ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

A Study on Orchids Export Marketing Condition

of Thailand

ของ

นางสาวชไมพร พงศ์พยุหะ

ACC. NO.....
Date Received 3 ส.ค. 2537
Call No.....

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ _____ ,22./พ./36.

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ)

กรรมการปัญหาพิเศษ _____ ,22./พ.ย./36.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย)

หัวหน้าภาควิชาฯ _____ ,22./พ.ย./36.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

14453
-7 ส.ค. 2541
ปพ.
ช185ท
2536

14453

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

A Study on Orchids Export Marketing Condition of Thailand

โดย

นางสาวชไมพร พงศ์พยุหะ

ป/ท.
ช185ก
2536

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....97323
วัน,เดือน,ปี.....- 8 Jun 2003

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2536

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

โดย : นางสาวชไมพร พงศ์พยุหะ

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : _____ ..22../..พ.ค./..36..

(เสาวคนธ์ เลิอดกาญจนะ)

ดอกกล้วยไม้ เป็นสินค้าเกษตรกรรมชนิดหนึ่ง ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย เพราะดอกกล้วยไม้สามารถทำรายได้ให้กับประเทศคิดเป็นร้อยละ 85.95 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2535 มีมูลค่าการส่งออกถึง 700 ล้านบาทเศษ จากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่สำคัญประเทศของโลก ทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นความสำคัญในการที่จะศึกษาภาวะโดยทั่วไป ทางการผลิตและการตลาดส่งออก รวมทั้งคาดคะเนแนวโน้มการส่งออกในปี พ.ศ. 2536 และศึกษาปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาของผู้ผลิตและผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

จากการศึกษาภาวะการผลิต และการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่าประมาณร้อยละ 54 ของผลผลิตดอกกล้วยไม้ที่เกษตรกรผลิตได้จะทำการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และอีกร้อยละ 46 จำหน่ายภายในประเทศ พันธุ์กล้วยไม้ของประเทศไทยที่ลูกค้าต่างประเทศให้ความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน คือ ดอกกล้วยไม้สกุลหวายปอมปาดัวร์ สำหรับภาวะการตลาดดอกกล้วยไม้ต่างประเทศ มีวิถีทางการตลาดตามลำดับดังนี้คือ จากผู้ปลูก-เลี้ยงในประเทศ ผ่านผู้ส่งออก ผู้นำเข้าต่างประเทศหรือนายหน้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคในต่างประเทศ รายละเอียดปลีกย่อยก็จะแตกต่างกันในแต่ละประเทศ โดยส่วนใหญ่แล้ว ทุกประเทศจะมีวิถีทางการตลาด โดยการผ่านทางตลาดประมูล ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ ตลาดเอเชีย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ตลาดยุโรป ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐ-

เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และอิตาลี และตลาดอเมริกาเหนือ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ อิสราเอล แคนาดา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ซึ่งประเทศสิงคโปร์ เป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดสำหรับประเทศไทย เนื่องจาก ประเทศสิงคโปร์มีภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกับประเทศไทยสามารถปลูกกล้วยไม้ชนิดที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย และยังมีการพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งการตลาดที่รุดหน้ามากกว่าประเทศไทย จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยจะมีมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังตลาดต่างประเทศทั้งสิ้น ประมาณ 700 ล้านบาท โดยมีมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นสูงที่สุด คือประมาณ 340 ล้านบาท อันดับต่อมาคือ ประเทศอิตาลี สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 87,77,34 และ 31 ล้านบาท ตามลำดับ ปัญหาและอุปสรรค ที่พบในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ปัญหาคุณภาพของดอกกล้วยไม้ด้อยลง การตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก มีพันธุ์กล้วยไม้น้อยชนิดในการส่งออก การขนส่งทางอากาศ รวมทั้งปัญหาที่เกิดจากพิธีการส่งออก และในการศึกษามีข้อเสนอแนะบางประการที่สำคัญ คือ ผู้ปลูกเลี้ยงควรมีการพัฒนา และปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ให้มีความคงทน และตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ ผู้ส่งออกควรมีการร่วมมือกันในรูปของสมาคมฯ เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทาง และนโยบายทางการผลิตและการตลาด ตลอดจนภาครัฐบาลควรมีการช่วยเหลือผู้ผลิตและผู้ส่งออกในด้านข้อมูลข่าวสารทางการตลาด แนวนโยบายทางเศรษฐกิจของดอกกล้วยไม้ในอนาคต รวมทั้งช่วยเหลือปรับปรุงในด้านพิธีการส่งออก เพื่อให้ผู้ส่งออกได้รับความสะดวกรวดเร็วสามารถสนองความต้องการของลูกค้าในต่างประเทศได้เป็นอย่างดี จากข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น ถ้าทุกฝ่ายร่วมมือกันปฏิบัติอย่างจริงจัง ก็จะทำให้ธุรกิจการค้าดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยเจริญรุดหน้าไม่แพ้ประเทศคู่แข่ง เช่น ประเทศสิงคโปร์ อีกทั้งยังเป็นแหล่งเงินตราที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศทั้งปัจจุบันและอนาคต

คำนิยม

การศึกษาปัญหาพิเศษ เรื่อง การศึกษาภาวะการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีก็ด้วยการแนะนำและให้คำปรึกษาของท่านอาจารย์เสาวคนธ์ เลือดกาญจนะ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ การตรวจแก้ไขและแนะนำจากผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย กรรมการปัญหาพิเศษ เป็นอย่างดียิ่ง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่สำนักงานสถิติการเกษตร ที่กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูลเป็นอย่างดี

ส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ปัญหาพิเศษฉบับนี้ ต้องขอขอบคุณ คุณสุรพล แสงอุทัย และพี่ ๆ ทุกคนจาก บริษัท บางกอกกรีน จำกัด รวมทั้งเพื่อน ๆ พี่ ๆ ที่น่ารักทุกคน ที่ช่วยเหลือเป็นแรงกายแรงใจโดยตลอด

สุดท้ายที่สำคัญที่สุด ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ ที่ส่งแรงใจมาจากแดนไกล และคุณแม่ที่อุดหนุน ส่งเสริม ทั้งกำลังใจและกำลังทรัพย์ ในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ขึ้นมา

คุณประโยชน์ของปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอมอบให้กับ ทุกท่าน ที่ทำให้ข้าพเจ้าได้มาถึง ณ จุดนี้ด้วยดี

ชไมพร พงศ์พยุหะ

พฤศจิกายน 2536

สารบาญ

		หน้า
สารบาญตาราง		(3)
สารบาญภาพ		(4)
บทที่ 1	บทนำ	1
	ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
	ขอบเขตของการศึกษา	7
	นิยามศัพท์	7
	การตรวจเอกสาร	8
	วิธีการศึกษา	10
บทที่ 2	ภาวะการผลิตและการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย	13
	ภาวะการผลิต	13
	ขั้นตอนการผลิต	19
	ภาวะการตลาด	27
	ลักษณะตลาดต่างประเทศ	30
	ประเทศคู่แข่งขันสำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย	39
บทที่ 3	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออก	42
	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	42
บทที่ 4	ปัญหาและแนวทางแก้ไขการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย	52
	ปัญหาการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย	52
	แนวทางแก้ไขปัญหา	55
	ลู่ทางในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย	58

สารบาญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	61
สรุป	61
ข้อเสนอแนะ	63
เอกสารอ้างอิง	66
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก. มาตรการในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออก	70
ภาคผนวก ข. ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก	72

สารบาญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ดุลการค้าไม้ดอกไม้ประดับของไทย ปี พ.ศ. 2520-2535	2
2	มูลค่าการส่งออกกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2524-2535	4
3	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย ปี พ.ศ. 2531-2534	6
4	สรุปจำนวนจังหวัด และพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ปี พ.ศ. 2535	14
5	สรุปจำนวนพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ระดับอำเภอ ปี พ.ศ. 2522/23	17
6	อัตราค่าขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยังเมืองสำคัญ ๆ	25
7	ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดของประเทศไทย เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536	43
8	ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น เป็นรายเดือน ปี พ.ศ. 2536	44
9	ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	45
10	ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นรายเดือน ปี พ.ศ. 2536	47
11	ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศอิตาลี เป็นรายเดือน ปี พ.ศ. 2536	48
12	ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นรายเดือน ปี พ.ศ. 2536	50
13	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญในปี พ.ศ. 2536	51

สารบาญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในจังหวัดที่สำคัญ ปี พ.ศ.2535	16
2	วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยทั้งระบบ	28
3	วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย	31
4	วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ในประเทศญี่ปุ่น	33
5	วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ในประเทศเนเธอร์แลนด์	36
6	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ปี พ.ศ.2531-2535	82
7	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ.2531-2535	82
8	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศเยอรมัน ปี พ.ศ.2531-2535	83
9	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ปี พ.ศ.2531-2535	83
10	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศอิตาลี ปี พ.ศ.2531-2535	84
11	มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2531-2535	84
12	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ปี พ.ศ.2536	85
13	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ.2536	85
14	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศเยอรมัน ปี พ.ศ.2536	86

สารบาญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
15	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือนไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ปี พ.ศ.2536	86
16	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือนไปยังประเทศอิตาลี ปี พ.ศ.2536	87
17	การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ.2536	87

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

การดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมที่เป็นวัตถุนิยม ทำให้ต้องเหินห่างจาก ความเป็นธรรมชาติ ยิ่งคนแสวงหาสิ่งที่เป็นวัตถุมากยิ่งขึ้น ก็ทำให้ชีวิตของคนห่างจากธรรมชาติมากยิ่งขึ้น เป็นเหตุทำให้คนขาดความสุขทางใจและมีความเครียด วิธีที่จะคลายความเครียดของการดำเนินชีวิตอาจทำโดยการนำตนออกไปหาธรรมชาติ หรืออาจนำธรรมชาติเข้ามาหาตน ทำให้พืชพรรณไม้ต่างๆ ถูกนำเข้ามาใช้ตกแต่งในที่ทำงาน ในอาคารบ้านเรือนและรอบบริเวณที่อยู่อาศัย จึงได้เกิดธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับขึ้น ดอกไม้และไม้ประดับมิได้ถูกใช้แต่เพียงเพื่อความสวยงามตามธรรมชาติเท่านั้น หากแต่ยังถูกใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคมอีกด้วย ผู้แสวงหาวัตถุที่มีวัตถุทรัพย์สินอยู่ในครอบครองมาก ได้แสดงความปรารถนาที่จะได้ดอกไม้และพันธุ์ไม้ที่มีลักษณะพิเศษที่ผู้อื่นไม่มีหรือหายาก ด้วยเหตุนี้ ดอกไม้หรือพันธุ์ไม้ต้นใด ที่มีลักษณะและคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานก็จัดว่า มีคุณภาพดี ราคาสูง ส่วนดอกหรือต้นที่มีลักษณะหรือคุณสมบัติไม่ครบ หรือไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดก็จัดว่ามีคุณภาพด้อยลงไป ราคาก็ย่อมต่ำตามไปด้วย

ในเรื่องของไม้ดอกไม้ประดับ จะเห็นได้ว่ามีส่วนช่วยสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยไม่น้อย และได้มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ สามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ มีมูลค่าการส่งออกเรื่อย ๆ ถึงแม้ว่าบางปีมูลค่าการส่งออกจะลดลงมาบ้างก็ตาม ดังจะพิจารณาได้จากในปี พ.ศ.2520 มูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด 135.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 893.6 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2535 และเมื่อพิจารณาถึงดุลการค้าไม้ดอกไม้ประดับของไทยกับต่างประเทศ ปรากฏว่าไทยได้เปรียบดุลการค้านี้ตลอดมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2535 (ตารางที่ 1)

เมื่อพิจารณาถึงชนิดของไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย ที่ส่งออกไปจำหน่ายตลาด

ตารางที่ 1 ดุลการค้าไม้ดอกไม้ประดับของไทย ปี พ.ศ.2520-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	มูลค่านำเข้า	มูลค่าส่งออก	ดุลการค้า
2520	0.7	135.5	+134.8
2521	1.4	192.6	+191.2
2522	3.1	383.8	+380.6
2523	2.1	435.0	+432.7
2524	3.1	412.8	+418.7
2525	3.7	352.8	+349.1
2526	7.0	385.2	+378.2
2527	11.1	417.6	+406.4
2528	8.1	525.3	+517.3
2529	20.1	412.8	+392.7
2530	23.6	465.5	+441.9
2531	26.0	597.7	+571.7
2530	32.3	634.5	+602.2
2533	66.5	695.5	+629.0
2534	46.3	843.9	+797.6
2535	52.2	893.6	+841.4

หมายเหตุ : + ค่าของมูลค่าส่งออกมากกว่า มูลค่านำเข้า

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)

ต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าดอกกล้วยไม้เป็นไม้ตัดดอกที่สำคัญที่สุดนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2508 ประเทศไทย ได้เริ่มรู้จักการเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกเป็นการค้า และเป็นสินค้าส่งออก มาจนถึงปัจจุบันนี้ ประเทศไทยสามารถส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศมีมูลค่าสูงขึ้นมาโดยตลอด และในปี พ.ศ.2535 ประเทศไทยสามารถส่งออกดอกกล้วยไม้เป็นมูลค่ากว่า 701.30 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าการส่งออกมากกว่าร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด (ตารางที่ 2) และจากการที่รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการปลูกดอกกล้วยไม้เพื่อเป็นพืชการค้าโดยกำหนดให้ดอกกล้วยไม้เป็นพืชเศรษฐกิจ ที่สมควรได้รับการสนับสนุน และเร่งรัด เพื่อการส่งออกในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยหวังว่าเมื่อสิ้นสุดแผนนี้ในปี พ.ศ.2539 แล้ว ประเทศไทยจะสามารถส่งออกกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับอื่น ๆ ไปจำหน่ายต่างประเทศ กว่า 1,200 ล้านบาทขึ้นไป โอกาสที่จะเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น การให้การส่งเสริม และสนับสนุนการส่งออกกล้วยไม้อย่างถูกต้อง และจริงจังของรัฐบาล สถานการณ์เศรษฐกิจของโลกในอนาคต สถานการณ์การผลิตและการค้ากล้วยไม้ในปัจจุบัน เป็นต้น

จากการศึกษาและสำรวจพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ของปี พ.ศ.2535 ที่ผ่านมา โดยฝ่ายไม้ดอกไม้ประดับและพืชสมุนไพร กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า มีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้งประเทศ 12,534.50 ไร่ แหล่งผลิตที่สำคัญได้แก่ จังหวัดนครปฐม ปลูกมากที่เขตสามพราน บางเลน และนครชัยศรี มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 4,400 ไร่ กรุงเทพมหานครปลูกมากที่ เขตภาษีเจริญ หนองแขม ตลิ่งชัน บางขุนเทียนและราษฎร์บูรณะ มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 4,200 ไร่ จังหวัดสมุทรสาครปลูกมากที่เขตกระทุ่มแบน และบ้านแพ้ว มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 3,200 ไร่ ส่วนจังหวัดอื่น ๆ ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี อยุธยา ราชบุรี นครสวรรค์ เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก ตามลำดับ จากการสำรวจพื้นที่ปลูกในปี พ.ศ.2525 พบว่า กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ถึง 55 เปอร์เซนต์ ของพื้นที่เพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด แต่ปัจจุบันนี้ ลดลงเหลือประมาณ 34.5 เปอร์เซนต์ (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์,2534) ทั้งนี้เนื่องมาจาก ที่ดินในกรุงเทพมหานครมีราคาสูงขึ้นมาก และประกอบกับหลายพื้นที่มีปัญหาน้ำเน่าเสียมาก เกษตรจึงขายที่ดิน และย้ายไปปลูกกล้วยไม้ในแหล่งที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสม ในจังหวัดที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร เช่น นครปฐม สมุทรสาคร ปทุมธานี ราชบุรี เป็นต้น

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดของประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2524-2535

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	กล้วยไม้ (1)	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง	ไม้ดอกไม้ประดับ (2)	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง	ร้อยละของสดมภ์ (1)ต่อ(2)
2524	401.8	-	412.8	-	97.34
2525	334.4	-16.77	352.7	-14.56	94.81
2526	353.9	+5.83	385.2	+9.21	91.87
2527	391.0	+10.48	417.5	+8.39	93.65
2528	489.4	+25.17	525.3	+25.82	93.17
2529	386.7	+22.98	412.8	-21.42	93.68
2530	408.7	+5.69	465.5	+12.77	87.80
2531	515.8	+26.21	597.7	+28.40	86.30
2532	506.9	-1.73	634.5	+6.16	79.89
2533	552.1	+8.92	695.5	+9.61	79.38
2534	662.4	+19.98	843.9	+21.34	78.49
2535	701.3	+5.87	893.6	+5.89	78.48
มูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ย	475.37		553.08		85.95

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2536)

การตลาดต่างประเทศดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐ-อเมริกา เป็นต้น (ตารางที่ 3) สำหรับประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความต้องการดอกกล้วยไม้จากต่างประเทศสูง ทำให้ประเทศต่าง ๆ แข่งขันเพื่อที่จะเข้ามาครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดกันมาก คู่แข่งขันทางการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ถึงแม้ว่า ดอกกล้วยไม้จะมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในบรรดาไม้ดอกไม้ประดับชนิดอื่น สามารถนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากทุกปี แต่ปริมาณและมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้เปลี่ยนแปลงทุก ๆ ปี อันเนื่องมาจากปริมาณความต้องการของตลาดต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไป และราคากล้วยไม้มีการผันแปรไป เนื่องมาจากราคาของไม้ดอกไม้ประดับอื่น ๆ ที่สามารถทดแทนกันได้ ภาวะการแข่งขันของประเทศผู้ผลิตกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับอื่น ๆ และรวมทั้งสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศลูกค้า ฉะนั้น จึงสมควรที่จะมีการคาดการณ์ถึงมูลค่า การส่งออกดอกกล้วยไม้ในอนาคต เพื่อเป็นลู่ทางในการวางแผนการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ ให้มีอนาคตสดใสและกว้างไกลยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาวะโดยทั่วไป ทางการผลิต และการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

2. เพื่อศึกษามูลค่าการส่งออก ดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย โดยคาดคะเนมูลค่าการส่งออกในอนาคต

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในด้านการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการตลาดส่งออกให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับดอกกล้วยไม้ ทั้งทางด้านการผลิต และการตลาดเพื่อการส่งออก

ตารางที่ 3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย ปี พ.ศ.2531-2534

(ปริมาณ : ตัน)

(มูลค่า : ล้านบาท)

ประเทศ	พ.ศ.2531		พ.ศ.2532		พ.ศ.2533		พ.ศ.2534	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ญี่ปุ่น	4,519	234.7	4,818	214.3	5,042	252.1	5,537	363.0
อิตาลี	1,248	57.4	1,503	68.3	1,911	70.1	2,196	78.2
เยอรมัน	546	52.4	551	54.8	493	44.6	505	36.7
เนเธอร์แลนด์	567	34.2	487	28.7	557	28.1	536	28.1
ฝรั่งเศส	247	16.0	454	22.6	489	22.5	423	21.6
อังกฤษ	236	15.7	249	11.7	279	12.7	259	11.1
ฟินแลนด์	137	7.7	138	7.4	117	6.6	87	4.4
สวีเดน	152	7.2	133	6.3	89	5.1	77	4.1
สวิสเซอร์แลนด์	123	5.9	85	2.6	108	3.9	85	3.1
สหรัฐอเมริกา	739	43.4	896	41.7	1,018	50.3	1,054	51.8
ออสเตรเลีย	49	2.6	78	3.6	115	5.8	107	5.3
แคนาดา	83	4.6	92	4.8	121	5.8	141	6.0
ฮ่องกง	393	13.2	471	14.4	534	16.7	569	18.2
ไต้หวัน	184	6.0	342	8.0	428	10.0	454	11.0
อื่น ๆ	309	14.8	456	17.7	377	17.8	369	19.8
รวม	9,532	515.8	10,753	506.9	11,678	552.1	12,399	662.4

ที่มา : (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ , 2535)

2. ทำให้ทราบถึงมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย และทราบถึงแนวโน้มการส่งออกในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางช่วยผู้ส่งออกในการวางแผนทางการผลิตและการตลาดได้ถูกต้อง

3. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อจะได้นำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพดอกกล้วยไม้เพื่อ การส่งออก เผยแพร่ให้กับผู้สนใจซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ เกี่ยวกับการลงทุนของนักธุรกิจและเกษตรกรที่สนใจ และที่สำคัญเป็นข้อมูลช่วยในการส่งเสริมการผลิตดอกกล้วยไม้ เพื่อการส่งออกให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาทางด้านสภาพการผลิตและภาวะการตลาดเพื่อการส่งออก ทำการศึกษาตั้งแต่ สภาพทั่วไป สภาพการผลิต การตลาดส่งออก แนวโน้มการส่งออกใน 1 ปีข้างหน้า โดยเริ่มตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2536 ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขของตลาดดอกกล้วยไม้ไทย โดยทำการศึกษาครอบคลุมข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกเฉพาะดอกกล้วยไม้เท่านั้น ไม่รวมถึงต้นกล้วยไม้ โดยมุ่งเน้นในประเทศคู่ค้าที่เป็นตลาดสำคัญในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ตลาดเอเชีย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ตลาดยุโรป ได้แก่ ประเทศอิตาลี สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันและเนเธอร์แลนด์ ตลาดอเมริกาเหนือ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในการศึกษาใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2531-2535

นิยามศัพท์

ดอกกล้วยไม้ (Orchids) หมายถึง กล้วยไม้ที่ปลูกเพื่อตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือช่อดอกไปใช้ประโยชน์หรือจำหน่าย โดยจะถูกตัดพร้อมทั้งก้านดอกด้วย จึงจำเป็นจะต้องมีก้านดอกยาวและแข็งแรง ดอกบานทนทานนานวัน บรรจุหีบห่อได้ง่าย น้ำหนักเบา เก็บรักษาได้

นาน ตลอดจนขนส่งได้สะดวก

การตลาดส่งออก หมายถึง ลักษณะทางการตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยที่ทำการส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ และประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งประกอบไปด้วย ช่องทางการจำหน่าย สภาพการแข่งขัน และลักษณะทางการตลาดต่าง ๆ ของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

การตรวจเอกสาร

ไพบูลย์ กวินเลิศวัฒนา (2526) ศึกษาอุตสาหกรรมกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทย สิงคโปร์และมาเลเซีย ในเชิงเปรียบเทียบ จากการเปรียบเทียบ ภาวะการผลิต จำนวนสายการบินและความสำคัญในตลาดยุโรป ประเทศไทยแม้จะพบภาวะตกต่ำของราคาดอกกล้วยไม้ และปริมาณการส่งออกไปสู่ตลาดยุโรปมีแนวโน้มลดลงก็ตาม โดยสถานภาพทั่วไปแล้ว ยังดีกว่าประเทศเพื่อนบ้านที่ส่งดอกกล้วยไม้ออก ซึ่งผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ และความเสื่อมค่านิยมในดอกกล้วยไม้มีผลกระทบต่อประเทศเพื่อนบ้านมากกว่าประเทศไทย

สรสิทธิ์ วัชโรทยาน (2526) ศึกษาภาวะการปลูกไม้ตัดดอกเพื่อส่งออก ในทัศนะของผู้ส่งออก พบว่า หวายมาดามจะมีแนวโน้มลดลงทั้งในด้านการผลิตและราคา แต่การส่งออกดอกกล้วยไม้ชนิดนี้ยังครองความเป็นใหญ่ในตลาดต่างประเทศอยู่ต่อไป โอกาสที่จะมีการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อส่งออกสำหรับดอกกล้วยไม้จะไม่สูงขึ้น มีแต่เท่าเดิมหรือลดต่ำลง อุปสรรคที่ผู้ส่งออกประสบอยู่ก็คือ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของดอกกล้วยไม้ลดลง ทำให้คุณค่าความนิยมดอกกล้วยไม้ของตลาดต่างประเทศลดลง นอกจากนั้น ยังมีปัญหาเรื่องค่าขนส่งแพง การแข่งขันกันเองในระหว่างผู้ส่งออกตลอดจนขาดพันธุ์ใหม่ ๆ

สายชล เกตุษา (2531) ได้ศึกษาการที่คุณภาพของดอกกล้วยไม้ลดลงมีสาเหตุที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) การปลูกเลี้ยง และการดูแลรักษาไม่ดี และ 2) การปฏิบัติหลังการตัดดอก

กล้วยไม้ไม่ถูกวิธี การใช้น้ำยากับตอกกล้วยไม้ที่ตัดแล้ว เป็นขั้นตอนหนึ่งของการปฏิบัติหลังการตัดดอกกล้วยไม้ ดอกกล้วยไม้ที่ใช้น้ำยาจะมีคุณภาพดีกว่าดอกกล้วยไม้ที่ไม่ผ่านการใช้น้ำยา

สมชาย สุภัทรกุลชัย (2532) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย พบว่าประเทศผู้นำเข้าดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย เช่น ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐ-อเมริกา เป็นตลาดที่มีอนาคตในการนำเข้าเพิ่มมากขึ้น ในด้านการผลิต หากยังใช้ระบบผลิตแบบเก่า และยังไม่พัฒนาเทคโนโลยีการเพาะปลูก การหาพันธุ์ใหม่ ๆ การบรรจุหีบห่อ จะทำให้คุณภาพและปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการในตลาดต่างประเทศ ซ้ำจะยังทำให้สูญเสียตลาดได้โดยง่าย ทางด้านการตลาดต้องมีการพัฒนาด้านคุณภาพ การยืดอายุดอกกล้วยไม้ การรวบรวมผลผลิตจากแหล่งผลิต ก็เป็นหลักสำคัญในการควบคุมตลาด รวมทั้งผู้ผลิตต้องให้ความร่วมมือซึ่งกันและกันในการพัฒนาการตลาดและการส่งออก

นภาภรณ์ พรหมชนะ (2533) ทำการศึกษา ระบบตลาดการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยพบว่า ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้จะรับซื้อดอกกล้วยไม้จากชาวสวนและสวนของตนเอง โดยจะทำการรับซื้อมากในช่วง เดือนตุลาคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ และทำการจำหน่ายตามใบสั่งซื้อจากลูกค้าในต่างประเทศ มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ลูกค้าติดต่อมาเอง ซึ่งดอกกล้วยไม้ที่ทำการส่งออกของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มปีละกว่า 490 ตัน ในปัจจุบัน ดอกกล้วยไม้ที่ต่างประเทศมีความต้องการและนิยมซื้อมากได้แก่ หวายสีชมพู หวายปอมปาดัวร์ หวายสีม่วงแดงและหวายสีอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 46.43 31.87 4.29 และ 7.41 ตามลำดับ การกำหนดราคาซื้อขายพิจารณาจาก ต้นทุนบวกด้วยกำไรคงที่ ซึ่งราคาขายโดยทั่วไปเพิ่มอีกร้อยละ 37.5 รูปแบบการจำหน่ายมีทั้งแบบเป็นกำและแบบเป็นช่อ บรรจุหีบห่อตามความต้องการของบริษัทส่งออก การจัดจำหน่ายใช้ shipping agent เป็นผู้ดำเนินการให้ ตลาดที่สำคัญในการส่งออกดอกกล้วยไม้ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหพันธ์รัฐเยอรมัน สหรัฐอเมริกา โดยทั้ง 5 ตลาด คิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด จากการศึกษา การส่งออกของประเทศไทยพบว่าในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา คาดว่าจะมีลู่ทางที่แจ่มใส หากได้มีการปรับปรุงคุณภาพ การบรรจุหีบห่อ นโยบายทางการตลาดของภาคเอกชน

ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย (2533) ทำการศึกษาถึงระวางขนส่งดอกกล้วยไม้สด อุปสรรคสกัดการส่งออก ดอกกล้วยไม้สดจากประเทศไทยจะยังคงเป็นที่นิยมและต้องการของตลาดต่างประเทศในระดับสูง จนสามารถไต่อันดับขึ้นมาเป็น 1 ใน 10 ของผู้นำในการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของโลก ทำรายได้เข้าประเทศถึงปีละ 500-600 ล้านบาท แต่ประเด็นที่น่าจะพิจารณาก็คือ คำสั่งซื้อดอกกล้วยไม้ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมาสูงถึงปีละ 1,000-1,500 ล้านบาทนั้นหมายถึงว่า ประเทศไทยต้องสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับไปถึงประมาณร้อยละ 50 - 60 ของมูลค่าการสั่งซื้อกล้วยไม้สดของบรรดาประเทศผู้นำเข้าต่าง ๆ ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาพื้นที่ระวางการขนส่งมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ ทำให้ไม่สามารถส่งสินค้าให้ผู้รับได้ทัน ตามกำหนดเวลาและตามจำนวนที่สั่งซื้อ อีกทั้งสินค้ายังได้รับความเสียหายจนไม่สามารถส่งออกได้ ต้องหันมาพึ่งตลาดภายในประเทศแทน ทำให้อุปทานกล้วยไม้สดในตลาดภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น จนบางครั้ง ก่อให้เกิดปัญหาราคากล้วยไม้สดตกต่ำตามมา ดังนั้น ปัญหาเรื่องระวางขนส่งนับว่าเป็นอุปสรรคที่สกัดกั้นการขยายการส่งออกกล้วยไม้สดของประเทศไทยในปัจจุบัน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ประกอบด้วยข้อเท็จจริงและ ความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์บริษัทเอกชนผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้สด จำนวน 3 ราย จากบริษัทเอกชนผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดจำนวน 30 ราย คิดเป็น 10 เปอร์เซนต์ โดยสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการผลิตเพื่อการส่งออก ขั้นตอนการส่งออก การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง ตลอดจนปัญหาในการส่งออกและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการส่งออกดอกกล้วยไม้สดไปยังต่างประเทศ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยรวบรวมข้อมูลอนุกรมเวลา ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ปริมาณการส่งออกมูลค่าการส่งออก ระหว่างปี พ.ศ.2531 ถึง พ.ศ.2535โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานการศึกษา บทความ งานวิจัย และวารสารต่าง ๆ จากห้องสมุดของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น ๆ ตลอดจนสถิติจากส่วนราชการและเอกชนที่ได้ทำการ

รวบรวมไว้ เช่น วารสารผู้ส่งออก เคหการเกษตร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำเอาข้อมูลที่รวบรวมมา ไปใช้ในการอธิบายภาวะการตลาด และลู่ทางในการพัฒนาการตลาด เพื่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทย โดยได้ใช้การวิเคราะห์ ทั้งเชิงพรรณา (Descriptive Method) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method)

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ตารางและแผนภาพประกอบกับข้อมูลที่ได้รวบรวมมาเพื่อให้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไปเกี่ยวกับการตลาด และการส่งออกดอกกล้วยไม้สด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค ในการส่งออกดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทยไปจำหน่ายต่างประเทศ

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) จะทำการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังตลาดที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น อิตาลี เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน และสหรัฐอเมริกา โดยใช้วิธีหาอัตราส่วนร้อยละ เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงระหว่างปี พ.ศ. 2531-2535 เนื่องจากมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยเป็นรายเดือนในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมามีลักษณะแบบแผนที่เป็นแนวโน้ม (Trend) และฤดูกาล (Seasonal) (ภาพผนวกที่ 6-11) ดังนั้นวิธีที่เหมาะสมที่สุด ในการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย คือ การพยากรณ์โดยวิธีการของวินเตอร์ (Winter's Linear Trend) เพื่อคาดคะเนแนวโน้มมูลค่าการส่งออกในอนาคตเป็นรายเดือน เป็นระยะเวลา 1 ปีข้างหน้า โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ชื่อว่า FORE+ ในการพยากรณ์โดยมีสมการดังนี้

$$S_t = \alpha X_t / I_{t-L} + (1-\alpha)(S_{t-1} + b_{t-1})$$

$$b_t = \delta(S_t - S_{t-1}) + (1-\delta)b_{t-1}$$

$$I_t = \beta X_t / S_t + (1-\delta) I_{t-L}$$

โดยที่ S_t คือ ค่าพยากรณ์การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยสำหรับเวลาที่ t

b_t คือ การปรับการพยากรณ์ ณ เวลาที่ t

I_t คือ ปัจจัยการปรับฤดูกาล ณ เวลาที่ t

α, β, δ คือ ค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยฤดูกาล

$$S_{t+m} = (S_t + b_t m) I_{t-L+m}$$

m คือ จำนวนช่วงเวลาไปข้างหน้าที่เราต้องการพยากรณ์

S_{t+m} คือ ค่าพยากรณ์การส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ณ ปีที่ m

บทที่ 2

ภาวะการผลิตและการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย

ภาวะการผลิต

การปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในประเทศไทย เดิมเป็นการปลูกเลี้ยงไว้เพื่อเป็นไม้ประดับ การปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เริ่มเปลี่ยนมาเป็นการปลูกเลี้ยงอย่างจริงจัง ในปี พ.ศ. 2508 โดยชาวตะวันตกผู้หนึ่งที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งเห็นว่าสภาพแวดล้อมของประเทศไทยเหมาะสมสำหรับการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ จึงได้สั่งกล้วยไม้เข้ามาปลูกหลายชนิด หลังจากนั้นได้มีการพัฒนามากขึ้นจนเป็นการปลูกเลี้ยงเพื่อเป็นการค้าและการส่งออก ในระยะประมาณ 5 ปีแรกของการพัฒนาการผลิตกล้วยไม้ของประเทศไทยนั้นใช้หวายลูกผสม ชื่อว่า หวายปอมปาดัวร์ ซึ่งพ่อแม่พันธุ์มีแหล่งกำเนิดทางตอนเหนือของประเทศออสเตรเลีย ถูกนำไปผสมพันธุ์ที่ฝรั่งเศส การพัฒนาของวงการกล้วยไม้ทำให้กล้วยไม้ลูกผสมชนิดนี้ กลายเป็นกล้วยไม้ตัดดอกชนิดแรก ซึ่งต่อมาวงการกล้วยไม้เรียกชื่อเพี้ยนไปจากเดิมมาเป็น มาดาม ในปัจจุบันวิชาการทางด้านพันธุศาสตร์ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ตัดดอก โดยมีการพัฒนาบุคลากรในสาขาพันธุศาสตร์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผสมพันธุ์กล้วยไม้ โดยมุ่งเน้นประโยชน์ในด้านการใช้ตัดดอกและมีการพัฒนาให้มีหลายรูปแบบของพันธุ์ไม้ตัดดอก เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดและขยายการแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ

แหล่งผลิตและพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทย

จากการศึกษาสำรวจและจัดเก็บข้อมูลพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ของปี 2535 เบื้องต้น โดยฝ่ายวิเคราะห์ข้อมูลส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร พบว่ามีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้งประเทศอยู่ 12,534.50 ไร่ (ตารางที่ 4) และมีแหล่งปลูกเลี้ยงที่สำคัญคือ นครปฐม กรุงเทพมหานคร และสมุทรสาคร ประมาณร้อยละ 95 ของพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้งหมด ประมาณร้อยละ 5 ที่เหลืออยู่ในจังหวัด นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา ราชบุรี นครสวรรค์ เชียงใหม่

ตารางที่ 4 สรุปจำนวนจังหวัด และพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ ปี พ.ศ. 2535

ชื่อจังหวัด	พื้นที่ปลูก
เชียงราย	1.00
เชียงใหม่	10.00
นครสวรรค์	15.50
พิษณุโลก	0.50
กรุงเทพมหานคร	4,189.00
นนทบุรี	289.00
ปทุมธานี	164.00
พระนครศรีอยุธยา	139.00
ราชบุรี	67.00
สมุทรสาคร	3,239.50
นครปฐม	4,420.00
รวม	12,534.50

ที่มา : (กองแผนงาน กรมส่งเสริมการเกษตร , 2536)

เชียงราย และพิษณุโลก ตามลำดับ (ภาพที่ 1) และอำเภอที่มีการปลูกกล้วยไม้มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ สามพราน กระทุ่มแบน ภาษีเจริญ ตลิ่งชัน และหนองแขม (ตารางที่ 5)

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงเป็นแหล่งเพาะเลี้ยงกล้วยไม้แหล่งใหญ่ คือ

1. ในแหล่งนี้เคยเป็นแหล่งที่มีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ เป็นงานอดิเรกที่สำคัญมาก่อน จึงง่ายต่อการปลูกเพื่อการค้า

2. ทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินระหว่างประเทศ คือ สนามบินดอนเมือง การขนส่งดอกกล้วยไม้จากผู้ปลูกดอกไปยังผู้ส่งออก จึงทำให้สะดวก และค่าขนส่งถูกกว่าแหล่งปลูกที่อยู่ไกลสนามบิน

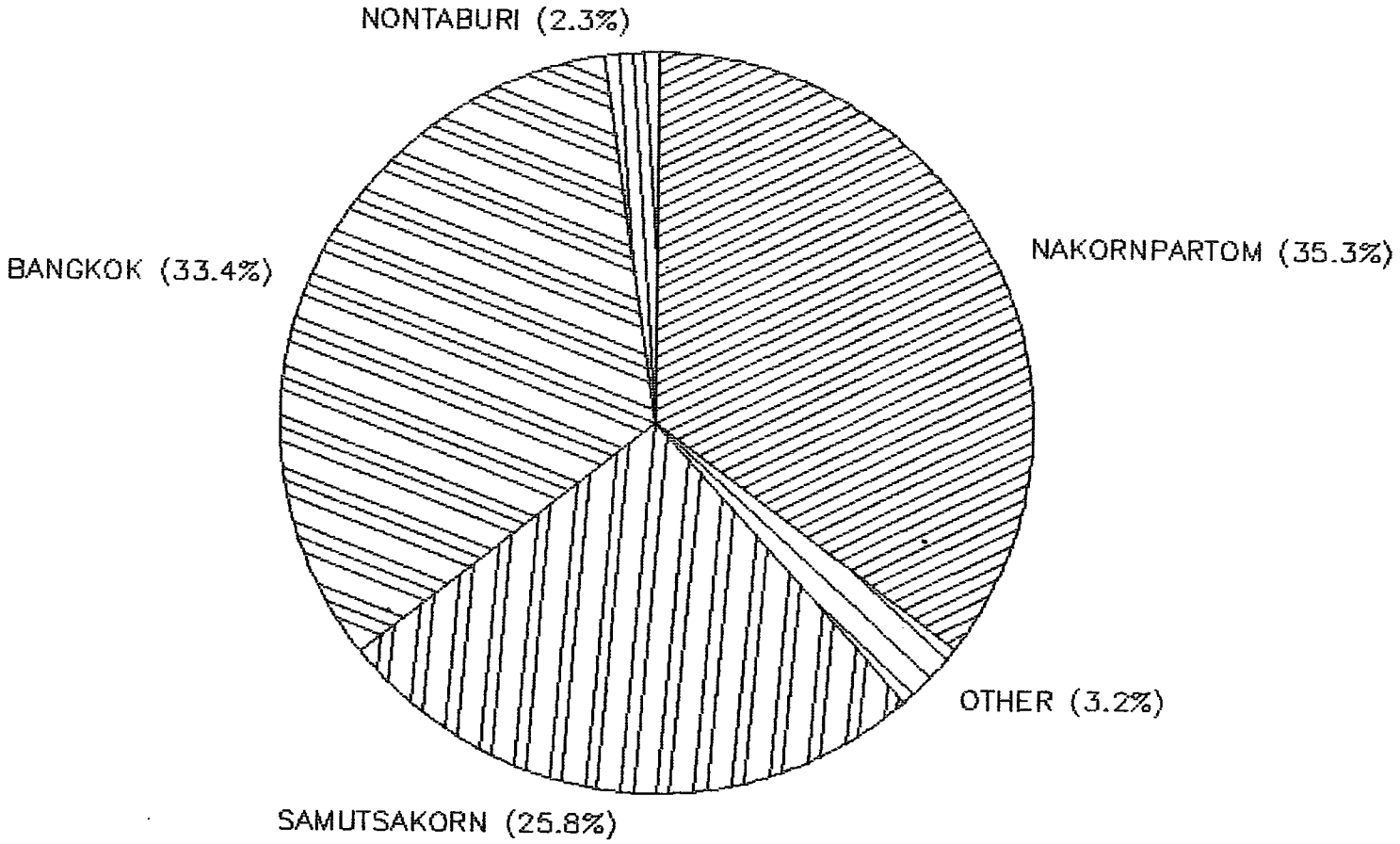
3. ตลาดกล้วยไม้ภายในประเทศที่ใหญ่ที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์รวมของธุรกิจทั้งของภาคเอกชนและรัฐบาล จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครก็ประมาณ 5 ล้านคน ดังนั้น ปริมาณความต้องการดอกกล้วยไม้สดในกรุงเทพมหานครจึงสูงมาก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ

<u>โครงสร้างของผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก</u>

โครงสร้างของผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. ผู้ปลูกเลี้ยงหลาย ๆ รายรวมตัวกันเป็นกลุ่มแล้วจัดตั้งบริษัทส่งออกขึ้น เพื่อเป็นตัวกลางในการจำหน่ายดอกกล้วยไม้สด หรือผู้ปลูกเลี้ยงบางรายก็ส่งออกในนามของตนเอง โดยจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วน

2. บริษัทที่จัดตั้งขึ้น โดยมีผู้ปลูกเลี้ยงเป็นสมาชิกของบริษัท และบางรายก็เป็นผู้บริหารของบริษัทเอง การเป็นสมาชิกของบริษัทผู้ส่งออกบางบริษัทจะกำหนดเงื่อนไขสำหรับผู้ปลูกเลี้ยงที่เป็นสมาชิกของบริษัทไว้ว่า จะขายดอกไม้จากผู้ปลูกเลี้ยงที่เป็นสมาชิกในบริษัทตามความเหมาะสมและกำลังความสามารถของผู้ปลูก แต่บริษัทส่งออกบางรายมิได้กำหนดเงื่อนไขดังกล่าวแก่ผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ กล่าวคือ บริษัทส่งออกจะไม่สามารถรับซื้อไว้ได้ทั้งหมด



ภาพที่ 1 พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในจังหวัดที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2535

ตารางที่ 5 พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในจังหวัดที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2532/33

จังหวัด	อำเภอ	พื้นที่ปลูก (ไร่)	ผลผลิตรวม (ช่อ)
นครปฐม	สามพราน	2,412.25	226,139,500
สมุทรสาคร	กระทุ่มแบน	1,811.50	146,175,000
กรุงเทพมหานคร	ภาษีเจริญ	1,505.00	66,502,900
	ตลิ่งชัน	1,185.00	79,194,325
	หนองแขม	1,103.00	84,573,000

ที่มา : (กรมส่งเสริมการเกษตร , 2534)

3. บริษัทส่งออกดอกกล้วยไม้โดยตรง โดยรับซื้อจากผู้ปลูกเลี้ยงทั่วไปที่ไม่มีแหล่งเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เป็นของตนเอง เนื่องจากผู้ปลูกเลี้ยงบางรายไม่สามารถส่งออกได้ด้วยตนเอง เพราะขาดความรู้ ความชำนาญทางด้านการตลาด และการส่งออก ต้องอาศัยบริษัทส่งออกเป็นตัวกลางในการจัดจำหน่ายต่างประเทศ

ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ

กล้วยไม้ตัดดอกที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศมี 7 ชนิดที่สำคัญ คือ

1. หวายมาดามป่อมปาดัวร์ (Dendrobium Madame Pompadous : MD) ดอกกล้วยไม้พันธุ์มาดามป่อมปาดัวร์นี้ อยู่ในสกุลหวาย มีดอกสีม่วงช่อยาวกลีบดอกใหญ่ กลมติดกัน

2. หวายซีซาร์ (Dendrobium Caesar : White Pink :WH) ดอกกล้วยไม้พันธุ์ซีซาร์อยู่ในสกุลหวาย มีดอกสีขาวตรงปลายกลีบดอกสีชมพู กลีบดอกเล็ก และยาวกว่าดอก

97323

มาดามช่อยาว

3. หวายแจคเกอลีน (Dendrobium Jaquelyn Thomas : Pure White :PWH) ดอกกล้วยไม้พันธุ์แจคเกอลีนโทมัส อยู่ในสกุลหวาย ดอกสีขาวล้วน กลีบดอกเล็กช่อยาว

4. คริสติน (Aranda Christine : CH) ดอกกล้วยไม้พันธุ์คริสตินอยู่ในสกุลอะแรนด้า ซึ่งมีเลือดผสมระหว่าง สกุลแมลงปอ (Arachnis) กับสกุลแวนด้า (Vanda) ดอกสีชมพู มีจุด ๆ บนกลีบดอก

5. เจมส์สตอริไอ (Aranthera James Storei : JAM) ดอกกล้วยไม้พันธุ์เจมส์สตอริไอ สกุลอะแรนเธอรา ซึ่งมีเลือดผสมระหว่างสกุลแมลงปอ (Arachnis) กับสกุลเรแนนเธอรา (Renanthera)

6. แม็กกีวี (Aranchnis Magie Oei : MAG) ดอกกล้วยไม้พันธุ์แม็กกีวี อยู่ในสกุลแมลงปอ มีดอกออกสีลาย ๆ ขาวกับน้ำตาล

ดอกกล้วยไม้สกุลแมลงปอนี้ลักษณะดอกจะมีรูปร่างคล้ายกัน คือ มีกลีบผอมเรียวยาว 5 กลีบ ซึ่งแต่ละกลีบมีระยะห่างกันมาก เป็นพันธุ์ที่นำเอามาจากสิงคโปร์ และนำมาขยายพันธุ์จนเพียงพอกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

7. ออนซิเดียมโกลเด้นชาวเวอร์ (Onchidium Golden Shower : ONC) ดอกกล้วยไม้พันธุ์โกลเด้นชาวเวอร์ อยู่ในสกุลออนซิเดียม มีลักษณะดอกเล็ก ๆ สีเหลืองและมีจุดเล็กน้อยออกสีส้ม แต่ละก้านจะมีก้านแยกออกในลักษณะแบบก้างปลาพร้อมทั้งดอกเล็ก ๆ

กล้วยไม้ตัดดอกทั้ง 7 ชนิดนี้ เป็นกล้วยไม้ตัดดอกที่ส่งออกมากกว่าชนิดอื่น ๆ แต่ชนิดที่สำคัญและส่งออกเป็นหลัก คือ หวายมาดามป่อมปาดัวร์

ขั้นตอนการผลิต

วิธีการเตรียมการก่อนการบรรจุดอกกล้วยไม้สด

การรวบรวม

1. ผู้ส่งออกรวบรวมดอกกล้วยไม้จากผู้ปลูกเลี้ยง ซึ่งจะตัดดอกกล้วยไม้ในตอนเช้า (05.00-09.00 น.) แล้วนำไปแช่น้ำประมาณครึ่งชั่วโมง จากนั้นบริษัทส่งออก จะมารับดอกกล้วยไม้และขนส่งไปยังโรงเรือน ดอกกล้วยไม้จะถูกบรรจุในภาชนะแล้วใช้ผ้าขาวหุ้ม การขนส่งจากชาวสวนมายังสถานที่บรรจุหีบห่อจะใช้รถคอนเทรนเนอร์ปรับอากาศ

2. เมื่อถึงสถานที่บรรจุหีบห่อ คนงานจะนำดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกมาปาดโคนกิ่งเพื่อให้ก้านสด แล้วนำปลายก้านไปแช่น้ำยาประเภทพรีเซอร์เวทีฟ (Preservative) ประมาณครึ่งชั่วโมง แต่มีบางบริษัทจะแช่ปลายดอกกล้วยไม้ในน้ำสะอาดธรรมดา ๆ ในระหว่างการรอการบรรจุหีบห่อเท่านั้น

3. จากนั้นนำดอกกล้วยไม้สดที่ปลายก้านถูกแช่น้ำยาหรือน้ำแล้วไปตากไว้ที่โต๊ะ หรือวางแขวนให้แห้ง เพราะถ้านำไปบรรจุในขณะที่ดอกกล้วยไม้ยังเปียกอยู่ ดอกกล้วยไม้จะเน่าผ่านการคัดเกรดดอกกล้วยไม้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 พวก คือ ดอกกล้วยไม้ที่ส่งออก (ไม้นอก) และดอกกล้วยไม้ขายภายในประเทศ (ไม้ตลาด) ดอกกล้วยไม้ส่งออกจะมีคุณภาพดีกว่าดอกกล้วยไม้ขายภายในประเทศ แล้วก็จัดชั้นมาตรฐาน ให้มีความสมบูรณ์ทั้งหมด จำนวนดอก ความสด ความสวย และสีสรร จึงจะบรรจุหีบห่อต่อไป

การจัดมาตรฐาน

สำหรับมาตรฐานในการส่งออกดอกกล้วยไม้แต่ละพันธุ์มีดังนี้

1. หวาย (Dendrobium)

ช่อยาว มีจำนวน 13 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 9 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้นสุด มีจำนวน 5-8 ดอก

2. คริสติน (Aranda Christine)

ช่อยาว มีจำนวน 10 ดอกขึ้นไป

ช่อสั้น มีจำนวน 9 ดอกลงมา

3. เจมส์สตอริไอ (Arnth.James Srorei)

ช่อยาว มีแขนง 3 แขนงขึ้นไป (แต่ละแขนงยาวไม่เกิน 25 เซนติเมตร)

ช่อสั้น มีแขนง 2 แขนงขึ้นไป

4. แม็กกีวี (Arach.Maggie Oei)

ช่อยาว มีขนาด 50 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาด 49 เซนติเมตรลงมา

5. โกลเด้นชาวเวอร์ (Onc.Golden Shower)

ช่อยาว มีขนาดกว้าง 20 เซนติเมตร ยาว 65 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้น มีขนาดกว้าง 15 เซนติเมตร ยาว 55 เซนติเมตรขึ้นไป

ช่อสั้นสุด มีขนาดกว้าง 14 เซนติเมตร ยาว 54 เซนติเมตรลงมา

ดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกตลาดต่างประเทศ มี 2 ลักษณะ คือ ดอกกล้วยไม้เป็นก้านเดี่ยว ๆ (Cut Flowers) ดังกล่าวมาข้างต้น และดอกไม้กำ (Bouquets) สำหรับไม้กำเป็นดอกกล้วยไม้ชนิดต่าง ๆ หรือชนิดเดียวกันรวมกับใบเฟิร์น ซึ่งมีหลายแบบด้วยกันขึ้นอยู่กับบริษัทผู้ส่งออกแต่ละราย จะเป็นผู้กำหนดชนิดหรือตั้งเป็นมาตรฐานของบริษัท หรือแล้วแต่ความต้องการของลูกค้า เพื่อสะดวกในการสั่งซื้อของลูกค้าและผู้ส่งออกในการที่จะจัดดอกกล้วยไม้ให้กับลูกค้าได้ถูกต้อง ดอกกล้วยไม้ที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น โดยมากผู้นำเข้ามักจะนำไปใช้ในการตกแต่งสถานที่ พิธีการต่าง ๆ ซึ่งใช้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากในบางฤดูดอกกล้วยไม้ในต่างประเทศขาดแคลนจึงต้องสั่งไปชดเชย สำหรับไม้กำโดยมากผู้ซื้อจะใช้สำหรับแจกให้แขกที่มาร่วมในงานพิธีการต่าง ๆ และการสั่งไม้กำก็เป็นการประหยัดค่าจัดดอกไม้ด้วย เนื่องจากค่าแรงงานในตลาดต่างประเทศสูงมาก

รูปแบบและมาตรฐานในการส่งออก

ในทางปฏิบัติเพื่อการส่งออกแล้วจำเป็นต้องมีการคัดเลือกดอกกล้วยไม้ โดยคำนึงถึงรายละเอียดต่าง ๆ เป็นต้นว่า ความห่างของแต่ละดอกในช่อต้องมีความห่าง ๆ เท่า ๆ กัน ความอุดมสมบูรณ์ของดอกต้องปราศจากรอยตำหนิของโรคแมลง ความสะอาดของดอกต้องปราศจากคราบปุ๋ย ยา และฝุ่นละออง ดอกต้องไม้มีการผสมเกสรและไม่เป็นโรคเกสรดำ

การลดอุณหภูมิ

การลดอุณหภูมิของดอกกล้วยไม้ลงหลังการตัดดอก จะทำให้กระบวนการหายใจ การสร้างเอทิลีน และการคายน้ำ ถูกยับยั้ง และเกิดขึ้นอย่างช้า ๆ ทำให้ดอกกล้วยไม้อยู่ในสภาพสด มีคุณภาพดี และอายุการใช้งานนานเมื่อถึงตลาดปลายทางการลดอุณหภูมิของดอกกล้วยไม้จะทำก่อนที่จะบรรจุดอกกล้วยไม้ลงในกล่องกระดาษ โดยการนำดอกกล้วยไม้ที่มีโคนก้านเสียบอยู่ในหลอดพลาสติกบรรจุน้ำ หรือโคนก้านมีสำลีชุบน้ำหุ้มอยู่ไปไว้ในห้องเย็นที่มีอุณหภูมิ 10 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์ 90-95 เปอร์เซนต์ นาน 1 ชั่วโมง แล้วรีบนำดอกกล้วยไม้เหล่านั้นบรรจุในกล่องกระดาษเพื่อรอการขนส่งต่อไป อุณหภูมิความชื้นสัมพัทธ์และเวลา ต้องเป็นไปตามที่กำหนด มิฉะนั้นดอกกล้วยไม้จะได้รับความเสียหาย

การบรรจุหีบห่อ

1. ใช้หลอดพลาสติก โดยเสียบก้านช่อลงในหลอดพลาสติกซึ่งมีน้ำบรรจุอยู่ภายในเพื่อให้ดอกกล้วยไม้มีน้ำหล่อเลี้ยง และคงความสดได้นาน วิธีนี้เหมาะสำหรับดอกกล้วยไม้ที่มีราคาดี และต้องการโชว์ดอกแต่ละก้าน แต่การบรรจุด้วยวิธีนี้มีปัญหาในการแทงก้านช่อลงในรูหลอดพลาสติก อาจทำให้ผิวก้านบริเวณที่ถูกครูดเกิดแผลเน่าได้ทำให้ดอกกล้วยไม้เน่าเสียเร็วกว่าที่ควร

2. ใช้สำลีชุบน้ำพอหมาด ๆ (สำหรับบริษัทที่แช่ดอกกล้วยไม้ในน้ำเปล่าจะใช้สำลีชุบน้ำยา) หุ้มโคนด้วยดอกกล้วยไม้สดทีละช่อ แล้วห้มสำลีด้วยถุงพลาสติกเล็ก ๆ รัดปากถุงอีก

[illegible]

ที่ด้วยหนังสติ๊ก วิธีนี้เหมาะสำหรับดอกกล้วยไม้ที่เป็นดอกไม้กำ (Bouquets)

หลังจากที่เสียบก้านดอกด้วยหลอดพลาสติก หรือหุ้มสำลีแล้วจะห่อพลาสติกประเภท Polyethylene หรือสวมด้วยถุงพลาสติก Polyethtlene ซึ่งเจาะรูไว้เพื่อระบายอากาศร้อนให้ระเหยได้ในขั้นตอนดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นการบรรจุด้วยถุงพลาสติก เหมาะสำหรับดอกกล้วยไม้ที่ต้องการเป็นก้านเดี่ยวซึ่งปลายก้านบรรจุหลอดพลาสติก

การบรรจุดอกกล้วยไม้ในชั้น primary package จะทำได้ก็ต่อเมื่อแน่ใจว่าดอกกล้วยไม้ต้องแห้งจริง ๆ หลังจากนั้นจึงนำดอกกล้วยไม้ซึ่งห่อพลาสติกแล้วไปทำการบรรจุขั้นที่ 2 (secondary package) ในกล่องกระดาษลูกฟูกขนาดเล็ก ซึ่งจะมี logo,brand ชื่อผู้รับปลายทาง โดยการวางซ้อนกันสับหัวสับหาง จากนั้นจะนำกล่องลูกฟูกขนาดเล็กประมาณ 5-6 กล่อง ใส่ในกล่องลูกฟูกขนาดใหญ่ เป็นการบรรจุขั้นสุดท้าย เพื่อการขนส่ง (transport package) เมื่อใส่จนเต็มแล้วจะปิดฝากล่อง และมุมกล่องด้วยกระดาษกาวข้างกล่อง ติดชื่อผู้สั่งซื้อ,ยี่ห้อ (brand) หรือ logo ของผู้สั่งซื้อ

<u>การรมควัน</u>

ในปัจจุบัน ดอกกล้วยไม้ที่ส่งไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น จะต้องรมควันเพื่อทำลายเพลี้ยไฟซึ่งรวมทั้งไข่และตัวอ่อนด้วย สารเคมีที่นิยมใช้รมควันดอกกล้วยไม้ คือ เมทธิลโบร์ไมด์ โดยใช้อัตรา 0.9-1.5 ปอนด์ ต่อ 10,000 ลูกบาศก์ฟุต เวลาที่ใช้ในการรมควันนานประมาณ 1.5-2.0 ชั่วโมง อุณหภูมิที่ใช้ในการรมควันไม่ควรเกิน 30 องศาเซลเซียส มิฉะนั้นจะทำให้ดอกกล้วยไม้เหี่ยว การรมควันดอกกล้วยไม้อาจจะจ้างบริษัทที่รับจ้างรมควันดอกกล้วยไม้หรือทำเองก็ได้ ห้องรมควันอาจจะใช้ผ้าใบในรูปของเต้นท์หรือห้อง การรมควันดอกกล้วยไม้จะทำเมื่อบรรจุดอกกล้วยไม้ลงในกล่องกระดาษแล้ว

การปฏิบัติตามระเบียบพิธีการส่งออก

การส่งออกดอกกล้วยไม้ในปัจจุบันอนุญาตให้ส่งออกโดยเสรี แต่ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการนำเข้าของแต่ละประเทศที่กำหนดไว้ ขั้นตอนการส่งออกไม้ตัดดอกที่สำคัญมีดังนี้คือ

1. นำดอกกล้วยไม้ที่บรรจุหีบห่อเรียบร้อยแล้ว ไปทำการตรวจโรคพืช และแมลงที่ด่านตรวจโรคพืช กองกักกันโรคพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อขอเอกสารใบรับรองการปลอดโรคพืช ซึ่งจะสุ่มทำการตรวจสอบประมาณร้อยละ 10 ของจำนวนที่จะส่งออกทั้งหมด

2. ขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าหรือเรียกกันว่า Form A. ที่ฝ่ายสิทธิประโยชน์ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อสิทธิประโยชน์ทางการค้าในด้านสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

3. ขอใบสิทธิคุ้มครองของที่ส่งออก หรือแบบ ลป.61 และคำเสนอขายเงินตราต่างประเทศประเภทเงินทุนเงินกู้ที่อาจจะต้องส่งคืนภายหลัง (แบบ ลป. 71ก) ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้จะทำให้สามารถควบคุมเงินตราต่างประเทศได้

การขนส่งดอกกล้วยไม้สด

ดอกกล้วยไม้ส่งออกอาจจะมีผู้ส่งออกนำรถยนต์ไปรับที่สวนกล้วยไม้ หรือผู้ปลูกนำดอกกล้วยไม้ไปส่งเองที่บริษัทส่งออก โดยรถยนต์ที่ใช้มีหลายชนิด เช่น รถยนต์ขนาดเล็ก รถยนต์ห้องเย็นและรถตู้ ถ้าเป็นรถยนต์กระบะเล็กควรจะมีหลังคากันแดดและฝน ภาชนะที่ใส่ดอกกล้วยไม้ในรถยนต์เป็นลังไม้ที่สามารถวางซ้อนได้ ดอกกล้วยไม้ในลังนี้จะมีผ้าขาวบางเปียกคลุมด้านบนอีกทีหนึ่ง ส่วนการขนส่งดอกกล้วยไม้ที่บรรจุในกล่องกระดาษเรียบร้อยแล้ว ไปยังสนามบิน ใช้รถยนต์ 2 ชนิดเท่านั้น คือ รถยนต์กระบะเล็กและรถยนต์ห้องเย็น แต่การขนส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศต้องขนส่งทางอากาศ เพื่อให้ดอกกล้วยไม้สดและทันเวลาที่ผู้สั่งเข้าต้องการ ปริมาณการส่งออกแต่ละเที่ยวไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปริมาณที่ผู้สั่งเข้าในต่างประเทศสั่งซื้อ ทั้งนี้

จะต้องส่งล่วงหน้าก่อนถึงกำหนดวันที่ลูกค้าระบุมาอย่างน้อย 1 วัน สำหรับอัตราค่าขนส่งมีหลายอัตราแตกต่างกันไปตามระยะทางและน้ำหนักบรรทุก (ตารางที่ 6)

<u>พิธีการทางศุลกากรในการส่งออกไม้ดอกและไม้ประดับทางด่านศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ</u>

ขั้นตอนการปฏิบัติพิธีการศุลกากรมี 2 ขั้นตอน คือ

1. การผ่านพิธีการยื่นใบขนสินค้าขาออกเพื่อตรวจสอบและรับรอง (ปฏิบัติที่งานพิธีการส่งออก) ผู้ส่งออกจะต้องมาติดต่อทำพิธีการที่งานพิธีการที่งานพิธีการส่งออก ฝ่ายพิธีการด่านศุลกากร ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ โดยมีขั้นตอนการผ่านพิธีการตามลำดับ ดังนี้

1.1 ผู้ส่งออกขอรับแบบพิมพ์ "ใบขนสินค้าขาออกและแบบแสดงรายการการค้า" โดยมีต้นฉบับ 1 ฉบับ สำเนา 3 ฉบับ เพื่อกรอกข้อความให้สมบูรณ์ตามรายการในใบขนสินค้าพร้อมทั้งยื่นเอกสารประกอบ คือ

- บัญชีราคาสินค้า (Invoice) และบัญชีบรรจุหีบห่อ (Packing List)
- ใบสุทธิควบคุมการแลกเปลี่ยนเงินตรา แบบ ล.ป. 61
- หนังสือรับรองของกรมวิชาการเกษตร

1.2 ผู้ส่งออกยื่นใบขนสินค้าที่กรอกข้อความแล้วพร้อมเอกสารตามข้อ 1.1 ต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรประจำงานพิธีการส่งออก โดยมีขั้นตอนการตรวจสอบ และรับรองใบขนสินค้าฯ ตามลำดับดังนี้

- ตรวจสอบบัตรลายเซ็นต์ที่ผู้ส่งออกยื่นไว้ต่อกรมศุลกากร แล้วให้เลขที่ใบขนสินค้าพร้อมทั้งลงทะเบียนขึ้นไว้เป็นหลักฐาน
- ตรวจสอบการนำแถวรายการ ในใบขนสินค้ากับเอกสารประกอบให้ถูกต้องตรงกัน และเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของศุลกากร
- ตรวจสอบการนำแถวประเภทพิกัดอัตราศุลกากร และราคาให้ถูกต้องตามระเบียบ และข้อบังคับของศุลกากร
- สั่งการตรวจ (ให้เจ้าหน้าที่ศุลกากรฝ่ายตรวจปฏิบัติ) และประทับตราสมบูรณ์ (เป็นการรับรองความสมบูรณ์ถูกต้องของพิธีการยื่นใบขนสินค้า)

ตารางที่ 6 อัตราค่าขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยังเมืองสำคัญ ๆ

เมืองปลายทาง	น้ำหนักขั้นต่ำ (กิโลกรัม)	อัตราค่าขนส่ง (บาท/กิโลกรัม)
โตเกียว	45	42.00
	100	40.00
	250	38.00
อ่องกง	45	20.00
แฟรงเฟิร์ต/ปารีส/มิลาน/ซูริค	45	67.40
	100	64.10
	250	60.90
	500	54.80
โคเปนเฮเกน	45	67.40
	100	64.10
	250	60.90
สต๊อกโฮม	45	72.80
	100	69.20
	250	65.80
	500	59.20
โรม	45	61.30
	100	58.30
	250	55.40
	500	49.50

ที่มา : (บริษัท การบินไทย จำกัด , 2536)

ใบขนสินค้าออกและแบบแสดงรายการการค้าที่ผู้ส่งออกยื่น และศุลกากรได้รับรองประทับตราสมบูรณ์แล้วมีอายุการใช้ในการส่งออกสินค้าได้ 21 วัน นับตั้งแต่วันที่ ที่ประทับตราสมบูรณ์ (ยกเว้นกรณีที่ใบสุทธิ ล.บ. 61 หมดอายุ ก่อนครบกำหนด 21 วัน ให้ใช้ใบขนสินค้านั้นได้ถึงวันที่แบบ ล.ป. 61 หมดอายุเท่านั้น)

2. การผ่านพิธีการเพื่อเปิดตรวจสินค้า และส่งมอบให้บริษัทสายการบินรับไปบรรทุก เมื่อผู้ส่งออกได้ยื่นใบขนสินค้าผ่านการรับรองครบถ้วนตาม ข้อ 1. และติดต่อสายการบินที่จะรับบรรทุกได้แล้ว ผู้ส่งออกจะต้องนำสินค้าทั้งหมดที่จะส่งออกพร้อมใบขนสินค้าขาออก และเอกสารประกอบมายื่นต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากร ประจำคลังสินค้าขาออก ของสายการบินที่จะรับบรรทุก (เพื่อความสะดวกในการบรรทุกของขึ้นเครื่องให้ทัน ผู้ส่งออกควรมาปฏิบัติพิธีการ ก่อนเครื่องบินที่รับบรรทุกจะมาถึงประมาณ 3 ชั่วโมง (เป็นอย่างน้อย)

ขั้นตอนในการผ่านพิธีการตรวจและบรรทุกเป็นไปตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้ส่งออกต้องนำสินค้าทั้งหมดไปขอรับการชั่งน้ำหนัก จากบริษัทสายการบินที่รับบรรทุกเพื่อออกใบตราส่งสินค้า (Air Waybill) ซึ่งเป็นเอกสารประกอบในการตรวจสินค้าของศุลกากร

2. เมื่อผู้ส่งออกได้ปฏิบัติตามข้อ 1. แล้ว ให้นำของทั้งหมดที่ได้ปิดผนึกฉลากแสดงหมายเลขใบตราสินค้าเรียบร้อยแล้ว นำทุกหีบห่อมาเตรียมรอการตรวจในบริเวณเขตตรวจสินค้าขาออกของศุลกากร และนำใบขนสินค้าพร้อมเอกสารสัมพันธ์ และใบตราส่งสินค้า มายื่นต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรประจำคลังสินค้าที่จะรับบรรทุกของส่งออกเมื่อทำพิธีการตรวจและบรรทุก

ขั้นตอนในการผ่านพิธีการเพื่อเปิดตรวจและบรรทุกมีดังนี้

- ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของเอกสารแล้วลงทะเบียนรับใบขนสินค้า
- กำหนดชื่อนายตรวจฯ และสารวัตรฯ ผู้ทำหน้าที่เปิดตรวจ และสลักรายการบรรทุก
- นายตรวจฯ และสารวัตรฯ ทำการเปิดตรวจหีบห่อ ตามอัตราการเปิดตรวจที่กรมศุลกากรกำหนดเมื่อเปิดตรวจแล้ว เห็นว่าถูกต้องจะมัดลวดประทับตราตะกั่ว หรือปิดฉลาก

(Sticker) ดวงตราของศุลกากรหีบห่อละ 1 ดวง (โดยผู้ส่งออกต้องชำระค่าธรรมเนียมในอัตราดวงละ 5 บาท) พร้อมกันนี้ก็จะสลักรายการตรวจและบรรทุกในใบขนสินค้า

- ลงทะเบียนพร้อมทั้งส่งมอบสินค้าและใบขนสินค้าให้บริษัทสายการบินเซ็นรับเพื่อนำไปบรรทุกขึ้นเครื่องบินต่อไป

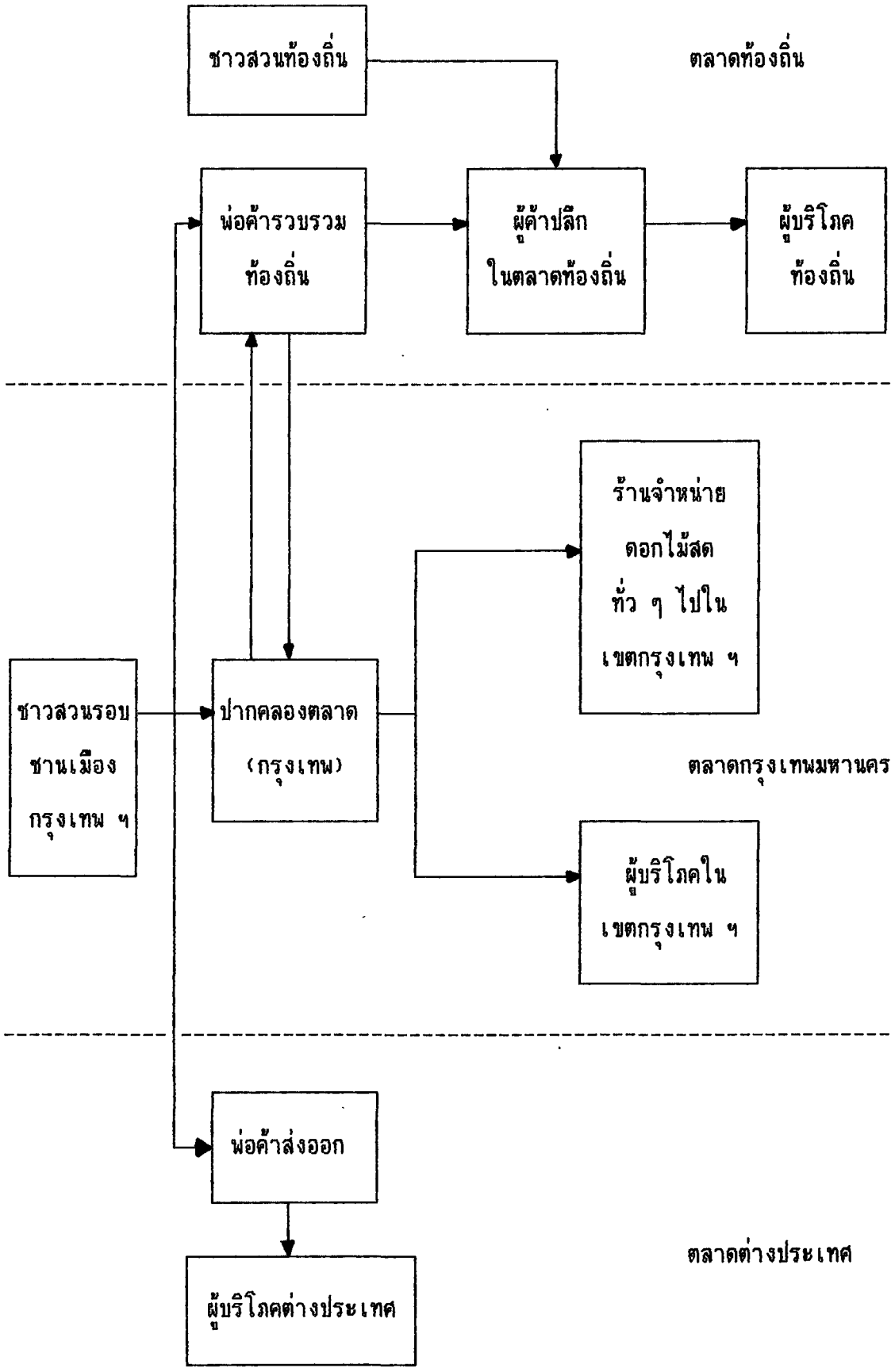
ภาวะการตลาด

ตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในปัจจุบันประมาณร้อยละ 54 ของผลผลิตที่เกษตรกรผลิตได้จะทำการส่งออก และอีกร้อยละ 46 จำหน่ายภายในประเทศ ดังแผนภาพที่ 2 ซึ่งแสดงวิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยทั้งระบบ

การตลาดภายในประเทศ

การตลาดดอกกล้วยไม้ภายในประเทศสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ตลาดใหญ่ ๆ คือ ตลาดท้องถิ่น และตลาดกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะหรือวิถีการตลาดในตลาดเหล่านี้จะแตกต่างกัน กล่าวคือ

ตลาดท้องถิ่น เกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกที่อยู่ห่างไกลกรุงเทพมหานคร เช่น เชียงราย เชียงใหม่ นครสวรรค์ และอื่น ๆ จะขายดอกกล้วยไม้ให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น จากนั้นพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นจะส่งดอกไม้ไปให้พ่อค้าที่ตลาดกลางกรุงเทพมหานคร บางส่วน และบางส่วนส่งให้ผู้ค้าปลีกในตลาดท้องถิ่นนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในท้องถิ่น นอกจากนี้ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น ยังทำหน้าที่เป็นคนกลาง ในการจัดจำหน่ายดอกกล้วยไม้ระหว่างเกษตรกรท้องถิ่นกับพ่อค้าขายส่งดอกกล้วยไม้ที่สำคัญในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ตลาดปากคลองตลาด ในลักษณะเสริมผลผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันวาเลนไทน์ และ วันแม่ เป็นต้น



ภาพที่ 2 วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยทั้งระบบ

ตลาดกรุงเทพมหานคร เกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกรอบ ๆ ชานเมือง ส่วนใหญ่จะเป็นผู้เก็บรวบรวมผลผลิตของตนและดำเนินการด้านตลาดสู่ตลาดปากคลองตลาด และตลาดยอดพิมาณ ซึ่งเป็นตลาดกลางรวบรวมดอกไม้นานาชนิด ทั้งนี้ เนื่องจากระยะทางไม่ไกล การคมนาคมสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ลักษณะการจำหน่ายดอกกล้วยไม้ของเกษตรกรบางราย นำดอกไม้ไปวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง หรือการจำหน่ายให้แก่พ่อค้าขายส่งประจำและพ่อค้าขายส่งขาจรเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ค้าในตลาดท้องถิ่น ผู้ส่งออก ร้านจัดดอกไม้ วัด โรงแรม และภัตตาคาร เป็นต้น

การตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ในแต่ละปี คิดเป็นประมาณกว่าร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดของประเทศไทย (ตารางที่ 2) วิถีการตลาดประเภทนี้จะเป็นในรูปบริษัทส่งออกกล้วยไม้ ที่เป็นทั้งผู้ส่งเสริมให้เกษตรกรหรือชาวสวนในเครือบริษัท (ส่วนใหญ่อยู่รอบ ๆ ชานเมืองกรุงเทพมหานคร) ทำการผลิตและเป็นผู้ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศโดยตรง บริษัทส่งออกเหล่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ ๆ จะมีโรงงานบรรจุหีบห่อที่มีประสิทธิภาพสูงและทันสมัย นอกจากนี้ยังมีห้องปฏิบัติการเพื่อทดลองค้นคว้าพันธุ์ไม้และควบคุมคุณภาพกล้วยไม้ตัดดอกที่จะจัดส่งจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับมาตรฐานความต้องการของลูกค้าต่างประเทศสม่ำเสมอ

วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ส่งออก

วัตถุประสงค์ในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในปัจจุบัน มุ่งการส่งออกเป็นสำคัญโดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ ส่วนใหญ่ที่ผลิตได้ผู้ปลูกเลี้ยงจะส่งจำหน่ายตลาดต่างประเทศ ส่วนที่เหลือก็จะจัดส่งจำหน่ายไปยังตลาดภายในประเทศ อาจกล่าวได้ว่า วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ส่งออกเริ่มต้นเมื่อมีอุปสงค์จากต่างประเทศ โดยบริษัทผู้นำเข้าหรือตัวแทนอาจเข้ามาติดต่อจัดซื้อกล้วยไม้และจัดส่งเอง หรือมาติดต่อกับบริษัทส่งออกทั่ว ๆ ไป ให้จัดส่งกล้วยไม้ไปให้ บริษัทส่งออกก็จะ

รวบรวมและจัดส่งกล้วยไม้ให้ หรือบางครั้งบริษัทส่งออก อาจติดต่อลูกค้าในต่างประเทศเอง (ภาพที่ 3)

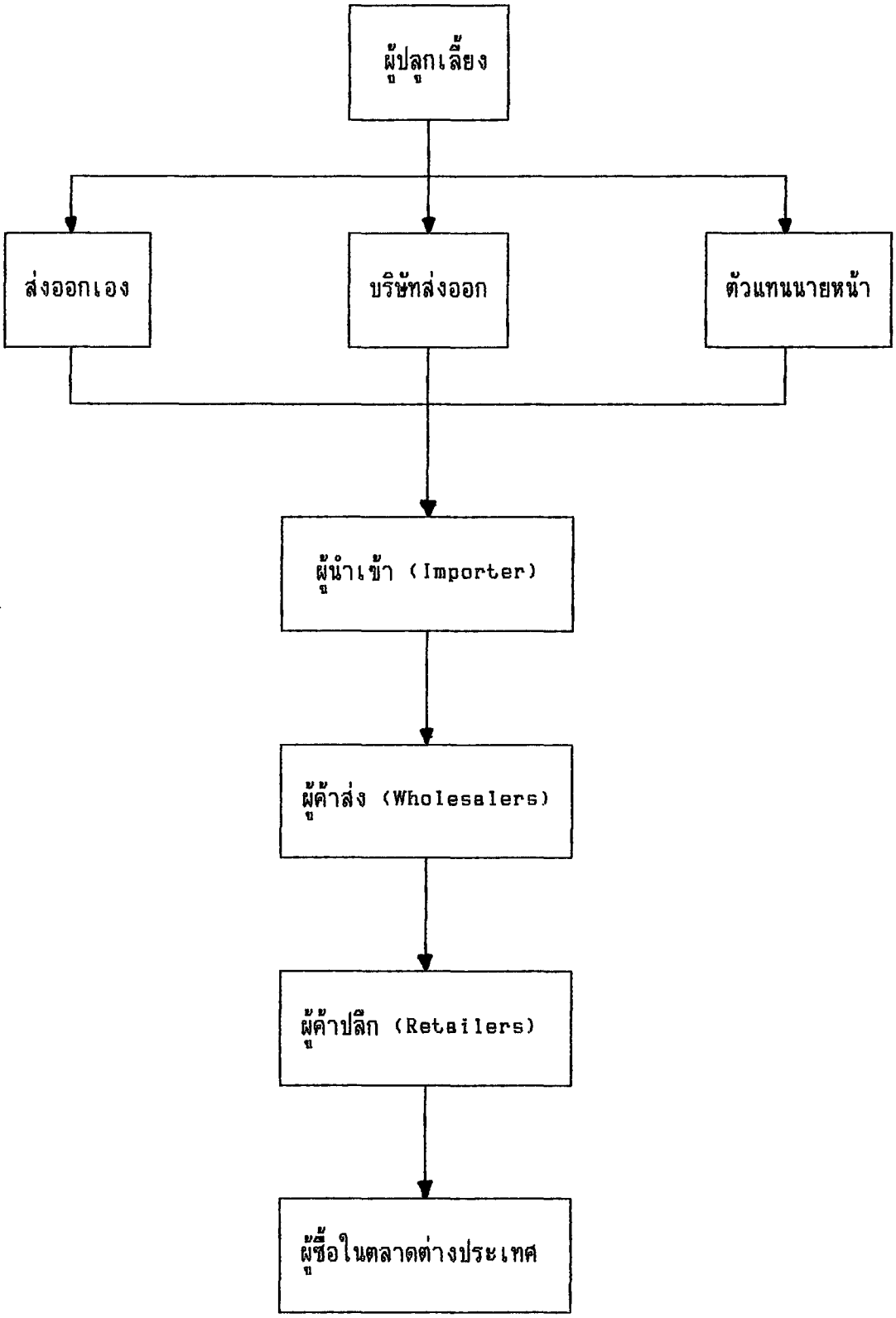
ลักษณะตลาดต่างประเทศดอกกล้วยไม้ส่งออก

ตลาดดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ตลาดเอเชีย ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น และ ฮ่องกง ส่วนใหญ่นำเข้าดอกกล้วยไม้หลายประเภท แต่ที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุด คือ ดอกกล้วยไม้สกุลหวาย โดยตลาดมีความต้องการดอกกล้วยไม้สดมากในเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงที่อากาศหนาว ดอกไม้ท้องถิ่นมีน้อย และมีเทศกาลต่าง ๆ เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ ความต้องการจะลดลงประมาณต้นเดือนมีนาคม ซึ่งเป็นระยะย่างเข้าฤดูใบไม้ผลิ อย่างไรก็ตาม การส่งออกกล้วยไม้สดไปตลาดญี่ปุ่นต้องประสบกับปัญหาการขาดทุน เนื่องจากญี่ปุ่นมีกีฬิกันในการตรวจคุณภาพสินค้าประเภทนี้เป็นพิเศษ กอปรกับการนำเข้าของญี่ปุ่นเป็นการนำเข้าเพื่อทดแทนดอกไม้ในท้องถิ่น ดังนั้นจึงเสนอราคาให้ผู้ส่งออกค่อนข้างต่ำ สำหรับตลาดฮ่องกง สั่งซื้อดอกกล้วยไม้สดจากไทยเพื่อทำการส่งออกไปยังประเทศอื่น ๆ ต่อ (Re-export) นอกจากตลาดทั้งสองนี้แล้วยังมีตลาดอื่น ๆ ซึ่งเป็นหมู่เกาะและกลุ่มประเทศเล็ก ๆ กำลังนิยม และสนใจดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย เพื่อนำไปใช้ตกแต่งสถานที่หรือใช้ประกอบพิธีการต่าง ๆ

ด้านอัตราภาษีและระเบียบการนำเข้า นโยบายการนำเข้าของญี่ปุ่น แม้ว่าจะไม่มีการจำกัดการนำเข้าและไม่มีระบบโควต้าการเก็บภาษีนำเข้า โดยปกติจะเก็บในอัตราร้อยละ 10 และญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) สำหรับดอกกล้วยไม้สดที่ส่งจากประเทศไทยด้วย โดยยกเว้นภาษีขาเข้า อย่างไรก็ตาม ดอกกล้วยไม้ที่ส่งเข้าไปจำหน่ายในญี่ปุ่นจะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมโรคพืช แมลง แบคทีเรีย และไวรัส โดยกฎหมายและข้อตกลง ดังต่อไปนี้

1. Plants Guarantine Law ดอกกล้วยไม้สดที่นำเข้า จะถูกตรวจสอบ ณ



ภาพที่ 3 วิถีการตลาดกล้วยไม้ส่งออกของประเทศไทย

ท่าอากาศยาน หากตรวจสอบสิ่งผิดปกติซึ่งอาจจะระบาดได้ ดอกกล้วยไม้ดังกล่าวจะถูกทำลายทันที

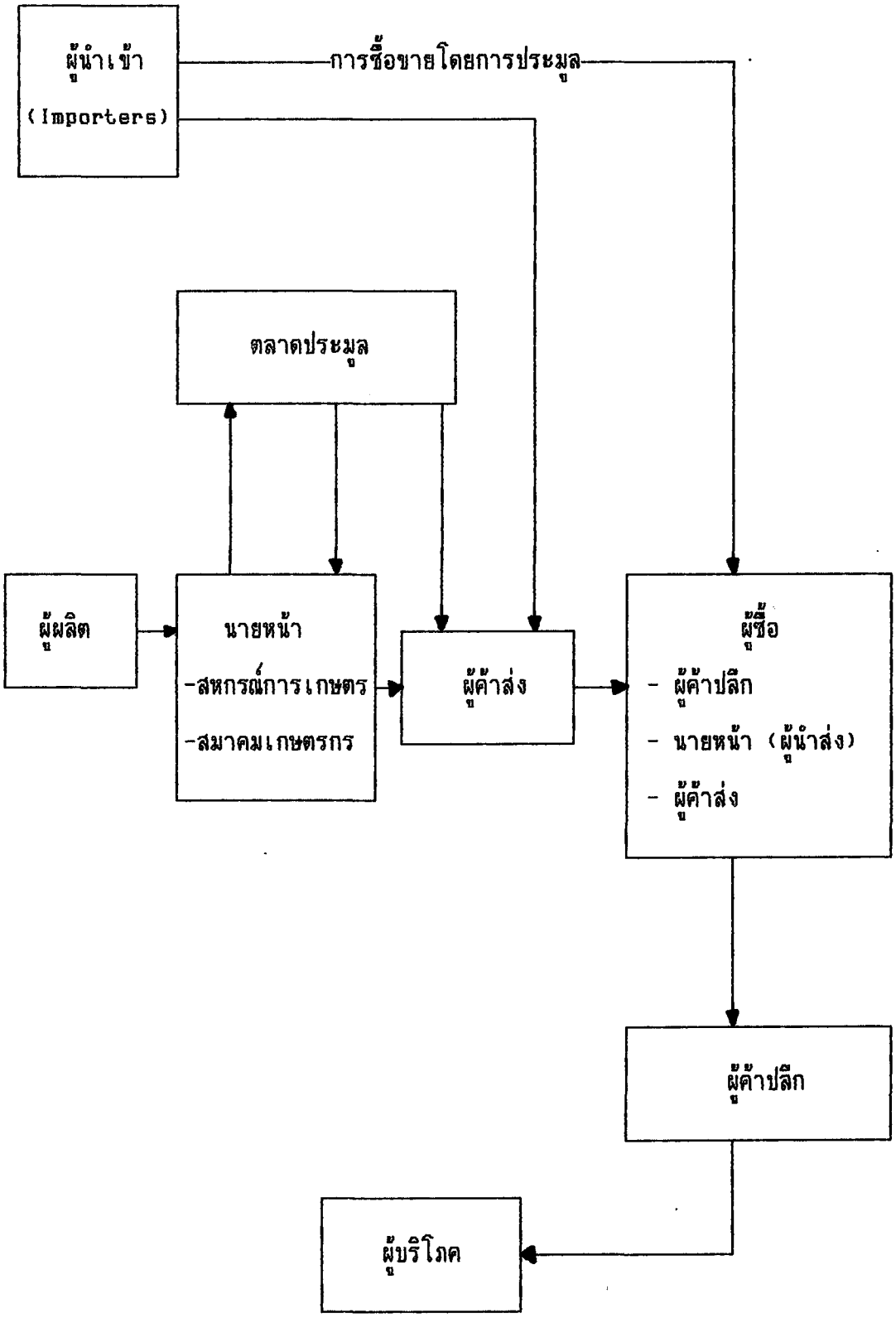
2. Seed and Stock Law พืชพันธุ์ไม้ชนิดใหม่จะต้องนำไปขึ้นทะเบียนและต้องได้รับอนุญาตก่อนจำหน่าย

3. Washington Treaty เป็นข้อตกลงระหว่างกลุ่มประเทศผู้ส่งออกและนำเข้าสัตว์และต้นไม้ ข้อตกลงดังกล่าว มีผลเริ่มใช้กับญี่ปุ่น ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2523 เป็นต้นมา ซึ่งดอกกล้วยไม้สดจะถูกตรวจสอบโรคพืชและเชื้อราด้วย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกดอกไม้ ใบไม้และกิ่งไม้มายังตลาดญี่ปุ่น สินค้าที่สำคัญ คือ ดอกกล้วยไม้ และเฟิร์น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดอกกล้วยไม้สด ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในญี่ปุ่นมากถึง 85 เปอร์เซนต์ สิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตและส่งออกไทยควรคำนึงถึงในการขยายการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้มายังตลาดญี่ปุ่น คือ เรื่องคุณภาพของสินค้า ซึ่งจะต้องระมัดระวังและควบคุมเชื้อโรคและแมลงอย่างเข้มงวด โดยการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การพัฒนาพันธุ์ใหม่ หรือใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้ดอกไม้คงความสดได้นานขึ้น เทคนิคการฆ่าเชื้อโรคแบบใหม่ ๆ และการใช้เทคโนโลยีการขนส่งใหม่ ๆ เป็นต้น นอกจากนั้น ยังจะต้องคำนึงถึงรสนิยมของผู้บริโภคญี่ปุ่น เช่น ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล และสี ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว กับผู้นำเข้าญี่ปุ่น ด้วยการเสนอขายสินค้ามายังผู้นำเข้าญี่ปุ่นโดยตรงและสม่ำเสมอด้วย

ช่องทางการจำหน่าย จะมีตลาดกลางค้าส่ง ซึ่งจำหน่ายโดยการประมูล จะเป็นแหล่งจำหน่ายไม้ตัดดอกที่สำคัญในตลาดญี่ปุ่น (ภาพที่ 4) อย่างไรก็ตาม ในระยะหลายปีที่ผ่านมาได้มีการจำหน่ายไม้ตัดดอกนอกตลาดกลางค้าส่งมากขึ้น โดยเฉพาะไม้ตัดดอกจากการนำเข้ามักจะเป็นการนำเข้า โดยร้านค้าปลีกที่มีสาขาขนาดใหญ่หรือร้านค้าดอกไม้เฉพาะ และการค้าดอกไม้จะมีทั้งระบบฝากขายและขายขาดไปเลย

จากการที่ชาวญี่ปุ่นได้หาสินค้าใหม่ ๆ มาเป็นของขวัญมากขึ้น ไม้ตัดดอกได้กลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย ทั้งการให้ของขวัญเป็นส่วนตัว และการให้ของขวัญในรูปบริษัท



ภาพที่ 4 วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ในประเทศญี่ปุ่น จะมีทั้งระบบฝากขายและขายขาดไปเลย

นอกจากนี้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ดอกไม้ในงาน Garden and Greenery Exposition ที่โอซากา ในปี 2533 ทำให้มีผลต่อการขยายการจำหน่ายไม้ตัดดอกในตลาดญี่ปุ่นมากขึ้น จะเห็นได้จากการผลิต และการนำเข้าไม้ตัดดอกที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดมา ประเทศไทยได้เป็นผู้ครองตลาดดอกกล้วยไม้ในญี่ปุ่นไว้ และเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับสองรองจากเนเธอร์แลนด์จึงควรจะหาทางขยายตลาดดอกกล้วยไม้ของไทย โดยร่วมมือส่งเสริมการขายกับผู้นำเข้าในประเทศญี่ปุ่น

2. <u>ตลาดยุโรป</u> ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ ฟินแลนด์ และสวีเดน ส่วนใหญ่นำเข้าดอกกล้วยไม้สกุลหวายมาดอมปอมปาดัวร์ ช่วงความต้องการดอกกล้วยไม้สดของตลาดยุโรป จะสูงในช่วงฤดูหนาว (ตุลาคม-มกราคม) เนื่องจากเป็นช่วงที่ดอกไม้ท้องถิ่นขาดแคลน และมีเทศกาลจำเป็นต้องใช้ดอกไม้สดเป็นจำนวนมาก คือเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ ส่วนในช่วงฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม) ความต้องการจะมีน้อย เพราะมีดอกไม้ท้องถิ่นออกมาป้อนตลาดมาก เช่น ดอกทิวลิป และดอกคาร์เนชั่น เป็นต้น

2.1 สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เป็นประเทศผู้นำเข้าไม้ตัดดอก ใหญ่ที่สุดของโลก โดยนำเข้าจากเนเธอร์แลนด์มากที่สุด รองลงไปได้แก่ อิตาลี และประเทศอื่น ๆ เช่น โคลัมเบีย เคนยา สเปน ไทยและสิงคโปร์ โดยดอกกล้วยไม้สกุลหวายจะนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด

สำหรับตลาดไม้ตัดดอกไทยในเยอรมันตะวันตกนั้น ในช่วง 8-9 ปีที่ผ่านมามีแนวโน้มลดลงเนื่องจากความนิยมการใช้ดอกกล้วยไม้สกุลหวายลดลง ซึ่งเกิดจาก การตัดราคากันเองระหว่างผู้ส่งออกไทย ทำให้ดอกกล้วยไม้มีราคาตกต่ำลงด้วย และผู้ซื้อก็ไม่นิยมซื้อด้วยเกรงว่ามีราคาต่ำผู้รับอาจจะไม่พอใจ นอกจากนี้ดอกกล้วยไม้สกุลซิมบิเดียมก็หันมาได้รับความนิยมกันมากขึ้น เนื่องจากมีความแปลกใหม่ของพันธุ์ โดยเฉพาะซิมบิเดียมดอกเล็ก ซึ่งออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และเนเธอร์แลนด์ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของกล้วยไม้สกุลนี้ ส่งเข้ามาตีตลาดดอกกล้วยไม้ไทยในเยอรมันตะวันตกเป็นอย่างมาก จากปัญหาดังกล่าว ควรอย่างยิ่งที่จะต้องรีบทำการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จากตัวเลขปี 1982 ประเทศเยอรมันตะวันตกมีปริมาณนำเข้าดอกกล้วยไม้ของ

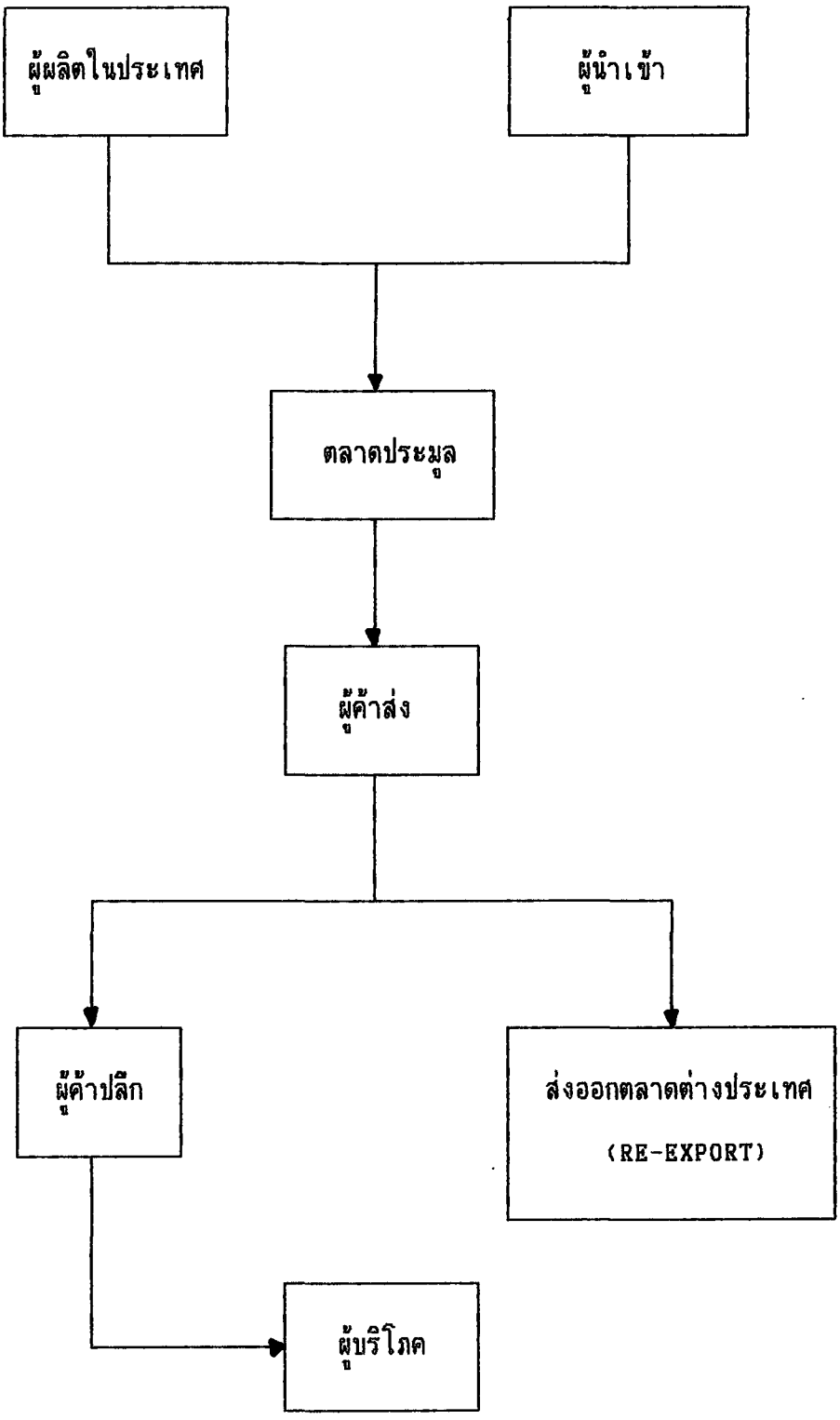
ไทยถึง 1,509 เมตริกตัน และลดลงเรื่อยมาจนถึงปี 1987 เหลือเพียง 452 เมตริกตัน ซึ่งดอกกล้วยไม้ของไทยก็เคยเป็นที่นิยมของประเทศนี้มาก่อนจึงควรที่น่าจะรักษาตลาดเอาไว้

2.2 เนเธอร์แลนด์ เป็นตลาดไม้ดอกไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเฉพาะไม้ดอกไม้ประดับเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งประมาณกันว่าเนเธอร์แลนด์มีสัดส่วนการตลาดไม้ตัดดอกในตลาดโลกถึง 60 เปอร์เซนต์ ไม้ตัดดอกที่ส่งออกนั้นส่วนหนึ่งนำเข้าจากประเทศอื่นแล้วส่งต่อไปจำหน่าย (Re-export) ยังประเทศต่าง ๆ เช่น ฝรั่งเศส อเมริกา อังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์ และอื่น ๆ ซึ่งประมาณ 95 เปอร์เซนต์ขายในตลาดยุโรป

ในด้านช่องทางการจำหน่าย การซื้อขายไม้ตัดดอกในเนเธอร์แลนด์ ประมาณ 90 เปอร์เซนต์จะเป็นการซื้อขายผ่านตลาดประมูล (ภาพที่ 5) ซึ่งมีอยู่ 12 แห่งก่อนส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่าง ๆ ซึ่งเนเธอร์แลนด์มีตลาดประมูลที่สำคัญอยู่ 5 แห่ง คือ

1. VBA เมือง Aalsmeer
2. Westland เมือง Naalsneijk
3. Flora เมือง Rijnsburg
4. B&O เมือง Bleisueijk
5. VV'70 เมือง Bemmel

ไม้ตัดดอกที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อเข้าตลาดประมูลดังกล่าว จะถูกส่งตรงมาจากพ่อค้าต่างประเทศหรือผ่านผู้นำเข้าภายในประเทศ การอนุญาตนำเข้าตลาดประมูลแก่ผู้ผลิตต่างประเทศเป็นข้อตกลงในการที่จะกำหนดการส่งไว้ล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ ตลาดประมูลจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางโดยได้รับค่าคอมมิชชั่นเป็นเปอร์เซนต์จากการซื้อขาย การซื้อขายดอกไม้จากตลาดนอกยุโรปของผู้นำเข้าส่วนมากจะกำหนดราคาค่อนข้างคงที่ ไม้ตัดดอกที่ประเทศไทยนำเข้าส่วนมากเป็นกล้วยไม้เมืองร้อน (Tropical orchids) ได้แก่ พวกสกุลหวายต่าง ๆ ในส่วนของกล้วยไม้เมืองร้อน ประเทศไทยมีส่วนการตลาดถึง 86 เปอร์เซนต์ จะเห็นได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมาก



ภาพที่ 5 วิถีการตลาดดอกกล้วยไม้ในประเทศเนเธอร์แลนด์

ถึงแม้ประเทศเนเธอร์แลนด์ จะเป็นผู้ผลิตกล้วยไม้ สกุลซิมบิเดียมรายใหญ่ของโลก แต่เนื่องจากความแปลกใหม่และมีสีสวยงามของกล้วยไม้สกุลหวายจากประเทศไทย ก็ไม่น่าจะมีผลกระทบแต่อย่างใด ดังนั้นหากเรารักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานตลอดไปก็สามารถครองตลาดแห่งนี้ไปอีกนาน

2.3 อิตาลี เป็นประเทศผู้นำเข้าดอกกล้วยไม้ไทยเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศยุโรป และเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศญี่ปุ่น โดยนำเข้าดอกกล้วยไม้ประมาณ 14 เปอร์เซนต์ของไม้ตัดดอกทั้งหมด ดอกกล้วยไม้ส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศไทยถึง 90 เปอร์เซนต์ ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่นำเข้าเป็นพวก สกุลหวาย

ระบบการจัดจำหน่ายของไม้ตัดดอก ยังไม่ค่อยดีนักในตลาดอิตาลี ทั้งนี้เนื่องจากมีหลายขั้นตอนกว่าจะถึงผู้บริโภค รวมทั้งมีผู้จำหน่ายรายเล็ก ๆ ที่ขายอย่างไม่ถูกกฎหมาย นำไม้ตัดดอกเข้ามาขายในราคาที่ถูกมาก ๆ เป็นการทุ่มตลาด มีผลทำให้ราคาไม้ตัดดอกขึ้นลงอย่างมาก ผู้จำหน่ายรายเล็ก ๆ ส่วนมากจะมีปัญหากับผู้ส่งออกในกรณีที่นำสินค้าเข้ามาแล้วไม่ชำระเงิน โดยมีการย้ายที่อยู่หนี เป็นต้น ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้นำเข้าที่อยู่ทางตอนใต้ของประเทศ

แนวโน้มการนำเข้าดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในอิตาลีมีมากขึ้น เนื่องจากดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยเป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ดอกกล้วยไม้สกุลหวายของประเทศไทยยังมีสีสันที่สวยงามและแปลกตาจากดอกกล้วยไม้พวกสกุลซิมบิเดียมที่ทางยุโรปมีอยู่ และในช่วงฤดูหนาว (เดือน พ.ย.-เม.ย.) อิตาลีขาดแคลนไม้ตัดดอก จึงเป็นโอกาสดีสำหรับการส่งดอกกล้วยไม้ไทยด้วย แต่อย่างไรก็ตาม หากจะรักษาตลาดและเพิ่มสัดส่วนในตลาดนี้ ผู้ส่งออกจะต้องพิตารณาประเด็นต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. ผู้ส่งออกไม้ตัดดอกของไทย ควรจะต้องพิจารณาติดต่อกับผู้นำเข้าชาวอิตาเลียนที่ไว้ใจได้เท่านั้น มีความชำนาญในตลาดและค้าขายสินค้านี้มานานพอสมควร เนื่องจากมีปรากฏอยู่เสมอที่นำเข้าสินค้าแล้วไม่จ่ายเงินตามที่ตกลงกันไว้

2. ผู้ผลิตและผู้ส่งออกของไทย ควรจะขยายพันธุ์ที่เหมาะสม และใช้เทคนิคใหม่ ๆ ในการพัฒนา ไม่ควรจะยึดติดกับกล้วยไม้เพียงอย่างเดียว เพราะในอนาคตไม้ตัดดอกพันธุ์ใหม่ ๆ

กำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและอาจมีผลกระทบต่อดอกกล้วยไม้ไทยได้ เช่น ไม้ตัดดอกพันธุ์ลิลิอุม ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของชาวอิตาเลียนในขณะนี้

3. แนวโน้มในอนาคตของตลาดประเภทนี้ ผู้บริโภคมีแนวโน้มว่า จะหันมาทางไม้ต้นเพิ่มขึ้นทุกขณะ ดังนั้นการส่งเสริมไม้ตัดดอกไทยในตลาดอิตาลีเป็นสิ่งจำเป็น ผู้นำเข้าชาวอิตาเลียนหลายรายพร้อมที่จะร่วมมือกับผู้ส่งออกไม้ตัดดอกไทย ทำการส่งเสริมดังกล่าวในสถานที่ ๆ เหมาะสม เช่น งานแสดงสินค้าที่จัดสำหรับไม้ตัดดอก หรือไม้ต้นโดยเฉพาะหรือเทศกาลที่สำคัญ ๆ ต่าง ๆ

2.4 ตลาดทางด้านยุโรปประเทศอื่น ๆ เช่น สวิสเซอร์แลนด์ ฟินแลนด์ สวีเดน สหราชอาณาจักร นอรเวย์ และสเปน ประเทศเหล่านี้ยังมีโอกาสขยายตลาดได้อีกมาก เพราะดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยยังเป็นที่นิยม และรู้จักกันมาก

สำหรับนโยบายการนำเข้าของตลาดยุโรป โดยเฉพาะกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจร่วมยุโรป (EEC) คือ

1. เก็บภาษีนำเข้าเป็น 2 อัตรา คือ

1.1 ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน ถึง 31 ตุลาคม เก็บอัตราร้อยละ 24

1.2 ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึง 31 พฤษภาคม เก็บอัตราร้อยละ 17

2. ใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) กับประเทศกำลังพัฒนาโดยลดหย่อนภาษีขาเข้าเก็บเพียงร้อยละ 15 ตลอดทั้งปี ซึ่งประเทศไทยอยู่ในข่ายนี้ด้วย

3. <u>ตลาดอเมริกาเหนือ</u> ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่นำเข้าดอกกล้วยไม้สกุลหวายมาดามปอมปาดัวร์ และหวายซีซาร์ ช่วงความต้องการดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทย จะเป็นช่วงที่อาวายไม่สามารถผลิตดอกกล้วยไม้ สนองความต้องการของสหรัฐอเมริกาได้ ทำให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดไปยังตลาดแห่งนี้ได้เพิ่มขึ้น และโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ด้วย

สำหรับตลาดอเมริกาเหนือนี้ ประชาชนไม่ค่อยนิยมดอกไม้มากเหมือนชาวยุโรปแต่

ก็ยังมีการนำเข้าดอกกล้วยไม้เช่นกัน โดยมากจะสั่งซื้อดอกกล้วยไม้ จากประเทศเนเธอร์แลนด์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันและฮ่องกง เพราะราคาถูกและค่าขนส่งก็ถูกกว่าสั่งซื้อจากประเทศไทย ทั้ง ๆ ที่ประเทศเหล่านี้นำเข้าจากประเทศไทยเกือบทั้งหมด ในบางครั้งตลาดเหล่านี้สั่งซื้อโดยตรงจากผู้ส่งออกไทย โดยต้องส่งผ่านฮ่องกงและชำระเงินผ่านทางฮ่องกง ซึ่งเป็นปัญหาที่ควรพิจารณาเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ให้หันมาสั่งซื้อจากประเทศไทยโดยตรง

นโยบายการนำเข้าของตลาดนี้คือ ดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) ไม่ต้องเสียภาษีขาเข้า ยกเว้นดอกกล้วยไม้สดที่ส่งผ่านประเทศอื่น ดอกกล้วยไม้สดที่นำเข้าจะถูกตรวจสอบคุณภาพ โรคพืช และเชื้อราต่าง ๆ ซึ่งหากตรวจสอบพบสิ่งผิดปกติ อาจถูกห้ามนำเข้า หรือถูกส่งไปรมควัน ซึ่งมีผลทำให้อายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้สั้นลง

ช่องทางการจำหน่าย สหรัฐอเมริกาจะมีตลาดประมูลไม้ดอกไม้ประดับอยู่เพียงแห่งเดียว คือ ที่มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ณ เมืองแซนดิเอโก ซึ่งอยู่ตอนใต้สุดของมลรัฐนี้ มีชื่อว่า "SanDiego County Flower & Plant Auction" ซึ่งเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2525 โดยสมาคมผู้ปลูกไม้ดอกแคลิฟอร์เนีย (California Floriculture Grower Association) จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของสหกรณ์ผู้ปลูก เช่นเดียวกันกับของประเทศเนเธอร์แลนด์และแคนาดา โดยลอกเลียนแบบมาจากตลาดประมูล ของแคนาดา จุดประสงค์สำคัญของตลาดประมูลแห่งนี้ คือ ต้องการให้ผู้ซื้อหรือผู้ค้าสามารถเลือกซื้อผลิตผลที่มีคุณภาพดีเยี่ยมทั้งไม้ดอกไม้ใบและไม้กระถาง ณ ที่แห่งเดียวโดยไม่ต้องตระเวนซื้อสินค้าตามแหล่งปลูกต่าง ๆ ซึ่งสิ้นเปลืองทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย

<u>ประเทศคู่แข่งสำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย</u>

ประเทศคู่แข่งขันสำคัญที่ส่งออกดอกกล้วยไม้ และไม้ตัดดอกอื่น ๆ ที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดยุโรปและอเมริกา ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ อิสราเอล แคนาดา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ แต่ประเทศคู่แข่งขันส่งออกดอกกล้วยไม้ที่สำคัญ ได้แก่

ประเทศเนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ สำหรับประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยด้วย โดยมีการสั่งเข้าดอกกล้วยไม้ส่วนหนึ่งเพื่อส่งออกต่อไป ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศคู่แข่งขันดอกกล้วยไม้ที่สำคัญที่สุดของไทยซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน โดยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของดอกกล้วยไม้สกุลแมลงปอพันธุ์ต่าง ๆ ได้แก่ แม็กกีวี เจมส์-สตอริไอ คริสติน เนื่องจากภูมิอากาศในประเทศสิงคโปร์เหมาะสมกับดอกกล้วยไม้สกุลนี้มาก แต่สำหรับประเทศไทย ภูมิอากาศเหมาะสมที่จะปลูกเลี้ยงกล้วยไม้สกุลหวายมากกว่า และยังเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในตลาดต่างประเทศเช่นกัน

ย้อนหลังไปในช่วงปี ค.ศ. 1970 การส่งออกต้นพันธุ์ของดอกกล้วยไม้ไทยไปยังสิงคโปร์ ได้เป็นสาเหตุสำคัญที่ช่วยให้ผู้ปลูกดอกกล้วยไม้ในสิงคโปร์สามารถพัฒนาการปลูก และขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้เป็นผลสำเร็จอยู่ในขณะนี้ จากการวิเคราะห์สถิติการนำเข้าและส่งออกของต้นพันธุ์และดอกกล้วยไม้สดของสิงคโปร์ และจากรายงานการสำรวจตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดของสิงคโปร์ไปยังประเทศญี่ปุ่น ได้สะท้อนให้เห็นการพัฒนาการผลิตและการขยายตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดของสิงคโปร์ ซึ่งมีความรุดหน้ามากกว่าของประเทศไทย

เหตุสนับสนุนการเพิ่มส่งออก จากรายงานการสำรวจตลาดของดอกกล้วยไม้สดสิงคโปร์ในประเทศญี่ปุ่นได้สรุปเหตุผลที่ทำให้การส่งออกดอกกล้วยไม้สดของสิงคโปร์ไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมีดังนี้

1. คุณภาพคงที่ สม่ำเสมอแน่นอน

2. การบรรจุหีบห่อที่ดี ช่วยรักษาฟอร์มและขยายอายุความสดของดอกกล้วยไม้ได้ยาวนานขึ้น

3. ก้านดอกกล้วยไม้สด และกลีบดอกแข็งแรงรวมทั้งกลีบดอกมีฟอร์มดี (BLOSSOM WELL)

4. ตลาดญี่ปุ่นมีความนิยมใช้ดอกกล้วยไม้เป็นของขวัญเพิ่มมากขึ้น และขณะนี้ตลาดยังจะสามารถรองรับอุปทานของดอกกล้วยไม้สดได้เพิ่มขึ้นอีกมาก

ตามเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมด ดอกกล้วยไม้สดของสิงคโปร์จึงเป็นที่ยอมรับของคนญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพสูงกว่าของประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ทำให้ร้อยละ 50 ของมูลค่าที่สิงคโปร์ส่งออกเป็นการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น

ปัจจุบันประเทศสิงคโปร์ได้ร่วมมือกับอินโดนีเซียและมาเลเซียอย่างใกล้ชิด ด้านการค้าและการลงทุน ภายใต้แนวความคิดของโครงการ SINGAPORE-RIAU-JOHOR GROWTH TRIANGLE ซึ่งโครงการหนึ่งในหลาย ๆ โครงการได้แก่ การร่วมทุนทำฟาร์มดอกกล้วยไม้ และภายใต้โครงการเลี้ยงดอกกล้วยไม้นี้ ได้กำหนดวัตถุประสงค์การผลิตเพื่อการส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นและอื่น ๆ ด้วย

อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์จากการส่งออกต้นพันธุ์ดอกกล้วยไม้กับผลกระทบที่เกิดกับการแข่งขันด้านการส่งออกดอกกล้วยไม้สดของไทยเช่นกรณีสิงคโปร์กับไทย ผลลัพธ์จะมีมากน้อยหรือเป็นบวกหรือลบประการใดหรือไม่ ทั้งนี้หากมีความจำเป็นที่จะต้องสงวนพันธุ์ไว้ เพื่อรักษาผลประโยชน์ด้านการส่งออกในระยะยาวแล้วก็อาจจะต้องดำเนินการตามควรแก่กรณีต่อไป

บทที่ 3

ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดของประเทศไทยดังตาราง 7 สรุปได้ว่า ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยทำการส่งออกดอกกล้วยไม้มีมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 701.33 ล้านบาท โดยในเดือนตุลาคมจะมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด คือประมาณ 83.80 ล้านบาท และในเดือนกรกฎาคมมีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุด คือประมาณ 33.60 ล้านบาท

มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ประเทศญี่ปุ่น

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศญี่ปุ่น ดังตารางที่ 8 สรุปได้ว่า ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยทำการส่งออกดอกกล้วยไม้รวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 342.17 ล้านบาท โดยในเดือนตุลาคมจะมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด คือประมาณ 36.98 ล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น เริ่มจากเดือนกรกฎาคม ทั้งนี้เป็นเพราะประเทศญี่ปุ่นอยู่ในช่วงของฤดูหนาว ดอกไม้ท้องถิ่นมีน้อย และใกล้เทศกาลต่าง ๆ เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ เป็นต้น ในเดือนมิถุนายนมีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุด คือประมาณ 18.69 ล้านบาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศไทยอยู่ในช่วงของหน้าแล้ง ดอกกล้วยไม้มีผลผลิตน้อย จึงทำให้มูลค่าการส่งออกลดลง

ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ดังตารางที่ 9 สรุปได้ว่า ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยทำการส่งออกดอกกล้วยไม้รวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 30.62 ล้านบาท โดยในเดือนพฤศจิกายนจะมีมูลค่า

ตารางที่ 7 ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดของประเทศไทย เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

เดือน	มูลค่าการส่งออก		ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2535	พ.ศ.2536	
มกราคม	66.93	58.68	+14.06
กุมภาพันธ์	64.20	55.95	+14.75
มีนาคม	57.21	52.06	+9.89
เมษายน	60.60	52.72	+14.95
พฤษภาคม	49.48	45.42	+8.94
มิถุนายน	33.63	34.11	-1.41
กรกฎาคม	31.20	33.60	-7.14
สิงหาคม	39.48	43.34	-8.91
กันยายน	71.02	73.11	-2.86
ตุลาคม	90.54	83.80	+8.04
พฤศจิกายน	68.81	69.89	-1.55
ธันวาคม	68.26	69.99	-2.47
มูลค่าการส่งออกโดยรวม	701.33	672.59	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 8 ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

เดือน	มูลค่าการส่งออก		ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2535	พ.ศ.2536	
มกราคม	34.44	29.86	-24.91
กุมภาพันธ์	28.84	26.71	-7.39
มีนาคม	28.65	30.95	+8.03
เมษายน	33.56	28.37	-15.47
พฤษภาคม	26.36	23.53	-10.74
มิถุนายน	15.55	18.69	+20.19
กรกฎาคม	15.83	19.81	+25.14
สิงหาคม	18.85	23.18	+22.97
กันยายน	37.82	34.75	-8.12
ตุลาคม	44.02	36.98	-15.99
พฤศจิกายน	36.89	33.56	-9.03
ธันวาคม	36.13	35.79	-0.94
มูลค่าการส่งออกโดยรวม	356.94	342.17	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 9 ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศสหพันธ์-สาธารณรัฐเยอรมัน เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

เดือน	มูลค่าการส่งออก		ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2535	พ.ศ.2536	
มกราคม	5.81	3.80	-34.60
กุมภาพันธ์	5.37	3.16	-41.16
มีนาคม	3.33	2.65	-20.42
เมษายน	2.98	1.80	-39.60
พฤษภาคม	2.36	1.50	-36.44
มิถุนายน	0.96	0.86	-10.42
กรกฎาคม	1.14	1.01	-11.40
สิงหาคม	1.65	1.38	-16.36
กันยายน	4.39	3.08	-29.84
ตุลาคม	4.90	3.82	-22.04
พฤศจิกายน	4.68	3.83	-18.16
ธันวาคม	3.93	3.72	-5.34
มูลค่าการส่งออกโดยรวม	41.50	30.62	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

การส่งออกสูงที่สุด คือประมาณ 3.83 ล้านบาท ทั้งนี้น่าจะเป็นเพราะ เดือนพฤศจิกายน เป็นช่วงที่ใกล้กับเทศกาลต่าง ๆ เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งชาวยุโรปนิยมใช้ดอกไม้เป็นของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ และในเดือนมิถุนายน มีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุด คือประมาณ 0.86 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นเพราะในช่วงเดือนมิถุนายนดอกไม้ท้องถิ่นของประเทศเยอรมันและประเทศใกล้เคียงมีปริมาณมาก ทำให้ปริมาณความต้องการดอกกล้วยไม้จากประเทศไทยลดน้อยลง

<u>ประเทศเนเธอร์แลนด์</u>

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ดังตารางที่ 10 สรุปได้ว่า ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยทำการส่งออกดอกกล้วยไม้รวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 33.49 ล้านบาท โดยในเดือนตุลาคม จะมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด คือประมาณ 4.37 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นเพราะ อยู่ใกล้ช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ เป็นต้น และในเดือนกรกฎาคมมีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุด คือประมาณ 1.18 ล้านบาท เป็นเพราะในช่วงนี้ดอกไม้ท้องถิ่นของประเทศเนเธอร์แลนด์และประเทศใกล้เคียงมีปริมาณมากทำให้ปริมาณความต้องการดอกกล้วยไม้จากประเทศไทยลดน้อยลง เช่นเดียวกับประเทศเยอรมัน

<u>ประเทศอิตาลี</u>

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศอิตาลี ดังตารางที่ 11 สรุปได้ว่า ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยทำการส่งออกดอกกล้วยไม้รวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 87.20 ล้านบาท โดยในเดือนตุลาคม จะมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด คือประมาณ 13.32 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นเพราะอยู่ใกล้ช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ เป็นต้น และในเดือนกรกฎาคมมีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุด คือประมาณ 5.38 ล้านบาท ทั้งนี้น่าจะมีเหตุผลเช่นเดียวกับประเทศเยอรมันและเนเธอร์แลนด์ คือ ประเทศอิตาลีและประเทศใกล้เคียงสามารถผลิตดอกไม้ท้องถิ่นได้มาก จึงทำให้ปริมาณความต้องการดอกกล้วยไม้จากประเทศไทยลดน้อยลง

ตารางที่ 10 ผลการพยากรณ์ มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

เดือน	มูลค่าการส่งออก		ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2535	พ.ศ.2536	
มกราคม	2.90	3.34	+15.17
กุมภาพันธ์	2.92	3.41	+16.78
มีนาคม	2.30	2.71	+17.83
เมษายน	2.28	2.54	+11.40
พฤษภาคม	1.78	2.15	+20.79
มิถุนายน	1.19	1.40	+17.65
กรกฎาคม	0.89	1.18	+32.58
สิงหาคม	1.57	1.88	+19.75
กันยายน	4.25	3.65	-14.12
ตุลาคม	5.39	4.37	-18.92
พฤศจิกายน	3.40	3.47	+8.82
ธันวาคม	3.40	3.38	-0.59
มูลค่าการส่งออกโดยรวม	32.26	33.49	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 11 ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศอิตาลี เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

เดือน	มูลค่าการส่งออก		ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2535	พ.ศ.2536	
มกราคม	7.11	7.09	-0.28
กุมภาพันธ์	6.40	6.51	+1.72
มีนาคม	6.37	6.92	+8.63
เมษายน	6.06	6.04	-0.33
พฤษภาคม	5.26	5.51	+4.75
มิถุนายน	5.36	5.48	+2.39
กรกฎาคม	4.96	5.38	+8.47
สิงหาคม	6.68	6.78	+1.50
กันยายน	9.42	9.19	-2.44
ตุลาคม	16.04	13.32	-16.96
พฤศจิกายน	6.38	6.41	+0.47
ธันวาคม	7.51	8.56	+13.98
มูลค่าการส่งออกโดยรวม	87.54	87.20	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ประเทศสหรัฐอเมริกา

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ดังตารางที่ 12 สรุปได้ว่า ในปี พ.ศ. 2536 ประเทศไทยทำการส่งออกดอกกล้วยไม้รวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 77.23 ล้านบาท โดยในเดือนเมษายน จะมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด คือประมาณ 8.26 ล้านบาท ทั้งนี้น่าจะเป็นเพราะ เดือนเมษายน ซึ่งตรงกับฤดูร้อนของประเทศไทย ดอกกล้วยไม้ที่ออกดอกมากจะมีสีสรรงดงามตรงกับความต้องการดอกกล้วยไม้ของชาวอเมริกัน และในเดือนกรกฎาคมมีมูลค่าการส่งออกต่ำที่สุด คือประมาณ 5.04 ล้านบาท น่าจะเป็นเพราะเดือนกรกฎาคมตรงกับช่วงฤดูฝนของประเทศไทย ทำให้กล้วยไม้ที่ออกดอกได้รับความเสียหายจากการที่ฝนตกชุก จึงทำให้ปริมาณการส่งออกลดน้อยลง

จากการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งสิ้นของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2536 ข้างต้น (ตารางที่ 13) สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่าสูงที่สุด ประมาณ 342.16 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50.87 ของการส่งออกทั้งสิ้น ทั้งนี้น่าจะเป็นเพราะเหตุผลดังนี้ คือ ดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยมีคุณภาพและสีสรรตรงกับความต้องการของชาวญี่ปุ่นที่มีความนิยมใช้ดอกกล้วยไม้เป็นของขวัญเพิ่มมากขึ้น และประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกับประเทศญี่ปุ่น จึงทำให้การคมนาคมขนส่งสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นสาเหตุให้ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าของทั้งสองประเทศนิยมติดต่อค้าขายกัน และประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกน้อยที่สุดคือ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันมีมูลค่าประมาณ 30.62 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.55 ทั้งนี้เป็นเพราะ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันจะนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับจากประเทศเนเธอร์แลนด์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศอิตาลี โคลัมเบีย เคนยา สเปน และประเทศไทย ตามลำดับ โดยในส่วนที่นำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด จะเป็นดอกกล้วยไม้สกุลหวาย ทั้งนี้เพราะผู้ปลูกเลี้ยงของประเทศไทยสามารถผลิตดอกกล้วยไม้ได้คุณภาพดี มีสีสรรสวยงามแตกต่างจากประเทศอื่นที่ไม่สามารถผลิตได้

ตารางที่ 12 ผลการพยากรณ์ มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นรายเดือน ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

เดือน	มูลค่าการส่งออก		ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2535	พ.ศ.2536	
มกราคม	4.86	5.74	+11.34
กุมภาพันธ์	5.17	6.06	+17.22
มีนาคม	4.77	6.39	+33.96
เมษายน	6.62	8.26	+24.77
พฤษภาคม	6.23	8.23	+32.10
มิถุนายน	4.48	6.02	+34.38
กรกฎาคม	3.61	5.04	+39.61
สิงหาคม	4.50	6.12	+36.00
กันยายน	6.03	6.67	+10.61
ตุลาคม	6.00	6.54	+9.00
พฤศจิกายน	5.92	6.31	+6.59
ธันวาคม	5.53	5.76	+4.16
มูลค่าการส่งออกโดยรวม	63.72	77.23	

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 13 สรุปมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ในปี พ.ศ. 2536

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเทศที่สำคัญ	มูลค่าการส่งออก	ร้อยละ
ญี่ปุ่น	342.16	50.87
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	30.62	4.55
เนเธอร์แลนด์	33.49	4.98
อิตาลี	87.20	12.97
สหรัฐอเมริกา	77.23	15.15
อื่น ๆ	101.89	11.48
รวม	672.59	100.00

ที่มา : (จากการคำนวณ)

บทที่ 4

ปัญหาและแนวทางแก้ไขการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

ปัญหาการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

อุปสรรค และปัญหาในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ไปยังตลาดต่าง-ประเทศพอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ปัญหาคุณภาพของดอกกล้วยไม้สดด้อยลง ปัญหานี้มีสาเหตุสืบเนื่อง ทั้งในด้านผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก กล่าวคือ

1.1 ด้านผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ ในปัจจุบันค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ ไม่ว่าจะเป็น วัสดุอุปกรณ์ในการปลูกสร้างโรงเรือน ค่าปุ๋ย ค่ายาฆ่าแมลงและเชื้อรา และค่าแรงงาน ต่างมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นลำดับ จึงเป็นสาเหตุสำคัญให้ผู้เลี้ยงกล้วยไม้พยายามหาทางลดค่าใช้จ่ายในการปลูกกล้วยไม้ลง ซึ่งวิธีที่นิยมปฏิบัติกันในขณะนี้คือเปลี่ยนเครื่องปลูกจากเดิมซึ่งปลูกด้วยถ่านมาเป็นกาบมะพร้าวแห้ง ทั้งนี้เนื่องจาก กาบมะพร้าวสามารถซับความชื้นได้มาก และมีระยะเวลายาวนานกว่าถ่าน ช่วยให้ผู้เลี้ยงกล้วยไม้ ไม่จำเป็นต้องให้น้ำ แก่กล้วยไม้บ่อย ๆ ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้มาก นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มผลผลิตต่อเนื้อที่เพาะปลูกจากเดิมที่ปลูกด้วยถ่านด้วย แต่ทางด้านคุณภาพนั้นกลับปรากฏว่า ดอกกล้วยไม้ที่ได้จะด้อยกว่าการปลูกด้วยถ่าน ทั้งนี้เนื่องจาก การที่กาบมะพร้าว สามารถดูดซับความชื้นได้สูงนั้น ส่งผลให้ดอกกล้วยไม้ที่ได้มีความชื้นสูงตามไปด้วย ซึ่งมีผลเสียทำให้ดอกกล้วยไม้เหี่ยวเฉาเร็วกว่าการปลูกด้วยถ่าน

1.2 ด้านผู้ส่งออก การเตรียมการบรรจุหีบห่อดอกกล้วยไม้ของผู้ส่งออกบางรายยังไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ทำให้ความคงทนของดอกกล้วยไม้ลดลง ประกอบกับการขนส่งจำเป็นต้องส่งโดยทางเครื่องบิน ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งอยู่ในเกณฑ์สูง ดังนั้นผู้ส่งออกบางรายจึงเพิ่มจำนวนช่อกล้วยไม้ในกล่องให้มากขึ้น ซึ่งมีผลทำให้ดอกกล้วยไม้อัดแน่น และช้ำ ความคงทนของดอกกล้วยไม้เมื่อถึงมือผู้ซื้อในต่างประเทศลดลง

2. การตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก นับว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สดอย่างมาก เนื่องจากเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออก

มีแนวโน้มลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออก สาเหตุสำคัญของปัญหานี้มีอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับผู้ปลูกเลี้ยง กับระดับการส่งออก ในระดับผู้ปลูกเลี้ยง เนื่องจากมาตรฐานของแต่ละบริษัทผู้ส่งออกแตกต่างกันและผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้มีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นบริษัทผู้ส่งออก จึงอยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคารับซื้อกล้วยไม้ในประเทศ ส่วนในระดับการส่งออก โดยมากผู้นำเข้าจากต่างประเทศจะซื้อดอกกล้วยไม้สดโดยการประมูลราคา โดยจะซื้อจากผู้ส่งออกที่เสนอขายในราคาต่ำสุด ซึ่งทำให้ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยตัดราคาส่งออกกันเองเพื่อให้สามารถเสนอขายสินค้าของตนได้

3. มีพันธุ์กล้วยไม้น้อยชนิดสำหรับการส่งออก อาจกล่าวได้ว่าการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกทั้งหมด ทำให้ดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศในระยะเวลาสั้นเท่านั้น เนื่องจากกล้วยไม้สกุลหวายมาตามปอมปาดัวร์ ออกดอกไม่ตรงกับระยะความต้องการมากของตลาดต่างประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ เมื่อหลายปีมาแล้วสิงคโปร์มีชนิดดอกกล้วยไม้มากกว่าประเทศไทย ทั้งนี้พื้นที่เพาะปลูกและแรงงานน้อยกว่า ทำให้สิงคโปร์มีรายได้เข้าประเทศจากการส่งออกดอกกล้วยไม้ใกล้เคียงกับประเทศไทย

4. การขนส่งทางอากาศ เนื่องจากการส่งออกดอกกล้วยไม้เพื่อรักษาความสด จึงจำเป็นต้องขนส่งทางเครื่องบิน ซึ่งมีปัญหาที่เกิดขึ้นแยกพิจารณาได้ 2 ทาง คือ

4.1 ค่าขนส่งทางอากาศ ซึ่งเป็นต้นเหตุที่สำคัญในการส่งออกดอกกล้วยไม้สด ปัจจุบันการกำหนดอัตราค่าขนส่งทางอากาศ สำหรับดอกกล้วยไม้จะเป็นการประชุมร่วมกันหลายฝ่ายระหว่างกรมการบินพาณิชย์ ศูนย์บริการส่งออก สายการบินต่าง ๆ และผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้สด ซึ่งการประชุมนี้จะจัดขึ้นปีละครั้ง ภายหลังจากวิกฤตการณ์น้ำมัน ค่าขนส่งทางอากาศเริ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สด กรมการบินพาณิชย์ และสายการบินต่าง ๆ จึงได้พิจารณาลดค่าขนส่งลงร้อยละ 10 และในปี 2528 พิจารณาให้ความช่วยเหลือโดยลดปริมาณส่งออกขั้นต่ำลงเหลือ 45 กิโลกรัม สำหรับเมืองปลายทางที่ยังไม่มีพิกัดนี้กำหนดไว้เพื่อให้ผู้ส่งออกรายย่อยสามารถขยายตลาดได้ และเพิ่มพิกัดน้ำหนักขั้นสูง 500 กิโลกรัม สำหรับเมืองปลายทางที่มีการส่งออกดอกกล้วยไม้เป็นจำนวนมาก ซึ่งอัตราค่าขนส่งในปัจจุบันแสดงไว้ในตารางที่ 5

4.2 ระวางการขนส่งทางอากาศไม่เพียงพอ เนื่องจากในปัจจุบันรัฐบาลห้ามา

สนับสนุนสินค้าส่งออกทุกประเภท ทำให้เกิดการแย่งระวางการขนส่ง โดยผู้ที่อยู่ในวงการกล้วยไม้ประมาณว่าในปี 2529 นั้นมีการสั่งซื้อดอกกล้วยไม้สดและมีการเตรียมของพร้อมที่จะส่งออก แต่ไม่สามารถส่งออกได้ ก่อให้เกิดผลเสียหายประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ทั้ง ๆ ที่ดอกกล้วยไม้สดส่วนนี้เป็นส่วนที่ควรจะส่งออกได้ แต่มีปัญหาในเรื่องระวางการขนส่งไม่เพียงพอโดยเฉพาะ ในช่วงที่มีการส่งออกมากในเดือนกันยายน-กุมภาพันธ์ สายการบินต่าง ๆ มีเนื้อที่สำหรับบรรทุกสินค้าจำกัด และไม่อาจสนองความต้องการส่งออกดอกกล้วยไม้สดได้ทั้งหมด โดยเฉพาะสายการบินที่ไปยุโรปมีปัญหาเรื่องระวางบรรทุกไม่เพียงพอมากที่สุด

5. พิธีการส่งออก การส่งออกดอกกล้วยไม้สด หลังจากได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศแล้ว มีขั้นตอนดังนี้

5.1 การตรวจโรคพืช (แล้วแต่ข้อตกลงของผู้นำเข้าว่าต้องการหลักฐานนี้หรือไม่) เมื่อผ่านการตรวจโรคพืชแล้ว กองกักกันโรคพืช กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะออกเอกสารใบปลอดโรคพืช (Phytosunitary Certificate) ซึ่งเอกสารดังกล่าวนี้พิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ดังนั้น จึงควรปรับปรุงพิมพ์เป็นภาษาท้องถิ่นของประเทศปลายทาง เช่น ภาษาญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการขออนุญาตนำเข้า

5.2 การควบคุมของธนาคารแห่งประเทศไทย เกี่ยวกับแบบฟอร์มคำขอใบสุทธิคุ้มของที่ส่งออก (แบบ ล.ป.61) และคำเสนอขายเงินตราต่างประเทศประเภทเงินทุนเงินกู้หรือเงินที่อาจจะต้องส่งคืนภายหลัง (แบบ ล.ป.71 ก.) ทั้งนี้เพื่อควบคุมปริมาณเงินตราต่างประเทศ ซึ่งการขออนุญาตดังกล่าวต้องขออนุญาตไว้ก่อน แต่ในความเป็นจริงนั้น การส่งออกดอกกล้วยไม้สดจะส่งมากในวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันจันทร์ มากที่สุด โดยที่ผู้สั่งซื้อมักจะเทเล็กซ์สั่งในโอกาสสุดท้าย หลังจากได้รวบรวมความต้องการและสำรวจสินค้าเรียบร้อยแล้ว ส่วนมากใบสั่งของจะเข้ามาในวันหยุด ดังนั้นการขออนุญาตไว้ล่วงหน้าในเวลาราชการ จึงแจ้งจำนวนได้ไม่ถูกต้องกับความเป็นจริง

5.3 การทำฟอร์ม A. สำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้สดที่จะส่งไปประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) เช่น ญี่ปุ่น ประชาคมยุโรป สหรัฐอเมริกา ซึ่งการจัดทำฟอร์ม A. ของเจ้าหน้าที่กรมการค้าต่างประเทศ แม้จะมีการให้บริการ ในวันหยุดราชการ แต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการหาดอกกล้วยไม้สดให้ครบตามจำนวนกล่อง และมีน้ำหนัก

ตรงตามที่แจ้งไว้ล่วงหน้า ซึ่งถ้าหากสินค้าไม่ครบตามจำนวนก็จะมีปัญหาการนำเข้าของประเทศปลายทาง กล่าวคือ อาจจะถูกห้ามนำเข้าหรือถูกเก็บภาษีเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้ซื้อจะเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ส่งออกภายหลัง

หากปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการส่งออกที่กล่าวมาข้างต้น ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้องก็จะทำให้การส่งออกดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทยสดใสกว่าในปีที่ผ่านมาเนื่องจากจะสามารถรักษาตลาดเดิมไว้ได้ และขยายตลาดให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะตลาดสำคัญ ๆ ทั้งสามกลุ่ม คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และตลาดในยุโรป ซึ่งยังมีลู่ทางขยายได้อีกมาก ทั้งยังจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทย ถ้าได้รับการแก้ไขด้านคุณภาพแล้ว จะทำให้ดอกกล้วยไม้สดเป็นแหล่งเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ เช่น พืชเศรษฐกิจอื่น ๆ

แนวทางแก้ไขปัญหา

1. ในด้านปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการด้อยลงของ คุณภาพ ปริมาณการผลิต และพันธุ์ ซึ่งมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังนี้ ควรมีการควบคุมคุณภาพโดยเริ่มตั้งแต่ผู้ปลูกเลี้ยง คือ มีการคัดเลือกพันธุ์ที่ดี การดูแลรักษาให้ออกดอกที่มีคุณภาพดี ซึ่งได้แก่ การใช้เครื่องปลูกที่มีคุณภาพ เช่นการใช้ออสมันดา หรือ ถ่านแทนการปลูกด้วยกาบมะพร้าว การใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมตามหลักวิชาการ ตลอดจน วิธีการกำจัดโรคและแมลงศัตรูพืช การที่จะให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพที่ดีนั้นไม่เพียงแต่เริ่มตั้งแต่ผู้ปลูกเลี้ยงเท่านั้น การปฏิบัติต่อดอกกล้วยไม้หลังจากตัดจากต้น จนถึงการบรรจุหีบห่อที่ดี ก็จะมีส่วนช่วยให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพดีด้วย มีการดูแลรักษาดอกกล้วยไม้ให้อยู่ในสภาพเหมาะสมก่อนการขนส่งเพื่อไปบรรจุหีบห่อ มีการปรับปรุงในด้านการบรรจุหีบห่อ และการขนส่งให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อลดการเน่าเสียระหว่างการขนส่ง ตลอดจนการใช้น้ำยายืดอายุดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพที่ดี สามารถยืดอายุกล้วยไม้ได้ รวมทั้งมีการควบคุมคุณภาพกล้วยไม้เพื่อการส่งออกให้มีมาตรฐานเดียวกันไว้ถือปฏิบัติในการส่งออก การกำหนดมาตรฐานของดอกกล้วยไม้นี้ไม่สามารถจะยึดถือจากความสวยงาม แต่สามารถจะยึดถือจากจำนวนช่อดอกบาน ดอกตูมในแต่ละช่อและความยาวของช่อได้

2. เรื่องของการตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก ควรมีการร่วมมือกันของผู้ส่งออก เพื่อป้องกันการขายตัดราคา โดยมอบให้ทางสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยเป็นผู้รับผิดชอบ ในการแจ้งให้ผู้ส่งออกทั้งหมดทราบถึงราคาขั้นต่ำในการรับซื้อจากผู้ปลูกเลี้ยง และในการจำหน่ายแก่ต่างประเทศที่ได้กำหนดขึ้นเป็นราคามาตรฐาน โดยการตกลงของผู้แทนทั้งสามฝ่ายคือ ผู้แทนจากสมาคม ผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย ผู้แทนผู้ปลูกเลี้ยง และผู้แทนของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรง

3. ในเรื่องระวางบรรทุกทางอากาศไม่เพียงพอ ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ ได้ตั้งคณะทำงานขึ้นเพื่อคอยช่วยเหลือ ในเรื่องปัญหาระวางขนส่ง แต่การแก้ไขในเรื่องนี้ยังคงเป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น กล่าวคือ

3.1 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมได้สั่งการให้กรมการบินพาณิชย์ผ่อนคลายระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้สายการบินต่างประเทศ ซึ่งจะมีผลทำให้สามารถขนส่งสินค้าออกได้มากขึ้น การผ่อนผันจะออกมาในรูปการให้สิทธิการบินเพิ่มขึ้น สำหรับเที่ยวบินที่บรรทุกสินค้า ทั้งนี้มีเงื่อนไขว่าจะต้องขนส่งสินค้าไทยเท่านั้น

3.2 กรมการบินพาณิชย์ อาจจะพิจารณาอนุญาต ให้เครื่องบินโดยสารที่เหมาลำเข้ามา ส่งนักท่องเที่ยวนั้นขากลับสามารถขนสินค้าออก โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ไปได้

นอกจากนี้ หากเป็นไปได้คือ อนุญาต และจัดระเบียบให้เครื่องบินขนาดกลางประเภทไฟลอิ้งไทเกอร์ และเครื่องบินขนาดเล็กประเภทชาร์เตอร์ ของสายการบินต่างประเทศสามารถเข้ามารับส่งสินค้าได้ด้วย จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยระบายสินค้าออกได้มากขึ้น ทั้งยังเป็นการช่วยเพิ่มระวางบรรทุก และลดปัญหาการแย่งระวางกันระหว่างสินค้าต่าง ๆ

4. ปัญหาทางด้านพิธีทางศุลกากรนั้นได้เปิดให้มีบริษัท Shipping Agent ทำหน้าที่แทนผู้ส่งออก เนื่องจากผู้ส่งออกรายใหม่ยังไม่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องนี้ ซึ่ง Shipping Agent จะดำเนินเรื่องได้รวดเร็วกว่า เพื่อช่วยลดปัญหาความยุ่งยากในด้านพิธีการศุลกากร

5. ปัญหาเรื่องมาตรฐานในการส่งออก ก็เป็นปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในการส่งออกเนื่องจากยังไม่มีการจัดมาตรฐานในการส่งออกอย่างเป็นทางการ ดังนั้นจึงมีการเสนอแนวทางในการจัดมาตรฐานและรักษาคุณภาพของกล้วยไม้ ดังนี้

5.1 ให้กรมวิชาการเกษตร กรมการค้าภายใน และสำนักงานมาตรฐานสินค้า ร่วมมือกันในการจัดร่างกำหนดมาตรฐานคุณภาพของกล้วยไม้อย่างเป็นทางการ เพื่อขจัดความขัดแย้งกันระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งออก และลูกค้าต่างประเทศ และเพื่อการบรรจุหีบห่อที่ได้มาตรฐาน

5.2 ให้มีการวิจัย ทางด้านวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว โดยยืดอายุความสดและป้องกันการสูญเสียน้ำ เช่น มีการใช้น้ำยายืดอายุของดอกกล้วยไม้

5.3 ให้มีการติดตราโดยใช้สติกเกอร์ ที่มีตราเป็นสัญญลักษณ์ของประเทศไทย สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าชนิดนั้น โดยพิจารณาจากผู้ส่งออก ที่มีการส่งออกเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพ และให้มีการตรวจสอบโดยการสุ่มตัวอย่างอยู่เสมอ

6. ปัญหาด้านพิธีการในการส่งออก เช่น การขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช พิธีการศุลกากร การซื้อขาย และวิธีการชำระเงิน จะมีปัญหาที่สำคัญ คือ ความล่าช้า และความยุ่งยากในขั้นตอน ซึ่งมีผู้เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไว้ดังนี้

6.1 การออกใบรับรองการปลอดศัตรูพืช ควรจะจัดให้มีสถานที่ทำการตรวจและออกใบรับรองปลอดศัตรูพืชอยู่จุดเดียวกับที่ทำการด่านศุลกากร ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง หรือจุดส่งออกอื่น ๆ โดยให้ทางการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย เป็นผู้อำนวยความสะดวกในเรื่องสถานที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง หรือให้อยู่ในแหล่งผลิตนั้น ๆ และให้ทำการตรวจตลอด 24 ชั่วโมง

6.2 ด้านพิธีการศุลกากร รัฐบาลควรจะได้พิจารณาสนับสนุนด้านการชดเชย ลด และยกเว้นค่าอากร ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เช่น ค่าล่วงเวลานักงานตรวจสินค้าที่ท่าอากาศยาน ภาษีศุลกากร

6.3 การซื้อขายและวิธีการชำระเงิน ควรพยายามหลีกเลี่ยงการซื้อขายในรูปการขายฝากเพื่อป้องกันการถูกโกง ควรส่งเสริมให้มีการซื้อขายโดยการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต โดยการส่งออกไปทุกประเทศ และเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย

7. เกี่ยวกับด้านผู้ส่งออกควรมีแนวทางแก้ไขดังนี้ คือ

7.1 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มของผู้ส่งออก ในรูปสมาคมผู้ส่งออกโดยเฉพาะ โดยการร่วมรับรองของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งก็ได้มีสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยแล้วจากการ

อนุมัติจัดตั้งเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2522 เพื่อกลุ่มผู้ส่งออกจะได้มีอำนาจต่อรองราคากับผู้สั่งเข้าต่างประเทศมากขึ้น เช่น ขอให้เปิดหรือขอให้ผู้สั่งเข้าจ่ายประมาณครึ่งหนึ่งของค่ากล้วยไม้เมื่อจะสั่งซื้อแต่ละครั้ง ส่วนทางด้านสมาคม ก็น่าจะได้รวบรวมรายชื่อผู้ส่งเข้าที่เรียกเก็บเงินไม่ได้ (ซึ่งผู้ส่งออกทั้งหมดแจ้งมา) ไว้เป็นบัญชีดำ (black list) พิมพ์แจกให้กับผู้ส่งออกถือปฏิบัติตามทุกคน คือ ห้ามติดต่อค้าขายกับผู้สั่งเข้าที่มีรายชื่อในบัญชีดังกล่าวอย่างเด็ดขาด

7.2 ผู้ส่งออกทุกราย ควรให้ความร่วมมือกับทางราชการ โดยพยายามติดตามข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อลดความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากความล่าช้าในการติดต่อกับหน่วยราชการต่อไปได้

7.3 ผู้ส่งออกทุกรายควรจะได้มีการเตรียมพร้อมทั้งสินค้า เอกสาร และการจองที่บรรทุกเครื่องบินไว้ล่วงหน้าเสมอก่อนที่จะมีการส่งออกทุกครั้ง

8. ทางด้านสมาคมกล้วยไม้ต่าง ๆ ควรจะส่งเสริมให้มีการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสมาคมฯ จริง ๆ โดยที่คณะกรรมการผู้บริหารของแต่ละสมาคม ควรจะได้รับการแต่งตั้งมาจากการเลือกตั้งของสมาชิกทั้งหมดของสมาคมและให้มีการผลัดเปลี่ยนทุกระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้และควรมีการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสมาคมให้สาธารณะชนได้ทราบเป็นครั้งคราวเพื่อให้ผู้สนใจจะสมัครเข้าเป็นสมาชิกสามารถติดต่อสมัครได้

ปัญหาต่าง ๆ จะสามารถลดน้อยและยุติลงได้ ต้องอาศัยความร่วมมือ ในการประสานงานและ ความรับผิดชอบระหว่างบุคคลทุก ๆ ฝ่าย แก้ปัญหาร่วมกัน โดยการเสียสละผลประโยชน์ส่วนตัวบางอย่าง แล้วหันเข้าร่วมปรึกษาหารือกันด้วยเหตุผล ทั้งนี้ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของเสียงข้างมากตามหลักประชาธิปไตย และประการสำคัญต้องมุ่งปฏิบัติจริง ๆ มิใช่เฉพาะหลักการเท่านั้น และเมื่อตกลงทำแล้วก็ควรมีผู้รับผิดชอบเพื่อให้งานได้ก้าวหน้า และมีศักยภาพกับวงการค้าดอกกล้วยไม้ไทยต่อไป

<u>ลู่ทางในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย</u>

จากการติดตามข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องและสถานการณ์โดยทั่วไปในระยะที่ผ่านมา จึง

คาดว่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ในระยะ 2-3 ปีข้างหน้ายังคงมีลู่ทางที่แจ่มใสเช่นที่ผ่านมา แม้จะต้องประสบปัญหาดังกล่างข้างต้น บางประการก็ตาม แต่ลู่ทางการส่งออกดอกกล้วยไม้ ไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศบางประเทศก็ยังมีอนาคตที่แจ่มใส เช่น

1. ตลาดญี่ปุ่น มีแนวโน้มว่าจะขยายการส่งออกได้อีก เนื่องจากตลาดยังมีความต้องการ แต่อย่างไรก็ตาม ในระยะที่ผ่านมาการส่งออกบางครั้งถูกจำกัดด้วยปัญหาเนื้อที่ระวางบรรทุกไม่เพียงพอและค่าแรงงานที่มีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้น ขณะเดียวกันดอกกล้วยไม้ไทยต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ไต้หวัน นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา สิงค์โปร์ และออสเตรเลีย เป็นต้น

2. ตลาดอิตาลี คาดว่ายังคงเป็นตลาดหลัก ของดอกกล้วยไม้ไทยต่อไปในอนาคต เนื่องจาก ดอกกล้วยไม้ไทยเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและอยู่ในความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งนับเป็นตลาดที่มีความมั่นคงพอสมควรในระยะที่ผ่านมา

3. ตลาดเนเธอร์แลนด์ ได้ประกาศยกเลิกเงินอุดหนุนค่าแก๊สที่ให้ความอบอุ่นในเรือนกระจกแก่ผลิตผลเกษตรรวมทั้งไม้ตัดดอกด้วย ทั้งนี้ ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2528 เป็นต้นมา ที่ทำให้ต้นทุนการผลิตไม้ตัดดอกสูงขึ้น จึงคาดว่าไม้ตัดดอกของไทย น่าจะมีโอกาสขยายส่วนแบ่งการตลาดในตลาดนี้ได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

4. ตลาดสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนื่องจากมีการแข่งขันการตัดราคากันระหว่างผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ด้วยกัน ทำให้ราคาต่ำ ขณะเดียวกันก็ต้องขายแข่งขันกับไม้ตัดดอกอื่น ๆ ซึ่งราคาถูกและคุณภาพดีกว่า ความนิยมดอกกล้วยไม้ไทยจึงด้อยลงไป ผู้ซื้อจะซื้อไปใช้ส่วนตัวมากกว่าซื้อไปให้ของขวัญ เนื่องจากเกรงว่า ไม่เป็นที่ถูกใจของผู้รับเพราะมีราคาถูก ดังนั้น จึงคาดว่าการส่งออกไปยังตลาดนี้คงจะไม่ขยายตัวมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5. ตลาดอังกฤษ การขยายตัวของตลาดดอกกล้วยไม้ไทย คงทำได้ในขอบเขตจำกัด

เนื่องจากต้องแข่งขันกับไม้ตัดดอกอื่นที่ครองตลาดมานาน เช่น คาร์เนชั่น เบญจมาศ ฯลฯ และราคาถูกกว่าอีกด้วย ขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตดอกไม้รายอื่น เช่นเนเธอร์แลนด์ ซึ่งได้เปรียบประเทศไทย เนื่องจากอยู่ใกล้ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจึงถูกกว่า ส่งมอบได้รวดเร็วกว่า ดอกไม้คงสภาพสดและเสียหายน้อยกว่า ขณะเดียวกันสามารถสั่งซื้อได้ในปริมาณที่ไม่มากนัก ราคาซื้อขาย (ไม่รวมค่าขนส่ง) ดอกไม้ของเนเธอร์แลนด์ถูกกว่าของประเทศไทย และมีดอก-กล้วยไม้หลายประเภทที่ตลาดต้องการ นอกจากนั้นแล้ว เนเธอร์แลนด์เป็นสมาชิกในกลุ่ม EEC เช่นกัน จึงไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าเมื่อส่งไม้ตัดดอกเข้าไปจำหน่ายในอังกฤษ

6. <u>ตลาดฟิลิปปินส์</u> ประเทศไทยอาจจะมีโอกาสขยายการส่งออกไม้ตัดดอก ไปยังฟิลิปปินส์ได้มากกว่าที่เป็นอยู่จนปัจจุบัน เนื่องจากเมื่อต้นปี พ.ศ.2530 รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ประกาศยกเลิกควบคุมการนำเข้าดอกกล้วยไม้และไม้ตัดดอกตามโครงการ Import Liberalization Poogram ขณะเดียวกัน ชาวฟิลิปปินส์ที่มีฐานะดี นิยมเลี้ยงกล้วยไม้เป็นงานอดิเรก และการใช้ดอกกล้วยไม้ประดับในงานสำคัญ ๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ฟิลิปปินส์มีพันธุ์กล้วยไม้พื้นเมืองไม่มากนักในแต่ละปี จึงต้องนำเข้าต้นกล้วยไม้และดอกกล้วยไม้จากประเทศไทย สิงคโปร์ และฮาวาย ประมาณครึ่งหนึ่งของความต้องการทั้งหมดภายในประเทศ เช่น สกุลหวาย แวนด้า และคัทลียา

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าลู่ทางการส่งออกจะขยายตัวได้อีกในอนาคต แต่อาจจะต้องประสบปัญหาการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตกล้วยไม้ด้วยกัน เช่น สิงคโปร์ เคยเป็นประเทศผู้นำแต่มาในระยะหลัง ส่วนแบ่งการตลาดของสิงคโปร์ลดลงไป เพราะ ค่าแรงงานในสิงคโปร์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น สิงคโปร์จึงพยายามที่จะช่วงชิงตลาดคืน ด้วยการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ใหม่และแปลก ๆ ออกสู่ตลาด ขณะเดียวกันก็พยายามขยายการมีตลอดฤดูกาลอย่างสม่ำเสมออีกด้วย โดยในปัจจุบันผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้จะใช้วิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อซึ่งเป็นการปรับปรุงพันธุ์พืชคือจะได้ต้นกล้วยไม้ที่มีลักษณะแข็งแรงและไม่เป็นโรค

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ดอกกล้วยไม้ เป็นไม้ดอกไม้ประดับชนิดหนึ่ง ที่มีส่วนช่วยสร้างชื่อเสียง ให้แก่ประเทศไทยไม่น้อย และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ สามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 และทำให้ประเทศไทยได้เปรียบดุลการค้าต่างประเทศตลอดมาจนปัจจุบัน และในปี พ.ศ. 2535 ประเทศไทยสามารถส่งออกดอกกล้วยไม้เป็นมูลค่ากว่า 700 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมด ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทั้งประเทศประมาณ 12,500 ไร่ แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดนครปฐม กรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร นนทบุรี เป็นต้น ชนิดของดอกกล้วยไม้ ที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศที่สำคัญ คือ หวายมาดามปอมปาดัวร์ หวายซีซาร์ หวายแจคเกอลีน คริสติน เจมส์สตอริไอ แม็กกีวี และออนซีเดียมโกลเด้นชาวเวอร์ ขั้นตอนการผลิตดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออกตามลำดับ มีดังนี้คือ การเตรียมการก่อนการบรรจุดอกกล้วยไม้สด ซึ่งประกอบไปด้วย การรวบรวมดอกกล้วยไม้มาจากผู้ผลิตและการจัดมาตรฐานดอกกล้วยไม้ การลดอุณหภูมิเพื่อรักษาสภาพความสดของดอกกล้วยไม้ การบรรจุหีบห่อ และสุดท้าย คือการรมควัน เพื่อกำจัดแมลงและฆ่าเชื้อโรคก่อนทำการส่งออก ปฏิบัติตามระเบียบพิธีการส่งออก ซึ่งดอกกล้วยไม้ได้รับการอนุญาตให้ส่งออกโดยเสรี แต่ทั้งนี้ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการนำเข้าของแต่ละประเทศที่กำหนดไว้ จากนั้น ก็เป็นการขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยังสนามบิน เพื่อทำการขนส่งต่อไปยังประเทศปลายทางพร้อมทั้งผ่านพิธีการทางศุลกากร ก็เป็นอันสิ้นสุดกระบวนการการส่งออก

ตลาดต่างประเทศดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ที่สำคัญมี 5 ประเทศคือ ประเทศญี่ปุ่น อิตาลี สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศญี่ปุ่นจะพิถีพิถันในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าประเภทนี้เป็นพิเศษ อีกทั้ง ลักษณะการนำเข้าก็เพื่อ

เป็นการทดแทนดอกไม้ในท้องถิ่น ดังนั้น ราคาจึงค่อนข้างต่ำ แต่ประเทศไทยก็สามารถมีส่วนแบ่งการตลาดดอกกล้วยไม้ในประเทศญี่ปุ่นสูงถึงร้อยละ 85 ตลาดยุโรป ได้แก่ สหพันธ์-สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และอิตาลี ส่วนใหญ่นำเข้าดอกกล้วยไม้สกุลหวายปอมปาดัวร์ ช่วงความต้องการจะสูงในช่วงฤดูหนาว ส่วนในช่วงฤดูร้อน ความต้องการจะน้อย เพราะดอกไม้ท้องถิ่นออกมาป้อนตลาดมาก ทวีปอเมริกาเหนือ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา จะนิยมดอกกล้วยไม้สกุลหวายมาดามปอมปาดัวร์ และหวายชีซาร์ ช่วงความต้องการดอกกล้วยไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา จะอยู่ในช่วงที่ ฮาวายไม่สามารถผลิตดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังสหรัฐ-อเมริกาได้ ทั้ง 5 ประเทศที่กล่าวมาจะมีช่องทางการจำหน่าย โดยผ่านตลาดประมูลทั้งสิ้น แต่ทั้งนี้ แต่ละประเทศก็จะมีระบบการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกันออกไป ประเทศคู่แข่งสำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ทั้งนี้ประเทศเนเธอร์แลนด์จะมีการนำเข้าดอก-กล้วยไม้ของประเทศไทยเพื่อทำการส่งออกต่อไป (Re-export) และประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีลักษณะอากาศที่คล้ายกันกับประเทศไทย มีการพัฒนาการปลูก และขยายตลาดได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งมีความเจริญรุดหน้ามากกว่าประเทศไทย

ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2536 กล่าวได้ว่า ในช่วงครึ่งปีแรก ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น และเริ่มลดลงเล็กน้อยในช่วงครึ่งปีหลัง โดยมีมูลค่าการส่งออกรวม 672.59 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2535 ประมาณ 28.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4 โดยประเทศญี่ปุ่นจะมีมูลค่าการนำเข้าดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยสูงที่สุด คือ 342.16 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50.87 และประเทศสหพันธ์-สาธารณรัฐเยอรมัน มีมูลค่าการนำเข้าดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย น้อยที่สุด คือ 30.62 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.55

ปัญหาการส่งออกดอกกล้วยไม้ ที่ประเทศไทยประสบอยู่ในปัจจุบันมีหลายประการ ที่สำคัญได้แก่ คุณภาพของดอกกล้วยไม้สดด้อยลง โดยสาเหตุมาจาก ผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออกการตัดราคากันเองระหว่างผู้ปลูกเลี้ยงและผู้ส่งออก โดยเกิดจากการขาดอำนาจต่อรอง มีพันธุ์กล้วยไม้น้อยชนิดสำหรับการส่งออก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะ ประเทศ

สิงคโปร์ การขนส่งทางอากาศ ซึ่งได้แก่ ปัญหาของค่าขนส่งและระวางการขนส่งทางอากาศไม่เพียงพอ และสุดท้ายที่สำคัญ คือ ขั้นตอนทางพิธีการส่งออก ปัญหาทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นจะสามารถแก้ไขให้หมดไปได้ ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่าย ซึ่งได้แก่ ผู้ปลูกเลี้ยง ผู้ส่งออก รัฐบาล และสมาคมกล้วยไม้ต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ผ่านมา เห็นสมควรให้ข้อเสนอแนะบางประการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิต และการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย สำหรับผู้ปลูกเลี้ยง ผู้ส่งออก และภาครัฐบาล ดังต่อไปนี้ คือ

1. ผู้ปลูกเลี้ยง ควรให้ความสนใจดูแลรักษาให้ปุ๋ย-น้ำ และกำจัดโรค แมลงกล้วยไม้ที่ปลูกเพื่อจะได้ดอกกล้วยไม้ที่มีความคงทน คงสภาพความสดไว้ได้นาน จะได้เป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคในต่างประเทศ และควรพยายามทำให้ดอกกล้วยไม้ออกดอกชุกในช่วงที่ตลาดมีความต้องการสูง เช่น ตลาดยุโรปต้องการไม้ตัดดอกสูงในช่วงฤดูหนาว ทั้งนี้เพราะ ปริมาณไม้ตัดดอกที่ผลิตได้เองมีน้อย แม้จะมีการผลิตในเรือนกระจกก็ต้องใช้ความร้อนช่วย ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง

2. ผู้ส่งออก ควรให้ความสำคัญในเรื่องการคัดคุณภาพผลผลิต การตัดแต่ง บรรจุหีบห่อ การขนส่ง จะช่วยให้ผลผลิตมีคุณภาพดีขึ้นและช่วยยืดอายุความสดได้ และมีความซื่อสัตย์โดยส่งออกกล้วยไม้ตามมาตรฐานอย่างที่ตลาดในประเทศคู่ค้ากำหนด บางครั้งต้องยอมขาดทุนบ้างเพื่อรักษาตลาดเอาไว้และพยายามหาตลาดใหม่ ๆ เพิ่ม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ตลาดต่างประเทศ รู้จักกล้วยไม้ของประเทศไทยมากขึ้น ผู้ส่งออกไม่ควรขายดอกกล้วยไม้ ในลักษณะขายตัดราคากันเอง เนื่องจากความต้องการดอกกล้วยไม้ในบางตลาดเริ่มถึงจุดอิ่มตัว เมื่อมีการแย่งกันขายดอกไม้ก็เข้าสู่ตลาดมากราคาก็จะโน้มต่ำลงไปอีก การที่จะทำให้ราคากลับคืนสู่สภาพเดิม ต้องใช้เวลานานพอสมควร นอกจากนี้แล้วอาจทำให้สหรัฐอเมริกา คิดว่าเข้าลักษณะทุ่มตลาด และอาจถูกฟ้องร้องเรียกเก็บภาษีได้ (Antidumping duty) เหมือนกับประเทศเคนยา

คอสตาริกา เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ส่งออกควรพยายามหาลู่ทางส่งออกไม้ตัดดอกอื่น เช่น กุหลาบ คาร์เนชั่น เบญจมาศ และอื่น ๆ ในช่วงที่ตลาดต่างประเทศขาดแคลนผลผลิต โดยพยายามคัดเลือกพันธุ์ที่ตลาดต้องการและเหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศในบ้านเรา ขณะเดียวกัน รัฐบาลก็ต้องส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าอีกด้วย ที่สำคัญ ผู้ส่งออกควรมีการติดตามสถานการณ์การผลิตและการตลาดไม้ตัดดอก ในตลาดต่างประเทศอย่างใกล้ชิดและเผยแพร่ให้เกษตรกรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ

3. รัฐบาล ควรให้ความช่วยเหลือในการกำหนด อัตราค่าระวางพิเศษ สำหรับไม้ตัดดอกที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และช่วยหาพื้นที่ระวางให้เพียงพอในช่วงที่มีการส่งออกมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษา วิจัย เทคโนโลยีก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวใหม่ ๆ เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมให้มีการรวมตัวกันในระหว่างชาวสวนกล้วยไม้รายย่อย และดำเนินการจดทะเบียนผู้ปลูกกล้วยไม้แต่ละชนิดในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้ทราบปริมาณผลผลิตในแต่ละปี ซึ่งจะทำให้สะดวกต่อการกำหนดเป้าหมายว่าควรจะผลิตพันธุ์อะไร เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และให้หน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เข้าไปช่วยเหลือแก่ ชมรมสหกรณ์ชาวสวนกล้วยไม้ โดยเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกผู้ส่งออกที่จะเข้ามาร่วมโครงการ และเป็นผู้ดูแลให้การปฏิบัติเป็นไปตามสัญญา ส่วนสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาทางด้านการเกษตร ควรให้ความสนใจทางด้านการฝึกทักษะ โดยเฉพาะเกี่ยวกับทางด้านการปฏิบัติการขยายพันธุ์พืชตลอดจน ให้มีการทดลองเกี่ยวกับการใช้กรรมวิธี เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาดอกกล้วยไม้ ให้อยู่ในคุณภาพที่ดี

จากผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2536 พบว่า มูลค่าการส่งออกฯ เริ่มมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยจากปี พ.ศ. 2535 เท่าที่ผ่านมา การศึกษา วิจัย ในเรื่องกล้วยไม้นั้นจะเน้นไปทางด้านการผลิตเสียส่วนใหญ่ ส่วนการศึกษา วิจัย ที่เกี่ยวกับการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในเชิงเศรษฐกิจยังมีอยู่น้อยมาก ทั้ง ๆ ที่การศึกษาทางด้านนี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการกำหนดแผน หรือนโยบายของรัฐบาล ในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้า จึงสมควรที่จะส่งเสริม และสนับสนุน การศึกษา วิจัย

เกี่ยวกับเศรษฐกิจการส่งออกให้มากขึ้น เพราะจะเป็นประโยชน์ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ที่จะกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ในด้านการตลาดได้ถูกต้องเพื่อให้สอดคล้องกับทางด้านการผลิต

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร . 2534 . รายงานสถิติการปลูกดอกกล้วยไม้และไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก ปี 2532/33 . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสถานที่พิมพ์) .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2535 . ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรม . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสถานที่พิมพ์) .

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2536 . รายงานดุลการค้าไม้ดอกไม้ประดับของไทย . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสถานที่พิมพ์) .

กองส่งเสริมพันธุ์พืช กรมส่งเสริมการเกษตร . 2533 . "สถานการณ์การผลิตและการค้ากล้วยไม้ไทย" . คู่มือการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก . น. 1-6 .

กองแผนงานกรมส่งเสริมการเกษตร . 2536 . รายงานกลุ่มผู้ปลูกไม้ตัดดอกเชิงการค้าเพื่อการส่งออก ปี 2535 . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสถานที่พิมพ์) .

คณะอนุกรรมการประสานงานวิจัยและพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ . 2535 . "ทำไมจึงต้องผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอุตสาหกรรม" . อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ . น. 4-5 .

นรศักดิ์ โชลิตกุล . 2534 . การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย ปี 2528-2531 . กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

นภาภรณ์ พรหมชนะ . 2533 . "การส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย" . วารสารเกษตรศาสตร์ . (ปีที่ 23 ฉบับที่ 11) , กรุงเทพมหานคร : น. 12-25 .

นิรนาม . 2536 . การศึกษาและสำรวจพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ . กรมส่งเสริมการเกษตร .

บริษัท การบินไทย จำกัด . (ไม่ระบุปีที่พิมพ์) . อัตราค่าขนส่งดอกกล้วยไม้ไปยังเมืองสำคัญ ๆ . กรุงเทพมหานคร : (แผ่นพับ) .

พงษ์ศักดิ์ ทองรัดแก้ว . 2536 . ผู้จัดการฝ่ายการตลาดบริษัท บางกอกฟลาวเวอร์ จำกัด . สัมภาษณ์ , 7 ตุลาคม 2536 .

ไพบูลย์ กวินเลิศวัฒนาและคณะ . 2526 . สัมมนาการปรับปรุงและการพัฒนาอุตสาหกรรมกล้วยไม้ . กรุงเทพมหานคร : โรงงานชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย .

ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย . 2533 . "ระวางค่าขนส่งดอกกล้วยไม้สดอุปสรรคสกัดการส่งออก" . สรุปข่าวเศรษฐกิจ . (ปีที่ 21 ฉบับที่ 1) . กรุงเทพมหานคร : น. 3-5 .

สมชาย สุภัทรชัย . 2533 . การพัฒนาการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย : ปัญหาพิเศษ , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

สมเพียร เกษมทรัพย์ . 2535 . "เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับในทศวรรษหน้า" . อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ . น. 57-76 .

สรสิทธิ์ วัชโรทยาน . 2526 . "ภาวะการค้ากล้วยไม้และดอกกล้วยไม้" . น. 89-97 . วิทยาสารสโมสรกล้วยไม้บางเขน . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว .

สายชล เกตุษา . 2531 . "การใช้น้ำยาในการปรับปรุงคุณภาพของดอกกล้วยไม้เพื่อการส่งออก" . เคหการเกษตร . ปีที่ 12 ฉบับที่ 135 : น. 25-27 .

สุรพล แสงอุทัย . 2536 . ประธานกรรมการบริษัท บางกอกกรีน จำกัด . สัมภาษณ์ , 28 กันยายน 2536 .

ศักดิ์สิทธิ์ วัชรารัตน์ . 2531 . ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกกล้วยไม้ไทย ปี 2520-2528 . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

Surapon Sanguthai . 1990 . "Marketing Orchids from Southeast Asia to Europe and America" . pp. 35-39 . The Hawaii Tropical Cut Forwer Industry Conference . University of Hawaii : U.S.A.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

มาตรการในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออก

การส่งออกไม้ดอกไม้ประดับไปยังต่างประเทศจำเป็นต้องมีระเบียบและวิธีปฏิบัติเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออกเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ดังนี้ คือ

1. ไม้ดอกและไม้ประดับที่ผู้ส่งออกประสงค์จะส่งออกไป เพื่อเป็นตัวอย่างแก่ลูกค้าและเป็นของมีมูลค่าไม่เกิน 3,000 บาท ผู้ส่งออกสามารถทำพิธีการทั้งหมดของคลังสินค้าที่จะส่งออกได้ โดยยื่นแบบสำแดงของขาออกพิเศษ โดยไม่ต้องไปผ่านขั้นตอนที่งานพิธีการส่งออก

2. กรณีผู้ส่งออกมีความจำเป็นรีบด่วน ต้องการส่งไม้ดอกไม้ประดับไปให้ลูกค้าหลังเวลาราชการหรือวันหยุดก็สามารถกระทำได้ โดยยื่นคำร้องขอส่งของออกไปก่อนปฏิบัติพิธีการยื่นใบขนสินค้า

3. การส่งออกไม้ดอกไม้ประดับ กรมศุลกากรจัดเจ้าหน้าที่ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่มีวันหยุด เพื่อทำการตรวจและสลักรายการบรรทุกให้แก่ผู้ประสงค์จะส่งออก

4. กรณีที่ศุลกากรตรวจและสลักรายการบรรทุกส่งมอบของให้บริษัทสายการบินนำไปบรรทุกแล้ว หากปรากฏภายหลังว่าระวางการบรรทุกเต็ม และผู้ส่งออกสามารถติดต่อสายการบินอื่นที่มีระวางบรรทุกว่างจะขอเปลี่ยนบริษัทสายการบินรับบรรทุกส่งออก เพื่อให้ทันกับความต้องการของลูกค้า ผู้ส่งออกจะยื่นคำร้องขอต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้างานฯ หรือสารวัตรฯ เวร เพื่ออนุมัติได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมทั้งวันหยุดราชการด้วย

<u>สถาบันที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้</u>

<u>ทางด้านวิชาการ</u>

1. สมาคมกล้วยไม้แห่งประเทศไทย
2. สมาคมพฤกษศาสตร์แห่งประเทศไทย

มีจุดมุ่งหมาย ที่จะสนับสนุนและส่งเสริมการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ให้มีมาตรฐานและถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมทั้งการค้นคว้าวิจัยพันธุ์ที่ดีให้แก่ผู้ปลูกเลี้ยง

ทางด้านการค้า

1. สมาคมผู้เลี้ยงและค้ากล้วยไม้
2. สมาคมผู้ส่งออกดอกไม้และพันธุ์ไม้ไทย

มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุน ช่วยเหลือและประสานงานกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกเกี่ยวกับการผลิต การส่งออกดอกไม้ และพันธุ์ไม้ ไปจำหน่ายต่างประเทศร่วมกัน ขจัดปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนร่วมมือกับรัฐบาลในการส่งเสริมการปลูกไม้ดอกและพันธุ์ไม้ให้อยู่ในมาตรฐานที่ดี และมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของตลาดในประเทศ และต่างประเทศ

ทางด้านการส่งออก

1. กองกักกันโรคพืช กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อตรวจโรคกล้วยไม้ในกรณีที่ประเทศผู้นำเข้าต้องการ
2. ฝ่ายสิทธิประโยชน์ กรมการค่าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
3. ธนาคารพาณิชย์ เพื่อกรอกรายการตามแบบควบคุมเงินตราต่างประเทศ ของธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาคผนวก ข.

ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออก

ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดของประเทศไทย

การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดของประเทศไทยใช้วิธีการพยากรณ์โดยวิธี วินเตอร์ (Winter's Linear Trend Method) ซึ่งได้ทำการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2536 เป็นรายเดือน กล่าวคือ ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงธันวาคม โดยใช้สมการหลักดังนี้ คือ

$$S_{t+m} = (S_t + b_t m) I_{t-L+m}$$

กำหนดให้ S_{t+m} คือ ค่าพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในอนาคตเป็นรายเดือน โดยการพยากรณ์จะเริ่มในช่วงเวลาที่ S_{61} ถึง S_{72} (S_1 ถึง S_{60}) คือ ข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์เป็นรายเดือน ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2531 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2535 เป็นจำนวน 60 เดือน)

b_t, I_t คือ ค่าปรับเรียบของการพยากรณ์

L คือ ค่าความกว้างของการเป็นฤดูกาลในการพยากรณ์

โดยที่ S_t, b_t และ I_t ได้มาจากการคำนวณโดยคอมพิวเตอร์

ผลการพยากรณ์เป็นดังนี้ คือ

$$S_{61} = [5633.97 + 8.60(1)] (1.04) = 5,868.27$$

$$S_{62} = [5633.97 + 8.60(2)] (0.99) = 5,594.66$$

S_{63} = [5633.97 + 8.60(3)] (0.92) = 5,206.99

S_{64} = [5633.97 + 8.60(4)] (0.93) = 5,271.58

S_{65} = [5633.97 + 8.60(5)] (0.80) = 4,541.58

S_{66} = [5633.97 + 8.60(6)] (0.60) = 3,411.34

S_{67} = [5633.97 + 8.60(7)] (0.59) = 3,359.56

S_{68} = [5633.97 + 8.60(8)] (0.76) = 4,334.11

S_{69} = [5633.97 + 8.60(9)] (1.28) = 7,310.55

S_{70} = [5633.97 + 8.60(10)] (1.57) = 8,380.35

S_{71} = [5633.97 + 8.60(11)] (1.22) = 6,988.86

S_{72} = [5633.97 + 8.60(12)] (1.22) = 6,999.35

หมายเหตุ มูลค่าการส่งออกมีหน่วย เป็น หมื่นบาท

สมการที่ได้จากการคำนวณโดยวิธี วินเตอร์ ข้างต้น อธิบายได้ว่า มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2536 ในแต่ละเดือนเป็นดังนี้ คือ เดือนมกราคมมีมูลค่าประมาณ 58.68 ล้านบาท เดือนกุมภาพันธ์มีมูลค่าประมาณ 55.95 ล้านบาท เดือนมีนาคมมีมูลค่าประมาณ 52.06 ล้านบาท เดือนเมษายนมีมูลค่าประมาณ 52.72 ล้านบาท

เดือนพฤษภาคมมีมูลค่าประมาณ 45.42 ล้านบาท เดือนมิถุนายนมีมูลค่าประมาณ 34.11 ล้านบาท เดือนกรกฎาคมมีมูลค่าประมาณ 33.60 ล้านบาท เดือนสิงหาคมมีมูลค่าประมาณ 43.34 ล้านบาท เดือนกันยายนมีมูลค่าประมาณ 73.11 ล้านบาท เดือนตุลาคมมีมูลค่าประมาณ 83.80 ล้านบาท เดือนพฤศจิกายนมีมูลค่าประมาณ 69.89 ล้านบาท และเดือนธันวาคมมีมูลค่าประมาณ 69.99 ล้านบาท

<u>ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญ</u>

<u>ประเทศญี่ปุ่น</u> ผลการพยากรณ์เป็นดังนี้ คือ

$S_{61} = [2846.08 + (-2.34)(1)] (1.05) = 2,985.93$

$S_{62} = [2846.08 + (-2.34)(2)] (0.94) = 2,670.92$

$S_{63} = [2846.08 + (-2.34)(3)] (1.09) = 3,094.58$

$S_{64} = [2846.08 + (-2.34)(4)] (1.00) = 2,836.72$

$S_{65} = [2846.08 + (-2.34)(5)] (0.83) = 2,352.54$

$S_{66} = [2846.08 + (-2.34)(6)] (0.66) = 1,869.15$

$S_{67} = [2846.08 + (-2.34)(7)] (0.70) = 1,980.79$

$S_{68} = [2846.08 + (-2.34)(8)] (0.82) = 2,318.44$

S_{69} = [2846.08 + (-2.34)(9)] (1.23) = 3,474.77

S_{70} = [2846.08 + (-2.34)(10)] (1.31) = 3,697.71

S_{71} = [2846.08 + (-2.34)(11)] (1.19) = 3,356.20

S_{72} = [2846.08 + (-2.34)(12)] (1.27) = 3,578.86

หมายเหตุ มูลค่าการส่งออกมีหน่วย เป็น หมื่นบาท

สมการที่ได้จากการคำนวณโดยวิธี วินเตอร์ ข้างต้น อธิบายได้ว่า มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2536 ในแต่ละเดือนเป็นดังนี้ คือ เดือนมกราคมมีมูลค่าประมาณ 29.86 ล้านบาท เดือนกุมภาพันธ์มีมูลค่าประมาณ 26.71 ล้านบาท เดือนมีนาคมมีมูลค่าประมาณ 30.95 ล้านบาท เดือนเมษายนมีมูลค่าประมาณ 28.37 ล้านบาท เดือนพฤษภาคมมีมูลค่าประมาณ 23.53 ล้านบาท เดือนมิถุนายนมีมูลค่าประมาณ 18.69 ล้านบาท เดือนกรกฎาคมมีมูลค่าประมาณ 19.81 ล้านบาท เดือนสิงหาคมมีมูลค่าประมาณ 23.18 ล้านบาท เดือนกันยายนมีมูลค่าประมาณ 34.75 ล้านบาท เดือนตุลาคมมีมูลค่าประมาณ 36.98 ล้านบาท เดือนพฤศจิกายนมีมูลค่าประมาณ 33.56 ล้านบาท และเดือนธันวาคมมีมูลค่าประมาณ 35.79 ล้านบาท

<u>ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน</u> ผลการพยากรณ์เป็นดังนี้ คือ

S_{61} = [292.65 + (-2.73)(1)] (1.31) = 379.80

S_{62} = [292.65 + (-2.73)(2)] (1.10) = 315.91

S_{63} = [292.65 + (-2.73)(3)] (0.93) = 264.55

S_{64} = [292.65 + (-2.73)(4)] (0.64) = 180.31

S_{65} = [292.65 + (-2.73)(5)] (0.54) = 150.66

S_{66} = [292.65 + (-2.73)(6)] (0.31) = 85.64

S_{67} = [292.65 + (-2.73)(7)] (0.37) = 101.21

S_{68} = [292.65 + (-2.73)(8)] (0.51) = 138.09

S_{69} = [292.65 + (-2.73)(9)] (1.15) = 308.30

S_{70} = [292.65 + (-2.73)(10)] (1.44) = 382.10

S_{71} = [292.65 + (-2.73)(11)] (1.46) = 383.43

S_{72} = [292.65 + (-2.73)(12)] (1.43) = 371.64

หมายเหตุ มูลค่าการส่งออกมีหน่วย เป็น หมื่นบาท

สมการที่ได้จากการคำนวณโดยวิธี วินเตอร์ ข้างต้น อธิบายได้ว่า มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันในปี พ.ศ. 2536 ในแต่ละเดือนเป็นดังนี้ คือ เดือนมกราคมมีมูลค่าประมาณ 3.80 ล้านบาท เดือนกุมภาพันธ์มีมูลค่าประมาณ 3.16 ล้านบาท เดือนมีนาคมมีมูลค่าประมาณ 2.65 ล้านบาท เดือนเมษายนมีมูลค่าประมาณ

1.80 ล้านบาท เดือนพฤษภาคมมีมูลค่าประมาณ 1.50 ล้านบาท เดือนมิถุนายนมีมูลค่าประมาณ 0.86 ล้านบาท เดือนกรกฎาคมมีมูลค่าประมาณ 1.01 ล้านบาท เดือนสิงหาคมมีมูลค่าประมาณ 1.38 ล้านบาท เดือนกันยายนมีมูลค่าประมาณ 3.08 ล้านบาท เดือนตุลาคมมีมูลค่าประมาณ 3.82 ล้านบาท เดือนพฤศจิกายนมีมูลค่าประมาณ 3.83 ล้านบาท และเดือนธันวาคมมีมูลค่าประมาณ 3.72 ล้านบาท

<u>ประเทศเนเธอร์แลนด์</u> ผลการพยากรณ์เป็นดังนี้ คือ

$S_{61} = [279.14 + (-0.75)(1)] (1.20) = 334.07$

$S_{62} = [279.14 + (-0.75)(2)] (1.23) = 341.50$

$S_{63} = [279.14 + (-0.75)(3)] (0.98) = 271.35$

$S_{64} = [279.14 + (-0.75)(4)] (1.92) = 254.05$

$S_{65} = [279.14 + (-0.75)(5)] (0.78) = 214.80$

$S_{66} = [279.14 + (-0.75)(6)] (0.51) = 140.07$

$S_{67} = [279.14 + (-0.75)(7)] (0.43) = 117.77$

$S_{68} = [279.14 + (-0.75)(8)] (0.69) = 188.47$

$S_{69} = [279.14 + (-0.75)(9)] (1.34) = 365.00$

S_{70} = [279.14 + (-0.75)(10)] (1.61) = 437.34

S_{71} = [279.14 + (-0.75)(11)] (1.28) = 346.74

S_{72} = [279.14 + (-0.75)(12)] (1.25) = 337.68

หมายเหตุ มูลค่าการส่งออกมีหน่วย เป็น หมื่นบาท

สมการที่ได้จากการคำนวณโดยวิธี วินเตอร์ ข้างต้น อธิบายได้ว่า มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศเนเธอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2536 ในแต่ละเดือนเป็นดังนี้ คือ เดือนมกราคมมีมูลค่าประมาณ 3.34 ล้านบาท เดือนกุมภาพันธ์มีมูลค่าประมาณ 3.41 ล้านบาท เดือนมีนาคมมีมูลค่าประมาณ 2.71 ล้านบาท เดือนเมษายนมีมูลค่าประมาณ 2.54 ล้านบาทเดือนพฤษภาคมมีมูลค่าประมาณ 2.15 ล้านบาท เดือนมิถุนายนมีมูลค่าประมาณ 1.40 ล้านบาท เดือนกรกฎาคมมีมูลค่าประมาณ 1.18 ล้านบาท เดือนสิงหาคมมีมูลค่าประมาณ 1.88 ล้านบาท เดือนกันยายนมีมูลค่าประมาณ 3.65 ล้านบาท เดือนตุลาคมมีมูลค่าประมาณ 4.37 ล้านบาท เดือนพฤศจิกายนมีมูลค่าประมาณ 3.47 ล้านบาท และเดือนธันวาคมมีมูลค่าประมาณ 3.38 ล้านบาท

<u>ประเทศอิตาลี</u> ผลการพยากรณ์เป็นดังนี้ คือ

S_{61} = [702.97 + 6.27(1)] (1.00) = 709.24

S_{62} = [702.97 + 6.27(2)] (0.91) = 651.11

S_{63} = [702.97 + 6.27(3)] (0.96) = 692.91

S_{64} = [702.97 + 6.27(4)] (0.83) = 604.28

S_{68} = [702.97 + 6.27(5)] (0.75) = 550.74

S_{66} = [702.97 + 6.27(6)] (0.74) = 548.03

S_{67} = [702.97 + 6.27(7)] (0.72) = 537.74

S_{68} = [702.97 + 6.27(8)] (0.90) = 677.81

S_{69} = [702.97 + 6.27(9)] (1.21) = 918.87

S_{70} = [702.97 + 6.27(10)] (1.74) =1,332.27

S_{71} = [702.97 + 6.27(11)] (0.83) = 640.71

S_{72} = [702.97 + 6.27(12)] (1.10) = 856.03

หมายเหตุ มูลค่าการส่งออกมีหน่วย เป็น หมื่นบาท

สมการที่ได้จากการคำนวณโดยวิธี วินเตอร์ ข้างต้น อธิบายได้ว่า มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศอิตาลีในปี พ.ศ. 2536 ในแต่ละเดือน เป็นดังนี้คือ เดือนมกราคมมีมูลค่าประมาณ 7.09 ล้านบาท เดือนกุมภาพันธ์มีมูลค่าประมาณ 6.51 ล้านบาท เดือนมีนาคมมีมูลค่าประมาณ 6.92 ล้านบาท เดือนเมษายนมีมูลค่าประมาณ 6.04 ล้านบาท เดือนพฤษภาคมมีมูลค่าประมาณ 5.51 ล้านบาท เดือนมิถุนายนมีมูลค่าประมาณ 5.48 ล้านบาท เดือนกรกฎาคมมีมูลค่าประมาณ 5.38 ล้านบาท เดือนสิงหาคมมีมูลค่าประมาณ 6.78 ล้านบาท เดือนกันยายนมีมูลค่าประมาณ 9.19 ล้านบาท เดือนตุลาคมมีมูลค่าประมาณ 13.32 ล้านบาท เดือนพฤศจิกายนมีมูลค่าประมาณ 6.41 ล้านบาท และเดือนธันวาคมมีมูลค่าประมาณ 8.56 ล้านบาท

<u>ประเทศสหรัฐอเมริกา</u> ผลการพยากรณ์เป็นดังนี้ คือ

S_{61} = [608.11 + 2.07(1)] (0.94) = 573.57

S_{62} = [608.11 + 2.07(2)] (0.99) = 606.13

S_{63} = [608.11 + 2.07(3)] (1.04) = 638.89

S_{64} = [608.11 + 2.07(4)] (1.34) = 825.96

S_{65} = [608.11 + 2.07(5)] (1.33) = 822.55

S_{66} = [608.11 + 2.07(6)] (0.97) = 601.91

S_{67} = [608.11 + 2.07(7)] (0.81) = 504.31

S_{68} = [608.11 + 2.07(8)] (0.98) = 612.18

S_{69} = [608.11 + 2.07(9)] (1.08) = 676.88

S_{70} = [608.11 + 2.07(10)] (1.04) = 653.96

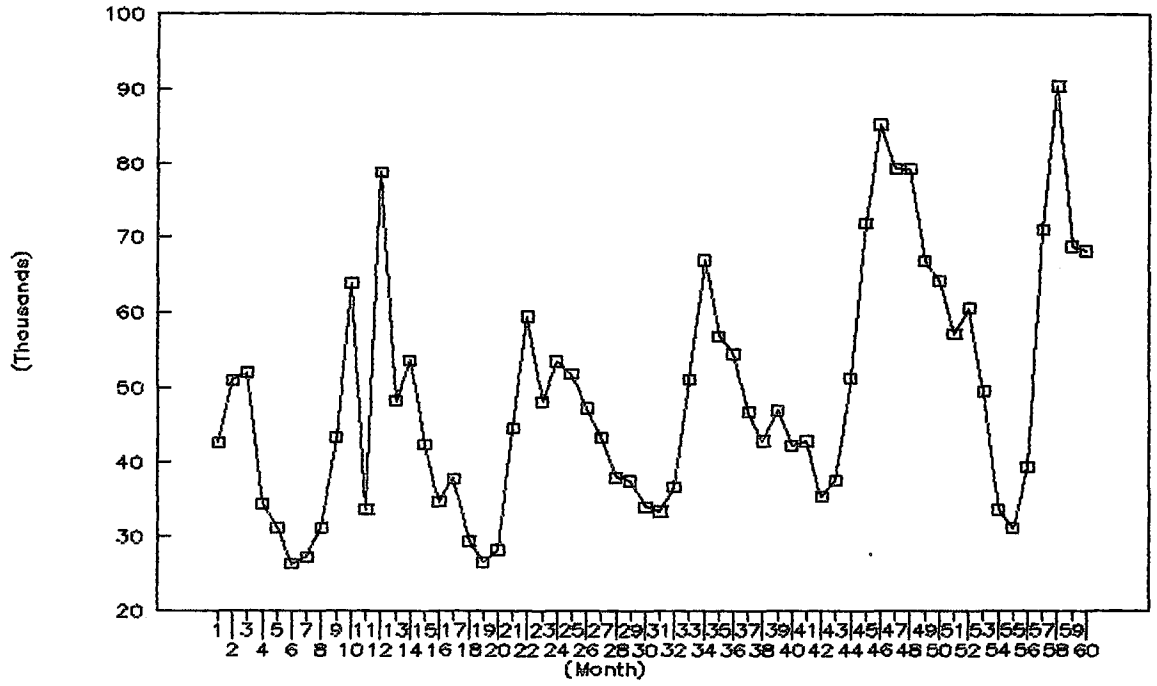
S_{71} = [608.11 + 2.07(11)] (1.00) = 630.88

S_{72} = [608.11 + 2.07(12)] (0.91) = 575.98

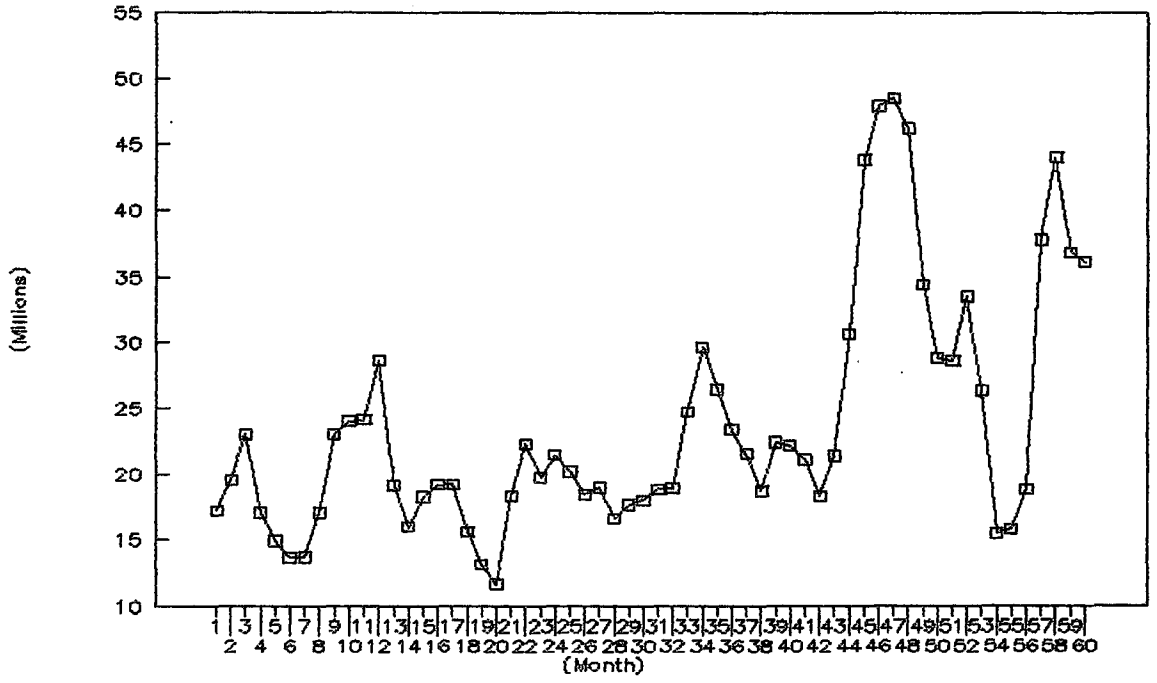
หมายเหตุ มูลค่าการส่งออกมีหน่วย เป็น หมื่นบาท

สมการที่ได้จากการคำนวณโดยวิธี วินเตอร์ ข้างต้น อธิบายได้ว่า มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2536 ในแต่ละเดือน เป็นดังนี้คือ เดือนมกราคมมีมูลค่าประมาณ 5.74 ล้านบาท เดือนกุมภาพันธ์มีมูลค่าประมาณ 6.06 ล้านบาท เดือนมีนาคมมีมูลค่าประมาณ 6.39 ล้านบาท เดือนเมษายนมีมูลค่าประมาณ 8.26 ล้านบาท เดือนพฤษภาคมมีมูลค่าประมาณ 8.23 ล้านบาท เดือนมิถุนายนมีมูลค่าประมาณ 6.02 ล้านบาท เดือนกรกฎาคมมีมูลค่าประมาณ 5.04 ล้านบาท เดือนสิงหาคมมีมูลค่าประมาณ 6.12 ล้านบาท เดือนกันยายนมีมูลค่าประมาณ 6.67 ล้านบาท เดือนตุลาคมมีมูลค่าประมาณ 6.54 ล้านบาท เดือนพฤศจิกายนมีมูลค่าประมาณ 6.31 ล้านบาท และเดือนธันวาคมมีมูลค่าประมาณ 5.76 ล้านบาท

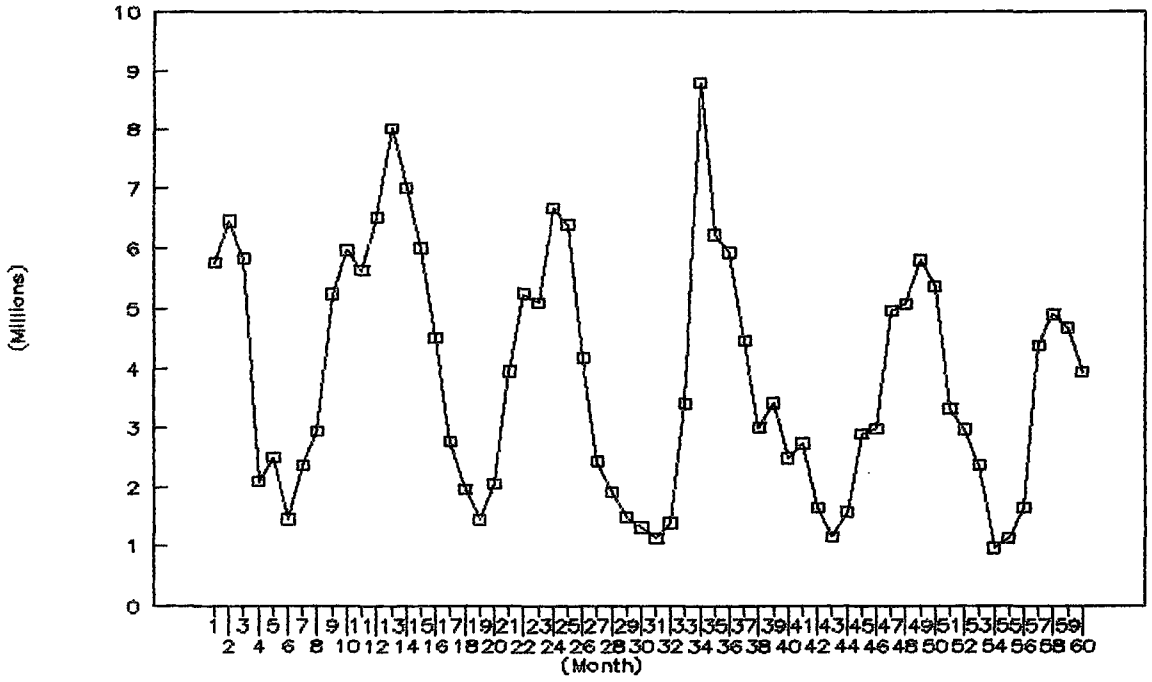
จากการพยากรณ์ข้างต้น สรุปได้ว่า การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้สดของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2536 จะมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ 672.59 ล้านบาท



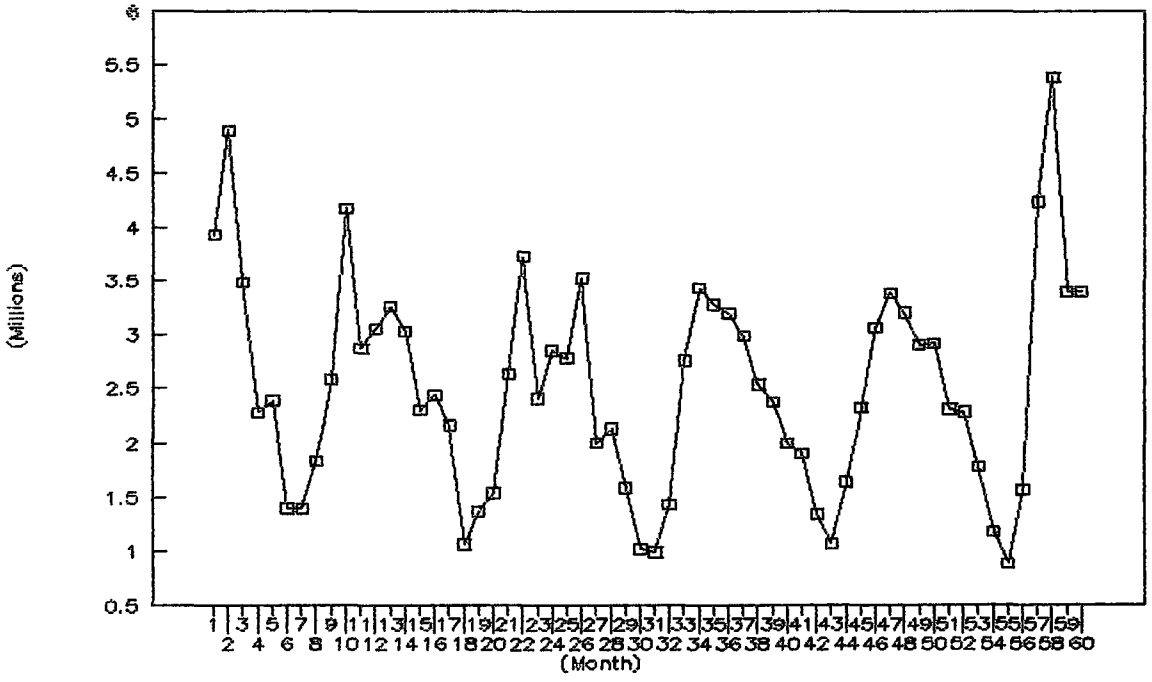
ภาพที่ 6 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ปี พ.ศ. 2531-2535



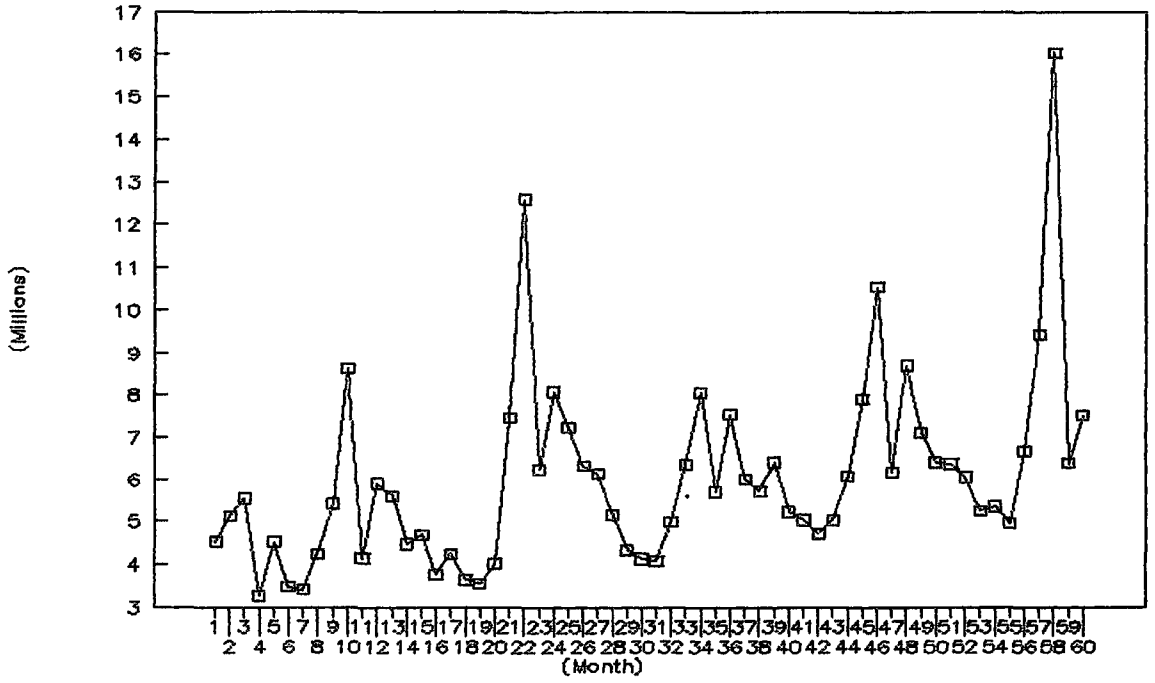
ภาพที่ 7 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2531-2535



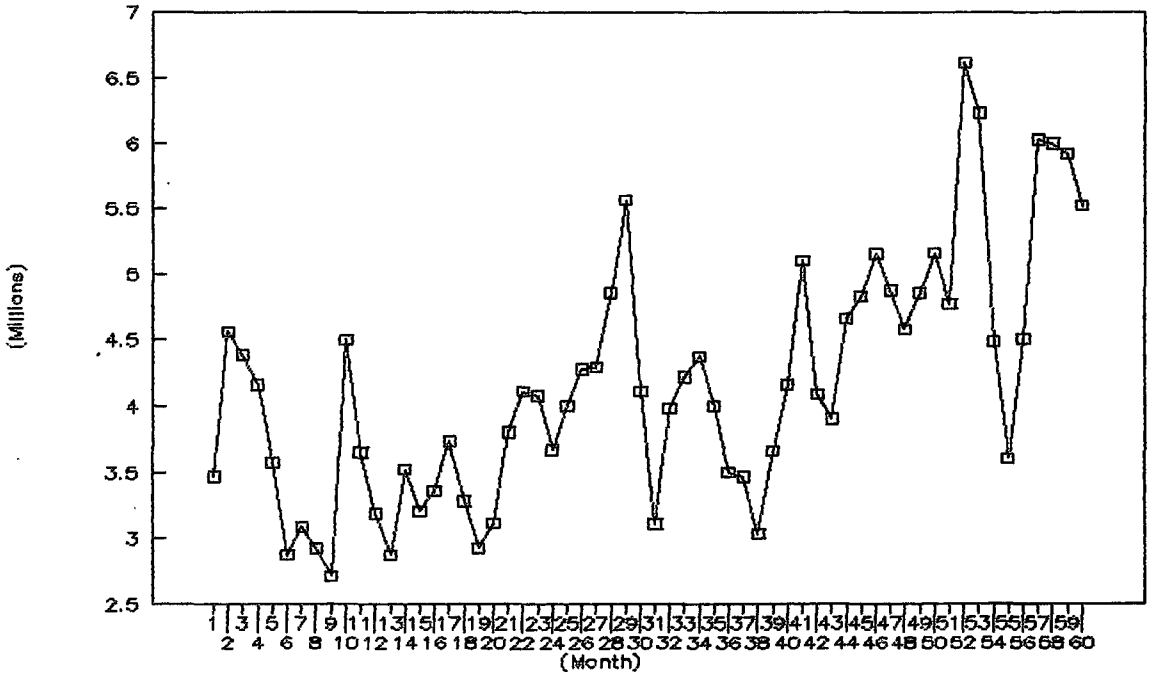
ภาพที่ 8 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศเยอรมัน ปี พ.ศ. 2531-2535



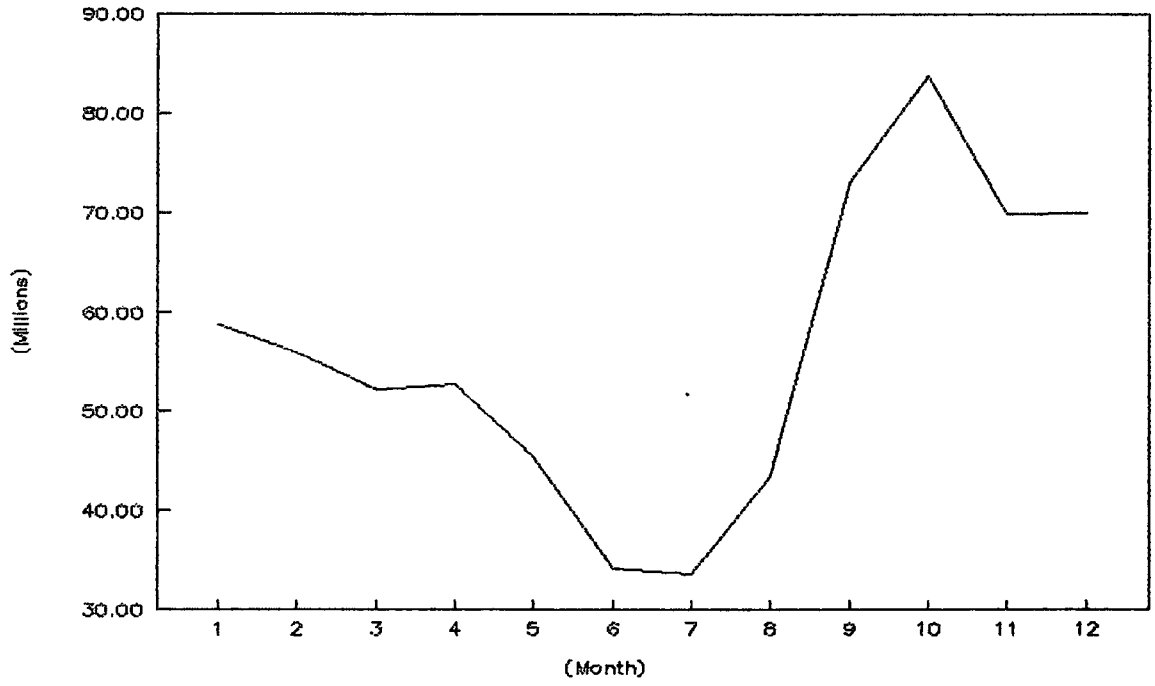
ภาพที่ 9 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือนไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ปี พ.ศ. 2531-2535



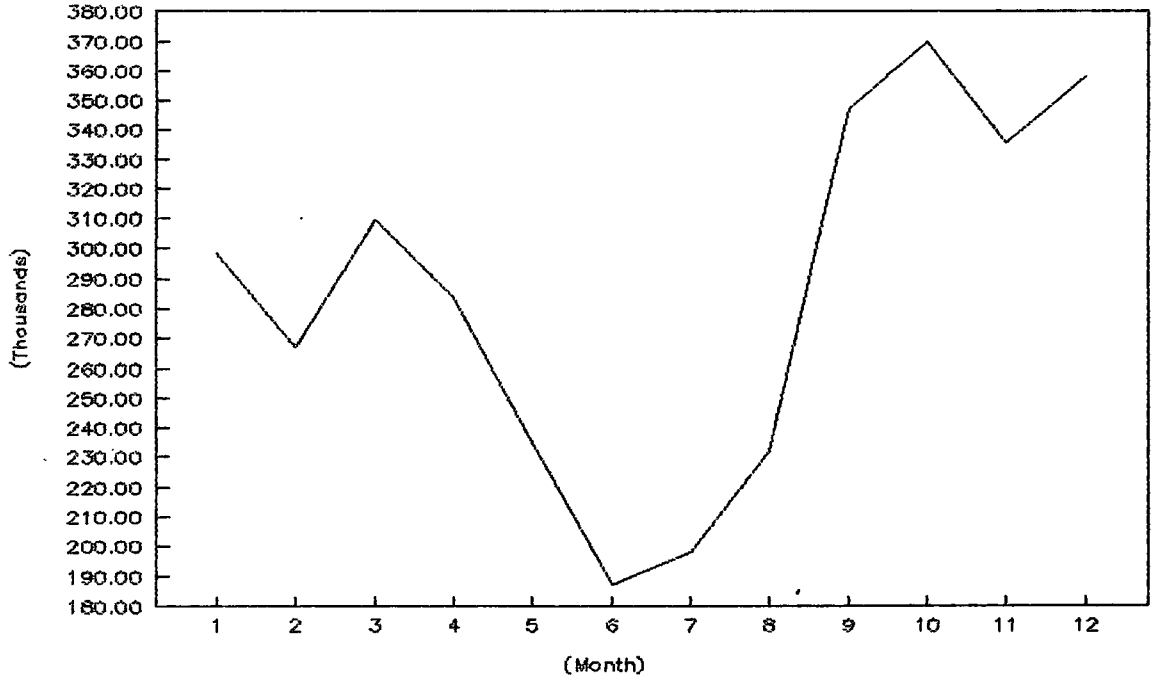
ภาพที่ 10 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศอิตาลี ปี พ.ศ. 2531-2535



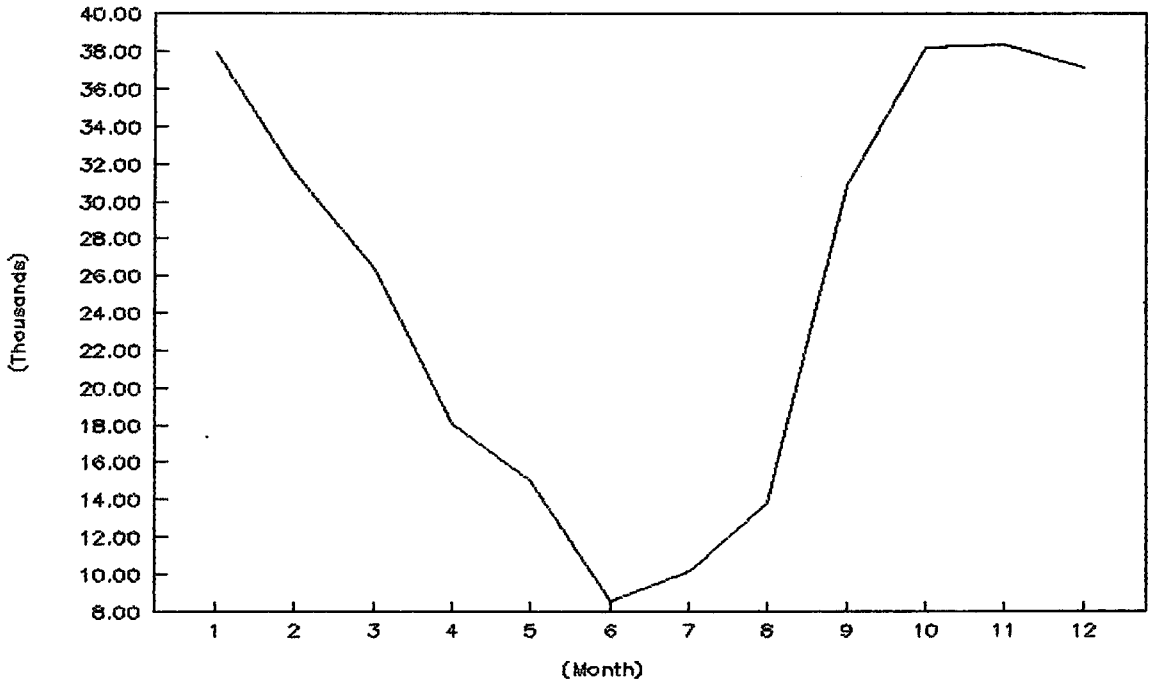
ภาพที่ 11 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2531-2535



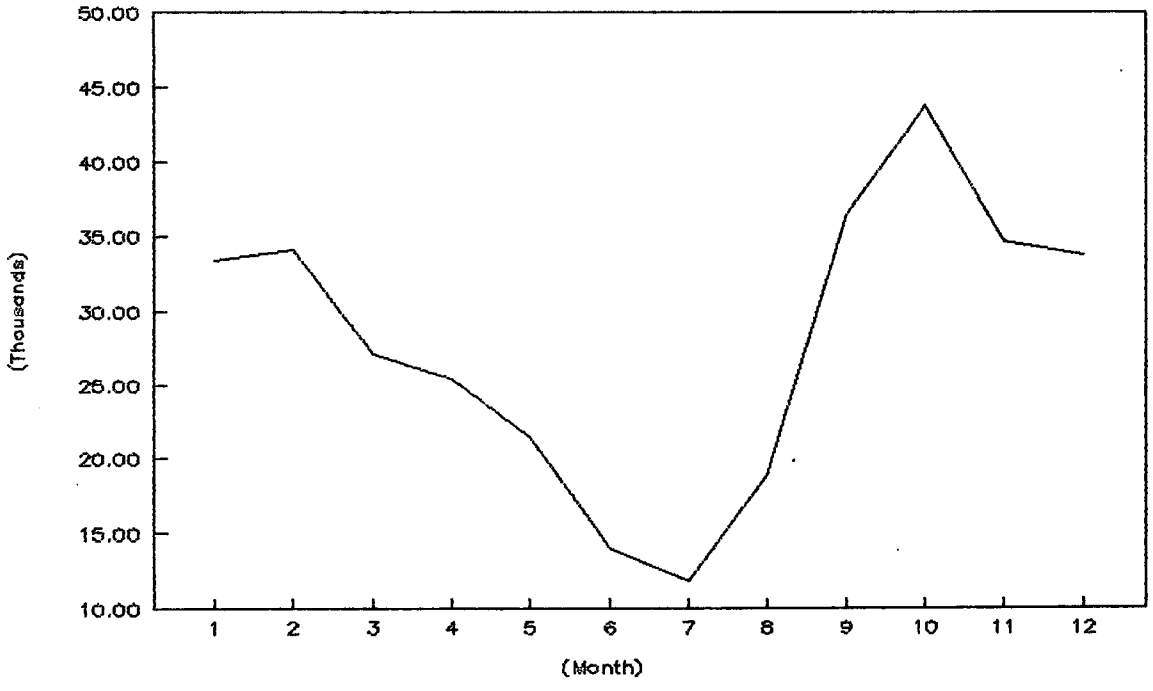
ภาพที่ 12 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ปี พ.ศ. 2536



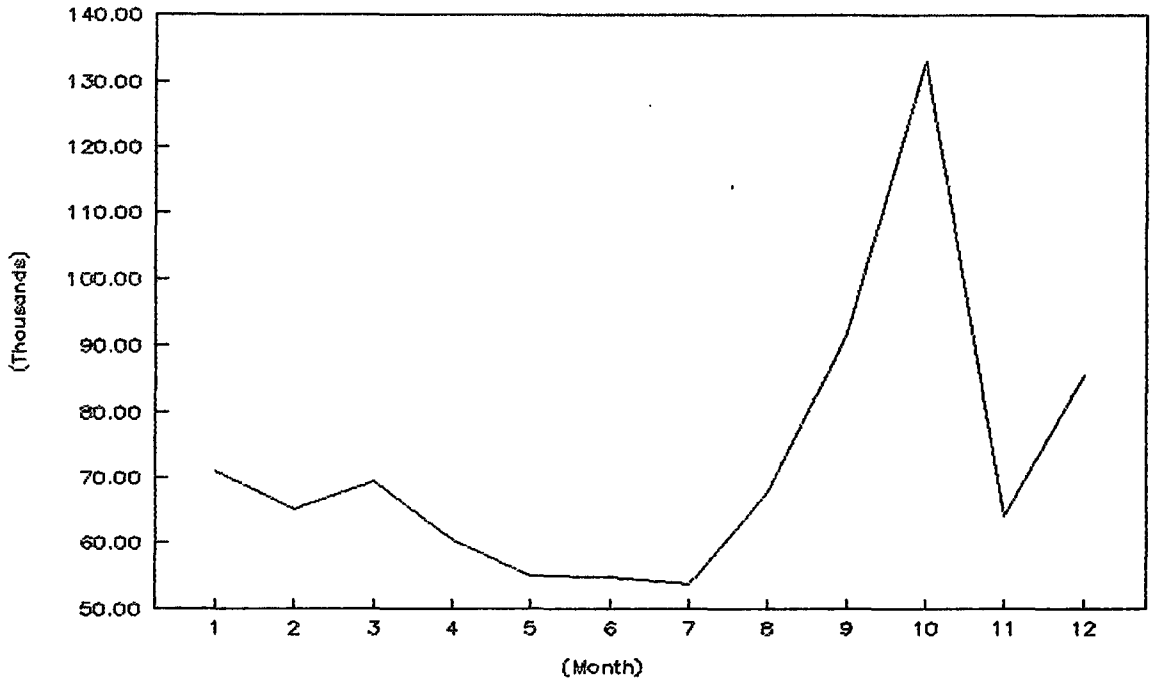
ภาพที่ 13 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2536



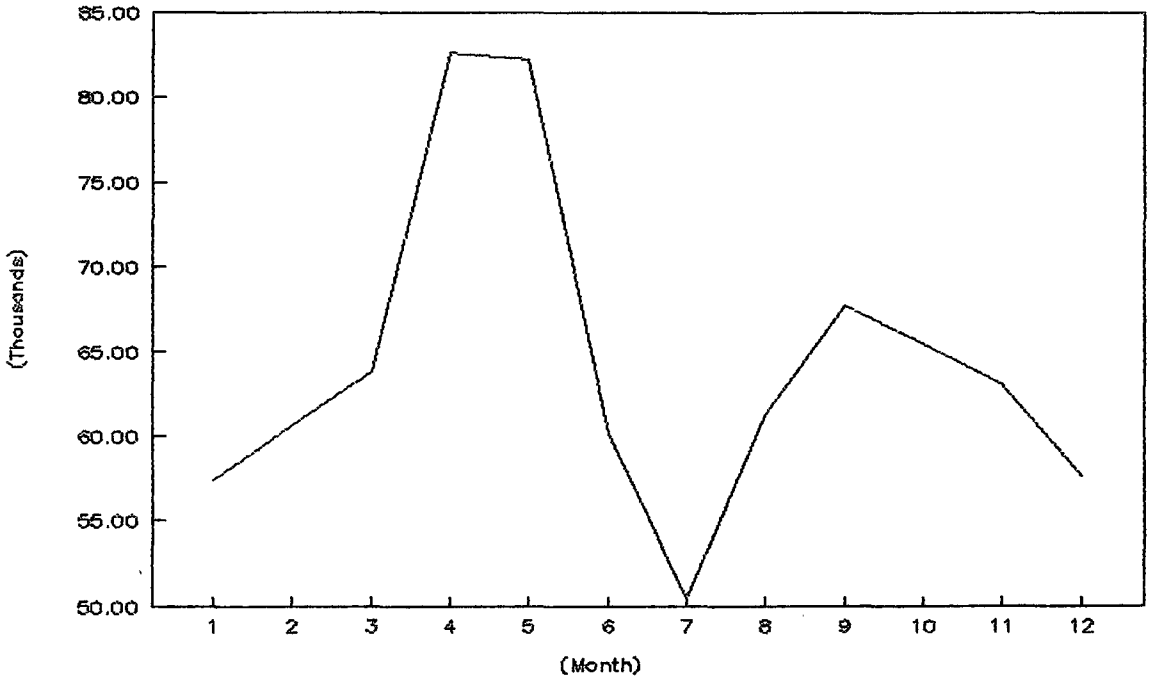
ภาพที่ 14 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศเยอรมัน ปี พ.ศ. 2536



ภาพที่ 15 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศเนเธอร์แลนด์ ปี พ.ศ. 2536



ภาพที่ 16 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศอิตาลี ปี พ.ศ. 2536



ภาพที่ 17 การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของประเทศไทยในแต่ละเดือน ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2536

คณะเทคโนโลยีการเกษตร ท้องสมุด สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า