

กล้วยไม้

ชื่อไทย : กล้วยไม้ตัดดอก และ กล้วยไม้กระถาง

ชื่อสามัญ/ชื่ออังกฤษ : Orchid

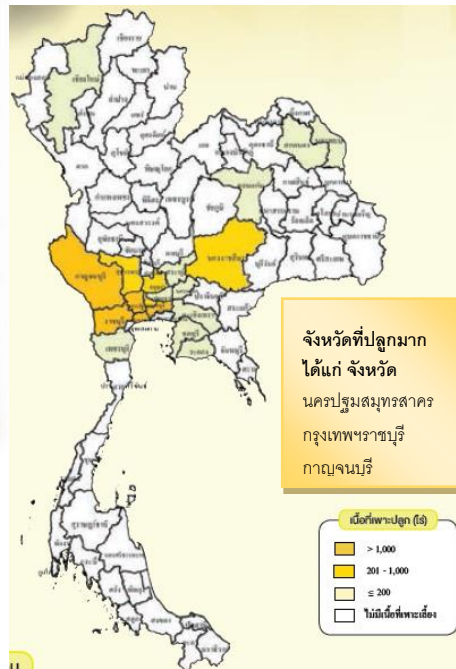
ชื่อวิทยาศาสตร์ *Dendrobium hybrid*

- โดย
- นางสาวมารศรี วงศ์อินทร์พรย์
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
 - นางสาวสุจิตรา ปัญญาพิสิทธิ์
นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ

โทรศัพท์ (02 561 1501)



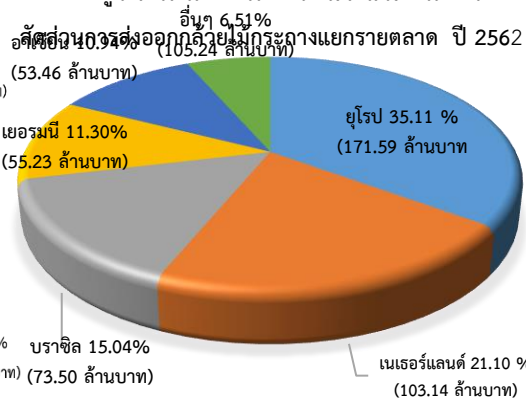
กล้วยไม้ตัดดอก



ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สถิติการผลิตกล้วยไม้ต้น ปี 63	
จำนวนผู้ปลูก (ครัวเรือน)	322
พื้นที่ปลูก (ไร่)	1,692.84
พื้นที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	1,690.09

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร



ที่มา: กรมศุลกากร วิเคราะห์: กรมส่งเสริมการเกษตร

ฤดูกาลผลผลิตกล้วยไม้ตัดดอก ปี 2562 (ร้อยละที่ออกสู่ตลาด)

ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
8.05	8.04	7.70	6.67	6.66	8.41	10.45	9.33	9.34	8.89	8.19	8.27

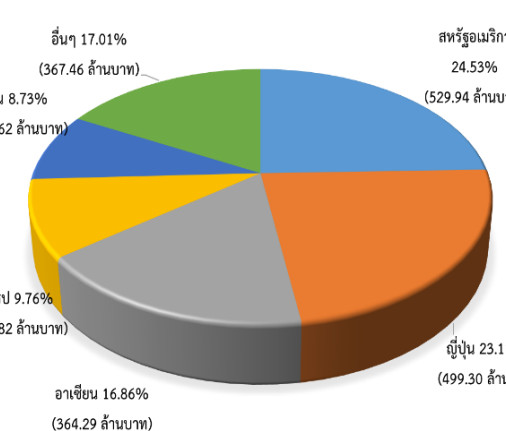
ราคาขายกล้วยไม้ตัดดอกส่งออก สกุลหวายช่อยาว 55 - 60 เซนติเมตร (บาท/ช่อ)

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
60	2.32	2.14	2.09	2.02	2.72	4.22	3.16	2.33	2.00	2.09	1.77	5.06	2.66
61	4.12	4.75	3.00	2.17	2.78	2.60	1.34	1.80	1.25	1.25	1.30	1.71	2.34
62	3.10	3.40	1.98	1.72	1.58	5.40	4.55	4.20	2.80	1.77	2.90	2.3	2.98

ส่งออก		ข้อได้เปรียบ - เสียเปรียบสินค้าไทย	นำเข้า	
- กล้วยไม้ตัดดอก		ได้เปรียบ: มีพันธุ์ที่หลากหลาย คุณภาพดี ราคาถูก และรัฐบาลมีนโยบายผลักดันการส่งออกเพิ่มขึ้น เสียเปรียบ: การส่งออกกล้วยไม้บางพันธุ์ปริมาณมากเกินไป ทำให้ถูกกดราคา และมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะสหภาพยุโรป	- กล้วยไม้ตัดดอก	
ปี	ปริมาณ (ตัน) มูลค่า (ล้านบาท)		ปี	ปริมาณ (ตัน) มูลค่า (ล้านบาท)
60	24,209 2,222		60	4.68 0.56
61	23,717 2,287	61	3.81 3.12	
62	23,086 2,160	62	8.10 7.56	
- กล้วยไม้กระถาง		ได้เปรียบ: มีพันธุ์ที่หลากหลาย คุณภาพดี ราคาถูก และรัฐบาลมีนโยบายผลักดันการส่งออกเพิ่มขึ้น เสียเปรียบ: การส่งออกกล้วยไม้บางพันธุ์ปริมาณมากเกินไป ทำให้ถูกกดราคา และมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะสหภาพยุโรป	- กล้วยไม้กระถาง	
ปี	ปริมาณ (พันต้น) มูลค่า (ล้านบาท)		ปี	ปริมาณ (พันต้น) มูลค่า (ล้านบาท)
60	28,932 563		60	1,489 20
61	32,773 536	61	1,248 16	
62	31,880 488	62	792 11	

ประเทศคู่ค้าของไทย	มูลค่า	ประเทศผู้ผลิตสำคัญ		ประเทศผู้นำเข้าสำคัญของโลก	
# กล้วยไม้ตัดดอก		กล้วยไม้ตัดดอก	กล้วยไม้กระถาง	กล้วยไม้ตัดดอก	กล้วยไม้กระถาง
1. สหรัฐอเมริกา	24.5 %	- เนเธอร์แลนด์	- ไต้หวัน	- สหรัฐอเมริกา	- เนเธอร์แลนด์
2. ญี่ปุ่น	23.1 %	- สิงคโปร์	- เวียดนาม	- ญี่ปุ่น	- เยอรมนี
3. เวียดนาม	14.9 %	- ไต้หวัน	- จีน	- เวียดนาม	- บราซิล
4. จีน	8.7 %	- นิวซีแลนด์	- สหรัฐอเมริกา	- จีน	- ญี่ปุ่น
5. อิตาลี	7.1 %	- เวียดนาม	- เยอรมนี	- อิตาลี	- อเมริกา
# กล้วยไม้กระถาง		- มาเลเซีย	- ญี่ปุ่น		
1. เนเธอร์แลนด์	20.5 %				
2. เยอรมนี	11.2 %				
3. บราซิล	10.8 %				
4. ญี่ปุ่น	7.2 %				
5. สหรัฐอเมริกา	5.5 %				

สัดส่วนการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกแยกรายตลาด ปี 2562



ที่มา: กรมศุลกากร วิเคราะห์: กรมส่งเสริมการเกษตร

กล้วยไม้

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางพัฒนา/แก้ไข
<p>ปัจจุบัน (กล้วยไม้ตัดดอกและกล้วยไม้กระถาง)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เกษตรกรมีทักษะการผลิต และมีความสามารถในการพัฒนาพันธุ์ 2. หน่วยงานภาครัฐมีเครือข่ายเกษตรกร / ผู้ส่งออกที่มีความรู้ในการผลิตกล้วยไม้ที่มีคุณภาพดี 3. มีงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและหลังการเก็บเกี่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยกรมวิชาการเกษตร และสถาบันการศึกษา 4. มีกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตต้นพันธุ์ และปัจจัยการผลิตอย่างครบครัน 5. มีฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ (กสก.) ฐานข้อมูลการส่งออกและข้อมูลการแจ้งเดือนจากประเทศคู่ค้า (กวก.) และฐานข้อมูลพันธุ์กรรมกล้วยไม้ที่สำคัญ (กวก.) และฐานข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ (สศค.) 6. ภาครัฐและเอกชนมีนโยบายให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมกล้วยไม้ (งานวิจัย ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ กล้วยไม้ ทั้งในและต่างประเทศ) 7. มีมาตรฐานการผลิตกล้วยไม้คุณภาพ (GAP/ GMP) โดยกรมวิชาการเกษตร และส่งเสริมโดย กรมส่งเสริมการเกษตร 8. มีการส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่ม Cluster และการเกษตรแปลงใหญ่ และการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ 9. ผู้ส่งออกมีคู่ค้าและประสบการณ์อย่างยาวนาน 10. มีผู้ส่งออกมาก ส่งผลให้สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้ากล้วยไม้ในต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น 	<p>การผลิต (กล้วยไม้ตัดดอกและกล้วยไม้กระถาง)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก เช่น ฝนไม่ตกต้องตามฤดูกาล อากาศร้อนขึ้น ส่งผลกระทบต่อการระบาดของโรคและแมลง และคุณภาพการผลิต 2. ขาดความหลากหลายของพันธุ์กล้วยไม้เพื่อการค้าที่เป็นสาธารณะ เกษตรกรทั่วไปเข้าถึงได้และพันธุ์ใหม่ของเกษตรกร ยังถูกใช้ในวงแคบ (ไม่เผยแพร่) 3. การขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร และต้นทุนการจ้างงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง 4. ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะช่วยสนับสนุนการผลิตให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น และไม่มีศูนย์กลาง/จุดรวบรวมในการทำหน้าที่ คัดแยกผลผลิตกล้วยไม้คุณภาพดี ทำให้คุณภาพกล้วยไม้ ซึ่งจำหน่ายไม่สม่ำเสมอ 5. เกษตรกรและผู้ส่งออก ขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (GAP) และ (GMP) 6. ปัญหาน้ำเค็มที่เกิดจากภัยแล้ง (น้ำเค็มรุก) และการทำนาในที่ปลูกกล้วยไม้ มีผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพของผลผลิตกล้วยไม้ 7. ขาดการวางแผนระบบจัดเก็บข้อมูลร่วมกันของภาครัฐและผู้ประกอบการ ทำให้ขาดการเชื่อมโยงข้อมูล และยากต่อการเข้าถึงข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ <p>การตลาด (กล้วยไม้ตัดดอกและกล้วยไม้กระถาง)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปริมาณและคุณภาพผลผลิตไม่สอดคล้องกับช่วงความต้องการของตลาด ส่งผลกระทบ ให้ราคากว้างกล้วยไม้ไม่มีเสถียรภาพ 2. ขาดการศึกษาวิจัยด้านการตลาด การกระจายสินค้า การประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เพื่อการตลาดเชิงรุก โดยขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยวิจัยและหน่วยปฏิบัติ ในการกำหนดทิศทางร่วมกันและการนำผลงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ 3. ขาดการพัฒนากระบวนการบรรจุภัณฑ์ เพื่อรักษาคุณภาพกล้วยไม้และลดต้นทุนค่าขนส่ง 4. ประเทศปลายทางที่เป็นตลาดหลักหรือตลาดคู่ค้าเดิม (JP US EU) ใช้มาตรการด้านสุขอนามัยพืชและกฎระเบียบต่างๆ เพื่อกีดกันการนำเข้าเพิ่มมากขึ้น 5. ปีนี้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID - 19) ทำให้ตลาดจำหน่ายกล้วยไม้ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดส่งออกที่มีปริมาณและมูลค่าลดลง ส่งผลให้ผู้ส่งออกและเกษตรกรได้รับความเดือดร้อน 	<p>แนวทางพัฒนา/แก้ไข/ขับเคลื่อนการแข่งขันสินค้ากล้วยไม้ (แผนปฏิบัติการด้านกล้วยไม้ พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕) ดำเนินการโดย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้และผู้ส่งออกในด้านการผลิตและการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง (สัดส่วนสินค้าตามขนาดคุณภาพดี เพิ่มขึ้นร้อยละ 5) 2. พัฒนากล้วยไม้คุณภาพ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้ตรงความต้องการของตลาด และเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการผลิตและเพิ่มสินค้ามูลค่าสูง (เทคโนโลยีและนวัตกรรมต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการผลิตและเพิ่มสินค้ามูลค่าสูง จำนวน 10 เรื่อง) 3. รักษาคู่ค้าเดิมและเปิดช่องทางการตลาดใหม่ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่ง และมูลค่าทางการตลาด (มูลค่าตลาดเดิมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 คิดเป็นเงิน 99 ล้านบาท และตลาดใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 คิดเป็นเงิน 41 ล้านบาท จากมูลค่าการส่งออกในปี ๒๕๖๑)

ที่มา : แผนปฏิบัติการด้านกล้วยไม้ พ.ศ. 2563 – 2565

วิเคราะห์ : กรมส่งเสริมการเกษตร ณ วันที่ 23 กันยายน 2563