุบสำลีให้เปียกแล้วหุ้มก้านช่อดอก
3. แข่โคนก้านช่อดอกกล้วยไม้ระหว่างการรอขายที่ร้าน
4. แข่โคนก้านช่อดอกกล้วยไม้ระหว่างการปักแจกันที่บ้านของผู้ใช้ดอกไม้

สูตรของน้ำยาที่แนะนำ

สูตรที่แนะนำมี 2 สูตร คือ

1. ในสารละลาย 1 ลิตร มี น้ำตาลทรายขาว (ซูโครส) 20 กรัม
8 - ไฮดรอกซีควิโนลีนซัลเฟต 200 มิลลิกรัม (8 - hydroxyquinoline sulfate)
ซิลเวอร์ไนเตรท (AgNO₃) 10 มิลลิกรัม

2. ในสารละลาย 1 ลิตร มีน้ำตาลกลูโคส 40 กรัม 8-ไฮดรอกซีควิโนลีนซัลเฟต
225 มิลลิกรัม ซิลเวอร์ไนเตรต 30 มิลลิกรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้เพียงสูตรหนึ่งสูตรใดเท่านั้น

ข้อควรระวังในการเตรียมน้ำยา

1. ไม่ใช้น้ำประปาหรือน้ำคลอง
2. ควรใช้น้ำฝน น้ำกรอง น้ำกลั่น หรือน้ำดีไอออนซ์
3. ภาชนะที่ใช้ในการเตรียมน้ำยาไม่ควรเป็นโลหะ
4. อย่าลดความเข้มข้นของสารเคมี
5. อย่าตัดสารเคมีตัวใดออกไป
6. ไม่ควรเตรียมน้ำยาแล้วเก็บไว้ใช้นานๆ

น้ำยาที่แนะนำไม่ใช่น้ำยาพิเศษ

1. ต้องมีการปฏิบัติอย่างอื่นให้ถูกวิธีควบคู่กับการใช้น้ำยา
2. วิธีปฏิบัติอื่นที่จะต้องปฏิบัติให้ถูกวิธี เช่น กล้องกระดาษที่ใช้ วิธีการบรรจุ การลดอุณหภูมิของดอกกล้วยไม้ก่อนการขนส่ง
3. บางครั้งการใช้น้ำยานี้อาจจะไม่ได้ผล 100 เปอร์เซ็นต์ เพราะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

การขอรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้น้ำยา โปรดติดต่อ

รศ.ดร.สายชล เกตุษา
 ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
 กรุงเทพฯ ๑ 10903
 โทร. 579-1951



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในสถาบัน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้