



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่

Value Chain Analysis for Cut-Flower Orchid Business in Chiang Mai

ได้รับการจัดสรรงบประมาณวิจัย

ประจำปี 2555

จำนวน 350,000 บาท

หัวหน้าโครงการวิจัย

นาย เรืองชัย ตันสุขวงศ์

ผู้ร่วมโครงการ

นาย อารีย์ เชื้อเมืองพาน

นางสาว ชนิตา พันธุ์มณี

งานวิจัยเสร็จสิ้นสมบูรณ์

21/ 6/ 56

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ (Value Chain Analysis for Cut-Flower Orchid Business in Chiang Mai) สำเร็จลุล่วงได้ โดยได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประจำปีงบประมาณ 2555 คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อนุเคราะห์สถานที่และอุปกรณ์บางอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่
Value Chain Analysis for Cut-Flower Orchid Business in Chiang Mai

เริงชัย ตันสุชาติ อารีย์ เชื้อเมืองพาน และชนิตา พันธุ์ณี

Roengchai Tansuchat, Aree Cheamuangphan and Chanita Panmanee

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ. เชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกรายใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี 2555 สัดส่วนของการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเท่ากับร้อยละ 66 ของมูลค่าดอกไม้ทั้งหมดที่ส่งออกของไทย ฟาร์มกล้วยไม้ตัดดอกส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศเนื่องจากมีความได้เปรียบด้านโลจิสติกส์สำหรับการส่งออก อย่างไรก็ตามเนื่องจากความแตกต่างในด้านพื้นที่และสภาพอากาศในภาคเหนือของไทยที่สูงกว่าและมีอากาศที่เย็นกว่าในเขตภาคกลาง การเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ตัดดอกในเขตภาคเหนือจึงสามารถปลูกกล้วยไม้ได้หลากหลาย ดังนั้นธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ที่สุดในภาคเหนือของไทยจึงมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ศึกษาการผลิตและการตลาด ศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอก และศึกษาประเด็นปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาข้อมูลการเพาะปลูกกล้วยไม้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพบว่า ธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่มีขนาดกลางและเล็ก ดังนั้นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการศึกษาคือ การใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆในห่วงโซ่มูลค่า เช่น เกษตรกรฟาร์มกล้วยไม้และผู้ประกอบการ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตที่ใช้สำหรับกล้วยไม้ ร้านดอกไม้ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาได้นำเสนอแผนภาพของห่วงโซ่มูลค่าของกล้วยไม้พันธุ์พ้ามุ่ยและแวตต้าซึ่งใช้เป็นตัวแทนของชนิดของกล้วยไม้ในการศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอก นอกจากนี้ข้อสรุปจากผลการศึกษายังได้มีนำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการเสริมสร้างห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกด้วย

คำสำคัญ: ห่วงโซ่มูลค่า กล้วยไม้ กล้วยไม้ตัดดอก เชียงใหม่

Abstract

Thailand is the world's largest orchid cut flower producer and exporter. In 2012, the share of exported orchid flower was 66% of total export value of Thai cut flower. Most of major orchid cut flower farms are cultivated in the central part of country because of its advantages in terms of logistics for export. However, the difference of terrain and climate in the northern part of Thailand which is higher and colder than the central part, the cultivation of orchid cut flower in northern part of Thailand can grow in a variety of species. Consequently, the orchid cut flower business in Chiang Mai, the largest city of the northern part of Thailand, is unique. The objectives of this research are to study production and marketing situation, to evaluate the value chain, and to identify problems and obstacles of orchid cut flower business in Chiang Mai. According to document analysis of orchid production from past to present, most of orchid cut flower businesses in Chiang Mai are small and medium size. Therefore, questionnaires and in-depth interview from many stakeholders in value chain, such as orchid farmers and entrepreneurs, the producer of orchid production supportive materials, florists and business related to orchid, are major tools for this research. The results show that the major orchid species for cut flowers of sample medium orchid cut flower business are Cattleya, Vanda, Cymbidium and Phalaenopsis species. The result presents and explains the value chain mapping of Cattleya and Vanda species as the representation of value chain of orchid cut flower business. Finally, the several conclusion and recommendations are provided for enhancing the orchid cut flower value chain.

Keywords: Value Chain, Orchid, Orchid Cut Flower, Chiang Mai

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

พื้นที่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเป็นแหล่งกำเนิดธรรมชาติของกล้วยไม้ที่สำคัญแหล่งหนึ่งของโลก จากการสำรวจในประเทศไทยพบว่าด้วยความหลากหลายทางภูมิประเทศและภูมิอากาศทำให้พบว่ามีกล้วยไม้อยู่ในธรรมชาติไม่ต่ำกว่า 1,000 ชนิด ในอดีตการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ของไทยเป็นการปลูกเลี้ยงกันอยู่ในวงแคบๆ และจำกัดเฉพาะบุคคลที่เป็นขุนนางหรือเศรษฐีหรือไม่ก็บุคคลผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ของการเลี้ยงคือ เพื่อชมความงามเมื่อดอกบาน หรือเป็นการนันทนาการยามว่าง วิธีการปลูกเลี้ยงเป็นแบบวิธีเลียนแบบธรรมชาติ โดยนำกล้วยไม้มาปลูกยึดติดกับต้นขอนไม้หรือในกระถาง ต่อมาเมื่อมีวิทยาการจากต่างประเทศจากชาวตะวันตกทำให้มีการพัฒนาการปลูกกล้วยไม้ในประเทศไทย โดยได้มีการสร้างโรงเรือนอย่างง่าย และภายหลังผู้ประกอบการกล้วยไม้ได้มีการเริ่มปรับปรุงสายพันธุ์กล้วยไม้ในประเทศไทยมากกว่าจะนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งต่อมานำไปสู่การเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เชิงการค้า ทั้งกล้วยไม้ตัดดอกและต้นกล้วยไม้ ส่งขายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

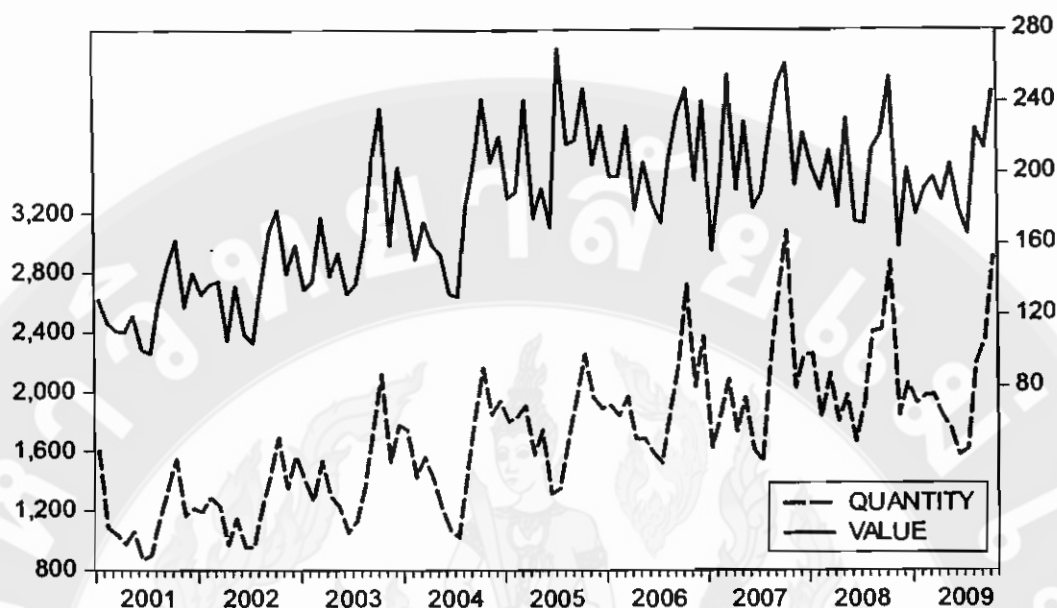
โดยจากการศึกษาของ วรณี แพรวรพรายกุล (2523) ได้ทำการศึกษาดังปัญหาการตลาดของกล้วยไม้ของประเทศไทยเพื่อการส่งออก และพบว่าอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของประเทศไทยได้พัฒนาไปอย่างมากมายจนกระทั่งกล้วยไม้ซึ่งแต่เดิมเป็นเพียงของเล่นที่ไม่มีคุณค่าในทางเศรษฐกิจได้กลายเป็นสินค้าออกที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมาก ทำให้ผู้ปลูกเลี้ยงมีรายได้เลี้ยงชีพ ส่งผลให้กล้วยไม้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศที่ได้รับการสนับสนุนให้มีการผลิตเพื่อการส่งออก โดยในอดีตกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดให้กล้วยไม้เป็น Product Champion และให้ความสำคัญบรรจุไว้ในแผนและนโยบายงานวิจัยและพัฒนาของกรมวิชาการเกษตรในกลุ่มพืชแข่งขันเชิงพาณิชย์ จากอดีตถึงปัจจุบันวงการกล้วยไม้ได้ขยายตัวทั้งการปรับปรุงพันธุ์ให้มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ มีการผลิตทั้งกล้วยไม้สำหรับตัดดอกและจำหน่ายต้นในเชิงการค้าอย่างมาก

ในด้านการค้าโลก ตลาดการค้าของกล้วยไม้มีมูลค่าสูงถึง 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยแยกเป็นมูลค่าการค้ากล้วยไม้ตัดดอกร้อยละ 85.0 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสายพันธุ์ Dendrobrium และต้นกล้วยไม้ร้อยละ 15.0 ส่วนใหญ่เป็นสายพันธุ์ Phalaenopsis และ Cymbidium ซึ่งประเทศในภูมิภาคเอเชียเป็นแหล่งผลิตกล้วยไม้หลักเพื่อป้อนตลาดโลก โดยประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก (Cut Orchid Flower) อันดับหนึ่งของโลก โดยเฉพาะกล้วยไม้ตัดดอกเมืองร้อน รองลงมาคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย นิวซีแลนด์ และประเทศในสหภาพยุโรปโดยเฉพาะอิตาลี

สำหรับแหล่งผลิตต้นกล้วยไม้ (Orchid Plant) ที่ใหญ่เป็นอันดับหนึ่งของโลกคือจีน ส่วนประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่ส่งออกต้นกล้วยไม้เป็นอันดับสองของโลกรองจากไต้หวัน สำหรับประเทศที่ส่งออกต้นกล้วยไม้ที่สำคัญในตลาดโลกอันดับรองลงมาคือ อังกฤษ อิตาลี ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ และ บราซิล ส่วนแหล่งนำเข้าที่สำคัญของต้นกล้วยไม้คือ สหรัฐฯ โดยมูลค่าการนำเข้าเกือบ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ส่วนใหญ่นำเข้าต้นกล้วยไม้ทั้งสายพันธุ์ *Phalaenopsis* ซึ่งร้อยละ 60.0 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดนำเข้าจากไต้หวัน ส่วนตลาดนำเข้าที่มีความสำคัญรองลงมาคือ ตลาดสหภาพยุโรป ที่นำเข้าต้นกล้วยไม้ทั้งสายพันธุ์ *Phalaenopsis* และ *Cymbidium*

ปัจจุบันอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของไทยมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมากสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นอันดับหนึ่งในบรรดาไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดที่มีการส่งออก และไทยอยู่ในอันดับหนึ่งในการส่งออกดอกกล้วยไม้ของโลก โดยกล้วยไม้จากไทยมีความโดดเด่นทั้งในด้านสีสันและรูปร่างของดอก ส่งผลให้การส่งออกดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดต่างประเทศจะนิยมสั่งซื้อกล้วยไม้สกุลหวาย เนื่องจากสีสันสดใส และระยะเวลาในการใช้งานนาน เช่นเดียวกับตลาดในประเทศที่ขณะนี้ดอกกล้วยไม้เป็นที่นิยมมากขึ้นกว่าในอดีต เห็นได้จากในงานพิธีและเทศกาลต่างๆ ที่ผู้จัดงานหันมาใช้ดอกกล้วยไม้กันมากขึ้น เนื่องจากมีระยะเวลาการใช้งานนาน และราคาไม่แพง จากเดิมที่นิยมไม้ตัดดอกประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะดอกกุหลาบ ซึ่งเท่ากับว่าความต้องการกล้วยไม้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ด้วยความต้องการกล้วยไม้ในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ในปัจจุบันการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ได้ขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้น ทำให้มีผู้ปลูกเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เชิงการค้าเพิ่มมากขึ้น โดยประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในมีประมาณ 21,000-22,000 ไร่ โดยร้อยละ 90 คือพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ตัดดอก อีกร้อยละ 10 คือ พื้นที่ปลูกกล้วยไม้กระถาง โดยในปี 2551 มีพื้นที่กล้วยไม้ตัดดอก 21,757 ไร่ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 1-2 ปริมาณผลผลิตดอกกล้วยไม้ 45,937 ต้นและมีผลผลิตเฉลี่ย 2,215 กิโลกรัมต่อไร่ แยกเป็นปริมาณการใช้ในประเทศร้อยละ 50 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50 นั้นส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ซึ่งการส่งออกดอกกล้วยไม้ร้อยละ 95 ของกล้วยไม้ที่ส่งออกทั้งหมดเป็นกล้วยไม้ *Dendrobium* รองลงมาคือ *Mokara* และ *Arantheras* ตามลำดับ (กรมศุลกากร, อ้างใน Setapang Lekawatana (2010)) สำหรับการผลิตกล้วยไม้จำหน่ายต้นในปี 2550 มีพื้นที่ปลูกประมาณ 1,200 ไร่ ผลผลิต 48 ล้านต้น กล้วยไม้ที่ปลูกเพื่อจำหน่ายต้นมากที่สุดคือ สกุลหวาย รองลงมาเป็น สกุลแวนดา สกุลฟาแลนนอปซิส และสกุลออนซิเดียม โดยจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้จำหน่ายต้นทั่วประเทศมีประมาณ 500 ราย



รูปที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือนของดอกกล้วยไม้สด 2544-2552 (2001-2009)

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของ กรมศุลกากร

จากข้อมูลสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร เกี่ยวกับปริมาณและมูลค่าการส่งออกรายเดือนของดอกกล้วยไม้สดในช่วงปี 2544-2552 แสดงดังรูป 1.1 ซึ่งเห็นว่าปริมาณและมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้สดในแต่ละปีจะมีลักษณะเป็นฤดูกาล และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแม้จะชะลอตัวเล็กน้อยในช่วงปี 2551-2552 หากพิจารณามูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ในปี 2552 ในตารางที่ 1.1 พบว่ามีมูลค่าสูงถึง 79.8 ล้าน USD หรือคิดเป็นร้อยละ 77 ของผลผลิตดอกไม้ของประเทศไทย

แม้ว่าในปัจจุบันไทยเป็นอันดับหนึ่งในการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเมืองร้อน แต่การส่งออกกล้วยไม้ของไทยก็ต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในตลาดโลก โดยประเทศคู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่ เช่น ไต้หวัน สิงคโปร์ และเวียดนาม ได้พยายามเจาะขยายตลาดส่งออกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากไทย ทั้งนี้โดยอาศัยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การคิดค้นพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ๆ ทั้งในด้านสีกลิ่นและรูปทรง ทั้งนี้เพื่อให้มีความหลากหลาย เน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดให้มากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาในด้านการขนส่ง เนื่องจากการส่งออกกล้วยไม้ต้องอาศัยการขนส่งทางอากาศเท่านั้น ซึ่งมีเนื้อที่ค่อนข้างจำกัด และไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาความสดของกล้วยไม้ ทำให้การขนส่งยังเป็นข้อเสียเปรียบสำหรับสินค้ากล้วยไม้มาเป็นเวลานาน และยังเป็นข้อจำกัดสำคัญในการขยายตลาดส่งออกอีกด้วย

ตารางที่ 1.1 การส่งออกดอกไม้ของไทย พ.ศ. 2552

รายการ	ปริมาณ	มูลค่า (\$)	สัดส่วนการส่งออก
Orchid Flowers	24,601,173 kg.	69,016,782	66.3
Live Plants	28,723,126 Plts./Pcs.	13,054,819	12.5
Orchid Plants	30,899,081 Plts./Pcs.	10,819,492	10.4
Dried Flowers	2,227,821 kg.	5,880,299	5.6
Dried Foliage	1,921,844 kg.	2,011,380	1.9
Cut Foliage	785,810 kg.	865,070	0.8
Other Cut Flowers	530,071 kg.	859,086	0.8
Bulbs	3,446,045 Bulbs	842,636	0.8
Flower Seeds	48,245 kg.	784,478	0.8
Moss & Lichen	800,982 kg.	12,974	0.0
รวม		104,147,016	100

ที่มา: กรมศุลกากร, อ้างใน Setapang Lekawatana (2010)

ปัจจุบันธุรกิจการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกและต้นกล้วยไม้ได้มีการกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ สำหรับกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นตลาดที่มีแนวโน้มในการขยายตัวค่อนข้างสูง เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดสำคัญทางด้านการค้าในภาคเหนือ มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย ซึ่งเห็นได้ว่าภาคเหนือมีอุณหภูมิโดยเฉลี่ยต่ำกว่าภาคกลาง และมีระดับความสูงจากน้ำทะเลประมาณ 600-900 เมตร ซึ่งเป็นระดับที่เหมาะสมกับการปลูกดอกกล้วยไม้ จึงมีผู้เพาะเลี้ยงกล้วยไม้ในเชิงพาณิชย์หลายราย ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการรวบรวมกลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้เป็นอาชีพรวมถึงผู้สนใจในการปลูกกล้วยไม้จัดตั้งเป็นสมาคมกล้วยไม้เชียงใหม่ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกล้วยไม้ให้มีคุณภาพดีและมีปริมาณมากขึ้น ตลอดจนเพื่อหาช่องทางในการขยายตลาดรับซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยไม้ทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับมีสถาบันการศึกษาชั้นนำทางด้านเกษตร คือศูนย์กล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการวิจัยทางด้านเทคโนโลยีการปลูกและการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ รวมถึงได้จัดให้กล้วยไม้เป็นพืชเศรษฐกิจที่ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มและนำไปสู่การแข่งขันและการพึ่งพาตนเอง ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูงมากในการดำเนินธุรกิจกล้วยไม้ในเชิงพาณิชย์

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีการดำเนินธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ประสบกับปัญหาต่างๆ มากมาย โดยจากการศึกษาของ สุมิตร เตชะสุขสันต์ (2542) และ ณพงค์ นันทราทิพย์ (2543)

เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัญหาที่สำคัญในด้านต่างๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิตคือ ต้นทุนการผลิตที่สูง สภาพภูมิอากาศซึ่งควบคุมไม่ได้และมีผลเสียต่อผลผลิตกล้วยไม้ ต้นกล้ามีคุณภาพต่ำและไม่ได้ขนาด ในด้านการเงินได้แก่ ปัญหาด้านการขาดเงินทุนหมุนเวียนและระยะเวลาในการชำระหนี้ สำหรับด้านการจัดการคือ ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ การวางแผน การสั่งการ และที่สำคัญปัญหาในด้านการตลาด คือ ความยุ่งยากในด้านการขนส่ง การตัดดอกและคัดเกรด การโฆษณา คุณภาพของสินค้า ความต้องการของลูกค้า และปัญหาด้านราคากล้วยไม้ เป็นต้น ซึ่งหากปัญหาดังกล่าวหากไม่ได้รับการศึกษาและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขอย่างเร่งด่วนจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกร ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และอนาคตของอุตสาหกรรมกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่

เนื่องจากการเข้าใจในธุรกิจกล้วยไม้มีความสำคัญอย่างมากต่อเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อลดต้นทุน ลดความเสี่ยง ขยายตลาด และเพิ่มมูลค่าของกิจการ แต่งานวิจัยที่ผ่านมายังไม่เคยมีการศึกษาของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดทั้งระบบหรือทั้งวงจรเลย ทั้งที่ในปัจจุบันได้มีแนวคิดการศึกษาใหม่ที่ทันสมัย สามารถวิเคราะห์การดำเนินงานของธุรกิจทั้งระบบได้ แนวคิดดังกล่าวคือ แนวคิดห่วงโซ่มูลค่าหรือห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิเคราะห์กิจกรรมทั้งหมดในการผลิตสินค้าและบริการ รวมไปถึงการวิเคราะห์กระแสการไหลของสินค้า กระแสเงิน และกระแสของข้อมูลข่าวสารในแต่ละขั้นการผลิต โดยมีเป้าหมายคือ การเพิ่มมูลค่าของสินค้าตั้งแต่วัตถุดิบ (Raw Material) สำหรับผลิตสินค้าที่เพิ่มเป็นทอดๆ หรือเป็นห่วงโซ่ในแต่ละช่วง จนกระทั่งแปรสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูป (Finished Good) และยกระดับห่วงโซ่มูลค่าทั้งหมดของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกให้สูงขึ้น และเมื่อรวมถึงการวิเคราะห์ทางด้านการตลาดของธุรกิจจะทำให้สามารถได้คำตอบสำหรับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งและเร่งด่วนที่จะต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรกรในการดำเนินการธุรกิจทั้งทางด้านการผลิตเพื่อการค้าและการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อนำไปสู่การแข่งขันและการพึ่งพาตนเองตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาวะของการผลิตและการตลาดของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์

1. การศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงสภาพของการผลิตและการตลาดของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งระบบ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการยกระดับห่วงโซ่มูลค่า
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่
4. เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกในเชิงธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
5. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและเพื่อวางแผนการดำเนินงานสำหรับผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดอกไม้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ประวัติกล้วยไม้

กล้วยไม้เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว ในวงศ์ Orchidaceae เป็นไม้ตัดดอกยอดนิยม เนื่องจากมีลักษณะดอกและสีอันสวยงาม เป็นไม้ตัดดอกที่มีอายุการใช้งานได้นาน กล้วยไม้เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของไทย เพราะเป็นไม้ส่งออกขายต่างประเทศทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท มีการปลูกเลี้ยงอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผสมเกสร เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เลี้ยงลูกกล้วยไม้ เลี้ยงต้นกล้วยไม้จนกระทั่งให้ดอก ตัดดอกบรรจุหีบห่อและส่งออก

แหล่งกำเนิดกล้วยไม้ป่าที่สำคัญของโลกมี 2 แหล่งใหญ่ๆ ด้วยกันคือ ลาตินอเมริกา กับเอเชียแปซิฟิก สำหรับในลาตินอเมริกาเป็นอาณาบริเวณอเมริกากลางติดต่อกับเขตเหนือของอเมริกาใต้ ส่วนแหล่งกำเนิดกล้วยไม้ป่าในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง จากการค้นพบประเทศไทยมีพันธุ์กล้วยไม้ป่าเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมเอื้ออำนวยต่อการเจริญงอกงามของกล้วยไม้มาก และกล้วยไม้ป่าที่พบในภูมิภาคแถบนี้มีลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง แตกต่างจากกล้วยไม้ในภูมิภาคลาตินอเมริกา

2.1.2 การปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในประเทศไทย

จากการสำรวจในอดีตพบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีกล้วยไม้อยู่ในป่าธรรมชาติไม่ต่ำกว่า 1,000 ชนิด ทั้งประเภทที่พบอยู่บนต้นไม้ บนพื้นผิวของภูเขาและบนพื้นดิน สรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของประเทศไทยเอื้ออำนวยแก่การเจริญงอกงามของกล้วยไม้เป็นอย่างมาก ในอดีตชาวชนบทของไทย โดยเฉพาะในแหล่งที่เคยมีกล้วยไม้ป่าอุดมสมบูรณ์ ได้นำกล้วยไม้ป่ามาปลูกเลี้ยงโดยเลียนแบบธรรมชาติ โดยนำกล้วยไม้มาปลูกไว้กับต้นไม้ที่ขึ้นอยู่ใกล้ๆ บ้านเรือน การเลี้ยงกล้วยไม้เริ่มเปลี่ยนมาเป็นการปลูกเลี้ยงอย่างจริงจังเมื่อชาวตะวันตกที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยและได้ว่าสภาพแวดล้อมของประเทศไทยเหมาะสมสำหรับการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ จึงได้สร้างเรือนกล้วยไม้อย่างง่าย ๆ และนำเอากล้วยไม้ป่าจากเขตร้อนของอเมริกา ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดกล้วยไม้ป่าแหล่งใหญ่แหล่งหนึ่งของโลกซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากกล้วยไม้ในเอเชียและเอเชียแปซิฟิกมาปลูก โดยนำมาปลูกเลี้ยงเป็นงานอดิเรกในขณะเดียวกันก็มีเจ้านายชั้นสูงและบรรดาข้าราชการที่ใกล้ชิดให้ความสนใจเลี้ยงกล้วยไม้เป็นงานอดิเรกเช่นกัน นอกจากนั้นก็ยังมียุคกลุ่มบุคคลสูงอายุซึ่งเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อความสุขทางใจ อย่างไรก็ตามการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ยังคงจำกัดอยู่ในวงแคบ คือ ในกลุ่มผู้สูงอายุและ

กลุ่มผู้มีเงินในยุคนั้น และเป็นการปลูกเลี้ยงที่นิยมกล้วยไม้พันธุ์ต่างประเทศ ส่วนกล้วยไม้ที่มีถิ่นกำเนิดในป่าของประเทศไทยจะนิยมและยกย่องเฉพาะพันธุ์ที่หายากและมีราคาแพง

การพัฒนาการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เป็นไปอย่างจริงจัง เมื่อประมาณปี 2493 โดยได้มีการวิจัย นับตั้งแต่การรวบรวมปลูกในระดับพื้นฐาน ต่อมาในปี 2497 ได้เริ่มเปิดการฝึกอบรมการเลี้ยงกล้วยไม้ให้แก่ประชาชนผู้สนใจทั่วไป และมีการจัดตั้งชมรมกล้วยไม้ขึ้นในปี 2498 ซึ่งต่อมาได้รับการสถาปนาเป็นสมาคมกล้วยไม้เมื่อปี 2500 และในปีเดียวกันนี้ ได้เริ่มมีการนำเอาความรู้ในเรื่องกล้วยไม้และแนวความคิดในการพัฒนางานการกล้วยไม้เผยแพร่ทั้งทางโทรทัศน์และวิทยุ และมีการผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ ทำให้วงการกล้วยไม้ของประเทศไทย ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง จนกระทั่งมีการจัดตั้งสมาคมและสโมสรเกี่ยวกับกล้วยไม้ขึ้นในภาคและจังหวัดต่างๆ

ในปี 2501 ได้มีการเปิดการสอนวิชากล้วยไม้ขึ้นในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นครั้งแรก เพื่อผลิตนักวิชาการและพัฒนางานวิจัยกล้วยไม้ของประเทศไทย และเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้การปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ไม่ได้จำกัดอยู่ภายในวงแคบอีกต่อไป จากการส่งเสริมดังกล่าว ทำให้มีการนำเข้ากล้วยไม้ลูกผสมจากต่างประเทศ เช่น จากฮาวายและสิงคโปร์จำนวนมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ที่มีความรู้หันมารวบรวมพันธุ์ผสมและเพาะพันธุ์จากพ่อแม่พันธุ์ในประเทศ ทั้งที่เป็นพ่อแม่พันธุ์จากป่า และลูกผสมที่สั่งเข้ามาแล้วในอดีต และในปี 2506 วงการกล้วยไม้ของไทยได้เริ่มมีแผนในการขยายงานออกไปประสานกับวงการกล้วยไม้สากล เพื่อยกระดับวงการกล้วยไม้ในประเทศให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ

ปี 2509 เริ่มมีการทำสวนกล้วยไม้ตัดดอกอย่างจริงจัง เมื่อไทยเริ่มส่งออกกล้วยไม้ไปสู่ตลาดต่างประเทศในยุโรปตะวันตก เช่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และอิตาลี ต่อมาจึงขยายตลาดไปสู่ประเทศญี่ปุ่น แคนาดา และบางรัฐของสหรัฐอเมริกา

สำหรับพันธุ์กล้วยไม้ที่นิยมปลูกเป็นการค้าในปัจจุบัน จากการรวบรวมข้อมูลการใช้สารสนเทศเพื่อการสำรวจเส้นทางกล้วยไม้ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) ได้แก่

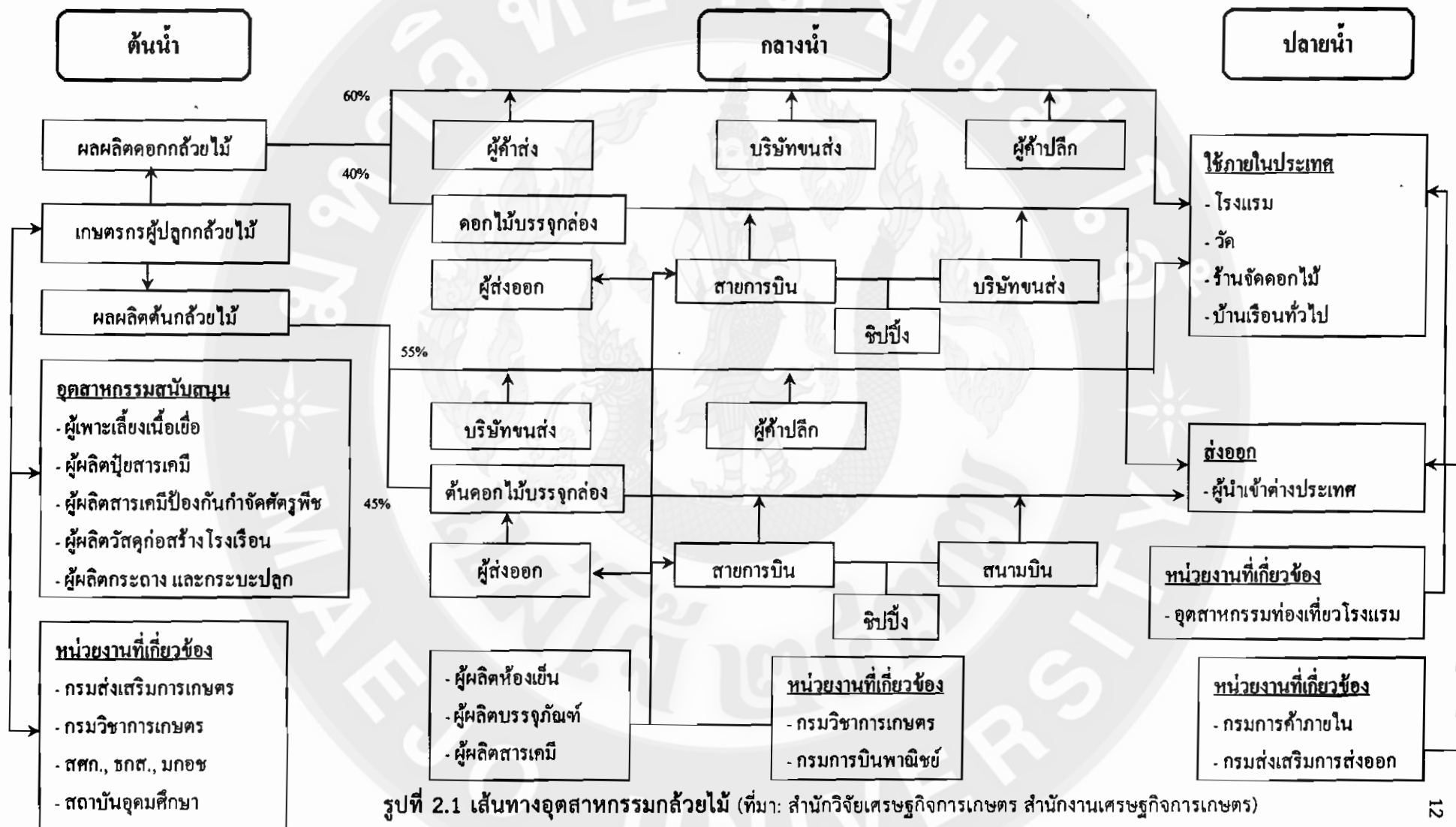
- (1) สกุลหวาย (*Dendrobium* sp.) ได้แก่ สีม่วง พันธุ์มาตามปอมปาด้ว สีขาว พันธุ์วอลเตอร์โอมาย แจกเกอลีนโทมัส สีชมพู พันธุ์อินทวงศ์ แพนด้า ชีวาร์ ซอนเนีย และสีเหลือง พันธุ์เกษมโกลด์
- (2) สกุลอะแรนด้า (*Aranda* sp.) ได้แก่ พันธุ์คริสติน
- (3) สกุลอะแรนเธรา (*Aranthera* sp.) ได้แก่ พันธุ์เจมส์สตอรี่โอ
- (4) สกุลอะแรคนิส (*Arachnis* sp.) ได้แก่ พันธุ์แม็กกี้ฮุย
- (5) สกุลออนซิเดียม (*Oncidium* sp.) ได้แก่ พันธุ์โกลเด้นโซว์เวอร์ โกรเวอร์แรมเซย์
- (6) สกุลแวนด้า (*Vanda* sp.) ได้แก่ พันธุ์รอทไฮล์เดียนา แชนเดอร์านา วิรัตน์
- (7) สกุลม็อคคาร่า (*Mokora* sp.) ได้แก่ พันธุ์จ๊กก๊วน พรณี

(8) สกุลซิมบิเดียม (*Cymbidium* sp.) ได้แก่ พันธุ์ Valley Knight “Vanessa”, Floripink ‘Feline’

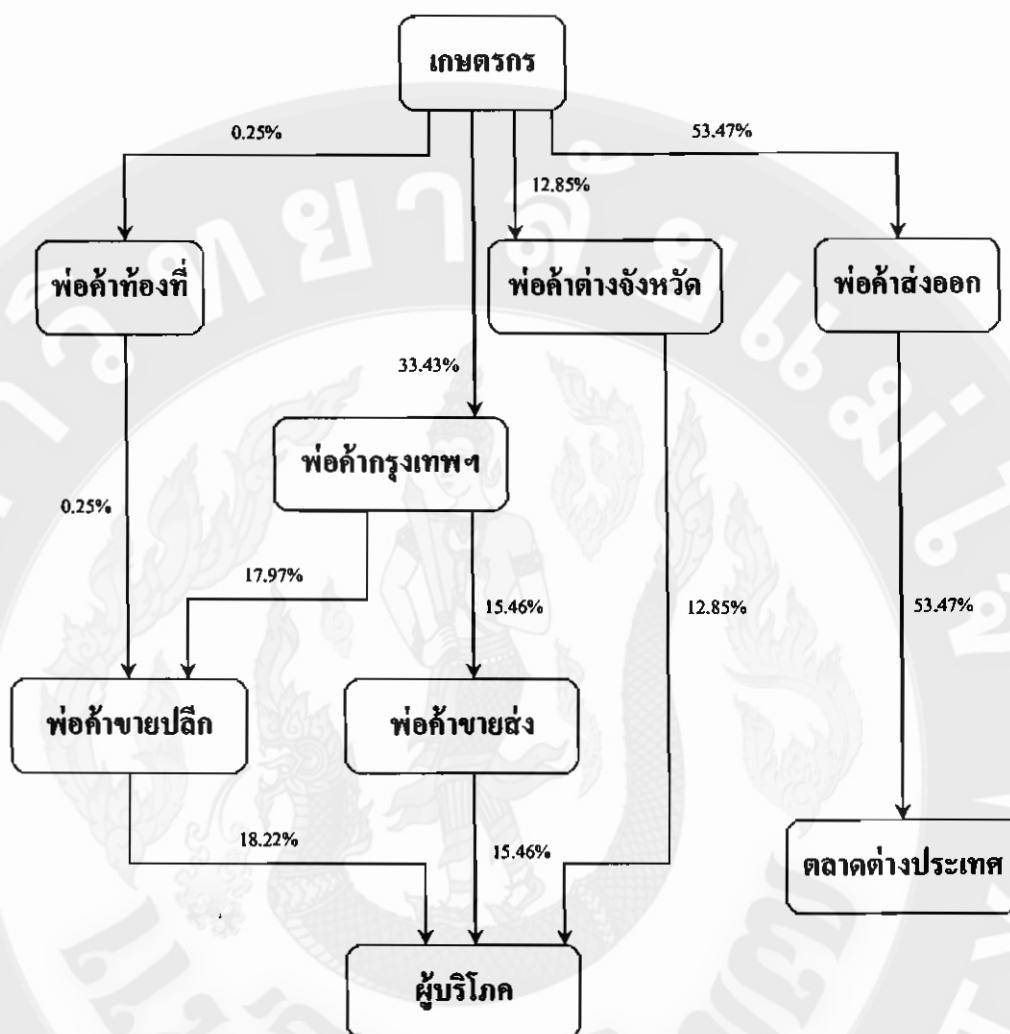
จากข้อมูลของสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักเศรษฐกิจการเกษตรได้สรุปเส้นทางอุตสาหกรรมกล้วยไม้ของประเทศไทยในปัจจุบันออกเป็นแผนภาพดังรูป 2.1 ประกอบไปด้วยกิจกรรม และหน่วยธุรกิจเกษตร ผู้บริโภค และหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยอุตสาหกรรมต้นน้ำนอกเหนือจากประกอบไปด้วยเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้เพื่อตัดดอกหรือผลิตต้นกล้วยไม้แล้ว ยังประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมขนานย่อยที่สนับสนุนอีกได้แก่ อุตสาหกรรมเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ อุตสาหกรรมผลิตปุ๋ยสารเคมี/สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างโรงเรือน และอุตสาหกรรมกระถางและกระบะปลูก โดยมีหน่วยงานรัฐบาลให้การสนับสนุนได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร สถาบันอุดมศึกษา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นต้น

ในอุตสาหกรรมกลางน้ำประกอบไปด้วยการขนส่ง และการค้าโดยมีลักษณะที่แตกต่างกันตามสินค้า ดังนี้ ในกรณีของดอกกล้วยไม้ร้อยละ 60 จะถูกใช้ภายในประเทศผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ ผู้ค้าส่ง (รวมถึงผู้รวบรวมผลผลิตหากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก) บริษัทขนส่งที่มีความชำนาญเกี่ยวกับการขนส่งดอกไม้ และผู้ค้าปลีก สำหรับอีกร้อยละ 40 ที่เหลือจะถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวัสดุภัณฑ์และสารเคมีที่ใช้สำหรับกล้วยไม้ส่งออก ห้องเย็น ผู้ส่งออก สายการบิน บริษัทขนส่ง เป็นต้น สำหรับการต้นกล้วยไม้ ร้อยละ 55 ถูกใช้ภายในประเทศ โดยผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ บริษัทขนส่ง และผู้ค้าปลีกอีกร้อยละ 45 ถูกส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสิ่งที่ใช้สำหรับบรรจุกล้วยไม้สำหรับส่งออก ผู้ส่งออก สายการบิน บริษัทขนส่ง เป็นต้น ทั้งนี้หน่วยงานสนับสนุนที่ในห่วงโซ่กลางน้ำคือ กรมวิชาการเกษตร และกรมการบันพณิชย์

ในห่วงโซ่ปลายน้ำนั้นผู้บริโภคหรือผู้ใช้กล้วยไม้ตัดดอกภายในประเทศที่สำคัญได้แก่ โรงแรม วัด ร้านจัดดอกไม้ และบ้านเรือนทั่วไป สำหรับตลาดต่างประเทศ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ ผู้นำเข้าดอกไม้และต้นไม้ (กระถาง หรือกระเช้าในต่างประเทศ) โดยหน่วยงานสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม กรมการค้าภายใน และกรมส่งเสริมการส่งออก



รูปที่ 2.1 เส้นทางอุตสาหกรรมกล้วยไม้ (ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)



รูปที่ 2.2 เส้นทางการตลาดของกล้วยไม้
(ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)

2.1.3 ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพกล้วยไม้ และมาตรฐานกล้วยไม้ตัดดอกของไทย

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช. 5000-2547) เรื่อง กล้วยไม้ โดยได้กำหนดคุณภาพของกล้วยไม้สดตัดดอกเพื่อการส่งออก 5 สายพันธุ์ ได้แก่ กล้วยไม้สกุลหวาย กล้วยไม้สกุลออนซีเดียม กล้วยไม้สกุลอะแรนด้า กล้วยไม้สกุลม็อคคาร่า และกล้วยไม้สกุลแวนด้า ดังนี้

ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพขั้นต่ำ

กล้วยไม้ทุกชิ้นมาตรฐานต้องมีลักษณะตรงตามพันธุ์ ช่อดอกสด สะอาด ไม่มีรอยตำหนิที่เด่นชัด ก้านช่อดอกแข็งแรง ไม่เหี่ยวเฉา ปราศจากโรคและแมลงศัตรูทำลาย ผ่านการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกระบวนการเก็บเกี่ยวด้วยความระมัดระวัง การดูแลหลังการเก็บเกี่ยวและการบรรจุหีบห่ออยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง

การแบ่งชั้นคุณภาพ

กล้วยไม้ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ แบ่งเป็น 3 ชั้นคุณภาพ ประกอบด้วย

1. ชั้นพิเศษ (Extra Class) เป็นกล้วยไม้ที่มีคุณภาพดีที่สุด คือ ช่อดอกสมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีรอยตำหนิ ไม่มีดอกกร่วง ปลอดจากศัตรูพืช และปลอดจากความเสียหายอื่นเนื่องมาจากศัตรูพืช
2. ชั้นหนึ่ง (Class I) เป็นกล้วยไม้ที่มีคุณภาพดี การตรวจสอบไม่พบศัตรูพืช ดอกมีรอยตำหนิได้เล็กน้อย แต่ต้องไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพ
3. ชั้นสอง (Class II) เป็นกล้วยไม้ที่ไม่เข้าชั้นคุณภาพที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพขั้นต่ำตามข้อกำหนดเรื่องคุณภาพขั้นต่ำ และไม่รวมดอกกล้วยไม้ที่มีรอยตำหนิเด่นชัด

ข้อกำหนดเรื่องขนาด

การกำหนดขนาดกล้วยไม้แต่ละสกุลพิจารณาจากความยาวช่อดอก จำนวนดอกบานต่อช่อ ซึ่งในแต่ละชั้นคุณภาพเป็นไปตามรายละเอียดดังนี้

(1) มาตรฐานคุณภาพกล้วยไม้สกุลหวาย

ลักษณะ	ชั้นพิเศษ (Extra)	ชั้นหนึ่ง (I)	ชั้นสอง (II)	ชั้นสาม (III)
ความยาวช่อดอก (ซ.ม.)	ไม่น้อยกว่า 55	ไม่น้อยกว่า 45	ไม่น้อยกว่า 35	ไม่น้อยกว่า 30
จำนวนดอก/ช่อ	ไม่น้อยกว่า 12	ไม่น้อยกว่า 10	ไม่น้อยกว่า 8	ไม่น้อยกว่า 6
จำนวนดอกบาน/ช่อ	ไม่น้อยกว่า 7	ไม่น้อยกว่า 6	ไม่น้อยกว่า 5	ไม่น้อยกว่า 4

(2) มาตรฐานคุณภาพกล้วยไม้สกุลออนซีเดียมพันธุ์โกลเด้นชาวเวอร์ (Golden Shower)

ลักษณะ	ชั้นพิเศษ (Extra)	ชั้นหนึ่ง (I)	ชั้นสอง (II)
ความยาวช่อดอก (ซ.ม.)	ไม่น้อยกว่า 70	ไม่น้อยกว่า 50	ไม่น้อยกว่า 40
จำนวนดอกบาน/ช่อ	ไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของดอกทั้งหมด		

(3) มาตรฐานคุณภาพกล้วยไม้สกุลอะแรนด้าและมือคคาร่า

ลักษณะ	ชั้นพิเศษ (Extra)	ชั้นหนึ่ง (I)	ชั้นสอง (II)
ความยาวช่อดอก (ซ.ม.)	ไม่น้อยกว่า 60	ไม่น้อยกว่า 40	ไม่น้อยกว่า 30
จำนวนดอกบาน/ช่อ	ไม่น้อยกว่า 4 ใน 5 ของดอกทั้งหมด		

(4) มาตรฐานคุณภาพกล้วยไม้สกุลแวนด้า

ลักษณะ	ชั้นพิเศษ (Extra)	ชั้นหนึ่ง (I)	ชั้นสอง (II)
ความยาวช่อดอก (ซ.ม.)	ไม่น้อยกว่า 50	ไม่น้อยกว่า 40	ไม่น้อยกว่า 25
จำนวนดอก/ช่อ	ไม่น้อยกว่า 12	ไม่น้อยกว่า 9	ไม่น้อยกว่า 7
จำนวนดอกบาน/ช่อ	ไม่น้อยกว่า 9	ไม่น้อยกว่า 7	ไม่น้อยกว่า 5

ชั้นคุณภาพ	เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพที่ยอมรับได้	เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องขนาดความยาวช่อดอกที่ยอมรับได้
ชั้นพิเศษ (Extra Class)	เป็นไปตามคุณภาพชั้นหนึ่งได้ไม่เกิน 5%	กล้วยไม้ทุกชั้นมีขนาดความยาวของช่อดอกยาวกว่าหรือสั้นกว่าช่อชั้นถัดไป 1 ช่อบนมาได้ไม่เกินร้อยละ 10%
ชั้นหนึ่ง (I)	เป็นไปตามคุณภาพชั้นสองได้ไม่เกิน 10%	
ชั้นสอง (II)	เป็นไปตามคุณภาพชั้นต่ำได้ไม่เกิน 10% และไม่มีดอกเน่าเสียหรือสภาพไม่เหมาะสม	

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

สำหรับข้อกำหนดเกี่ยวกับการบรรจุและการจัดเรียงเสนอนั้น กล้วยไม้ที่บรรจุในแต่ละภาชนะต้องมีความสม่ำเสมอทั้งในเรื่องพันธุ์ คุณภาพ สี ขนาด ส่วนดอกไม้ที่มองเห็นในภาชนะบรรจุต้องเป็นตัวแทนของผลิตผลทั้งหมด การบรรจุต้องสามารถเก็บรักษาคุณภาพกล้วยไม้ได้เป็น

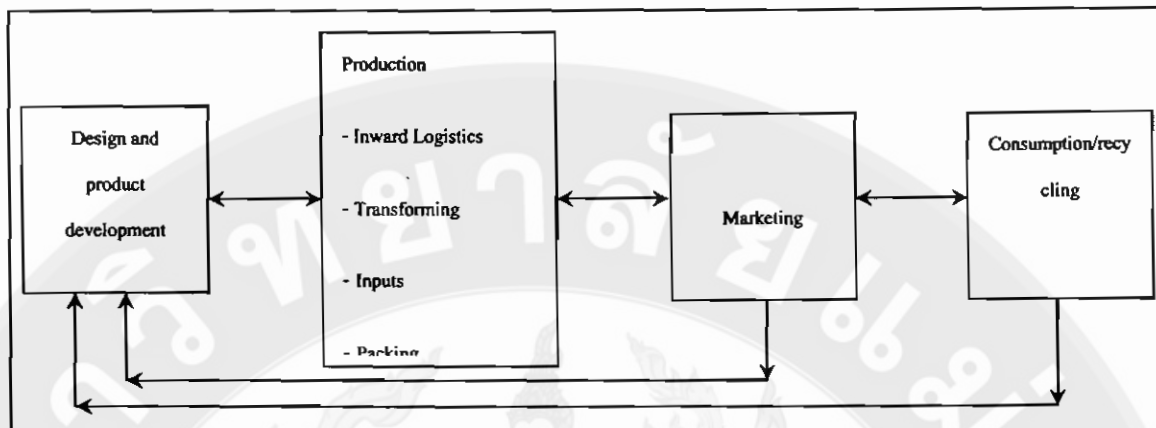
อย่างดี วัสดุที่ใช้ในการบรรจุต้องมีคุณภาพ สะอาด เพื่อป้องกันความเสียหายซึ่งอาจจะมีผลต่อ กล้วยไม้ และบรรจุภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ ทนทานต่อการปฏิบัติการขนส่ง เพื่อ รักษาคุณภาพกล้วยไม้

2.1.4 ห่วงโซ่มูลค่า

คำว่า ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ได้ถูกนำมาใช้โดย Michael Porter (1985) ใน หนังสือชื่อ “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance” โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Analysis) คือ การอธิบายกิจกรรมภายในและรอบ ขององค์กรที่เกิดขึ้นและเชื่อมโยงกิจกรรมดังกล่าวไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็งในด้านการแข่งขันของ องค์กร โดย Porter เชื่อว่าองค์กรที่ผลิตสินค้าหรือบริการจะต้องมีการกำหนดกิจกรรมในแต่ละช่วงการ ผลิตอย่างเป็นระบบเพื่อจะผลิตสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายสำหรับสินค้านั้น ซึ่ง ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมและความสามารถในการเชื่อมโยงกิจกรรมดังกล่าวเข้าด้วยกัน จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

สำหรับ ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ตามคู่มือสำหรับการวิจัยห่วงโซ่มูลค่าของ Kaplinsky และ Morris (2000) ได้ให้ความหมายว่า ห่วงโซ่มูลค่า คือ การอธิบายแนวคิดของ กิจกรรมทั้งหมดในการได้มาซึ่งผลผลิตสินค้าหรือบริการ ผ่านระยะการผลิตต่างๆ ที่แตกต่างกัน (ตั้งแต่การศึกษาข้อมูลทางการผลิตสินค้า การแปรรูปสินค้า รวมไปถึงการผลิตสินค้าที่เรียกว่า บริการ) การขนส่งไปสู่ผู้บริโภคสุดท้าย และการกำจัดของเสียภายหลังจากการใช้ ดังรูป 4 ยกตัวอย่างเช่น ห่วงโซ่มูลค่าของอาหารแปรรูปจากสินค้าเกษตร การวิเคราะห์จะเริ่มต้นตั้งแต่ กิจกรรมในระดับฟาร์มซึ่งรวมถึงอุปทานของปัจจัยการผลิต ต่อเนื่องไปยังการแปรรูปสินค้า การ เก็บรักษา การบรรจุ การกระจายสินค้า ซึ่งสินค้าตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงมือผู้บริโภคสุดท้ายจะต้อง ผ่านขั้นตอน และเกี่ยวข้องกับคนกลาง (Stakeholder) มากมาย โดยมูลค่าของสินค้าจะถูกเพิ่มขึ้น ในแต่ละขั้นการผลิต

สำหรับความหมายของ สุชาติ ธาดาธำรงเวช ได้ให้ความหมายว่า ห่วงโซ่แห่งคุณค่า หรือเครือข่ายการสร้างคุณค่า เป็นการแบ่งโครงสร้างองค์กรออกเป็นประเภทต่างๆ เพื่อประโยชน์ ในการกำหนดจุดอ่อนและจุดแข็งอย่างเป็นระบบ โดยผู้บริหารจะแบ่งกิจกรรมของธุรกิจออกเป็น กิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ



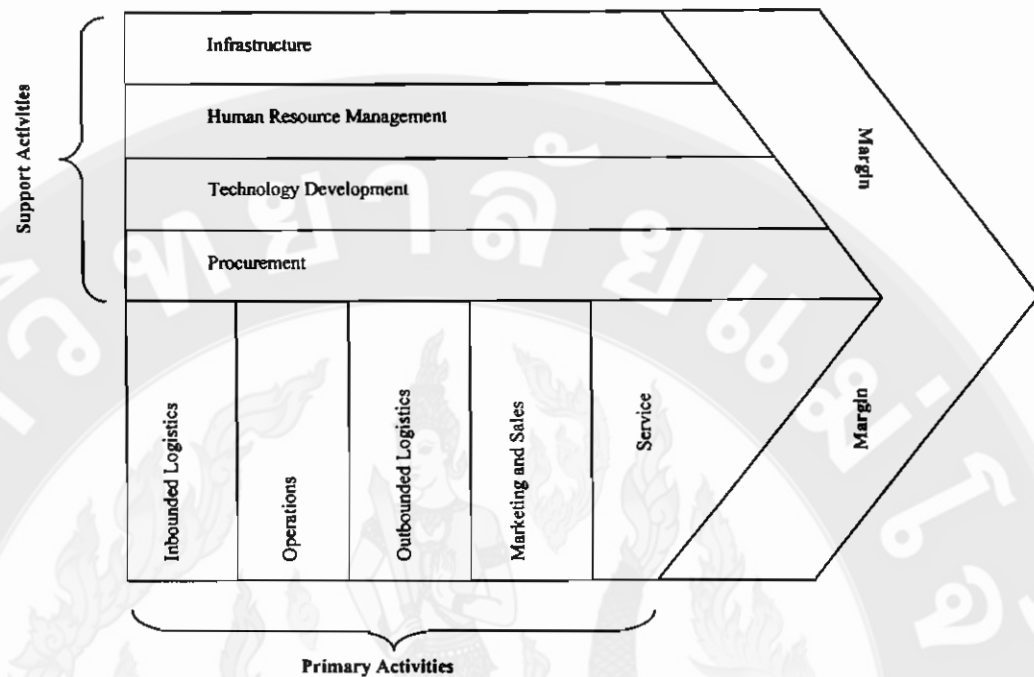
รูปที่ 2.3 การเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าอย่างง่าย

ตามแนวคิดของ Porter ได้แบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน ดังรูป 5 คือ

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ได้แก่
 - การนำวัตถุดิบเข้า (Inbound Logistics)
 - การผลิต (Operations)
 - การส่งผลิตภัณฑ์ออก (Outbound Logistics)
 - การตลาดและการขาย (Marketing & Sales)
 - การให้บริการภายหลังการขาย (After Sales Service)
2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ได้แก่
 - โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (Firm Infrastructures)
 - การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)
 - การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)
 - การจัดซื้อจัดหา (Procurement)
 - การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning)

สำหรับการผลิตสินค้าและบริการ คือ การแปรรูปจากวัตถุดิบไปสู่ผลผลิต ซึ่งประกอบด้วย การผลิต (Production) ระบบขนส่ง (Logistic) และกระบวนการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement Processes)

ส่วน Margin หมายถึง กำไรขององค์กรซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทั้งหมดในห่วงโซ่มูลค่าขององค์กร โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จคือ ความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรม (Linkage) ซึ่งความเชื่อมโยงนี้จะเป็นตัวส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร สินค้าและบริการ

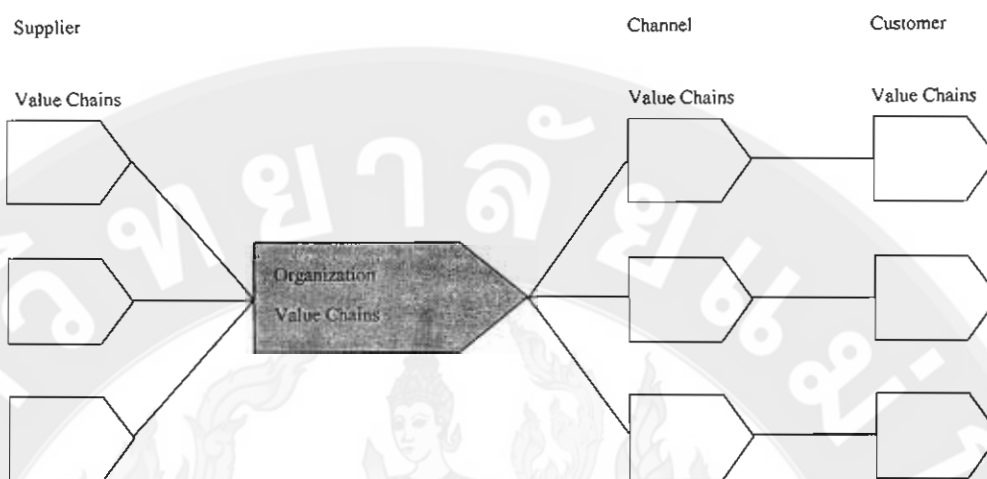


รูปที่ 2.4 แบบจำลองพื้นฐานของห่วงโซ่มูลค่าของ Porter

แบบจำลองพื้นฐานของห่วงโซ่มูลค่าของ Porter

ในการผลิตหรืออุตสาหกรรมส่วนใหญ่ ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจจะต้องถูกเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าอื่นได้แก่ ห่วงโซ่มูลค่าอุปทาน (Supplier Value Chain) ห่วงโซ่มูลค่าช่องทางการจำหน่าย (Channel Value Chain) และห่วงโซ่มูลค่าของผู้บริโภค (Customer Value Chain) ดังรูป 6 ซึ่งการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าจะเป็นการวิเคราะห์ระบบห่วงโซ่มูลค่าของการดำเนินทั้งหมดขององค์กร ดังนั้นการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าจึงประกอบไปด้วย

- การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจเอง (ต้นทุนใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับแต่ละกิจกรรมของธุรกิจ)
- การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของผู้บริโภค (ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจจะสามารถตอบสนองต่อห่วงโซ่มูลค่าของผู้บริโภคได้อย่างไร)
- การระบุความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่เป็นไปได้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- การระบุมูลค่าเพิ่มที่เป็นไปได้สำหรับผู้บริโภค



รูปที่ 2.5 แบบจำลองพื้นฐานของห่วงโซ่มูลค่าของ Porter

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมิทร เตชะสุขสันต์ (2542) ทำศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ พร้อมทั้งศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนทั้งสิ้น 10 ราย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีรายได้ต่อปีจำนวนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป โดยได้ดำเนินธุรกิจกล้วยไม้เพียงอย่างเดียว ในด้านการตลาด กล้วยไม้สกุลแวนด้าและหวายเป็นสกุลที่สร้างรายได้มากที่สุด ในด้านการเงินปัญหาที่พบได้แก่ ปัญหาด้านการขาดเงินทุนหมุนเวียนและระยะเวลาในการชำระหนี้ ในด้านการจัดการปัญหาที่พบคือ ปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ การวางแผนการสั่งการ ส่วนปัญหาด้านการผลิตคือ ต้นทุนการผลิตที่สูง ต้นกล้ามีคุณภาพต่ำและไม่ได้ขนาด ในด้านการตลาด ปัญหาคือ การโฆษณา คุณภาพของสินค้า ความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

มาลีรัตน์ ทิพย์อารักษ์วงศ์ (2543) การวิเคราะห์อุปสงค์ของผู้ส่งออกไทยในการส่งออกดอกกล้วยไม้สด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิต การตลาด และการส่งออก ดอกกล้วยไม้สดของไทย และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการส่งออกดอกกล้วยไม้สด ของไทยไปตลาดที่สำคัญ 3 ตลาดคือตลาดประเทศญี่ปุ่น ตลาดประเทศอิตาลี และตลาดประเทศ สหรัฐอเมริกา ประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองด้วยวิธี Vector Autoregressions (VARs) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกดอกกล้วยไม้สดของไทยไปตลาดหลักทั้ง 3 ประเทศ สามารถแยกออกได้เป็น 3 กรณี กรณีของประเทศญี่ปุ่นพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการส่งออก ดอกกล้วยไม้สดของไทยไปตลาดประเทศญี่ปุ่นคือปริมาณส่งออก ราคาส่งออกและปริมาณผลผลิตโดยมี ขนาดของ

Lag ที่เหมาะสมคือ Lag 4 และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินสกุลเยนในไตรมาสเดียวกัน กับที่ส่งออกไปตลาดประเทศญี่ปุ่น กรณีของประเทศอิตาลีพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการ ส่งออกดอกกล้วยไม้สดของไทยไปตลาดประเทศอิตาลีคือ ปริมาณผลผลิตโดยมีขนาดของ Lag ที่ เหมาะสมคือ Lag 4 กรณีของประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปริมาณอุปสงค์ในการ ส่งออกดอกกล้วยไม้สดของไทยไปตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาคือ ราคาส่งออก และปริมาณผลผลิต โดยมีขนาดของ Lag ที่เหมาะสมคือ Lag 3 ผลการศึกษานี้ทำให้ได้ข้อเสนอแนะว่า ในการส่งออกดอก กล้วยไม้สดของไทยไปตลาดต่างประเทศผู้ส่งออกต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการ ส่งออกประเภทและสีพันธุ์ คุณภาพ และ พันธุ์ของกล้วยไม้ที่ตลาดต่างประเทศต้องการ หน่วยงานของ ภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันเร่งรัด การส่งออกด้วยการวางแผนพัฒนาการส่งออกให้มีความ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ช่วยเร่งประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคในต่างประเทศ รู้จักดอกกล้วยไม้สดของไทยกันมากขึ้นและควรจัดทำ สื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกษตรกร ผู้ประกอบการให้ได้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตการตลาดและการ ส่งออก ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนา และสามารถขยายการส่งออกได้มากยิ่งขึ้น

ณพงศ์ นันทราทิพย์ (2543) ทำการศึกษาสภาวะการผลิตและการส่งออกกล้วยไม้ของ จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของการผลิตและการส่งออกกล้วยไม้ โดยผลการศึกษาพบว่า การผลิตกล้วยไม้ของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการปลูกในพื้นที่ ตนเอง โดยพันธุ์กล้วยไม้ที่ปลูกได้แก่ หวาย แวนด้า แคทรียา มอคคารา ฟาแลนนอฟซิส รองเท้านารี ชิมบีเดียม อะแรนธอรา อะแรนดา อะแรกนิส ซึ่งขยายพันธุ์ด้วยตนเอง เมื่อวิเคราะห์ต้นทุน การผลิตพบว่า ต้นทุนคงที่ประกอบด้วยค่าพันธุ์ และสิ่งก่อสร้างในโรงเรือน ค่าปรับปรุงดิน ปุ๋ยน้ำ และท่อน้ำ วัสดุที่ใช้ปลูกและอื่นๆ ต้นทุนผันแปรได้แก่ ค่าลูกจ้างประจำ ค่าปุ๋ยเคมีและยาป้องกัน ศัตรูพืช ค่าลูกจ้างชั่วคราว ค่าขนส่งกล้วยไม้ไปตลาด นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ปัญหาในการ ผลิตคือ ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิต สภาพภูมิอากาศซึ่งควบคุมไม่ได้ ปัญหาโรคและ แมลง การขาดแคลนพันธุ์กล้วยไม้ป่าที่ใช้พัฒนาพันธุ์ใหม่ๆ ส่วนปัญหาการจำหน่ายคือ ด้านการ ขนส่ง การตัดดอกและการคัดเกรด ด้านคุณภาพและขนาดกล้วยไม้ที่ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด การขาดความช่วยเหลือจากทางราชการ และปัญหาเรื่องราคากล้วยไม้

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2548) ได้ทำการศึกษาดังศักยภาพการตลาดดอกกล้วยไม้ ไทยในประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบการตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย การตลาดใน ประเทศญี่ปุ่นและศักยภาพการตลาด รสนิยมของผู้บริโภคดอกกล้วยไม้ไทย รวมไปถึงปัญหาและ อุปสรรคต่างๆ ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่สำคัญที่สุดของการส่งออกดอกกล้วยไม้ ไปญี่ปุ่นคือ ค่าระวางเครื่องบิน รองลงมาคือ ค่าวัสดุอุปกรณ์ และค่าแรงงาน โดยผู้ส่งออกจะได้รับ ผลตอบแทนสูงกว่าผู้รวบรวม แต่จะต่ำกว่าผู้นำเข้า/ผู้รับฝากขาย นอกจากนี้ยังพบว่าในประเทศญี่ปุ่น

ดอกกล้วยไม้ของไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด เนื่องจากคุณภาพและแบรนด์เนมที่เป็นที่ยอมรับของตลาดถึงแม้ว่าราคากกล้วยไม้ไทยจะมีราคาสูงกว่ามาเลเซียและสิงคโปร์ก็ตาม

สำหรับรสนิยมและพฤติกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่นต่อดอกกล้วยไม้ไทยพบว่า ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบความสด และสี (โดยเฉพาะโทนสีชมพูอ่อนคล้ายดอกซากุระ) ดอกฟอร์มกิ่งกลม จำนวนดอกบานในช่อมาก และมีความคงทนในการปักแจกันนานกว่า 10 วัน และมีความต้องการใช้มากในช่วงเทศกาลไหว้พระ วันแม่ เชียงเม้ง คริสมาสต์และปีใหม่ และเพื่อให้สามารถรักษาความเป็นผู้นำตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ควรปรับปรุงคุณภาพและลดต้นทุนสินค้า โดยนำระบบ GAP มาใช้ในกระบวนการผลิต ส่วนการส่งออกไม่ควรบรรจุดอกกล้วยไม้ให้แน่นและจัดการระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ เพราะจะทำให้กลีบดอกช้ำ รวมถึงต้องเร่งสร้างแบรนด์เนมให้เป็นที่ยอมรับของตลาด

พนิตา เตละวานิชย์ (2549) การศึกษาความพร้อมของเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ในการเข้าสู่ระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมสำหรับการผลิตกล้วยไม้ตัดดอก โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบตรวจประเมินระบบการจัดการคุณภาพของกรมวิชาการเกษตรเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรจำนวน 8 ราย ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมเกษตรกรมีความพร้อมในระดับปานกลางถึงมากในการเข้าสู่ระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมสำหรับการผลิตกล้วยไม้ตัดดอก ในด้านความพร้อมของบุคคล เกษตรกรยังขาดความเข้าใจในหลักการและแนวคิดของระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมอันเนื่องมาจากขาดข้อมูลที่ชัดเจน ในด้านการดำเนินงานพบว่า โดยภาพรวมแล้วเกษตรกรมีความพร้อมในภาพรวม แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อกำหนดกลับพบว่า ข้อกำหนดที่เกษตรกรมีความพร้อมต่ำคือ ข้อกำหนดการบันทึกข้อมูลและข้อกำหนดที่เกษตรกรมีความพร้อมปานกลางคือ ข้อกำหนดการเก็บรักษาและการขนย้ายผลิตผลในแปลง

สุพิชฌาย์ ศักดิ์ศรีพิยากร (2550) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายดอกไม้สดของผู้บริโภคที่มีต่อเครือข่ายมัสลิลลี เขตจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกซื้อดอกไม้เพราะรูปแบบสวยงาม รูปแบบการจัดผลิตภัณฑ์ แบบที่นิยมซื้อมากที่สุดคือ แบบช่อดอกไม้ และส่วนใหญ่นิยมซื้อดอกไม้ในวาระโอกาสวันแห่งความรัก ดอกไม้ที่นิยมซื้อคือดอกกุหลาบ โดยเฉพาะดอกไม้สีแดง ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ขนาดกลาง และซื้อดอกไม้ต่อครั้งในประมาณ 1 ช่อ/ตะกร้า/แจกัน ปัจจัยที่พิจารณาในการเลือกซื้อดอกไม้เรียงลำดับตามความสำคัญดังต่อไปนี้ ชนิดดอกไม้ รูปแบบการจัด ราคา โปรโมชัน/ของแถม การบริการ และยี่ห้อมัสลิลลี ตามลำดับ ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์จากการประชาสัมพันธ์ประเภทปากต่อปาก การศึกษาระดับทัศนคติการซื้อดอกไม้พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านทัศนคติ การซื้อของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

ด้านราคาของสินค้า ด้านคุณภาพสินค้า ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านรูปแบบของเว็บไซต์ การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคพบว่า เพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเป็นสมาชิกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ส่วน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่เป็นสมาชิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภูวเดช โหราเรือง และคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมกล้วยไม้ในพื้นที่ภาคกลางและพื้นที่ใกล้เคียง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ในปี 2550 จำนวน 129 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่มีลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียว พันธุ์กล้วยไม้ที่นิยมปลูกได้แก่ พันธุ์บอมโม่แดง รูปแบบช่องทางการตลาดที่ใช้ในการจัดจำหน่ายกล้วยไม้มีทั้งหมด 5 รูปแบบคือ ช่องทางพ่อค้าตลาดกลาง พ่อค้าส่งท้องถิ่น พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่งออก และช่องทางตรง

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ในการวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาโดยมุ่งศึกษาสถานะการผลิตและการตลาด โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่มูลค่าในธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษาจึงจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะในผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพภูมิประเทศที่ตั้งของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจ โดยเลือกชนิดของกล้วยไม้ที่ทำการศึกษาคือ แคนทลียา (Vanda) และแวนด้าโดยเฉพาะพันธุ์ฟ้ามุ่ย (Vanda Coerulea) โดยองค์ประกอบของโซ่มูลค่าจะเริ่มตั้งแต่ ไซ่ต้นน้ำ คือ การผลิตกล้วยไม้ตัดดอก ไซ่กลางน้ำ ได้แก่ การขนส่งรวมถึงร้านขายดอกไม้ และไซ่ปลายน้ำ คือ ผู้บริโภค

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาสถานะของการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสถานะของการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจหลักกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรผู้ผลิต หรือเจ้าของฟาร์มกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำการเก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง (Purposing Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ หรือเซิงก้อนหิมะ (Snowball Sampling) ตั้งแต่ต้นน้ำคือเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงกล้วยไม้ ไปจนถึงปลายน้ำคือ ผู้ใช้ซึ่งคือผู้บริโภคปลายทางของกล้วยไม้ตัดดอก โดยเริ่มต้นจากห่วงโซ่ต้นน้ำจาก 10 ฟาร์มที่เพาะเลี้ยง แคนทลียา (Vanda) และแวนด้าโดยเฉพาะพันธุ์ฟ้ามุ่ย (Vanda Coerulea) งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.2 การเก็บข้อมูลจากไซ่ต้นน้ำ

ในการศึกษาการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากตัวอย่าง โดยมีรูปแบบการเก็บข้อมูลของการดำเนินงานของฟาร์มกล้วยไม้ของกลุ่มตัวอย่างผู้เพาะเลี้ยงกล้วยไม้แบบตัดดอกในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจาก เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ คือ

- การสังเกต (Observation)

เทคนิคนี้ถูกใช้สำหรับการสำรวจรูปแบบการดำเนินงานเบื้องต้นของการผลิตกล้วยไม้ตัดดอก การบริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การขนส่ง การกระจายสินค้า การตลาด และการขายดอกกล้วยไม้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้การสังเกตจะทำให้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นสำหรับการระบุกิจกรรมที่สำคัญที่มีคุณค่าเพิ่ม กิจกรรมที่ไม่มีคุณค่าเพิ่ม และกิจกรรมที่จำเป็นแต่ไม่มีคุณค่าเพิ่ม โดยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และจดบันทึก นอกจากนี้ข้อมูลบางส่วนจะถูกนำไปใช้สำหรับการสร้างข้อคำถามสำหรับแบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นต่อไป

- การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจะดำเนินการสัมภาษณ์จากตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposing Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ หรือเชิงก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยที่คำถามสัมภาษณ์ได้ถูกสร้างขึ้นมาก่อนจากพื้นที่สังเกตในเบื้องต้น และเป็นข้อคำถามจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจดบันทึก และอัดเสียง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปลูกกล้วยไม้ ธุรกิจดอกกล้วยไม้ รวมถึงทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมวิชาการเกษตร เป็นต้น

3.2.3 ขั้นตอนการเก็บข้อมูลจากโซ่คั้นน้ำ

ในการศึกษาการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นสถานการณ์การค้าและการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกของไทยและของจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากเกษตรกรผู้เลี้ยงกล้วยไม้สำหรับจำหน่ายกล้วยไม้ตัดดอก และร้านขายดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุดคือ สำหรับเจ้าของฟาร์มกล้วยไม้ เจ้าของธุรกิจจัดดอกไม้ และผู้บริโภค

แบบสอบถามสำหรับผู้เจ้าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกถูกสร้างขึ้นมาจากพื้นฐานแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าของ Porter ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 8 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

1. ชื่อฟาร์ม
2. เจ้าของฟาร์ม
3. ที่อยู่
4. เบอร์โทรศัพท์
5. ประสบการณ์ในการทำฟาร์ม
6. วุฒิกการศึกษา
7. ขนาดพื้นที่สำหรับการผลิต
8. จำนวนแรงงาน ได้แก่ จำนวนแรงงานประจำ มีค่าจ้างเท่าไร และจำนวนแรงงานไม่ประจำ และมีค่าจ้างเท่าไร
9. เหตุผลที่ดำเนินธุรกิจผลิตกล้วยไม้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์กล้วยไม้ที่ปลูกเพื่อตัดดอกเป็นหลัก ประกอบไปด้วย

1. พันธุ์ที่ปลูก
2. ปริมาณคำสั่งซื้อต่อสัปดาห์หรือต่อเดือน
3. ปริมาณการผลิต ต่อสัปดาห์หรือต่อเดือน
4. ราคาต่อหน่วย

ตอนที่ 3 โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics)

1. วัตถุดิบที่ใช้ในการปลูกกล้วยไม้ตัดดอก ประกอบไปด้วย วัตถุดิบหลัก การได้มาหรือจัดหาหรือรวบรวมจาก (ซื้อจากไหน ขนส่งอย่างไร) ราคาหรือมูลค่าต่อหน่วย และอายุการใช้งาน
2. มูลค่าปัจจัยการผลิตหลักในการปลูกกล้วยไม้ตัดดอก เช่น กล้วยไม้ขวดหรือหน่อที่ได้จากการแตกยอด
3. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยขาเข้า (Inbound Logistics)

ตอนที่ 4 การดำเนินงาน (Operations)

1. ขั้นตอนการปลูก ประกอบไปด้วย ขั้นตอนการปลูก ดูแลรักษาและบังคับการออกดอกกล้วยไม้ วัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนและการจัดหา ราคาหรือมูลค่าระบุหน่วย และอายุการใช้งาน
2. ความถี่ในการออกดอกต่อต้นต่อปี แต่ละครั้งให้จำนวนกี่ช่อดอก ดังนั้น 1 ต้น สามารถสร้างมูลค่า/รายได้ จำนวนเท่าไรต่อครั้ง
3. ระยะเวลาตัดดอก ระยะเวลาหรือช่วงเวลา
4. การบริหารจัดการฟาร์มเพื่อการจัดดอกกล้วยไม้ได้ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
5. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Operations)

ตอนที่ 5 โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)

1. ขั้นตอนการเก็บเกี่ยว ประกอบไปด้วย ขั้นตอนหลักการเก็บเกี่ยวและจัดส่งสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนการจัดหา ราคาหรือมูลค่าระบุหน่วย และระยะเวลาที่ใช้
2. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า (Outbound Logistics)

ตอนที่ 6 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

1. ลูกค้ารายสำคัญ ประกอบไปด้วย ชื่อลูกค้า, ปริมาณและความถี่ในการสั่งซื้อ, ลักษณะการจัดส่ง และระยะเวลาที่ใช้หรือระยะทาง
2. การติดต่อสื่อสาร และการสั่งซื้อของลูกค้าด้วยวิธีใด

ตอนที่ 7 กิจกรรมสนับสนุน

1. การบริหารจัดการด้านการจัดหาวัตถุดิบและทรัพยากร
2. การพัฒนาด้านเทคโนโลยี
3. การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์
4. โครงสร้างสนับสนุนอื่นๆ

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ SWOT ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัญหาอุปสรรค

3.2.5 ด้านผู้บริโภค

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมความต้องการกล้วยไม้ตัดดอกของผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการกล้วยไม้ตัดดอกของผู้บริโภคและศึกษาถึงห่วงโซ่มูลค่ากลางน้ำและปลายน้ำของธุรกิจผลิตกล้วยไม้ตัดดอก โดยในการศึกษาค้นนี้จะเป็นการศึกษาจากกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ตัดดอกในสกุลแคทลียาและแวนด้า เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอก

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ตัดดอกในสกุลแคทลียาและแวนด้า จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านจัดดอกไม้และผู้บริโภคที่มีการนำกล้วยไม้ตัดดอกสกุลแคทลียาและสกุลแวนด้า โดยเฉพาะแวนด้าฟ้ามู๋มาใช้ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย และผู้บริโภคจำนวน 100 ราย

ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูล ได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาค้นนี้ คือ แบบสอบถามโดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 8 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

1. ชื่อกิจการ เจ้าของกิจการ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์
2. ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ
3. ขนาดพื้นที่ร้าน
4. จำนวนแรงงาน
5. แหล่งเงินทุนที่ใช้ดำเนินกิจการ
6. เหตุผลที่ดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้
7. รายได้เฉพาะที่เกิดจากกล้วยไม้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 กล้วยไม้พื้นฐาน

1. พันธุ์ที่นำมาตัดดอกเป็นหลัก
2. พันธุ์ที่ซื้อมาเป็นวัตถุดิบ
3. ปริมาณคำสั่งซื้อฟาร์มที่ส่ง
4. ปริมาณและลักษณะการใช้กล้วยไม้ของกิจการ

ตอนที่ 3 ปักจายนำเข้า (Inbound Logistics)

1. วัตถุดิบที่ใช้สำหรับธุรกิจจัดดอกไม้ในส่วนที่มีดอกกล้วยไม้ประกอบและวัตถุดิบหลัก
2. การได้มาหรือจัดหาหรือรวบรวมจากไหน
3. ราคาหรือมูลค่า มูลค่าปักจายการผลิตหลักในการทำธุรกิจที่ขายหรือใช้ดอกกล้วยไม้
4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับปักจายนำเข้า

ตอนที่ 4 การผลิต (Operations)

1. ขั้นตอนการจัดดอกไม้
2. วัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละขั้นตอน
3. การจัดหา ราคาหรือมูลค่า
4. ความถี่ในการใช้ดอกไม้แวนด้าสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ และความถี่ในการใช้ดอกไม้แคทลียาสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ
5. การบริหารจัดการดอกไม้แวนด้าและแคทลียาในร้านจัดดอกไม้
6. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการใช้หรือเพิ่มมูลค่าดอกกล้วยไม้

ตอนที่ 5 การส่งมอบแก่ลูกค้า (Outbound Logistics)

1. ขั้นตอนหลักการ
2. วัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนการจัดหา
3. ราคาหรือมูลค่า ระยะเวลาที่ใช้
4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า

ตอนที่ 6 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

1. ลูกค้ารายสำคัญได้แก่ ชื่อลูกค้า
2. ปริมาณและความถี่ในการสั่งซื้อ
3. ลักษณะการจัดส่ง
4. ระยะเวลาที่ใช้/ระยะทาง
5. การติดต่อสื่อสารและการสั่งซื้อของลูกค้า

ตอนที่ 7 กิจกรรมสนับสนุน

1. การบริหารจัดการด้านการจัดหาวัตถุดิบและทรัพยากร
2. การพัฒนาด้านเทคโนโลยี
3. การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์
4. โครงสร้างสนับสนุนอื่นๆ

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ SWOT ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคในอนาคตปัจจัยต่อไปนี้มีสำคัญต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการร้านของท่านมากน้อยเพียงใดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ความสวยงามของกล้วยไม้ ความหลากหลายของกล้วยไม้ การให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ และเป็นมิตร ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน มีอุปกรณ์ต่างๆ ครบตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ การดูแลรักษาสภาพของกล้วยไม้ ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ มีที่นั่งสำหรับผู้มาใช้บริการ ด้านราคาและการชำระเงิน ราคาต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่น รองรับการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีการจัดส่วนลด ตามเทศกาล หรือตามโปรโมชั่นของร้าน

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนของข้อมูลค่าต้นน้ำจากการเก็บแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่มูลค่าและอธิบายเชิงพรรณนา และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Inductive) ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์ และได้จัดบันทึกไว้

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนของข้อมูลค่ากลางและปลายน้ำจากการเก็บแบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์ โดยนำระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับห่วงโซ่มูลค่าไปใช้ในการวิเคราะห์ และใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของปัจจัยต่างๆ ปัจจัยนั้นเป็นลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจน้อย และความพึงพอใจน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	5
ความพึงพอใจมาก	4

ความพึงพอใจปานกลาง	3
ความพึงพอใจน้อย	2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1

การแปลความหมายค่าของคะแนนเฉลี่ย ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

สำหรับเนื้อหาในบทนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงรายงานสถานการณ์การผลิตและการตลาดของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในภาพรวมของทั้งประเทศและในจังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในถึงสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกในปัจจุบันของไทย และในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงเข้าใจในโครงสร้างของกระบวนการในโซ่มูลค่าของกล้วยไม้ตัดดอกในกล้วยไม้พันธุ์แคทลียา (Vanda) และ แววด้าโดยเฉพาะพันธุ์ฟ้ามยุ (Vanda Coerulea) การเชื่อมโยงของข้อมูลและการไหลของสินค้า รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระบบโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่

4.1 สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของไทย

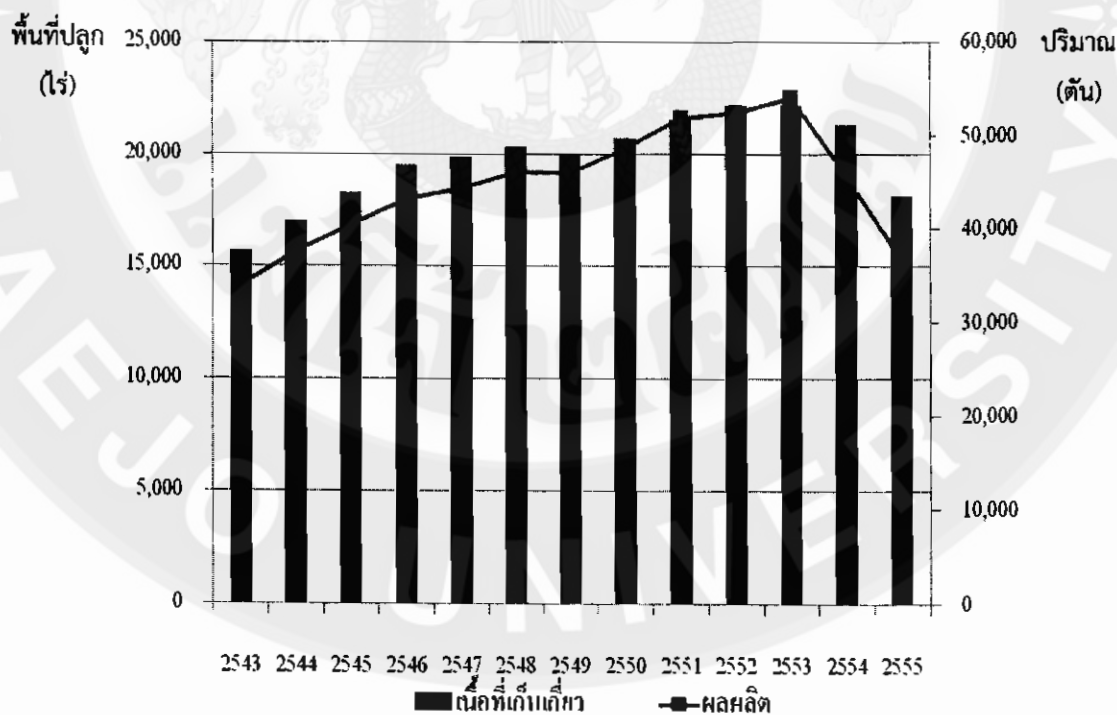
ประเทศไทยเป็นแหล่งเพาะปลูกกล้วยไม้เมืองร้อนที่สำคัญประเทศหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อนและในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งถือว่าเป็นแหล่งกำเนิดกล้วยไม้ป่าที่สำคัญของโลกแหล่งหนึ่ง ดังนั้นจึงปรากฏว่ามีกล้วยไม้ป่านานาชนิดถือกำเนิดและอาศัยอยู่ตามธรรมชาติ ซึ่งกล้วยไม้ที่พบในประเทศไทยนั้นมีลักษณะโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ดังนั้นกล้วยไม้จึงสามารถนำมาศึกษาเพาะเลี้ยงทั้งเพื่อการอนุรักษ์ ขยายพันธุ์ และปรับปรุงพันธุ์เพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านสังคม เศรษฐกิจ และอนุรักษ์ธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ประกอบกับสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของประเทศไทยที่เหมาะสมแก่การเลี้ยงกล้วยไม้ในเชิงพาณิชย์ได้โดยไม่ต้องลงทุนมากนัก ส่งผลให้ในปัจจุบันมีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้เชิงพาณิชย์อย่างครบวงจรตั้งแต่การผสมเกสร เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เลี้ยงลูกกล้วยไม้ เลี้ยงต้นกล้วยไม้ไปจนกระทั่งการเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอก จากนั้นบรรจุหีบห่อและส่งออกต่างประเทศ ก่อให้เกิดการสร้างงาน และสร้างอาชีพใหม่ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้จำนวนมาก

สำหรับการทำสวนกล้วยไม้เพื่อตัดดอกเริ่มต้นอย่างจริงจังในปี 2509 เมื่อไทยเริ่มส่งออกกล้วยไม้ไปสู่ตลาดต่างประเทศในยุโรปตะวันตก เช่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และ อิตาลี ต่อมาจึงขยายตลาดไปสู่ประเทศญี่ปุ่น แคนาดา และบางรัฐของสหรัฐอเมริกา ซึ่งกล้วยไม้ตัดดอกเชิงพาณิชย์จะมีลักษณะการเพาะเลี้ยงที่แตกต่างไปจากการเลี้ยงกล้วยไม้เป็นงานอดิเรกมากพอสมควร เพราะชาวสวนต้องหลักเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์และการตลาดเป็นพื้นฐานในการพิจารณา

ตั้งแต่การวางแผนการผลิตไปจนถึงการตลาด แทนการเน้นการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อความเพลิดเพลิน

4.1.1 การผลิต

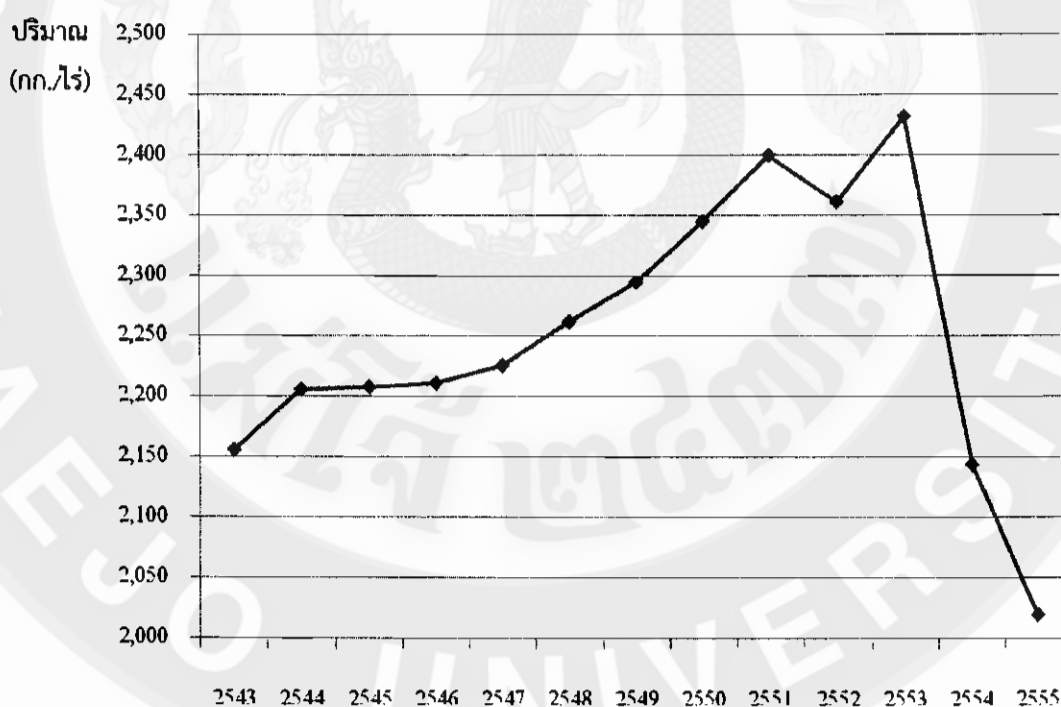
ในการเลี้ยงกล้วยไม้ภายในประเทศไทยนั้น จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ในระยะเวลาระหว่างปี 2543 – 2555 ไทยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2549 ที่มีเนื้อที่ลดลงร้อยละ 1.74 และช่วงระหว่างปี 2554 – 2555 ที่มีเนื้อที่ลดลงร้อยละ 3.95 และ 14.86 ตามลำดับ ซึ่งในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นช่วงระยะเวลาภายหลังจากการเกิดภัยพิบัติมหาอุทกภัยในปี 2554 และได้ส่งผลให้เนื้อที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้น้ำท่วมได้รับความเสียหายอย่างรุนแรง โดยเฉพาะจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง เช่น นครปฐม อยุธยา สมุทรสาคร นครสวรรค์ และ พิษณุโลก ทั้งนี้เนื่องจากกล้วยไม้ดังกล่าวเสียหายทั้งดอก ต้น และต้นพ้อ-แม่พันธุ์ด้วย ถือเป็นเรื่องใหญ่มาก เนื่องจากการฟื้นฟูต้องเริ่มใหม่ทั้งระบบ



รูปที่ 4.1 เนื้อที่เก็บเกี่ยว และผลผลิต ปี 2543 – 2555

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2555, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากรูปที่ 4.1 แผนภูมิแท่งแสดงเนื้อที่เก็บเกี่ยวและผลผลิตในช่วงปี 2543 – 2555 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องยกเว้นในปี 2549 และช่วงระหว่างปี 2554 – 2555 ที่มีเนื้อที่ลดลง สำหรับแผนภูมิเส้นแสดงปริมาณผลผลิตกล้วยไม้รวมในแต่ละปี ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเนื้อที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้ที่ลดลง เพราะในปี 2549 มีปริมาณผลผลิตกล้วยไม้รวมทั้งประเทศลดลงร้อยละ 0.31 เช่นเดียวกัน แต่สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเกิดอุทกภัยในปี 2554 พบว่าได้ส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตกล้วยไม้รวมทั้งประเทศอย่างมากเนื่องจากทำให้ปริมาณผลผลิตกล้วยไม้รวมทั้งประเทศลดลงถึงร้อยละ 15.32 และ 19.78 ตามลำดับ สำหรับผลผลิตต่อไร่ในปีนั้นพบว่าด้วยวิทยาการและความชำนาญของคนไทยทำให้ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาผลผลิตต่อไร่ของกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2552 และระหว่างปี 2554 – 2555 ที่มีผลผลิตต่อไร่ลดลงร้อยละ 1.62 11.84 และ 5.78 ตามลำดับ ดังรูป 4.2 และตาราง 4.1



รูปที่ 4.2 ผลผลิตต่อไร่ ปี 2543 – 2555

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2555, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากข้อมูลสถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2555 พบว่าในปี 2555 ไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้และให้ผลผลิตทั้งสิ้นประมาณ 18,169 ไร่ ลดลงจากปี 2554 ซึ่งมีพื้นที่ปลูก 21,339 ไร่ หรือลดลงร้อยละ 14.86 มีผลผลิตกล้วยไม้รวมทั้งประเทศในปี 2555 ประมาณ 36,702 ตัน ลดลงจากปี

2554 ที่มีผลผลิตกล้วยไม้รวมทั้งสิ้นประมาณ 45,750 หรือลดลงร้อยละ 19.78 และมีผลผลิตต่อไร่ในปี 2555 ประมาณ 2,020 กก. ลดลงจากปี 2554 ที่มีผลผลิตต่อไร่ 2,144 กก. หรือลดลงร้อยละ 5.78 ดังตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของกล้วยไม้ ปี 2543 – 2555

ปี	เนื้อที่เก็บเกี่ยว		ผลผลิต		ผลผลิตต่อไร่	
	(ไร่)	(%)	(ตัน)	(%)	(กก.)	(%)
2543	15,718	-	33,890	-	2,156	-
2544	17,049	8.47	37,602	10.95	2,206	2.32
2545	18,290	7.28	40,393	7.42	2,208	0.09
2546	19,562	6.95	43,247	7.07	2,211	0.14
2547	19,909	1.77	44,316	2.47	2,226	0.68
2548	20,386	2.40	46,113	4.05	2,262	1.62
2549	20,032	-1.74	45,972	-0.31	2,295	1.46
2550	20,746	3.56	48,639	5.80	2,345	2.18
2551	21,602	4.13	51,834	6.57	2,400	2.35
2552	22,200	2.77	52,422	1.13	2,361	-1.63
2553	22,217	0.08	54,026	3.06	2,432	3.01
2554	21,339	-3.95	45,750	-15.32	2,144	-11.84
2555	18,169	-14.86	36,702	-19.78	2,020	-5.78

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2555, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำหรับแหล่งผลิตที่สำคัญของการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้นั้นมีการกระจายอยู่ทั่วประเทศ แต่จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรพบว่า ในรายงานสถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2555 นั้นมีสถิติพื้นที่การเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ใน 2 ภูมิภาค (ตาราง 4.2) โดยเฉพาะภาคกลางที่ในปี 2555 มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 17,217 ไร่ ซึ่งมีพื้นที่ลดลงจากปี 2554 ที่มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 20,394 ไร่ หรือลดลงร้อยละ 15.58 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ในปี 2555 มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 952 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 945 ไร่ สำหรับจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตกล้วยไม้ที่สำคัญนั้นจะอยู่ใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกมากกว่า 200 ไร่ มี 10 จังหวัด โดยจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกมากที่สุดในปี 2555 คือ สมุทรสาคร (5,542 ไร่) โดยมีพื้นที่ปลูกหนาแน่นที่อำเภอกระทุ่มแบน

รองลงมาคือ นครปฐม (5,129 ไร่) โดยมีพื้นที่ปลูกหนาแน่นที่อำเภอสามพราน ตามมาด้วย ราชบุรี (2,056 ไร่) กรุงเทพฯ (1,318 ไร่) และนครราชสีมา (895 ไร่) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของกล้วยไม้เป็นรายภาคและรายจังหวัด ปี 2554 – 2555

จังหวัด	เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)		ผลผลิต (ตัน)		ผลผลิตต่อไร่ (กก.)	
	2554	2555	2554	2555	2554	2555
รวมทั้งประเทศ	21,339	18,169	45,750	36,702	2,144	2,020
ตะวันออกเฉียงเหนือ	945	952	2,642	2,691	2,796	2,827
กลาง	20,394	17,217	43,108	34,011	2,114	1,975
สกลนคร	75	52	141	96	1,878	1,846
ขอนแก่น	4	5	7	8	1,750	1,600
นครราชสีมา	866	895	2,494	2,587	2,880	2,891
สระบุรี	39	27	64	42	1,641	1,556
สุพรรณบุรี	145	131	201	183	1,386	1,397
พระนครศรีอยุธยา	590	622	1,007	1,050	1,707	1,688
นนทบุรี	949	689	1,966	1,271	2,072	1,845
กรุงเทพฯ	2,314	1,318	4,901	2,708	2,118	2,055
ปทุมธานี	416	249	807	471	1,940	1,892
ปราจีนบุรี	15	-	35	-	2,333	-
ชลบุรี	273	290	639	684	2,341	2,359
สมุทรสาคร	5,195	5,542	12,146	11,533	2,338	2,081
นครปฐม	7,382	5,129	15,526	10,073	2,103	1,964
กาญจนบุรี	716	763	1,364	1,489	1,905	1,952
ราชบุรี	2,289	2,379	4,317	4,361	1,886	1,833
เพชรบุรี	71	78	135	146	1,901	1,872

ที่มา: สถิติการเกษตรของประเทศไทยปี 2555, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำหรับจังหวัดที่มีผลผลิตกล้วยไม้รวมมากที่สุดของปี 2555 ได้แก่ สมุทรสาคร (11,533 ตัน) นครปฐม (10,073 ตัน) และกรุงเทพฯ (2,708 ตัน) ตามลำดับ และจังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่มาก

ที่สุดของปี 2555 ได้แก่ นครราชสีมา (2,891 กก./ไร่) ชลบุรี (2,359 กก./ไร่) สมุทรสาคร (2,081 กก./ไร่) และกรุงเทพฯ (2,055 กก./ไร่) ตามลำดับ สำหรับสกุลกล้วยไม้ที่ปลูกมากที่สุดคือ สกุลหวาย (Dendrobium) ซึ่งมีพื้นที่ปลูกถึงร้อยละ 80 โดยพันธุ์ที่ปลูกมากได้แก่ โจ้แดง บอม 17 เอียสกุล แอนนา ซากุระ ขาว 5N ขาวสนาน รองลงมาเป็นสกุลมอคคารา ออนชิตีเยม และแวนดา โดยเกษตรกรสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มตลาดจำนวนพื้นที่ ได้แก่ เกษตรกรรายย่อยมีพื้นที่ปลูก 5-10 ไร่ เกษตรกรขนาดกลางมีพื้นที่ปลูก 20-40 ไร่ และขนาดใหญ่มีพื้นที่ปลูกมากกว่า 100

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555) แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกเชิงพาณิชย์นั้นอยู่ในจังหวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ไม่มีการปลูกกล้วยไม้เชิงพาณิชย์ในเขตภาคเหนือหรือภาคเหนือตอนบน จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ทำให้ทราบว่า ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีฟาร์มที่ปลูกและจำหน่ายกล้วยไม้เฉพาะตัดดอกเชิงการค้าค่อนข้างน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นการปลูกและจำหน่ายกล้วยไม้กระถาง จะมีลักษณะของการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกบ้างเป็นเพียงธุรกิจเสริมเพื่อตอบสนองความต้องการดอกกล้วยไม้ภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น ไม่มีการทำธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่ เนื่องจากในการธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกเชิงพาณิชย์จำเป็นต้องมีระบบโลจิสติกส์ที่ดีเพราะดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าที่มีความบอบบาง และเน่าเสียง่าย ดังนั้นการตลาดและการขนส่งสินค้าของธุรกิจจากแหล่งผลิตไปยังปลายทางผู้บริโภคปลายทางไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคภายในหรือต่างประเทศจึงมีต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งที่เป็นค่าใช้จ่าย และระยะเวลาที่สูงมาก ไม่คุ้มกับการลงทุน

4.1.2 การค้าและการตลาด

4.1.2.1 ตลาดภายในประเทศ

กล้วยไม้ตัดดอกที่เป็นที่นิยมและมีการซื้อขายกันในตลาดภายในประเทศส่วนมากเป็นกล้วยไม้สกุลหวาย และแคทลียา โดยดอกกล้วยไม้จะถูกจัดส่งจากฟาร์มกล้วยไม้โดยผู้รวบรวมเพื่อส่งไปยังตลาดที่สำคัญ โดยกล้วยไม้จะถูกขายเป็นกำๆ จากข้อมูลของตลาดสี่มุมเมืองพบว่ามีทั้งหมด 16 ชนิด ดังนี้

- กล้วยไม้ขาว 4 เอ็น
- กล้วยไม้ขาวผ่อง
- กล้วยไม้คัทลียา
- กล้วยไม้ซากุระ (Dendrobium Chathaboon Sakura)
- กล้วยไม้ซาบิน (Dendrobium Sabin)
- กล้วยไม้ซีซ่า (Dendrobium Caesar)

- กล้วยไม้ทับทิม
- กล้วยไม้บอม 16 (Dendrobium Bom17)
- กล้วยไม้บอม 17 (Dendrobium Bom16)
- กล้วยไม้บอมใจ (Dendrobium Sonia Bomjo)
- กล้วยไม้บอมแดง
- กล้วยไม้บอมนิว
- กล้วยไม้มีอก
- กล้วยไม้มาตาม
- กล้วยไม้รินนา (Dendrobium Rinnapa)
- กล้วยไม้แอนนา (Dendrobium Anna)

สำหรับราคาของดอกกล้วยไม้แต่ละชนิดนั้นจะมีความแตกต่างกัน ตามต้นทุนการเพาะเลี้ยง สี ความสวยงาม ความคงทน ฤดูกาลที่ให้ออก เทศกาล และความต้องการของผู้บริโภค โดยดอกกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะมีราคาสูงในช่วงเดือน มีนาคม - พฤษภาคม เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน อากาศที่ร้อนจัดส่งผลกระทบต่อกรออกดอก เพราะทำให้ดอกฝ่อ หน่อที่จะให้ดอกมีลักษณะไม่สมบูรณ์หรือไม่เจริญเติบโตเท่าที่ควร บางส่วนอาจอยู่ในช่วงที่มีการเปลี่ยนถ่าย มีการรื้อต้นเก่าทิ้ง ส่วนต้นใหม่ก็ยังไม่ออกดอกไม่เต็มที่ นอกจากนี้ด้วยปัจจัยแนวโน้มความต้องการดอกกล้วยไม้ในธุรกิจใหม่ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น ช่อดอกไม้สำหรับติดหน้าอก การทำกล้วยไม้ชุบแล้วและชุบทอง เป็นต้น รวมถึงความต้องการกล้วยไม้ไทยจากต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้นยิ่งผลักดันให้ราคากล้วยไม้มีแนวโน้มเพิ่มสูงมากขึ้น

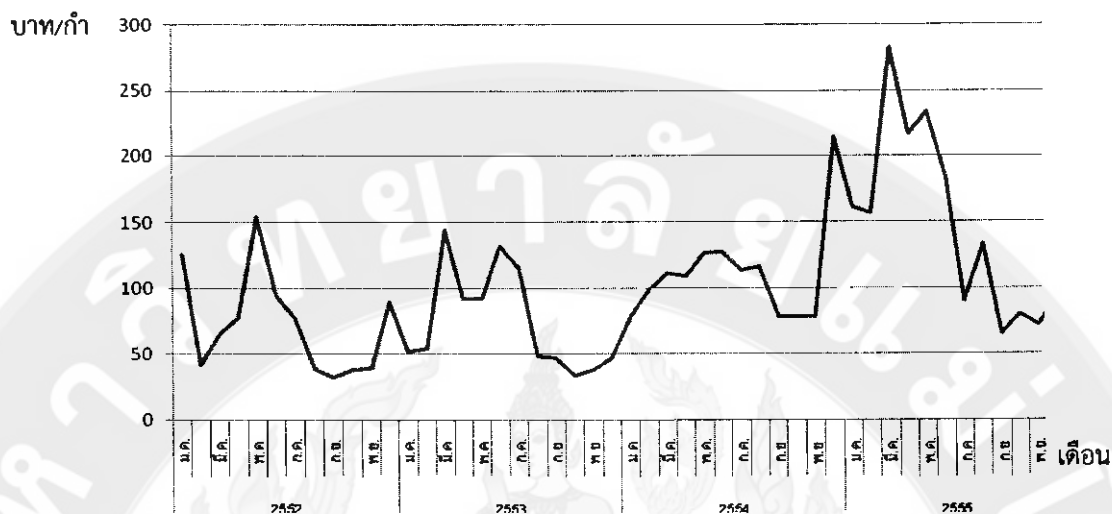
ทั้งนี้ระบบการซื้อขายดอกกล้วยไม้ภายในประเทศยังไม่มีมีการนำระบบประมูลเหมือนในต่างประเทศ เช่น เนเธอร์แลนด์ หรือไต้หวันมาใช้ สำหรับกล้วยไม้พันธุ์อื่นๆ นั้นด้วยลักษณะของดอกและช่อดอกที่ไม่เหมาะแก่การใช้เป็นไปไม้ประดับ หรือเป็นกล้วยไม้ที่ออกดอกปีครั้งเดียวเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่เหมาะสมสำหรับการปลูกในเชิงการค้าเพื่อตัดดอก ยกตัวอย่างเช่น กล้วยไม้สกุลกุหลาบ หรือช้าง ที่ลักษณะดอกมีขนาดเล็ก และออกเป็นช่อยาว การใช้ประโยชน์จึงมีน้อย และดอกจะสวยเมื่อติดอยู่กับต้นมากกว่าตัดดอก ดังนั้นจึงซื้อขายกันในรูปของกระเช้ากล้วยไม้ที่ติดดอกแล้วมากกว่า

ตารางที่ 4.3 ราคาเฉลี่ย ราคาสูงสุด ราคาต่ำสุดของกล้วยไม้ ปี 2555

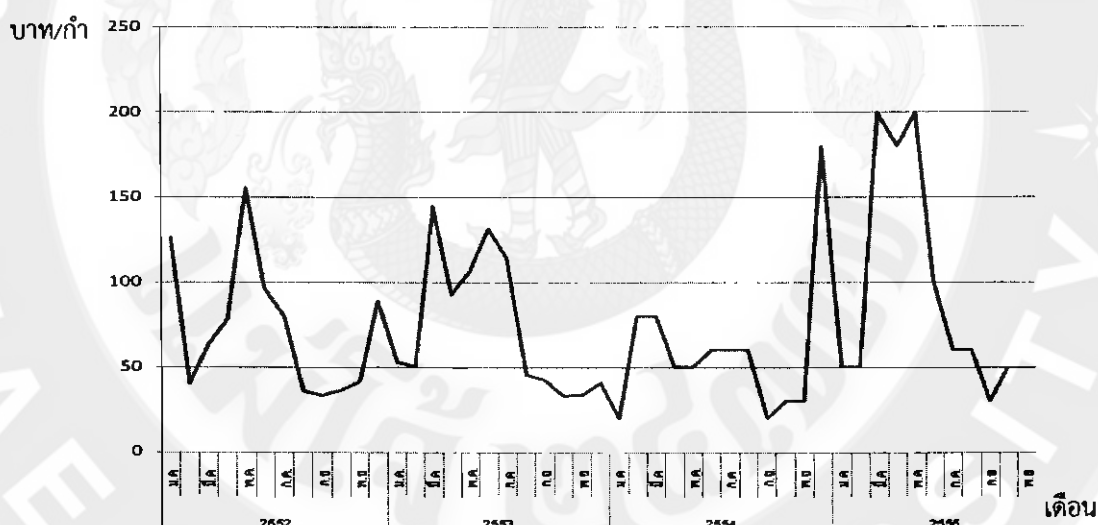
พันธุ์กล้วยไม้	ราคาเฉลี่ย	ราคาสูงสุด	ราคาต่ำสุด
กล้วยไม้ขาว 4 เอ็น	147.15	300	50
กล้วยไม้ขาวผ่อง	134.56	300	30
กล้วยไม้คัทลียา	161.54	350	50
กล้วยไม้ชากระ	155.79	350	40
กล้วยไม้ชาบัน	163.42	350	40
กล้วยไม้ซีซ่า	168.12	350	50
กล้วยไม้ทับทิม	166.52	350	40
กล้วยไม้บอม 16	143.72	350	30
กล้วยไม้บอม 17	164.32	380	30
กล้วยไม้บอมโจ	154.71	350	25
กล้วยไม้บอมแดง	165.32	380	30
กล้วยไม้บอมนิว	158.21	380	30
กล้วยไม้มีือก	67.98	250	30
กล้วยไม้มาตาม	163.09	350	40
กล้วยไม้รินนภา	147.13	350	30
กล้วยไม้แอนนา	146.79	350	30

ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

สำหรับราคาของดอกกล้วยไม้ทั้ง 16 ชนิดของปี 2555 จากข้อมูลตลาดสี่มุมเมืองซึ่งเป็นตลาดค้าส่งกล้วยไม้ที่สำคัญในเขตภาคกลางแสดงดังตาราง 4.3 ซึ่งแสดงราคาเฉลี่ย ราคาสูงสุด ราคาต่ำสุดของกล้วยไม้ ปี 2555 โดยพบว่ากล้วยไม้ที่มีราคาโดยเฉลี่ยสูงที่สุดคือ กล้วยไม้ซีซ่า (ราคาเฉลี่ย 168.12 บาท) รองลงมาคือ กล้วยไม้ทับทิม (ราคาเฉลี่ย 166.52 บาท) และ กล้วยไม้บอมแดง (ราคาเฉลี่ย 165.32 บาท) ตามลำดับ ส่วนกล้วยไม้ที่มีราคาสูงสุดคือในรอบปี 2555 คือ กล้วยไม้บอม 17 กล้วยไม้บอมแดง กล้วยไม้บอมนิว ที่ราคา 380 บาท ส่วนกล้วยไม้ที่มีราคาต่ำที่สุดในรอบปีจะอยู่ที่ราคา 30 บาท ได้แก่ กล้วยไม้ขาวผ่อง กล้วยไม้บอม 16 กล้วยไม้บอม 17 กล้วยไม้บอมแดง กล้วยไม้บอมนิว กล้วยไม้มีือก กล้วยไม้รินนภา และ กล้วยไม้แอนนา ตามลำดับ โดยราคาของกล้วยไม้แต่ละชนิดเป็นรายเดือนระหว่างปี 2552 – 2555 แสดงดังรูป 4.3 – 4.18 ดังนี้

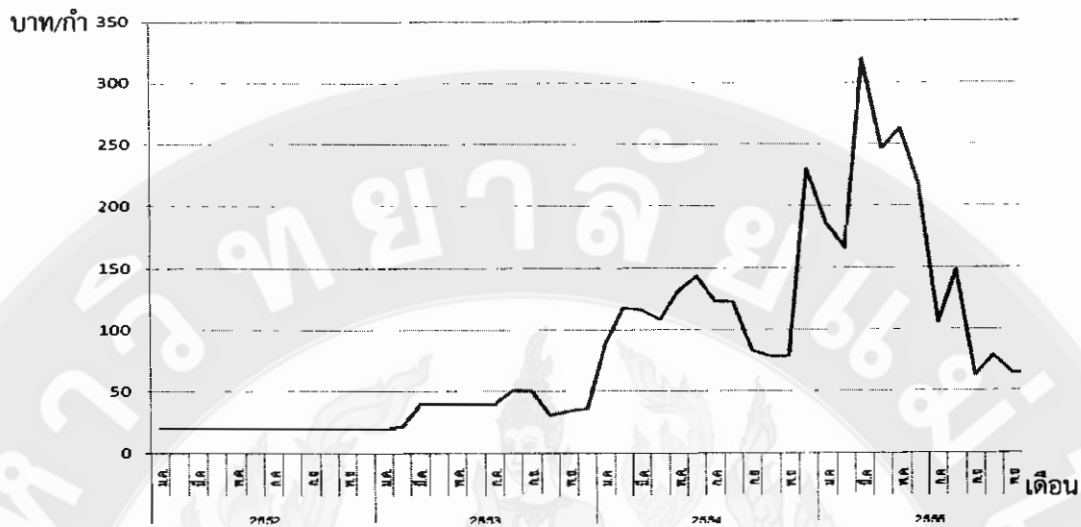


รูปที่ 4.3 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้ขาว 4 เอ็น
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



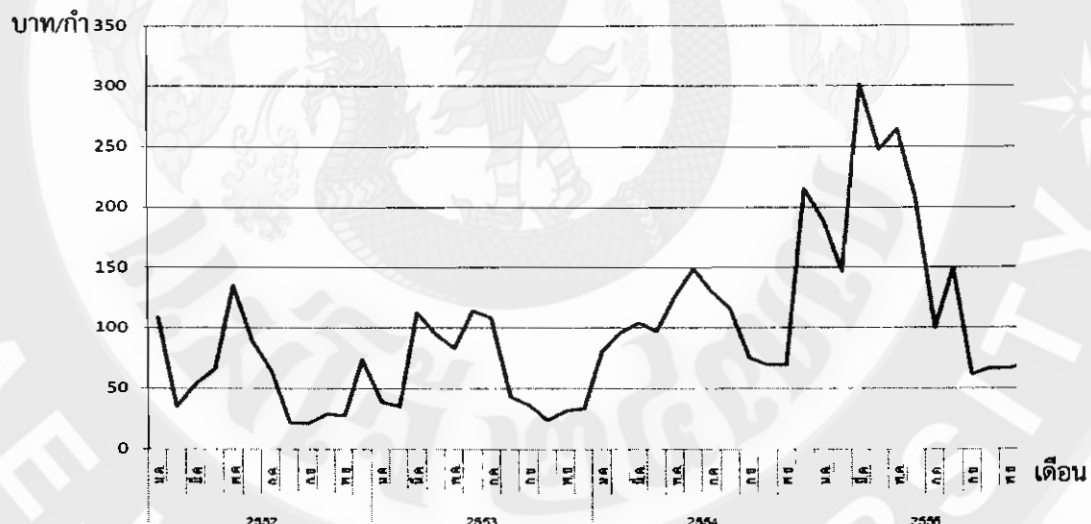
รูปที่ 4.4 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้ขาวผ่อง
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.3 และ 4.4 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้พันธุ์ชาย 4 เอ็นและขาวผ่อง ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าราคาของกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดในรอบปี 1 มีความผันผวนค่อนข้างมากดังเห็นได้จากมีความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดในรอบ 1 ปีที่สูงมาก โดยราคากกล้วยไม้ทั้งสองชนิดจะมีราคาสูงในช่วงเดือน มีนาคม - เมษายน และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายนของทุกปี และในปี 2555 ราคากกล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก



รูปที่ 4.5 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้แคทลียา

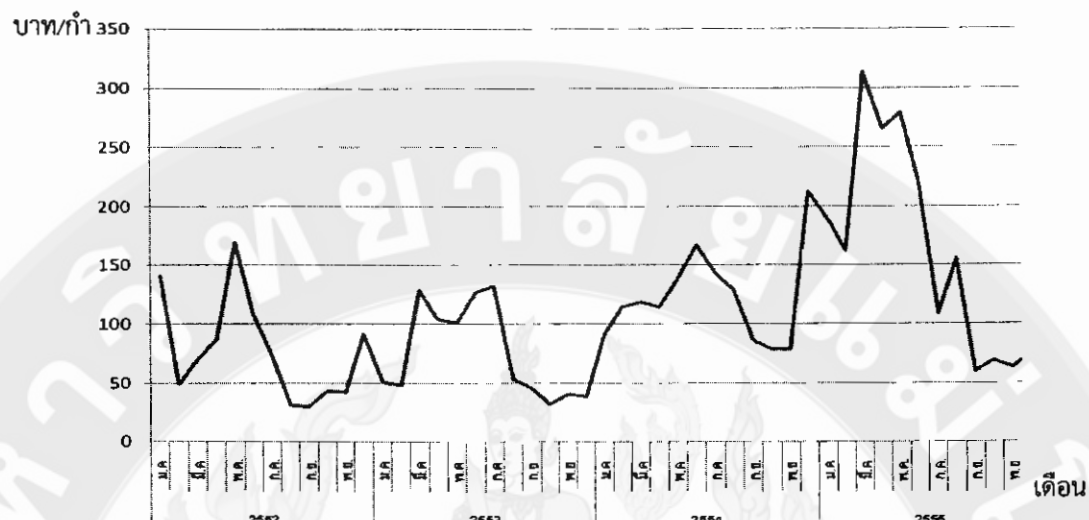
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



รูปที่ 4.6 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้ชากระ

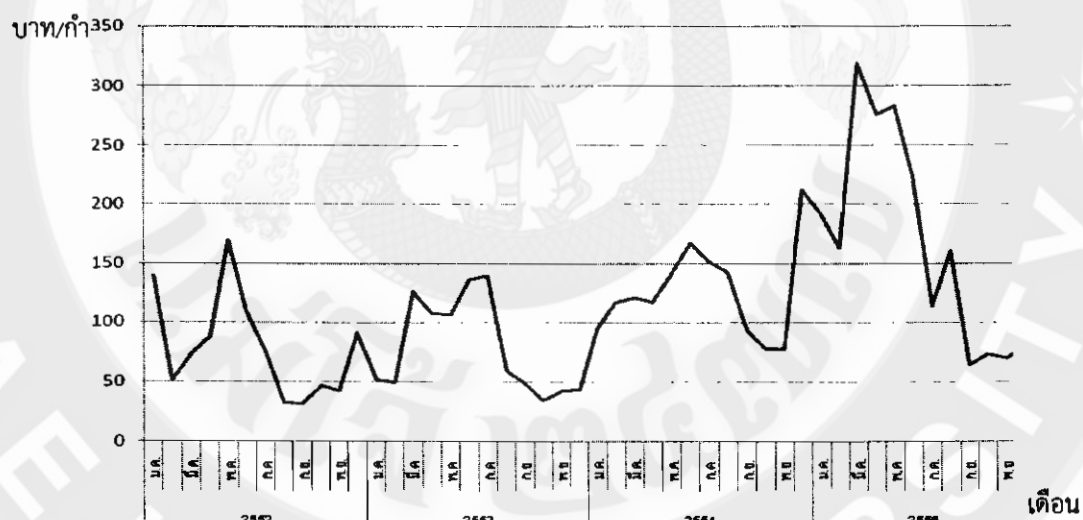
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.5 และ 4.6 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้พันธุ์แคทลียา และชากระ ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าในกรณีกล้วยไม้แคทลียา ก่อนปี 2553 ราคาดอกกล้วยไม้จะคงที่ที่ราคา 20 บาทต่อกำ หลังจากนั้นราคาดอกกล้วยไม้แคทลียาเริ่มมีแนวโน้มสูงขึ้นจนถึง 350 บาท/กำ ในปี 2555 และในกรณีกล้วยไม้ชากระ ในทุกปีราคาดอกกล้วยไม้ชากระจะมีราคาสูงช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือนกันยายน - พฤศจิกายน และในปี 2555 ราคากล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก



รูปที่ 4.7 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้ชาบัน

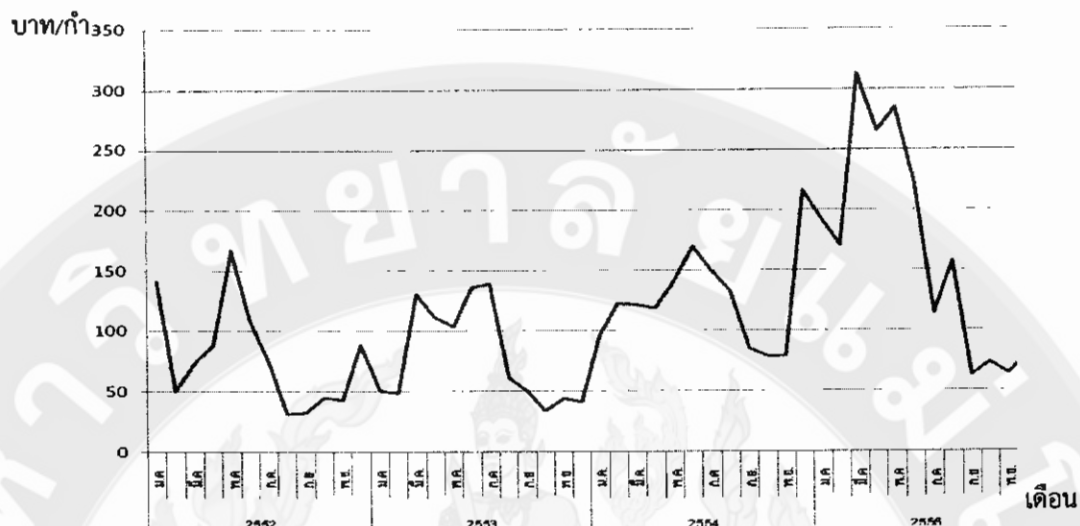
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



รูปที่ 4.8 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้ซีซ่า

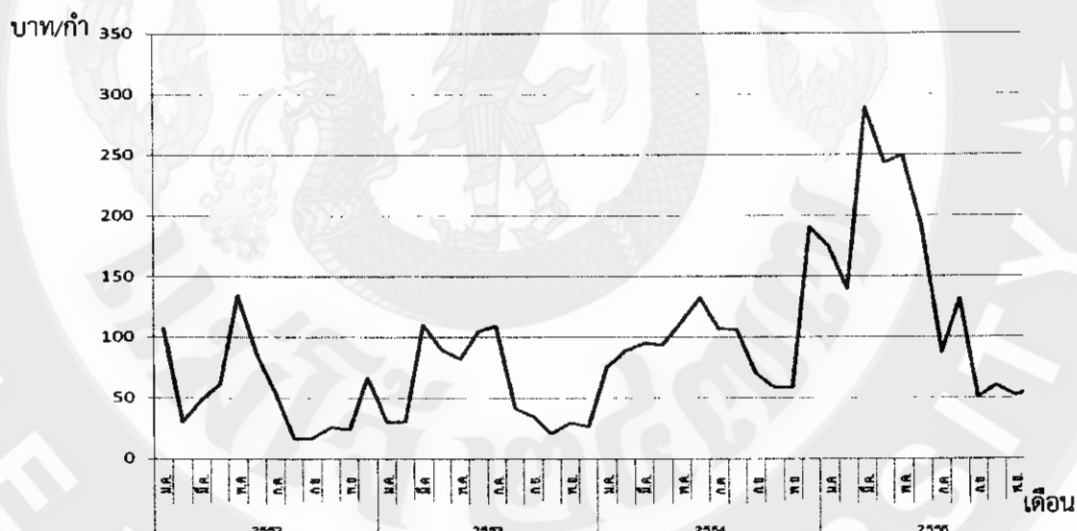
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.7 และ 4.8 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้พันธุ์ไซบันและซีซ่า ระหว่างปี 2552 – 2555 ซึ่งพบว่าราคาของกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดในรอบปี 1 มีความผันผวนค่อนข้างมากดังเห็นได้จากมีความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดในรอบ 1 ปีที่สูงมาก โดยราคากล้วยไม้ทั้งสองชนิดจะมีราคาสูงในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือน กันยายน – พฤศจิกายนของทุกปี และในปี 2555 ราคากล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก



รูปที่ 4.9 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้ทับทิม

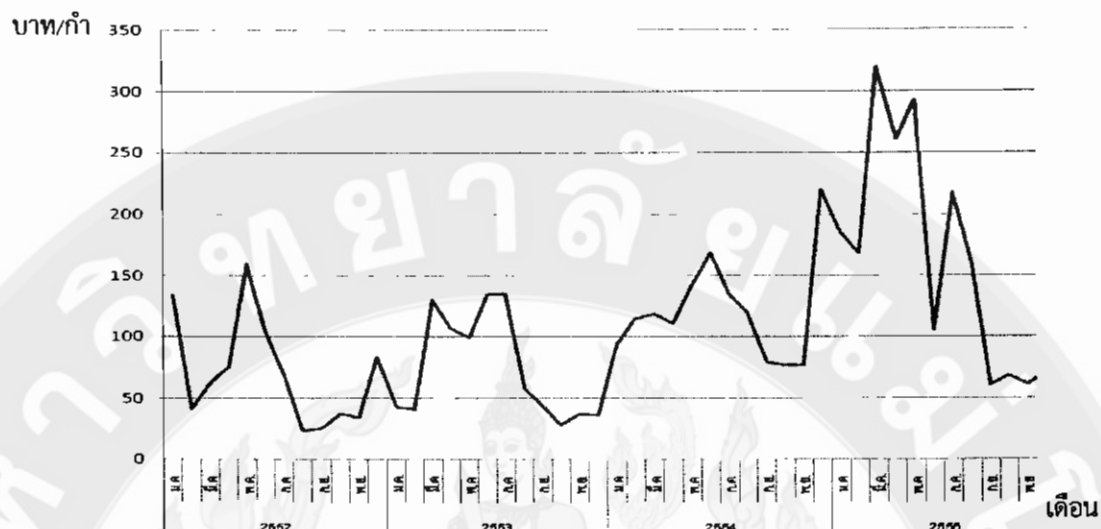
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



รูปที่ 4.10 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอม 16

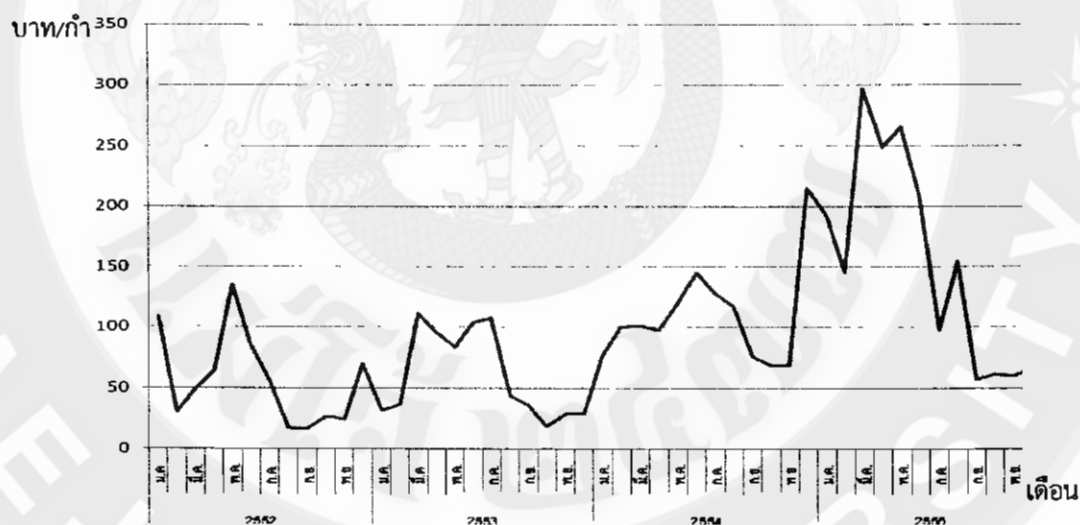
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.9 และ 4.10 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้พันธุ์ทับทิมและบอม 16 ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าราคาของกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดในรอบปี 1 มีความผันผวนค่อนข้างมากและมีความผันผวนไปในทิศทางเดียวกัน ดังเห็นได้จากมีความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดในรอบ 1 ปีที่สูงมาก โดยราคากล้วยไม้ทั้งสองชนิดจะมีราคาสูงในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายนของทุกปี และในปี 2555 ราคากล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก



รูปที่ 4.11 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอม 17

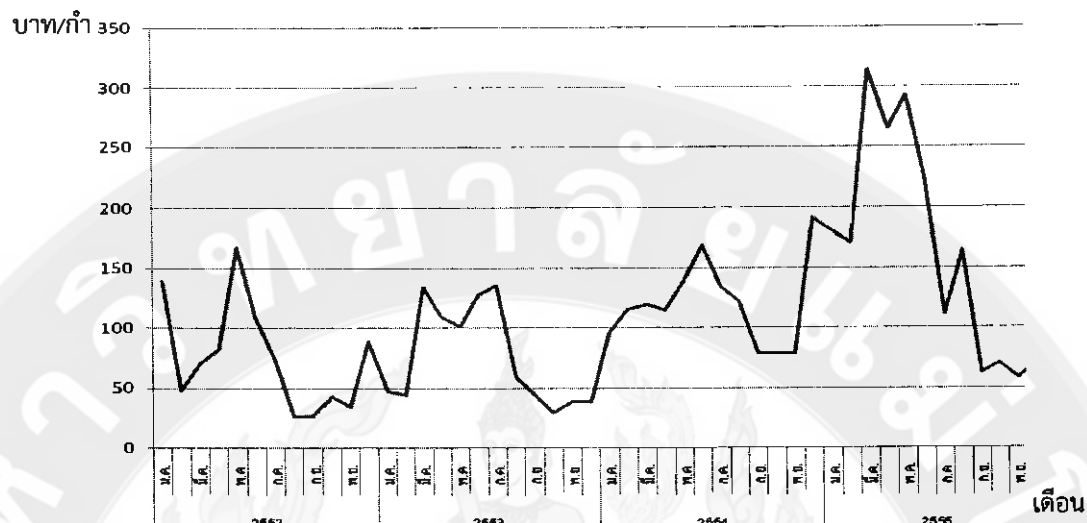
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



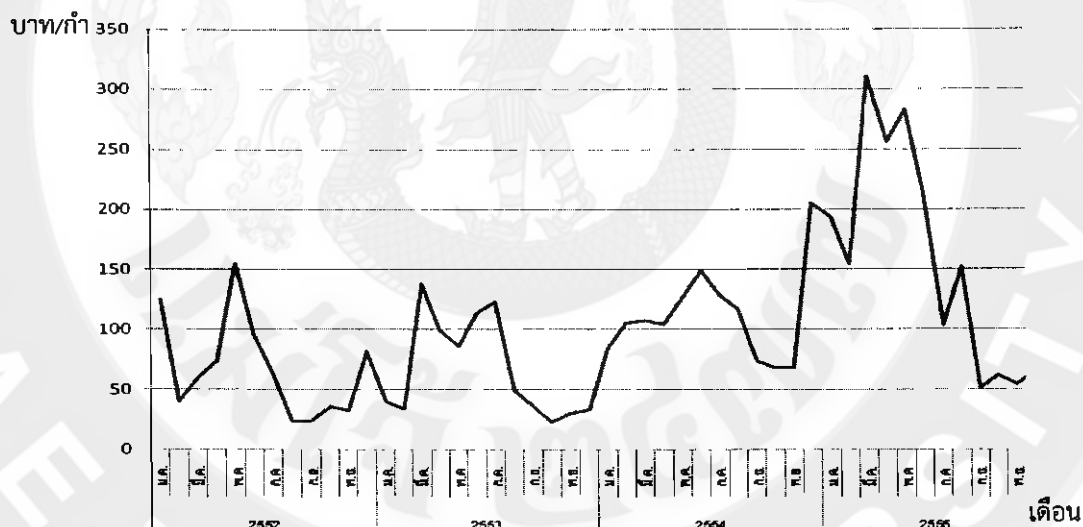
รูปที่ 4.12 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอม 16

ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.11 และ 4.12 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอม 16 และบอม 17 ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าราคาของกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดในรอบปี 1 มีความผันผวนค่อนข้างมากและมีความผันผวนไปในทิศทางเดียวกัน ดังเห็นได้จากมีความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดในรอบ 1 ปีที่สูงมาก โดยราคากล้วยไม้ทั้งสองชนิดจะมีราคาสูงในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายนของทุกปี และในปี 2555 ราคากล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก

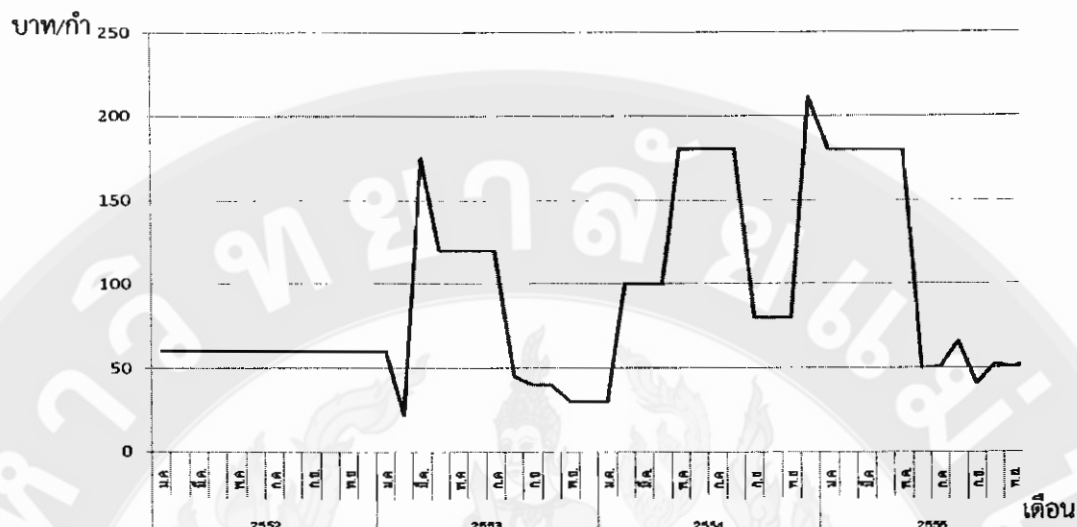


รูปที่ 4.13 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอมแดง
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



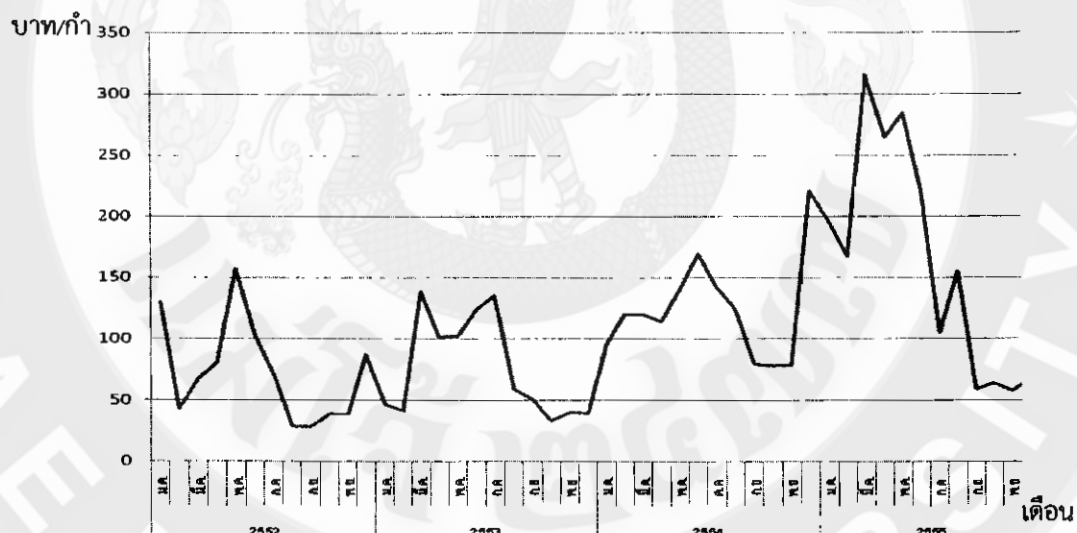
รูปที่ 4.14 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอมนิว
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.13 และ 4.14 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้บอมแดง และบอมนิว ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าราคาของกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดในรอบปี 1 มีความผันผวนค่อนข้างมากและมีความผันผวนไปในทิศทางเดียวกัน ดังเห็นได้จากมีความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดในรอบ 1 ปีที่สูงมาก โดยราคากล้วยไม้ทั้งสองชนิดจะมีราคาสูงในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายนของทุกปี และในปี 2555 ราคากล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก



รูปที่ 4.15 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้มือ

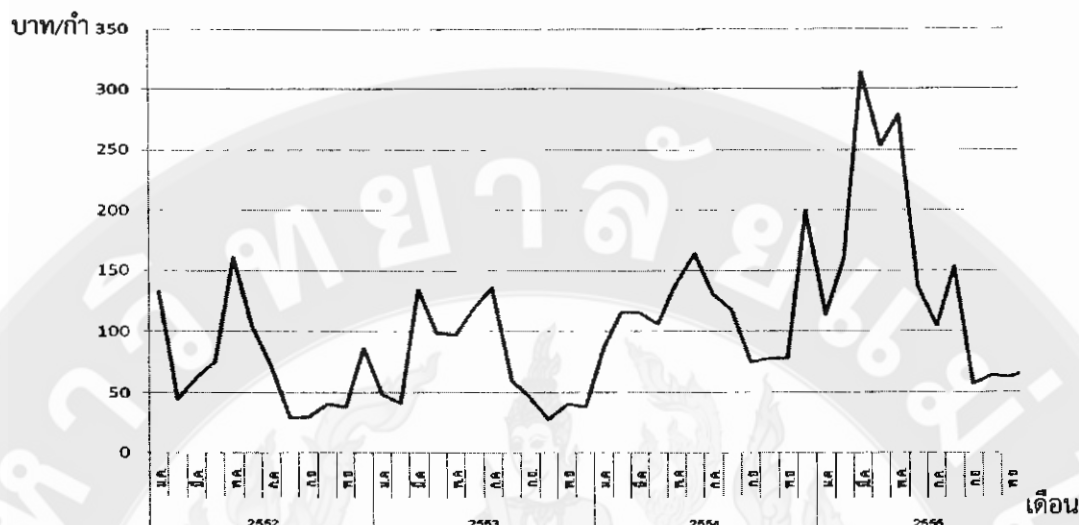
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



รูปที่ 4.16 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้มาดาม

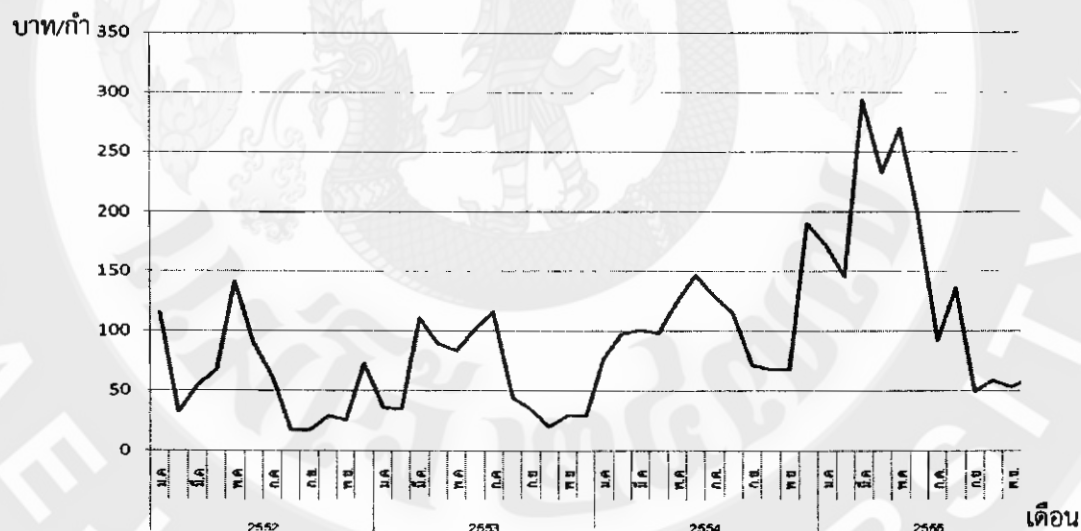
ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.15 และ 4.16 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้พันธุ์มือ และมาดาม ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าในกรณีกล้วยไม้มือ ก่อนปี 2553 ราคาดอกกล้วยไม้จะคงที่ที่ราคา 60 บาทต่อกำ หลังจากนั้นราคาดอกกล้วยไม้จะมีผันผวนมากขึ้น โดยราคาดอกกล้วยไม้มือที่สูงที่สุดคือ 250 บาทต่อกำในปี 2555 ในกรณีกล้วยไม้มาดาม ในทุกปีราคาดอกกล้วยไม้ชากระจะมีราคาสูงช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือนกันยายน - พฤศจิกายน และในปี 2555 ราคากล้วยไม้มีความผันผวนอย่างมาก



รูปที่ 4.17 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้รินนภา

ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง



รูปที่ 4.18 ราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้แอนนา

ที่มา: ตลาดสี่มุมเมือง

รูป 4.17 และ 4.18 แสดงราคาเฉลี่ยรายเดือนของกล้วยไม้รินนภา และแอนนา ระหว่างปี 2552 - 2555 ซึ่งพบว่าราคาของกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดในรอบปี 1 มีความผันผวนค่อนข้างมากและมีความผันผวนไปในทิศทางเดียวกัน ดังเห็นได้จากมีความแตกต่างระหว่างราคาสูงสุดและราคาต่ำสุดในรอบ 1 ปีที่สูงมาก โดยราคากกล้วยไม้ทั้งสองชนิดจะมีราคาสูงในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน และราคาจะตกต่ำในช่วงเดือน กันยายน - พฤศจิกายนของทุกปี และในปี 2555 ราคากกล้วยไม้ของทั้ง 2 ชนิดมีความผันผวนอย่างมาก

4.1.2.2 ตลาดต่างประเทศ

ในตลาดต่างประเทศ กล้วยไม้ตัดดอกเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการค้าสูงมากและตามแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามมูลค่าการค้าของโลก จากข้อมูลของกรมการค้าต่างประเทศ (2555) ดังตาราง 4.4 แสดงมูลค่าการค้ารวม การนำเข้า และการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกที่มีการซื้อขายในตลาดโลก ระหว่างปี 2550 - 2555 ซึ่งพบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องยกเว้นในช่วงปี 2552 อันเป็นช่วงที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีผลทำให้มูลค่าการค้าดอกกล้วยไม้ในตลาดโลกลดลงร้อยละ 8.34 ทั้งนี้เนื่องจากโดยคุณลักษณะของสินค้าหรือดอกกล้วยไม้แล้วไม่ใช่สินค้าจำเป็น และมีลักษณะความต้องการเปลี่ยนแปลงไปตามของเทรนหรือแฟชั่น ดังนั้นเมื่อเศรษฐกิจโลกหดตัวจึงส่งผลให้มูลค่าการค้ากล้วยไม้ในตลาดโลกลดลงตามไปด้วย ต่อมาเมื่อระบบเศรษฐกิจโลกฟื้นตัว ในปี 2553 และ 2554 มูลค่าการค้ารวมของกล้วยไม้ก็ได้กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.33 และ 6.65 ตามลำดับ สำหรับในปี 2555 มูลค่าการค้ารวมของกล้วยไม้ก็ได้กลับมาลดลงเล็กน้อยอีกครั้งหนึ่งโดยลดลงเพียงร้อยละ 1.17 ตามลำดับ

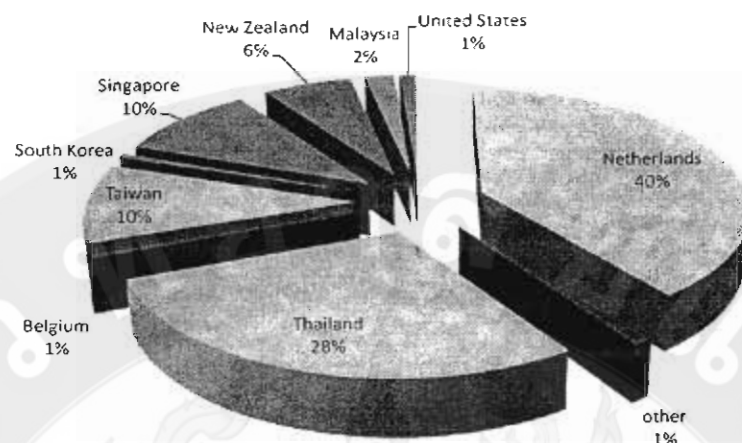
ตารางที่ 4.4 มูลค่าการค้า การนำเข้า และการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของโลกระหว่างปี 2550 - 2555

Year	2550	2551	2552	2553	2554	2555
การนำเข้า	233,734,023	252,647,645	232,568,129	251,445,523	265,702,077	267,196,847
การส่งออก	230,470,421	238,702,950	217,781,745	227,389,789	244,996,271	237,543,797
รวม	464,204,444	491,350,595	450,349,874	478,835,312	510,698,348	504,740,644

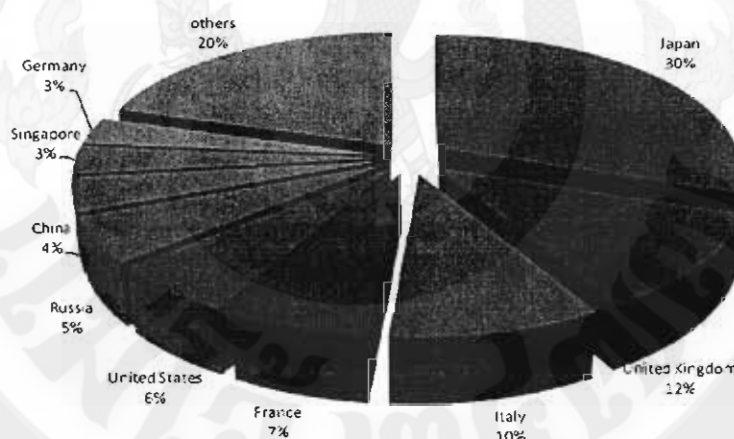
ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

จากข้อมูลของการค้าต่างประเทศ (2555) พบว่าในปี 2555 ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกมากที่สุดคือ เนเธอร์แลนด์ ที่มีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกกว่า 95.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.8 สำหรับประเทศไทยนั้นมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเป็นอันดับที่ 2 เท่ากับ 67.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.27 ส่วนประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเป็นอันดับที่ 3 คือ สิงคโปร์ มีมูลค่าเท่ากับ 24.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.40 ดังรูป 4.19 (ตารางภาคผนวก 1)



รูปที่ 4.19 สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกของกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศผู้ส่งออก
กล้วยไม้ที่สำคัญของโลก ปี 2555
ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555



รูปที่ 4.20 สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าของกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศผู้ส่งออก
กล้วยไม้ที่สำคัญของโลก ปี 2555
ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555

สำหรับการนำเข้าจากข้อมูลของการค้าต่างประเทศ (2555) พบว่าในปี 2555 ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกมากที่สุดคือ ญี่ปุ่น ที่มีมูลค่าการนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกกว่า 80.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.31 รองลงมาคือประเทศอิตาลี ที่มีมูลค่าการนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกกว่า 25.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.69 และฝรั่งเศส ที่มีมูลค่าการนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกกว่า 17.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.5 ดังรูป 4.20 (ตารางภาคผนวก 2)

ตารางที่ 4.5 มูลค่าและราคาของกล้วยไม้ตัดดอกของไทยระหว่างปี 2550 - 2555

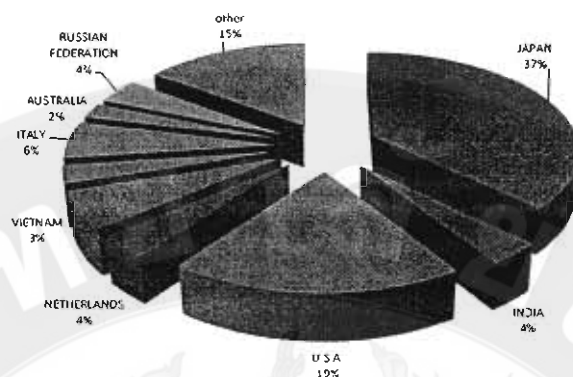
ปี	การส่งออก		การนำเข้า	
	ปริมาณ (kg.)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (kg.)	มูลค่า (บาท)
2550	24,566,928	2,545,400,900	1,141	137,699
2551	25,152,136	2,411,073,067	1,463	429,757
2552	24,601,173	2,366,428,655	4,905	1,168,822
2553	25,269,844	2,305,150,618	2,093	842,484
2554	24,643,867	2,220,188,578	595	202,300
2555	20,944,851	2,094,690,122	2,808	791,357

ที่มา: กรมศุลกากร (2556)

สำหรับการค้าดอกกล้วยไม้ระหว่างประเทศของไทย จากข้อมูลของกรมศุลกากร (2555) ตาราง 4.5 พบว่าในช่วงปี 2550 - 2553 ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยไปต่างประเทศ มีแนวโน้มทรงตัวที่ระดับ 24 - 25 พันตัน หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้เริ่มลดลง โดยเฉพาะในปี 2555 ที่มีปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2554 ที่ปริมาณ 24.6 พันตันเหลือเพียง 20.94 พันตัน หรือลดลงร้อยละ 15 และเมื่อพิจารณาด้านมูลค่าการส่งออกพบว่า ไม่ว่าปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้จะเพิ่มขึ้นหรือลดลง แต่มูลค่ากล้วยไม้กลับลดลงอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้เนื่องมาจากถึงแม้ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดกล้วยไม้ของโลกจะมีการขยายตัวอย่างมากอันเนื่องมาจากความต้องการดอกกล้วยไม้ของประเทศจีนและอินเดีย แต่ความต้องการดังกล่าวเป็นความต้องการทางด้านปริมาณมากกว่าคุณภาพ เพราะราคาดอกกล้วยไม้ที่ขายส่งไปยังประเทศเหล่านี้ต่ำกว่าราคาดอกกล้วยไม้ที่ขายส่งไปยังตลาดญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาหรือยุโรป ซึ่งก่อนหน้านี้ไทยมีมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้มากก็เนื่องมาจากมีตลาดญี่ปุ่น อเมริกา และยุโรปเป็นตลาดสำคัญ ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำในช่วงปี 2552 - 2553 จึงทำให้มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยลดลง

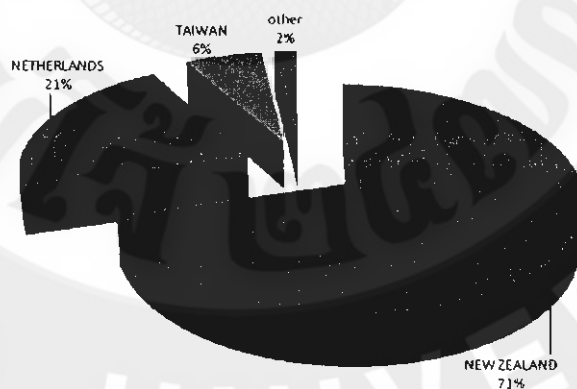
รูป 4.21 แสดงสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยในปี 2555 ไปยังประเทศต่างๆ ที่สำคัญ 10 อันดับแรก โดยประเทศที่ไทยส่งออกดอกกล้วยไม้เป็นอันดับที่ 1 คือ ญี่ปุ่น ที่มูลค่า 25.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกาที่มูลค่า 13.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจีนที่มูลค่า 4.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.24, 19.45 และ 6.04 ตามลำดับ สำหรับประเทศอื่นๆ ที่เหลือได้แก่ อิตาลี รัสเซีย อินเดีย เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม และออสเตรเลีย ตามลำดับ



รูปที่ 4.21 สัดส่วนของมูลค่าส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ ปี 2555

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555

ในกรณีของการนำเข้าดอกกล้วยไม้พบว่า ประเทศไทยมีการนำเข้าดอกกล้วยไม้ทั้งปริมาณและมูลค่าที่น้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออก (ตาราง 4.5) และในปี 2555 ประเทศไทยได้มีการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากหลายประเทศ ดังรูป 4.22 โดยประเทศที่ไทยนำเข้าดอกกล้วยไม้เป็นอันดับที่ 1 คือ นิวซีแลนด์ ที่มูลค่า 25,211 เหรียญสหรัฐ รองลงมาคือ เนเธอร์แลนด์ที่มูลค่า 5,379 เหรียญสหรัฐ และได้หวันที่มูลค่า 1,615 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.37, 21.33 และ 6.41 ตามลำดับ



รูปที่ 4.22 สัดส่วนของมูลค่านำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ ปี 2555

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555

สำหรับปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกกล้วยไม้ของไทยไปต่างประเทศในปัจจุบันได้แก่

1. กล้วยไม้ส่งออกของไทยมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากฤดูกาลและเกษตรกรบางส่วนมีการปฏิบัติในการให้ปุ๋ยและสารป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่ไม่ถูกต้อง รวมไปถึงปัญหาเพลิงไหม้ที่พบ

ในการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยในบางช่วง สาเหตุอาจเนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้ในการดูแลรักษา และจัดการสวนที่ถูกต้อง ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพต่ำมีการปนเปื้อนของโรคและแมลง และต้นทุนการผลิตสูง

2. ผลผลิตกล้วยไม้ออกมากในฤดูฝน ทำให้ราคาตกต่ำ และการออกในฤดูแล้วทำให้มีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด
3. ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้สูงขึ้น เนื่องจากปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปุ๋ยและสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีราคาสูงขึ้น
4. ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาโรงเรือน การจัดการน้ำ การจัดการธาตุอาหาร การพัฒนา การบรรจุหีบห่อ ทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพ ผลผลิตให้ออกสู่ตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ
5. ขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะในการดูแลรักษากล้วยไม้
6. การปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ตัดดอกยังทำอยู่ในวงจำกัด ขาดการพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของท้องตลาด เนื่องจากเกษตรกรขาดพ่อแม่พันธุ์และขาดความรู้ในเรื่องการคัดเลือกลูกผสม
7. การขยายการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกในปัจจุบัน เน้นผลิตเฉพาะพันธุ์และคุณภาพที่ประเทศจีนต้องการ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงกรณีผลผลิตมากเกินไป และความต้องการของตลาดเปลี่ยนไป
8. ขาดการเชื่อมโยงตลาดกับแหล่งผลิตและตลาดกลางมาตรฐานกล้วยไม้ ทำให้กล้วยไม้ที่ออกสู่ตลาดยังไม่มีมาตรฐานที่ดีพอ และราคาต่ำ ผู้ส่งออกบางรายมีการตัดราคากันเองเพื่อต้องการส่วนแบ่งในตลาด ทำให้ราคาส่งออกต่ำลง
9. เนื่องจากในการส่งออกกล้วยไม้อาศัยการขนส่งทางอากาศ ดังนั้นในช่วงที่มีการส่งออกมาก (ตุลาคม-ธันวาคม) การขนส่งทางอากาศอาจมีไม่เพียงพอ และมีราคาสูง

4.2 ลักษณะประจำพันธุ์กล้วยไม้

ในการศึกษาห้วงโซ่คุณค่าของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดพันธุ์กล้วยไม้ที่จะศึกษา คือ พันธุ์แคทลียา และฟ้ามุ่ย ดังนั้นก่อนที่จะศึกษาห้วงโซ่ของธุรกิจกล้วยไม้ที่เพาะเลี้ยงเพื่อการจัดดอกจึงต้องเข้าใจในลักษณะประจำพันธุ์ของกล้วยไม้ทั้ง 2 พันธุ์นี้เป็นอันดับแรก

4.2.1 กล้วยไม้แว่นด้า

แว่นด้าเป็นกล้วยไม้ประเภทโมโนโพเดียล (Monopodial) ไม่แตกกอ เจริญเติบโตไปทางยอด รากเป็นรากอากาศ ใบมีลักษณะกลม แบนหรือร่อง ใบซ้อนสลับกัน ช่อดอกจะออกด้านข้างของลำต้นสลับกับใบ ช่อดอกยาวและแข็ง กลีบนอกและกลีบในมีรูปร่างคล้ายคลึงกัน โคนกลีบแคบ และไปรวมกันที่โคนเส้นกลาง กลีบดอกในลำต้นใต้มีเดือยแหลมยื่นออกมาเป็นส่วนท้ายของปากกระเป๋ากปากกระเป๋ของแว่นด้าเป็นแบบธรรมดาแบนเป็นแผ่นหนาแข็ง และพุ่งออกด้านหน้า รูปลักษณะคล้ายช้อน หูกระเป๋าทรงสองข้างแข็งและตั้งขึ้น สีดอกมีมากมายแตกต่างกันตามแต่ละชนิด

กล้วยไม้สกุลแว่นด้าพบในป่าตามธรรมชาติประมาณ 40 ชนิด มีกระจายพันธุ์อยู่ในทวีปเอเชีย ตั้งแต่อินเดีย ศรีลังกา พม่า ไทย อินโดนีเซีย จนถึงฟิลิปปินส์ แว่นด้าได้รับการปรับปรุงสายพันธุ์ขึ้นอีกหลายพันธุ์ ปัจจุบันได้มีการจำแนกประเภทของแว่นด้า โดยอาศัยรูปร่างลักษณะของใบออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. แว่นด้าใบกลม มีลักษณะของใบกลมยาวทรงกระบอก ต้นสูง ช่อห่าง สังเกตได้ที่ใบติดอยู่ห่างๆ กัน มีดอกช่อละหลายดอก แต่ดอกจะบานติดต้นอยู่คราวละ 2-3 ดอกเท่านั้น เมื่อดอกข้างบนบานเพิ่มขึ้น ดอกข้างล่างจะโรยไล่กันขึ้นไปเรื่อยๆ การปลูกใช้ดอกจึงนิยมปลิดดอกมากกว่าตัดดอกทั้งช่อ
2. แว่นด้าใบแบน ลักษณะใบแบนออก ถ้าตัดมาดูหน้าตัดจะเป็นรูปตัววี มีข้อถี่ปล้องสั้น ใบซ้อนชิดกัน ปลายใบโค้งลงและจักเป็นแฉก
3. แว่นด้าใบร่อง มีรูปทรงของใบและลำต้นคล้ายใบแบนมากกว่าใบกลม แว่นด้าประเภทนี้ไม่พบในป่าธรรมชาติ การนำมาปลูกเลี้ยงเป็นพันธุ์ลูกผสมทั้งสิ้น โดยนำแว่นด้าใบกลมมาผสมกับแว่นด้าใบแบน
4. แว่นด้าก้างปลา มีรูปทรงของใบและลำต้น กิ่งใบกลมกับใบแบน พบตามป่าธรรมชาติน้อยมาก เพราะกล้วยไม้พันธุ์นี้เป็นหมันทั้งสิ้น

ในบรรดาแว่นด้าทั้ง 4 ประเภทนี้ แว่นด้าใบกลมเป็นแว่นด้าที่เลี้ยงง่ายที่สุด สามารถปลูกลงแปลงกลางแจ้งได้โดยไม่ต้องมีโรงเรือน แต่ดอกมักจะบานไม่ทน ส่วนที่เลี้ยงยากที่สุดคือ แว่นด้าใบแบน มีหลายพันธุ์ ทั้งดอกใหญ่และดอกเล็ก แต่ที่ได้รับความนิยมได้แก่ ฟ้ามุ่ย เพราะดอกใหญ่ สีสวย การเลี้ยงแว่นด้าใบแบนจำเป็นต้องมีโรงเรือนเพราะต้องการแสงที่พอเหมาะ สำหรับแว่นด้าใบร่องเป็นลูกผสมระหว่างใบกลมและใบแบน ถูกผสมขึ้นเพื่อให้ปลูกเลี้ยงง่ายขึ้น แต่ดอกมักจะสีไม่สวยและปากหักง่าย

แว่นด้าเป็นกล้วยไม้ที่นิยมเลี้ยงและสามารถปลูกได้เลี้ยงจนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี สายพันธุ์ของกล้วยไม้สกุลแว่นด้ามีดังนี้

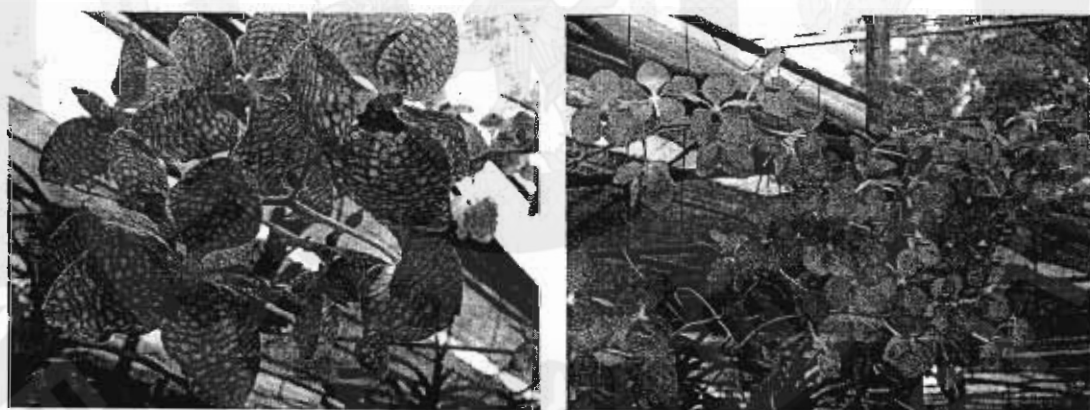
1. กล้วยไม้แวนด้าสันทรายบลู(Vanda Sansai Blue) สีของดอกในกลุ่มนี้มี ตั้งแต่สีฟ้า น้ำเงินจนถึงสีม่วงน้ำเงิน (บางสายพันธุ์มีสีฟ้าน้ำเงินสดใส) ให้ดอกประมาณ 3-5 ครั้งต่อปี
2. กล้วยไม้แวนด้ากุลตนาบลู (Vanda Kultana Blue) สีดอกเป็นสีน้ำเงินปนม่วงและให้ดอกประมาณ 3 ครั้งต่อปี
3. กล้วยไม้แวนด้าโมเตสอินดิโก (Vanda Motes Indigo) สีของดอกเป็นสีฟ้าใส คือมีลายมุกสีฟ้าน้ำเงินปนขาว ให้ดอก 3 ครั้งต่อปี
4. กล้วยไม้แวนด้าสีน้ำเงิน(Vanda Blue)
5. กล้วยไม้แวนด้าลุมพินีเรด (Vanda Lumpini Red) สีของดอกเป็นสีแดงสด
6. กล้วยไม้ที่มีดอกสีแดง เช่น แวนด้าแพทดีไลท์ (Vanda Pat Delight) แวนด้าโรเบิร์ตดีไลท์ (Vanda Robert Delight)

4.2.2 กล้วยไม้พันธุ์ฟ้ามุ่ย (Vanda Cocrulea)

กล้วยไม้ชนิดนี้พบได้ตามในป่าดิบเขาของภาคเหนือ ขึ้นอยู่บนความสูงจากระดับน้ำทะเล ตั้งแต่ 1000 เมตรเป็นต้นไป จึงค่อนข้างยากที่จะเลี้ยงกล้วยไม้ชนิดนี้ได้ในห้องที่กลางแจ้งภาคเหนือลงไปยังจังหวัดที่พบว่ามีฟ้ามุ่ย นอนูนัน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน และตาก สมัยหนึ่ง ฟ้ามุ่ย เป็นกล้วยไม้ที่เป็นที่ต้องการของนักเลี้ยงถึงขนาดที่ว่ามีมีการจ้างวานให้ชาวบ้านที่อาศัยบนภูเขา นำ ฟ้ามุ่ย เก็บใส่กระสอบเพื่อนำมาจำหน่ายในห้องตลาดให้กับนักเลี้ยงกล้วยไม้ ทำให้ ฟ้ามุ่ย ในภาคเหนือลดน้อยลงจนน่าตกใจและใกล้สูญพันธุ์

จนในที่สุดได้มีการกำหนดให้กล้วยไม้ฟ้ามุ่ยเป็นกล้วยไม้ที่ขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีพืชอนุรักษ์ภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) หรือเรียกโดยย่อว่า ไซเตส (CITES) ซึ่งเป็นองค์การระหว่างประเทศ ที่มีวัตถุประสงค์ที่จะรักษาพันธุ์พืชและสัตว์ป่า โดยกล้วยไม้ฟ้ามุ่ยได้ถูกขึ้นไว้ในบัญชีพืชอนุรักษ์บัญชี 1 ร่วมกับกล้วยไม้สกุลรองเท้านารี ซึ่งพืชอนุรักษ์บัญชี 1 หมายถึง ชนิดพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ ห้ามทำการค้าระหว่างประเทศโดยเด็ดขาด ทั้งการนำเข้า ส่งออก และนำผ่านชนิด ทั้งนี้ต้นที่จะจำหน่ายไปต่างประเทศจะต้องเป็นต้นที่ได้จากการขยายพันธุ์ เติบโตเท่านั้น ทำให้การส่งออกกล้วยไม้ชนิดนี้เป็นไปด้วยความลำบาก แต่ในปี พ.ศ. 2549 มีการประชุมไซเตส ที่จังหวัดเชียงใหม่ กรมวิชาการเกษตร ได้ยื่นขอมติที่ประชุมให้เพิ่มถอนรายชื่อ ฟ้ามุ่ย ออกจาก บัญชี 1 เป็นบัญชี 2 แทน โดยมีเหตุผลว่า ฟ้ามุ่ย ได้มีการคัดพันธุ์และขยายพันธุ์โดยวิธีขยายพันธุ์ เติบโต (ปั่นตา หรือเพาะเมล็ดในห้องปฏิบัติการ) แล้วนำมาปลูกเลี้ยงในประเทศกันอย่างแพร่หลาย จากการถอนออกจากบัญชี 1 มาอยู่บัญชี 2 ทำให้การส่งออก ฟ้ามุ่ย ไปต่างประเทศสะดวกกว่าแต่ก่อน

ลักษณะประจำพันธุ์ : เป็นกล้วยไม้สกุลแวนด้าประเภทใบแบน ลำต้นมีการเจริญเติบโตแบบ Monopodial คือมีการเจริญเติบโตขึ้นทาง ส่วนบนเรื่อย ๆ ส่วนปลายยอดก็เป็นส่วนที่มีการเจริญสร้างใบอ่อน และยอดอ่อน ใบแบนค่อนข้างหนาและแข็งแรงกว่าแวนด้าอื่นใบยาวประมาณ 20-25 เซนติเมตร กว้าง 2.5 เซนติเมตร ใบซ้อนเรียงสลับกัน เป็นกล้วยไม้อิงอาศัยหรือไม้อากาศ สามารถปรับตัวได้ดี ขึ้นเกาะอยู่กับเปลือกไม้ของไม้ยืนต้นในป่า มีรากยึดเกาะเหนียวแน่นและอาศัยเพียงแร่ธาตุที่ชะมา กับน้ำฝนผสมกับความชื้น ในอากาศ ก็สามารถรอดชีวิตผลิดอกให้เห็นกันทุกปี ช่อดอกตั้งตรงยาวประมาณ 20-50 เซนติเมตร ช่อดอกโปร่ง มี 10-15 ดอก/ช่อดอก ขนาดปานกลาง 7-10 เซนติเมตร ต้นที่มีดอกใหญ่พิเศษถึง 13 เซนติเมตร ดอกสีฟ้าอ่อนจึงถึงฟ้าแก่ ลายตาสมุก สีฟ้าแก่กว่าพื้นของกลีบทั่ว ๆ ไป ทำให้ดูแล้วสวยงามมาก ปากเล็ก หูของปากแคบโค้ง ปลายมนที่ปลายมี 2 ตั้งเส้าเกสรเบี่ยงบนสีขาว ขนาดดอกใหญ่ประมาณ 7-10 เซนติเมตร ดอกขนาดใหญ่และบานทนนาน ผลมีสีเขียวอมเหลือง ขนาดฝัก 8-10 เซนติเมตรกว้าง 4 เซนติเมตร เมล็ดมีสีครีมจนถึงน้ำตาล เมล็ดจะเป็นผลเห็นชัดเจน ออกดอกเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม



รูปที่ 4.23 กล้วยไม้ฟ้ามุ่ย

ในปัจจุบันอาจพบว่ามีกล้วยไม้มากมายที่มีลักษณะหน้าตาคล้ายคลึงกับ ฟ้ามุ่ย แวนด้าสีฟ้าไปจนถึงสีน้ำเงินเข้มจัด ทั้งหมดเป็นลูกผสมของ ฟ้ามุ่ย โดยเป็นไปได้ว่าอาจจะมีเลือดของ ฟ้ามุ่ย อยู่ราว ๆ 25% - 50% และบางต้นก็คล้ายมากจนแทบแยกไม่ออกว่าเป็น ฟ้ามุ่ย แท้ หรือ ฟ้ามุ่ย ลูกผสม โดยเฉพาะนักเลี้ยงกล้วยไม้ใหม่ที่อาจจะดูเผิน ๆ แล้วกล้วยไม้ที่มีสีฟ้าอาจสรุปได้ว่าเป็น ฟ้ามุ่ย เกือบทั้งหมดก็เป็นได้ โรคที่พบบ่อยในกล้วยไม้ฟ้ามุ่ย คือ ราเข้าไส้

4.2.3 กล้วยไม้แคทลียา

แคทลียาเป็นกล้วยไม้ที่ได้รับความนิยมปลูกเลี้ยงอย่างกว้างขวางในหลายประเทศ เนื่องจากแคทลียาเป็นกล้วยไม้ที่มีดอกขนาดใหญ่ที่สุดและสีสวยงามที่สุด บางชนิดมีกลิ่นหอม และถือกันว่าแคทลียาเป็น ราชนิแห่งกล้วยไม้ และเป็นสัญลักษณ์สากลของกล้วยไม้ทั่วไป

แคทลียาเป็นกล้วยไม้ที่มีถิ่นกำเนิดอยู่ในเขตร้อนแถบอเมริกากลางและอเมริกาใต้ตอนเหนือ เป็นกล้วยไม้ที่เจริญเติบโตและมีรูปทรงแบบซิมโพเดียล คือมีเหง้าแนบไปตามเครื่องปลูก เหง้าอาจจะมียาวและสั้น มีรากงอกเจริญจากเหง้า ไม่มีรากแขนง เป็นระบบรากกิ่งอากาศดูดอาหารจากอากาศและเครื่องปลูก แคทลียาเป็นกล้วยไม้ที่มีลำลูกกล้วย มีหลายลักษณะ บางชนิดลำลูกกล้วยเป็นข้อปล้อง รูปทรงของลำป่องตรงกลางหรือค่อนไปข้างบนของลำเล็กน้อย มีหน้าที่เก็บสะสมอาหารเหนือข้อที่โคนลำจะมีตา 2 ตา คือตาซ้าย และตาขวา เป็นตาแตกลำใหม่่ง่ายที่สุด บางชนิดที่ลำลูกกล้วยอ้วนป้อม บางชนิดเป็นรูปทรงกระบอกหรือบิดเป็นเกลียวเล็กน้อย ผิวพื้นของลำอาจเกลี้ยงหรือเป็นร่องตามความยาวของลำ เมื่อกล้วยไม้เจริญเติบโต ลำที่ 1 หรือเรียกว่าลำหลัง จะแตกตาดอกแล้วเจริญเป็นลำที่ 2 หรือเรียกว่าลำหน้า เมื่อลำที่ 2 เจริญดีแล้วก็จะแตกตาดอกเป็นลำที่ 3 และที่ 4 ออกไปเรื่อยๆ บางครั้งตาแตกออกเป็น 2 ทางเรียกว่า ไม้ 2 หน้า จึงทำให้ดูเป็นกอใหญ่ โดยมีเหง้าเป็นส่วนที่เชื่อมโยงของลำลูกกล้วยลำต่อลำ และเป็นส่วนของลำที่เจริญออกจากลำเดิม

แคทลียามีใบเกิดที่ส่วนปลายลำลูกกล้วยเท่านั้น ในลำใหม่ที่กำลังเจริญใบส่วนมากแบน แต่บางชนิดใบกลมรูปทรงกระบอก ใบอาจมีหรือไม่มีกาบ รูปลักษณะค่อนข้างหนาแข็ง แต่ไม่เปราะ ลำลูกกล้วยลำหนึ่งอาจจะมีใบเพียงใบเดียวหรือสองใบก็ได้ ลักษณะของใบใช้ในการแบ่งประเภทของกล้วยไม้สกุลแคทลียา โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทใบเดี่ยว เป็นแคทลียาประเภทที่ปลายลำลูกกล้วยมีใบเพียงใบเดียวเท่านั้น แคทลียาประเภทนี้มักออกดอกน้อย ข้อหนึ่งอาจมีเพียง 1 หรือ 2 ดอกเท่านั้น ลักษณะดอกใหญ่ ข้อดอกสั้น
2. ประเภทใบคู่ เป็นแคทลียาประเภทที่ปลายลำลูกกล้วยมี 2 ใบ อาจจะมีใบถึง 3 ใบก็ได้ แคทลียาประเภทนี้จะออกดอกเป็นข้อ ข้อหนึ่งมีหลายดอก ดอกเล็กช่อยาว

แคทลียาออกดอกที่ปลายลำลูกกล้วย เมื่อออกดอกจะออกลำหน้าซึ่งเมื่อมีลำหน้าหลายลำเวลาออกดอกจะออกดอกทีละหลายๆ บางครั้งอาจมีถึง 10 ข้อ การออกดอกในแต่ละข้อ ข้อดอกหนึ่งๆ อาจมีดอกเพียง 1 ดอก, 2 ดอก, 3 ดอก หรือบางชนิดอาจมีถึง 10 ดอกก็ได้ ลักษณะของกลีบดอกมีกลีบนอก 3 กลีบ อยู่ข้างบน 1 กลีบ ข้างล่าง 2 กลีบ ขนาดเท่าๆ กัน กลีบในมี 3 กลีบ กลีบใน 2 กลีบบนมีรูปร่างเหมือนกัน โดยปกติมีขนาดใหญ่กว่ากลีบนอก กลีบในที่ 3 อยู่ที่ตอนล่างมีรูปร่างไม่เหมือนกับกลีบในบน กลีบจะม้วนทั้ง 2 ข้างเรียกว่า ปาก หรือ กระเป๋ ปากมีหูกว้าง ริมปากหักเป็นคลื่นและมีสีเข้มกว่าส่วนอื่นๆ ภายในปากมีเส้นเกสรค่อนข้างยาวและโค้งเล็กน้อยยื่นออกมา แคทลียา

มีเกสรตัวผู้อยู่ตอนปลายเส้าเกสรเป็นคู่มี 2 คู่ เกสรตัวเมียอยู่ตอนล่าง เส้าเกสรนี้เป็นที่รวมของอวัยวะตัวเมียซึ่งมีรังไข่อยู่ติดกับเส้าเกสรด้านล่างเห็นเป็นลักษณะคอดเล็กยาวชัดเจนเมื่อติดฝัก ซึ่งฝักนี้จะมีเมล็ดเป็นผงเล็กมากอยู่ภายในเป็นจำนวนมาก เมื่อแก่จัดฝักก็จะแตกและเมล็ดจะแพร่กระจายปลิวไปตกยังที่ต่างๆ เมื่อมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมก็จะงอกเจริญเป็นต้นใหม่และขยายพันธุ์ต่อไปตามวงจรชีวิตธรรมชาติ



รูปที่ 4.24 กล้วยไม้แคทลียา

แคทลียาลูกผสม เป็นกล้วยไม้ที่เกิดจากการผสมข้ามสกุลระหว่างกล้วยไม้สกุลแคทลียากับกล้วยไม้สกุลใกล้เคียงอื่นๆ เช่น

- กล้วยไม้สกุลลิลีเย (Laelia)
- กล้วยไม้สกุลบรัซซาโวลา (Brassavola)
- กล้วยไม้สกุลโซโฟไนติส (Sophronitis)
- กล้วยไม้สกุลเอพิเดนดรัม (Epidendrum)
- กล้วยไม้สกุลชอมบูเกีย (Schomburgkia)

แคทลียาลูกผสม 2 สกุล

เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้สกุลแคทลียาผสมกับกล้วยไม้สกุลต่างๆ เกิดเป็นแคทลียาลูกผสม 2 สกุล เช่น

- ลิลิโอแคทลียา (Laeliocattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากสกุลแคทลียาผสมข้ามสกุลกับลิลีเย
- บรัซโซแคทลียา (Brassocattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากสกุลแคทลียาผสมข้ามสกุลกับบรัซซาโวลา

- โซโฟรแคตเลียา (Sophrocattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากสกุลแคตเลียาผสมข้ามสกุลกับโซโฟรโนตีส
- เอพิแคตเลียา (Epicattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากสกุลแคตเลียาผสมข้ามสกุลกับเอพิเดนดรัม
- ซอมบูแคตเลียา (Schombocattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากสกุลแคตเลียาผสมข้ามสกุลกับซอมบูเกีย

แคตเลียาลูกผสม 3 สกุล

เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้แคตเลียาลูกผสมที่ผสมแล้ว 2 สกุลผสมข้ามกับอีกสกุลหนึ่ง เกิดเป็นแคตเลียาลูกผสม 3 สกุล เช่น

- บรัสโซเลลิโอแคตเลียา (Brassaeliocattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้บรัสโซแคตเลียาผสมกับกล้วยไม้สกุลลีเลีย (สกุลแคตเลียาผสมกับสกุลบรัสซาโวลาผสมกับสกุลลีเลีย)
- เอพิเลลิโอแคตเลียา (Epilaeliocattleya) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้ลีเลียโอแคตเลียาผสมกับกล้วยไม้สกุลเอพิเดนดรัม (สกุลแคตเลียาผสมกับสกุลลีเลียผสมกับสกุลเอพิเดนดรัม)
- เอพิคาโทเนีย (Epicatonia) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้เอพิแคตเลียาผสมกับกล้วยไม้สกุลสกุลบรัสซาโวลา (สกุลแคตเลียาผสมกับสกุลเอพิเดนดรัมผสมกับสกุลบรัสซาโวลา)
- ดีเคนสารา (Dekensara) เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้บรัสโซแคตเลียาผสมกับกล้วยไม้สกุลซอมบูเกีย (สกุลแคตเลียาผสมกับสกุลบรัสซาโวลาผสมกับสกุลซอมบูเกีย)

แคตเลียาลูกผสม 4 สกุล

เป็นกล้วยไม้ลูกผสมที่เกิดจากกล้วยไม้แคตเลียาลูกผสมที่ผสมแล้ว 3 สกุลกับอีกสกุลหนึ่ง เกิดเป็นแคตเลียาลูกผสม 4 สกุล เช่น

- ยามาดารา (Yamadara) เป็นลูกผสมกล้วยไม้ที่เกิดจากกล้วยไม้บรัสโซเลลิโอแคตเลียาผสมข้ามกับสกุลเอพิเดนดรัม
- โพตินารา (Potinara) เป็นลูกผสมกล้วยไม้ที่เกิดจากกล้วยไม้บรัสโซเลลิโอแคตเลียาผสมข้ามกับสกุลโซโฟรโนตีส

4.3 ข้อมูลค่ากล้วยไม้ตัดดอก

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากการศึกษาสภาพข้อเท็จจริงด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้พันธุ์แคทลียาและฟ้ามุ่ยเพื่อตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมุ่งเน้นในการศึกษากิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลค่าของกล้วยไม้ตัดดอกทั้ง 2 พันธุ์ตามแนวคิดของห่วงโซ่อุปทาน และแนวคิดแบบผังสายธารคุณค่า (Value Stream Mapping: VSM) ที่เป็นแผนภาพที่แสดงกิจกรรมทั้งหมดที่ธุรกิจดำเนินการส่งมอบคุณค่าในตัวของกล้วยไม้จากฟาร์มไปยังผู้บริโภคปลายทาง เริ่มต้นจากการนำวัตถุดิบเข้า (Inbound Logistics) การสร้างมูลค่าโดยการเพาะเลี้ยงจนกระทั่งออกดอก (Operation) จนกระทั่งส่งมอบดอกกล้วยไม้ให้กับลูกค้า (Outbound Logistics) การทำการตลาดและการขาย (Marketing and Sales) และการให้บริการ (Service) รวมไปถึงการให้บริการโดยแสดงข้อมูลของกระบวนการต่างๆ เส้นทางเคลื่อนที่ของงาน และระบบสารสนเทศในกระบวนการเพิ่มมูลค่า ตั้งแต่ฟาร์มไปจนถึงมือผู้บริโภค ผ่านพ่อค้าผู้รวบรวมดอกกล้วยไม้จากฟาร์มถึงร้านจำหน่ายดอกไม้ และร้านจัดดอกไม้



รูปที่ 4.25 รูปแบบการไหลและโซ่อุปทานของกล้วยไม้ตัดดอก

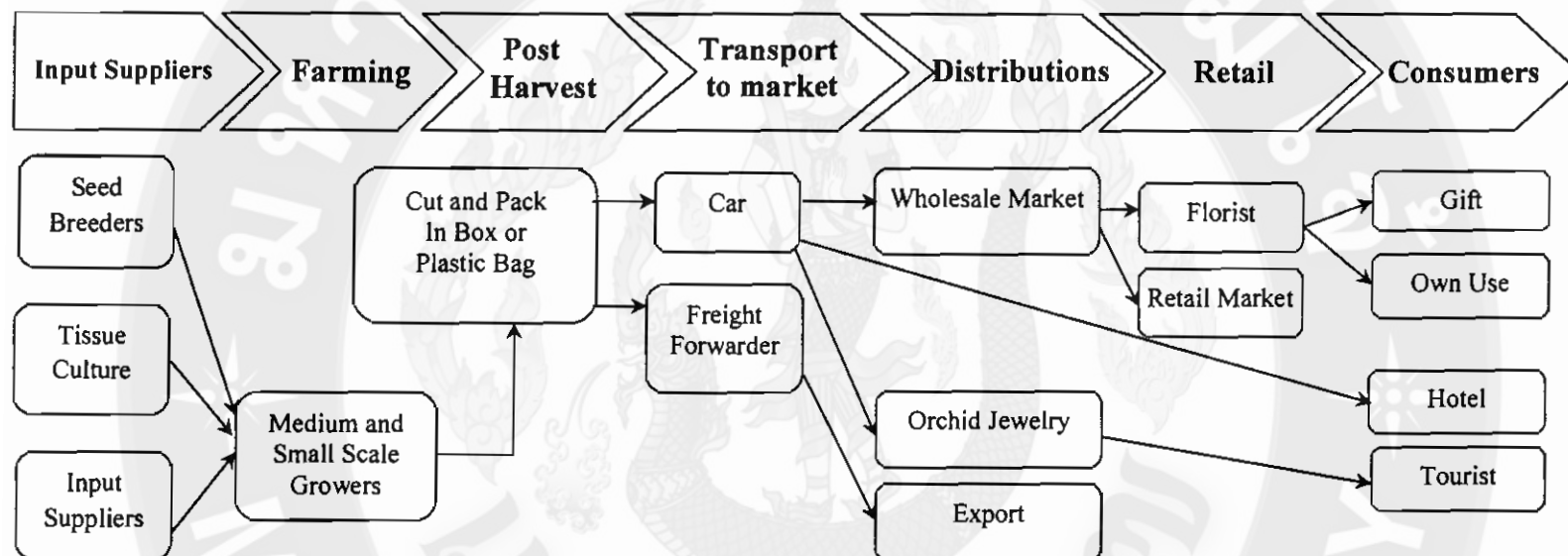
รูป 4.25 แสดงการไหลของสินค้า (ดอกกล้วยไม้) การไหลของเงิน และการไหลของข้อมูล ภายในห่วงโซ่อุปทานของกล้วยไม้ตัดดอก โดยการไหลของสินค้าเริ่มต้นจากส่วนการผลิตจากฟาร์มเกษตรกรผู้ปลูกและเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ ผ่านไปจนถึงกลุ่มพ่อค้าคนกลางหรือผู้รวบรวมผลผลิตจนถึงปลายทางคือผู้บริโภค โดยมีตัวกลางคือ ร้านจำหน่ายดอกไม้ปลีก และร้านจัดดอกไม้ ในขณะที่การไหลของเงินจะไหลโดยตรงจากปลายทางไปยังเกษตรกร ส่วนการไหลของข้อมูลนั้นจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างองค์กรที่อยู่ในสายธารคุณค่า

สำหรับห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่แสดงดังรูป 4.26 โดยธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกเริ่มต้นตั้งแต่ การผสมพันธุ์ เพาะพันธุ์ และการขยายพันธุ์ด้วยวิธีต่างๆ เพื่อให้ได้ต้นกล้วยไม้ในลักษณะและปริมาณที่ต้องการเป็นต้นที่ใช้เก็บเกี่ยวผลผลิตคือ ดอกกล้วยไม้ ซึ่งเกษตรกรอาจจะดำเนินการผสมพันธุ์เองการติดฝักและเพาะเมล็ด (Seed Breeding) เพื่อให้ได้คุณลักษณะที่โดดเด่นตามที่ต้องการ หรือการใช้เทคนิคการปั่นตา (Tissue Culture) เพื่อให้ได้กล้วยไม้ตามที่ต้องการในจำนวนมากๆ สำหรับปัจจัยการผลิตอื่นๆ (Input Supply) สามารถจำแนกออกเป็นปัจจัยการผลิตที่คงที่ ได้แก่ โรงเรือน ระบบการให้น้ำ ระบบการพรางแสง เป็นต้น และปัจจัยการผลิตที่แปรผันตามจำนวนของกิจการหรือขนาดของฟาร์มหรือจำนวนของต้นกล้วยไม้ ได้แก่ ปุ๋ย สารเคมีต่างๆ กระจกและ/หรือ วัสดุปลูก และแรงงาน เป็นต้น

จากข้อมูลของศูนย์กล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และข้อมูลของสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้สามารถแบ่งขนาดของฟาร์มกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นฟาร์มขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยส่วนใหญ่ฟาร์มกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นฟาร์มขนาดกลางและเล็ก (Small and Medium Scale Growers) ส่วนใหญ่จะเน้นการปลูก ส่งขาย หรือจำหน่ายแบบต้นกล้วยไม้ตัดดอก (Pot Plant) มากกว่าจะมุ่งเน้นที่การตัดดอกเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่ และส่วนใหญ่จะเน้นที่กล้วยไม้พันธุ์แท้มากกว่ากล้วยไม้พันธุ์ตัดดอก เช่น แคนทลียา หรือแวนด้า แต่เมื่อมีคำสั่งซื้อหรือความต้องการของผู้บริโภคก็สามารถตัดดอกจำหน่ายได้ตามที่ต้องการ โดยการตัดดอกจะมีลักษณะการตัดที่แตกต่างกันไปตามลักษณะรูปร่างและพันธุ์ของกล้วยไม้

นอกจากนี้ยังอาจแบ่งฟาร์มกล้วยไม้เป็นฟาร์มกล้วยไม้ที่เพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อจำหน่ายเพียงอย่างเดียว และฟาร์มกล้วยไม้ที่เพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อขายร่วมกับการเปิดบริการให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าชมเพื่อการท่องเที่ยว จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่พบว่าฟาร์มกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่หลายแห่งที่เปิดบริการให้นักท่องเที่ยวเข้าชม โดยได้รวบรวมพันธุ์กล้วยไม้ที่แปลกและหาดูได้ยากไว้ด้วย ซึ่งฟาร์มกล้วยไม้เหล่านี้จะอยู่ตามเส้นทางสายแม่ริม-สะเมิง ได้แก่

1. สายน้ำผึ้งพิพิธภัณฑสถานกล้วยไม้ไทย ไปตามถนนสายแม่ริม - สะเมิง 2 กิโลเมตร เป็นสวนกล้วยไม้ที่ใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่ มีฟาร์มผีเสื้อ แมวไทย และสัตว์อื่นๆ ให้ชมด้วย ค่าเข้าชมเด็ก 20 บาท ผู้ใหญ่ 40 บาท มีบริการอาหาร เครื่องดื่ม เปิดให้เข้าชมเวลา 08.00 - 17.00 น.
2. แม่แรมออร์คิด เปิดให้เข้าชมเวลา 08.00 - 16.00 น. ค่าเข้าชม เด็ก 20 บาท ผู้ใหญ่ 40 บาท มีบริการอาหาร เครื่องดื่ม
3. สวนบัวแม่สาออร์คิด ค่าเข้าชมคนไทย 20 บาท ต่างชาติ 50 บาท (เด็กครึ่งราคา) เปิดให้เข้าชม 07.30 - 16.30 น.



รูปที่ 4.25 ห่วงโซ่มูลค่าของกล้วยไม้ตัดดอก

4. ใบออร์คิดแอนด์บัตเตอร์ฟลายฟาร์ม เปิดให้เข้าชมเวลา 07.30 - 17.00 น. ค่าเข้าชมเด็ก 20 บาท ผู้ใหญ่ 40 บาท มีบริการอาหาร เครื่องดื่ม

หลังจากตัดดอกแล้ว เนื่องจากดอกกล้วยไม้มีความเปราะบาง มีอายุของดอกกล้วยไม้สั้น และเน่าเสียง่าย ดังนั้นภายหลังการเก็บเกี่ยวจึงต้องมีการดูแลเอาใจใส่และระมัดระวังในการคัดบรรจุ และขนส่งเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของดอกกล้วยไม้ในแต่ละสายพันธุ์ ระยะเวลาและระยะทางการขนส่ง และต้นทุนการขนส่งในแต่ละวิธี ซึ่งการขนส่งดอกกล้วยไม้มีตั้งแต่บรรจุใส่ถุงพลาสติกขนาดใหญ่สำหรับการขนส่งในระยะทางและระยะเวลายาวๆ หรือการใส่หลอดน้ำ หรือการพันด้วยสาลิซุนน้ำ เพื่อให้ดอกกล้วยไม้มีอายุที่นานขึ้น จากนั้นนำไปคัดบรรจุในกล่องที่มีลักษณะพิเศษคือกล่อง ฝาครอบ (เป็นกล่อง 4 เหลี่ยม เปิดโดยยกกล่องที่สวมกันอยู่ 2 กล่อง) ที่มีความแข็งแรงพอสมควร สำหรับการขนส่งกล้วยไม้ต่อไป

ซึ่งการขนส่งดอกกล้วยไม้จากสวนไปยังตลาดนั้นส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยพ่อค้าคนกลางหรือผู้รวบรวมดอกกล้วยไม้ หรือเจ้าของฟาร์มอาจดำเนินการส่งเอง หรือร้านค้าดอกไม้อาจเข้ามารับที่สวนเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างร้านค้าดอกไม้กับเกษตรกร ในบางกรณีที่มีการส่งดอกกล้วยไม้ไปยังต่างประเทศ จะต้องมีการบรรจุกระดาษห่อเพิ่มเติมหรือใช้กล่องกระดาษลูกฟูกสำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ที่มีลักษณะเป็นช่อยาว เพื่อให้สินค้าและบรรจุภัณฑ์มีมาตรฐานและเป็นที่ต้องการและยอมรับของตลาดในต่างประเทศ โดยการส่งออกต่างประเทศนี้เกษตรกรที่ส่งออกจะให้บริการของตัวแทนผู้ส่งออกสินค้า (Freight Forwarder) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนการจัดหาและจัดการขนส่งสินค้า (Export) ของผู้ส่งออกไปยังเมืองปลายทาง

สำหรับดอกกล้วยไม้จากฟาร์มของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่หากเป็นการกระจายสินค้าภายในจังหวัด ดอกกล้วยไม้ที่พร้อมขายจะถูกส่งไปจากฟาร์มไปยังตลาดค้าส่ง (Wholesale Market) ดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีตลาดดอกไม้ที่มีชื่อเสียงที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่คือ ตลาดดอกไม้ต้นลำไย หรือร้านค้าดอกไม้ตามจุดจำหน่ายต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และเนื่องจากทั้งดอกกล้วยไม้แกลเลียและฟ้ามุ่ยมีลักษณะที่เป็นดอกใหญ่ เก็บรักษาไม่ได้นาน ซึ่งแตกต่างจากด้วยดอกกล้วยไม้สกุลหวายอื่นๆ ที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานกว่า ประกอบกับเป็นดอกกล้วยไม้ที่มีราคาต่อดอกหรือต่อช่อที่ค่อนข้างสูงจึงมักไม่ค่อยมีการจำหน่ายแบบปลีก ส่วนใหญ่ดอกกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดนี้จะถูกส่งต่อไปยังร้านจัดดอกไม้ (Florist) เพื่อนำไปใช้สำหรับการจัดดอกไม้ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นนำไปจัดทำพวงหรีด หรือการจัดช่อดอกไม้ในแบบต่างๆ สำหรับการใช้อย่างอื่นจากดอกกล้วยไม้ในอีกลักษณะหนึ่งคือ การเพิ่มคุณค่าหรือมูลค่าให้กับกล้วยไม้โดยการนำดอกกล้วยไม้ไปชุบทองหรือชุบแก้ว เมื่อทำเครื่องประดับหรือของตกแต่งบ้านเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว หรือส่งออกไปยังต่างประเทศ

ในการอธิบายแนวคิดของโซ่คุณค่าจะแบ่งแยกตามกิจกรรม โดยแบ่งเป็นกิจกรรมพื้นฐาน และกิจกรรมสนับสนุน โดยกิจกรรมพื้นฐานเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าหรือประโยชน์ให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งในที่นี้คือดอกกล้วยไม้ อันประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านวัตถุดิบ องค์ประกอบเฉพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอก องค์ประกอบรวบรวมผลผลิตและขนส่ง องค์ประกอบด้านการตลาดและการขาย และองค์ประกอบด้านการบริการ

4.3.1 องค์ประกอบด้านวัตถุดิบ

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เกษตรกรเจ้าของฟาร์มกล้วยไม้พบว่า วัตถุดิบหลักที่ใช้สามารถจำแนกออกเป็น

1. ปัจจัยการผลิตที่คงที่ ได้แก่ โรงเรือน ระบบการให้น้ำและระบบการพรางแสงสำหรับกล้วยไม้ ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญในการสร้างโรงเรือนสำหรับเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ทั้ง 2 พันธุ์
2. ปัจจัยการผลิตที่แปรผันตามจำนวนของกิจการหรือขนาดของฟาร์มหรือจำนวนของต้นกล้วยไม้ ได้แก่ พันธุ์กล้วยไม้และกล้ากล้วยไม้ ปุ๋ย สารเคมีต่างๆ กระเช้าและ/หรือ วัสดุปลูก และแรงงานเป็นต้น เนื่องจากกล้วยไม้ทั้ง 2 พันธุ์มีลักษณะโครงสร้างทางชีวภาพและกายภาพ รวมถึงลักษณะการเจริญเติบโตที่แตกต่างกัน ส่งผลให้วัสดุปลูกที่ใช้ในการปลูกกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดต่างกัน

- พันธุ์ฟ้ามุ่ย: เน้นการใช้ กระเช้า ขดลวด
- พันธุ์แคทลียา: เน้นการใช้กาบมะพร้าวสับ ถ่าน กระเช้า ขดลวด

สำหรับการปลูกกล้วยไม้สกุลแวนด้าโดยเฉพาะฟ้ามุ่ยนั้น เนื่องจากลักษณะโครงสร้างเป็นรากอากาศ ดังนั้นการปลูกฟ้ามุ่ยจึงไม่มีวัสดุปลูกมีเพียงกระเช้าและลวดสำหรับแขวนกระเช้า โดยเกษตรกรจัดหาโดยการซื้อตรงจากโรงงานโดยราคากระเช้าพลาสติกจากโรงงานขนาด 3.5 นิ้ว ราคา 3.00 บาท ขายยกกระสอบ/250 ใบ ขนาด 4 นิ้ว ราคา 5.00 บาท ขายยกกระสอบ/200 ใบ ขนาด 6 นิ้ว ราคา 10.00 บาท ขายยกกระสอบ/100 ใบ ขนาด 8 นิ้ว ราคา 15.00 บาท ขายยกมัด/50 ใบ และขนาด 10 นิ้ว ราคา 20.00 บาท ขายยกมัด/50 ใบ หรือซื้อจากร้านจำหน่ายวัสดุทางการเกษตรในตลาดค้าเหียง เนื่องจากอายุกระเช้าและลวดมีอายุการใช้งานค่อนข้างนานประมาณ 5 ปี และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

วัสดุหลักที่ใช้ในการปลูกกล้วยไม้แคทลียาจะประกอบไปด้วย กากมะพร้าว ลวด กระเช้าพลาสติก ถ่าน สำหรับราคาของถ่านกันหลุมจะตกอยู่ที่โลกรัมละ 2 บาท กระสอบละ 20 กิโลกรัม ส่วนกากมะพร้าวซื้อเป็นกระสอบโดยซื้อจากตลาดค้าเหียง หรือสั่งจากโรงงานมะพร้าว โดยราคาหากเป็นลูกราคาลูกละ 2 – 3 บาท หากเป็นกระเบะราคา 12 – 15 บาทต่อกระเบะ แต่ถ้ากาบมะพร้าวสับบรรจุถุงขนาด 70 กก น้ำหนักกาบมะพร้าว 20 กก ขาย 45 บ./ถุง จากการสัมภาษณ์พบว่าเกษตรกรตัวอย่างบางรายมีเครื่องสำหรับตัดกาบมะพร้าวเป็นของตนเอง โดยเกษตรกรจะสั่ง

กาบมะพร้าวมาเป็นลูก และนำมาตัดเพื่อให้ได้ขนาดตามที่ต้องการเอง ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนการผลิต และเพื่อให้ได้ขนาดของกาบมะพร้าวที่เหมาะสมกับการปลุกแคทลียา สำหรับลวดที่คู่กับกระเช้าจะใช้ ลวด 4 ขา ซึ่งหาซื้อได้จากร้านวัสดุทางการเกษตร



รูปที่ 4.26 กล้วยไม้ขวดที่ได้จากการปั่นดาหรือเพาะเมล็ด

สำหรับต้นอ่อนของกล้วยไม้ที่เกษตรกรใช้สำหรับการเลี้ยงจะได้มาจาก

1. การขยายพันธุ์ด้วยวิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ หรือที่เรียกว่า การปั่นดา ซึ่งเป็นการเลือกชิ้นส่วนของของพืชเพื่อนำมาเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ การเลือกชิ้นส่วนของพืชต้องเลือกใช้ส่วนที่มีเนื้อเยื่อเจริญซึ่งยังสามารถพัฒนาเป็นต้นอ่อนได้ โดยชิ้นส่วนที่เหมาะสมจะขึ้นกับชนิดของกล้วยไม้ โดยกล้วยไม้พันธุ์แคทลียาจะใช้หน่ออ่อนหรือใช้ส่วนของตาข้าง ส่วนกล้วยไม้สกุลแวนด้ารวมถึงฟ้ามุ่ย จะใช้ยอดอ่อนที่มีตาข้างและตายอดมาปั่น ข้อดีของวิธีนี้คือ การขยายพันธุ์กล้วยไม้ที่ทำให้ได้ต้นที่มีลักษณะพันธุ์เหมือนเดิมเป็นปริมาณมากในเวลาอันรวดเร็ว ขยายพันธุ์วิธีนี้อาจมีโอกาสรากกล้วยไม้ไปในทางที่ดีขึ้นหรือเลวลงแต่ก็พบได้ยาก ระยะเวลาในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงนำไปปลูกได้ต้องใช้เวลาอย่างน้อยประมาณ 10 เดือน แต่ส่วนใหญ่จะใช้เวลานานกว่านี้ ขึ้นอยู่กับชนิดของกล้วยไม้ ความสมบูรณ์ของหน่อ เทคนิคในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ สูตรอาหารสังเคราะห์ และสภาพแวดล้อม ในด้านการคัดเลือกต้นแม่จะดู ก้านส่ง สีของดอก และความรู้ในการออกดอก และจากการสัมภาษณ์เกษตรกรทำให้พบปัญหาดังนี้ ในปัจจุบันในเชียงใหม่มีห้องปฏิบัติการที่เกษตรกรสามารถไว้ใจได้ยาก เนื่องจากพบว่ามีกรณีของการสับเปลี่ยนกล้วยไม้ขวด หรือเนื้อเยื่อที่ส่งไปปั่นดาไม่เจริญเติบโตดีดังที่เกษตรกรคาดการณ์

2. การตัดยอด เป็นการขยายพันธุ์อีกวิธีหนึ่งที่ใช้กับกล้วยไม้ประเภทไม่แตกกอ เช่น กล้วยไม้สกุลแวนด้าและฟ้ามุ่ย กล้วยไม้ที่จะทำการตัดยอดควรควรเป็นกล้วยไม้ที่เจริญเติบโตแข็งแรง และสูงพอสมควร มีรากติดอยู่กับส่วนยอดที่ต้องการตัดอย่างน้อย 2-3 รากขึ้นไป ถ้ามีรากติดอยู่กับส่วนยอดยิ่งมากยิ่งดี เพราะเมื่อนำยอดไปปลูกแล้วจะทำให้แข็งแรงและตั้งตัวเร็วขึ้น วิธีการตัดยอด

โดยใช้มีดหรือกรรไกรที่คม และสะอาดตัด แล้วใช้ปูนแดงทาที่รอยตัดทั้งส่วนต้นและส่วนยอดเพื่อป้องกันเชื้อโรคเข้าบาดแผล นำส่วนยอดไปปลูกในที่ร่มหรือที่มีแสงแดดน้อยกว่าปกติ จนกว่ายอดนั้นจะตั้งตัวได้ จึงนำไปไว้ในที่มีสภาวะปกติซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 1-2 เดือน สำหรับส่วนต้นเมื่อนำไปปลูกก็จะมีหน่อหรือตะเกียงเกิดขึ้น

3. การแยกหน่อหรือตะเกียง เนื่องจากกล้วยไม้ประเภทไม้แตกกอมีการเจริญเติบโตทางยอดคือยอดจะยาวสูงขึ้นไปเรื่อยๆ และจะมีการแตกหน่อจากตาที่อยู่ข้างลำต้นเป็นหน่อ หรือตะเกียง สำหรับต้นที่ไม่มีหน่อหรือตะเกียงเมื่อถูกตัดยอดไปปลูกจะทำให้ต้นที่ถูกตัดแตกหน่อได้ง่ายขึ้น หน่อหรือตะเกียงนี้สามารถตัดแยกไปปลูกใหม่ได้

4. การแยกแบ่งกอหรือการแบ่งหน่อ เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการขยายพันธุ์กล้วยไม้แคทลียา โดยเฉพาะกล้วยไม้จะมีกอขนาดใหญ่ขึ้นหรือเครื่องปลูกมีสภาพทรุดโทรม (กาบมะพร้าวผุหรือมีเชื้อรา) ซึ่งทำให้กล้วยไม้โทรมเพราะส่งอาหารไปเลี้ยงได้ไม่เพียงพอ และลำเก่า (ลำแก่) ก็ยังเป็นตัวถ่วงลำหน้า (ลำใหม่) เนื่องจากระบบรากเสื่อมโทรมไม่สามารถหาอาหารให้ตัวเองได้ โดยตัดลำค่อน้ำสุด 2-3 ลำ เลือกตัดแยกเมื่อลำหน้าเจริญเต็มที่ หรือเริ่มมีรากใหม่เริ่มงอกออกมา เมื่อตัดแล้วค่อยๆ ตัดรากของลำหลังจนสามารถยกหน่อกล้วยไม้ชุดที่ตัดออกมาได้

5. การเพาะเมล็ด เป็นการขยายพันธุ์โดยการผสมเกสรเป็นการขยายพันธุ์เพื่อปรับปรุงคุณลักษณะของกล้วยไม้ให้ดีขึ้น เพื่อให้ได้กล้วยไม้ลูกผสมพันธุ์ใหม่ที่มีคุณลักษณะเด่นตามที่ต้องการของนักผสมพันธุ์กล้วยไม้ แต่ผลที่ได้จะสำเร็จตามต้องการหรือไม่ต้องรอจนกระทั่งกล้วยไม้ที่ผสมใหม่นั้นออกดอก

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์พบว่า สำหรับกล้วยไม้แคทลียาเกษตรกรจะใช้ทั้งวิธีแบ่งหน่อและการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ส่วนฟาร์มผู้เกษตรกรจะใช้วิธีการตัดยอด แยกหน่อ และการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ โดยวิธีการแบ่งหน่อ การตัดยอดหรือแยกหน่อมีข้อดีคือ ต้นทุนต่ำมาก แต่ได้จำนวนต้นน้อย ส่วนการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อมีต้นทุนที่สูง แต่ได้จำนวนต้นที่มาก สำหรับห้องปฏิบัติการที่รับเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อที่เกษตรกรใช้สำหรับการเพาะเมล็ดหรือเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อจะมีทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพฯ โดยจะต้องเป็นห้องปฏิบัติการที่เกษตรกรที่ไว้ใจได้ ซึ่งหากเป็นการจ้างให้เพาะเมล็ด ราคาประมาณ 1.75-3 บาทต่อต้น แต่ถ้าเป็นการปั่นตาราคาจะแตกต่างกันไปตามจำนวนต้นที่ต้องการ เช่น

- 10,000 ต้นราคา 3.50 บาท/ต้น
- 5,000 ต้นราคา 5 บาท/ต้น
- 3,000 ต้นราคา 6 บาท/ต้น
- 2,000 ต้นราคา 7 บาท/ต้น
- 1,000 ต้นราคา 9 บาท/ต้น

4.3.2 องค์ประกอบการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอก

ในการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เชิงพาณิชย์ไม่ว่าจะเป็นการเพาะเลี้ยงเพื่อจำหน่ายเป็นกระถางพร้อมติดดอก หรือหรือเป็นการเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกเพียงอย่างเดียว เนื่องจากจุดหมายของผู้บริโภคในการซื้อคือ ความสวยงามและสมบูรณ์ของดอกกล้วยไม้เหมือนกัน ดังนั้นเกษตรกรแต่ละฟาร์มจึงมีวิธีการบำรุงต้นกล้วยไม้ให้สมบูรณ์ รวมถึงมีการให้ปุ๋ย ยา และน้ำที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของกล้วยไม้ ความชำนาญ ประสบการณ์ และการบริหารจัดการฟาร์มของเกษตรกร

การให้ปุ๋ยเพื่อเป็นอาหารของต้นกล้วยไม้นั้น เนื่องจากการเลี้ยงกล้วยไม้ในฟาร์มนั้นแตกต่างจากกล้วยไม้ตามธรรมชาติที่รากกล้วยไม้สามารถหาอาหารเองได้ ดังนั้นปุ๋ยจึงเป็นสิ่งจำเป็นและต้องให้อย่างสม่ำเสมอโดยสูตรที่ใช้สำหรับกล้วยไม้จะมีสูตรและการใช้แตกต่างกันไปตามอายุของกล้วยไม้เช่น ในระดับอนุบาล ระดับลงแปลงและเร่งความสมบูรณ์ของต้น ระดับเร่ง/บังคับการออกดอก และระดับการตัดดอก ซึ่งสูตรปุ๋ยที่ใช้สำหรับกล้วยไม้ทั้ง 2 ชนิดจะมีความแตกต่างกัน และสูตรที่ใช้สำหรับแต่ละฟาร์มก็มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะโรงเรือน สภาพสิ่งแวดล้อม เทคนิคและประสบการณ์ของเกษตรกร ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า โดยทั่วไปเกษตรกรจะให้ปุ๋ยทั้งสูตรเสมอในการบำรุงต้นและสูตรที่มีตัวกลางและตัวท้ายสูงในบังคับการออกดอก และเพื่อให้ดอกมีความสมบูรณ์



รูปที่ 4.27 ตัวอย่างปุ๋ยที่เกษตรกรใช้

ในด้านการบริหารจัดการฟาร์มการบริหารจัดการน้ำและแสงให้พอเพียงและเหมาะสมสำหรับกล้วยไม้เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการควบคุมอุณหภูมิและความชื้น บางฟาร์มอาจมีระบบของการให้น้ำในระบบวางท่อที่กระจายการให้น้ำตามเวลาหรือตามต้องการ ส่วนฟาร์มอาจใช้แรงงานคนในการให้น้ำ ส่วนการให้ปุ๋ยและยา และกำจัดวัชพืชนั้นส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคนทั้งหมดในการเดินให้ปุ๋ยและยา และกำจัดวัชพืช สำหรับระยะเวลาและความถี่ในการให้ปุ๋ยและยานั้นจะขึ้นอยู่กับ

กับเทคนิคของแต่ละฟาร์ม รวมถึงปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม และฝนตกที่ตก ปัจจุบันปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยงกล้วยไม้จังหวัดเชียงใหม่คือ ปัญหาปุ๋ย ยา หรือสารเคมีที่มีราคาแพง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นโดยเฉพาะตัวยาที่มีความจำเป็นต้องใช้

ในส่วนของปัญหาเรื่องแมลง จากการสัมภาษณ์พบว่าได้แก่ เพลี้ย ไรแดง เพลี้ยไฟ แมลงหวี่ขาว รวมถึงมดและด้งแตน หากว่ามีแมลงพวกนี้อยู่ในดอกกล้วยไม้จะไม่สามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ โดยเฉพาะแมลงหวี่ขาวจะถูกตลาดทางด้านยุโรปต่อต้านเนื่องจากเป็นแมลงที่แพร่พันธุ์ได้ไว และหากมีการตรวจพบจะต้องเร่งใช้ยามาแมลง หรือรีบกำจัดทำลายทิ้งทั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบว่าการทำฝนเทียมมีผลกระทบโดยตรงต่อต้นกล้วยไม้และดอกกล้วยไม้ เนื่องจากในการทำฝนเทียมจะประกอบไปด้วยสารเคมีต่างๆ มากมาย ดังนั้นเมื่อฝนเทียมตกลงกล้วยไม้จะทำให้กล้วยไม้เน่าเสียวิธีแก้ไขคือ ใช้น้ำสะอาดล้างกล้วยไม้ที่ถูกฝนเทียมทันที แต่ความเสียหายมักจะเกิดขึ้นหากฝนเทียมนั้นตกในเวลากลางคืน ซึ่งเป็นการยากที่จะ ใช้น้ำสะอาดล้างกล้วยไม้ที่ถูกฝนเทียมได้ทันที ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการบริหารจัดการฟาร์มกล้วยไม้ คือ การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานประจำ เพราะในพื้นที่ภาคเหนือเมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวลำไยหรือข้าว แรงงานส่วนมากก็จะกลับบ้านไปทำนาหรือรับจ้างเก็บลำไยมากกว่า เพราะมีรายได้ที่มากกว่า ประกอบกับเมื่อมีการปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวันทำให้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานยิ่งมากขึ้นไปอีก



รูปที่ 4.27 ตัวอย่างเกษตรกรผู้ให้สัมภาษณ์

ในการออกดอกของกล้วยไม้พันธุ์ฟ้ามุ่ย หากมีการดูแลรักษาและให้ปุ๋ยที่เหมาะสม ฟ้ามุ่ยสามารถให้ดอกได้มากถึง 4 ครั้งต่อปีต่อต้น โดยแต่ละครั้งจะให้ครั้ง 1 ช่อ โดยปกติจะออกดอกช่วงเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม แต่ต้นที่สมบูรณ์อาจมีช่วงเวลากการออกดอกที่ยาวขึ้น ดังนั้น 1 ต้นสามารถสร้างมูลค่าได้ประมาณ 100-120 บาทต่อต้นต่อปี สำหรับแคทลียานั้นจะให้ดอกที่มีขนาดค่อนข้าง

ใหญ่ 1 ซ่อต่อปี ซึ่งอาจเป็นดอกเดี่ยวหรือหลายดอก (ซ่อ) ขึ้นอยู่กับพันธุ์แคทลียาที่ปลูก และใน 1 ก่ออาจให้ซ่อดอกแคทลียามากกว่า 1 ซ่อ



รูปที่ 4.28 ขั้นตอนการตัดดอกฟ้ามุ่ย และการใช้หลอดน้ำ

ส่วนการตัดดอกมักจะตัดในช่วงเช้าไม่เกินเที่ยงวัน โดยพ่อค้ามาสั่งซื้อหรือไม่ทางฟาร์มก็จะจัดส่ง สำหรับแคทลียาก็เช่นเดียวกัน แคทลียาจะออกดอกหลังฤดูฝน โดยจะออกดอกประมาณเดือนสิงหาคมเป็นต้นไป ดังนั้นจึงเริ่มทำการตัดเก็บดอกได้จนถึงปลายตุลาคม และช่วงพฤศจิกายนถึงต้นปี ซึ่งเป็นช่วงที่ขายกล้วยไม้ได้ดีที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาล สิ้นปี ขึ้นปีใหม่ รับปริญญาของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ฯลฯ เป็นต้น ในช่วงการแทงซ่อดอก และการออกดอกเกษตรกรจะให้ความสำคัญมากโดยเฉพาะมด และแมลง ที่อาจเข้าทำลายดอกได้ ทำให้เมื่อดอกบานจะมีลักษณะไม่สมบูรณ์ และหากมีฝนตกหนักๆ ช่วงใกล้การตัดดอกจะต้องมีการฉีดยากันเน่า ในช่วง

ประมาณเดือนมีนาคม ดอกแคทลียาจะเริ่มหมดและเมื่อเริ่มเข้าสู่เดือนเมษายนจะเริ่มทำการปรับปรุงต้นรอบใหม่อีกครั้ง

4.3.3 องค์ประกอบการรวบรวมผลผลิตและขนส่ง

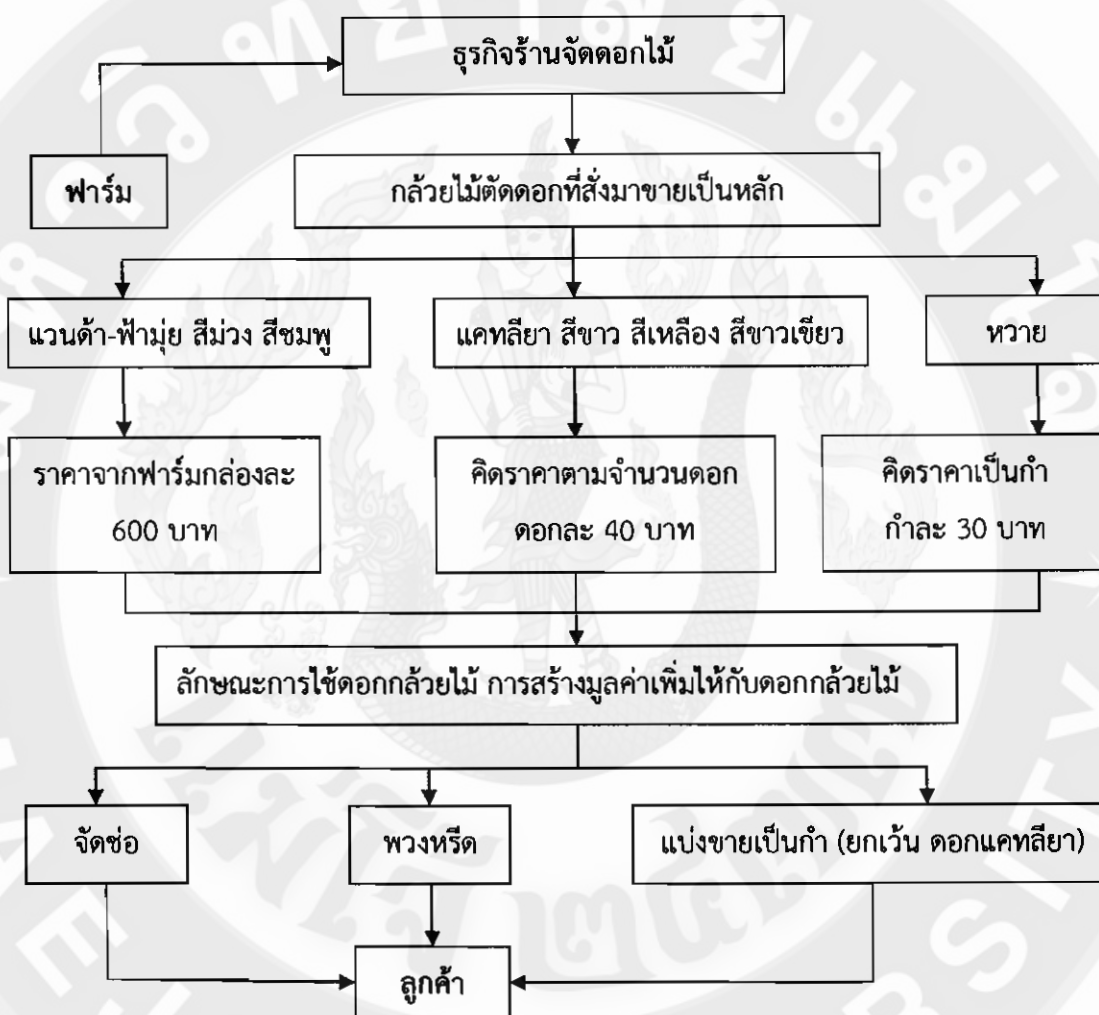
การตัดดอกกล้วยไม้ จากการสัมภาษณ์เกษตรกรพบว่า โดยทั่วช่วงเวลาการตัดดอกควรตัดในช่วงเช้ามืด โดยใช้มือหักตกลงที่โคนก้านช่อ หรือตัดด้วยกรรไกร โดยต้องทำความสะอาดกรรไกรทุกครั้ง เพื่อป้องกันการระบาดของโรคโดยเฉพาะจากเชื้อไวรัส โดยเลือกตัดดอกกล้วยไม้ในช่วงระยะการเจริญของดอกที่เหมาะสม ถ้าตัดดอกตูมเกินไป อาจจะทำให้ดอกไม้บาน หรือบานแล้วมีขนาดเล็ก ถ้าตัดช้าเกินไป หรือบานมาก จะทำให้มีอายุการใช้งานสั้นลง นอกจากนี้ไม่ควรตัดดอกกล้วยไม้หลังจากที่เพิ่งให้ปุ๋ย 1 - 2 วัน โดยเฉพาะปุ๋ยไนโตรเจน เนื่องจากดอกจะเหี่ยวเร็วและช้ำง่าย อันเนื่องมาจากเซลล์อวบน้ำ จึงควรเว้นระยะไว้สัก 3 - 4 วัน ก่อนที่จะตัดดอก ราคาดอกกล้วยไม้หน้าฟาร์มสำหรับกล้วยไม้ฟ้ามุ่ยและแคทลียาจะแตกต่างกัน โดยราคาดอกของฟ้ามุ่ยคือ ราคาดอกละ 3 บาทต่อดอก หาก 1 ช่อมี 10 ดอก ก็จะมีราคาช่อละ 30 บาท แต่สำหรับราคาของดอกแคทลียาคือ ราคาดอกละ 20 บาท หาก 1 ช่อมี 2 ดอกก็จะมีราคาช่อละ 40 บาท

เนื่องจากกล้วยไม้เป็นสินค้าที่มีอายุสั้น บอบช้ำและเน่าเสียได้ง่าย ประกอบกับตลาดของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ภายในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นเพื่อรักษาความสดและอายุของดอกกล้วยไม้ภายหลังการตัดดอกบางฟาร์มอาจมีการใช้หลอดพลาสติกที่มีน้ำ หรือหุ้มโคนก้านช่อดอกด้วยสาลีที่เปียกน้ำ สำหรับปริมาณและความถี่ในการตัดดอกส่งนั้นจากการสัมภาษณ์เกษตรกรพบว่า เนื่องจากความต้องการดอกกล้วยไม้ของทั้ง 2 มีพันธุ์ในแต่ละวันไม่แน่นอน แต่มีความต้องการสูงมากในช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ ดังนั้นเกษตรกรจะตัดดอกตามความต้องการของตลาดเท่านั้น ดอกกล้วยไม้ที่พร้อมจัดส่งจะถูกนำส่งไปให้ผู้ซื้อโดยมีพ่อค้าหรือผู้รวบรวมเข้ามารับซื้อดอกกล้วยไม้จากฟาร์มและนำส่งต่อให้ร้านดอกไม้ขายส่ง หรือในบางฟาร์มที่ไม่ห่างจากตัวเมืองมากเกษตรกรอาจส่งดอกกล้วยไม้เอง หรือร้านดอกไม้เข้าไปรับดอกกล้วยไม้จากฟาร์มโดยตรง

4.3.4 องค์ประกอบด้านการตลาดและการขาย

จากการสำรวจและสอบถามธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ทั้งหมด 10 ราย พบว่าธุรกิจส่งกล้วยไม้จากฟาร์มทับแก้วกังสดาล และฟาร์มอัจฉราออร์คิดส์ ซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่จะส่งจากฟาร์มทับแก้วกังสดาล กล้วยไม้ที่ธุรกิจนำมาใช้จะมีกล้วยไม้สกุลแวนด้า โดยประเภทของแวนด้าจะเป็นฟ้ามุ่ย โดยสีของแวนด้า-ฟ้ามุ่ยที่ธุรกิจทำการสั่งซื้อจากฟาร์มมากที่สุดคือ สีม่วง และสีชมพู สำหรับกล้วยไม้สกุลแคทลียาเป็นแคทลียาลูกผสม สีของแคทลียาที่ธุรกิจทำการสั่งซื้อจากฟาร์มมากที่สุดคือ สีเหลือง สีขาว สีขาวเขียว นอกจากนี้ยังมีดอกกล้วยไม้สกุลหวายและแอสโคเซนดา โดยสีของหวายที่ธุรกิจทำ

การสั่งซื้อจากฟาร์มมากที่สุดคือ สีม่วง สีขาว ส่วนดอกกล้วยไม้สกุลแอสโคเซนดาที่เกิดจากการผสมข้ามสกุลระหว่างกล้วยไม้สกุลเข็มกับสกุลแวนด้า สีที่ธุรกิจทำการสั่งซื้อจากฟาร์มมากที่สุดคือ สีม่วง สีเหลือง สีแดงและสีขาว



รูปที่ 4.29 การตลาดของดอกไม้กล้วยไม้

หลังจากธุรกิจได้รับกล้วยไม้จากฟาร์มแล้วจะนำดอกไม้มาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการจัดเข้าช่อ หรือทำพวงหรีด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ดอกไม้ ซึ่งการทำพวงหรีดโดยมีดอกกล้วยไม้ประดับตกแต่งจะมีมูลค่าสูงกว่าการนำกล้วยไม้มาจัดเข้าช่อ แต่การจัดเข้าช่อจะมีการจำหน่ายดีกว่า สำหรับต้นทุนราคาดอกกล้วยไม้นั้นมีต้นทุนราคาที่สูงที่ และเมื่อนำกล้วยไม้มาสร้างมูลค่าเพิ่มจะได้รับผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุนถึง 1 เท่าตัว เช่น การสั่งแวนด้า-ฟ้ามุ่ย 1 กล่อง ราคาจากฟาร์มคือ 600 บาท เมื่อนำแวนด้ามาใช้งาน และได้รับการใช้งานทั้งหมด แวนด้าจะสามารถสร้างมูลค่าได้ 1,200 บาท สำหรับแคทลียานั้น ธุรกิจจะทำการสั่งแคทลียาที่ต่อเมื่อมีลูกค้าสั่งรายการเข้ามา เนื่องจากแคทลียามีราคาสูง

เกษตรกรจากฟาร์มกล้วยไม้จะคิดค่าดอกแคทลียาตามจำนวนของดอกที่ต้องการ คือ ดอกละ 40 บาท หากธุรกิจนำแคทลียามาใช้ก็จะคิดราคาสูงกว่าตามจำนวนการใช้ดอกเช่นเดียวกัน แต่จะคิดในราคา ดอกละ 80 บาท และการขายกล้วยไม้เป็นกำ โดยทั่วไปแล้วจะใช้กับกล้วยไม้ประเภทหวาย เนื่องจาก ลูกค้ายักจะซื้อเพื่อไปทำบุญ ซึ่งจะขายในราคากำละ 60 บาท



รูปที่ 4.30 การจำหน่ายดอกกล้วยไม้ และการนำดอกกล้วยไม้ไปเพิ่มมูลค่าโดยการจัดช่อ

ขั้นตอนการจัดดอกไม้ของธุรกิจ จะมีทั้งการนำดอกกล้วยไม้มาจัดเข้าช่อ และทำเป็นพวง หรีด ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าว่าต้องการดอกอะไรบ้าง โดยวัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนของการจัดเข้าช่อคือ แวนด้า-ฟ้ามุ่ย ผสมกับดอกไม้ชนิดอื่นๆ ซึ่งราคาการจัดช่อดอกไม้ที่มีกล้วยไม้ เกียวข้องเริ่มต้นที่ ช่อละ 200 บาท และวัตถุดิบที่ใช้ในแต่ละขั้นตอนของการทำพวงหรีดคือ แวนด้า-ฟ้ามุ่ย ผสมกับดอกไม้ชนิดอื่นๆ ราคาเริ่มต้นที่ 500 บาท การใช้ดอกกล้วยไม้สกุลแวนด้ามีความถี่ในการใช้ดอกทุกวัน แต่ละดอกนั้นสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจเป็นจำนวน 3,000 – 5,000 บาท สำหรับดอก แคทลียาจะมีความถี่ในการใช้ดอกแคทลียาน้อยกว่าเนื่องจากเป็นดอกกล้วยไม้ที่มีราคาสูง และธุรกิจ จะทำการส่งดอกแคทลียาก็ต่อเมื่อมีลูกค้าสั่งมาว่าต้องการดอกแคทลียาในสินค้าเท่านั้น ส่วนปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญที่มีผลต่อมูลค่าเพิ่มของดอกกล้วยไม้ คือ อากาศร้อนทำให้ดอกกล้วยไม้เหี่ยวง่าย และการนำดอกกล้วยไม้จัดเข้าช่อหรือทำพวงหรีดจะต้องทำด้วยความเบามือมากกว่าดอกไม้อื่น เช่น ลิลลี่หรือดอกกุหลาบ เพื่อไม่ให้ดอกกล้วยไม้เกิดความชื้น

ในด้านของผู้บริโภคปลายห่วงโซ่ จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคพบว่า จากตาราง 4.4 ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ ในปัจจัยด้านความสวยงามของ กล้วยไม้โดยให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 100 ความหลากหลายของกล้วยไม้ให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 83 รองลงมาให้ความสำคัญมากร้อยละ 17 การให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา ไพเราะ และเป็นมิตร ให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 66 รองลงมาให้ความสำคัญมากร้อยละ 34 ให้

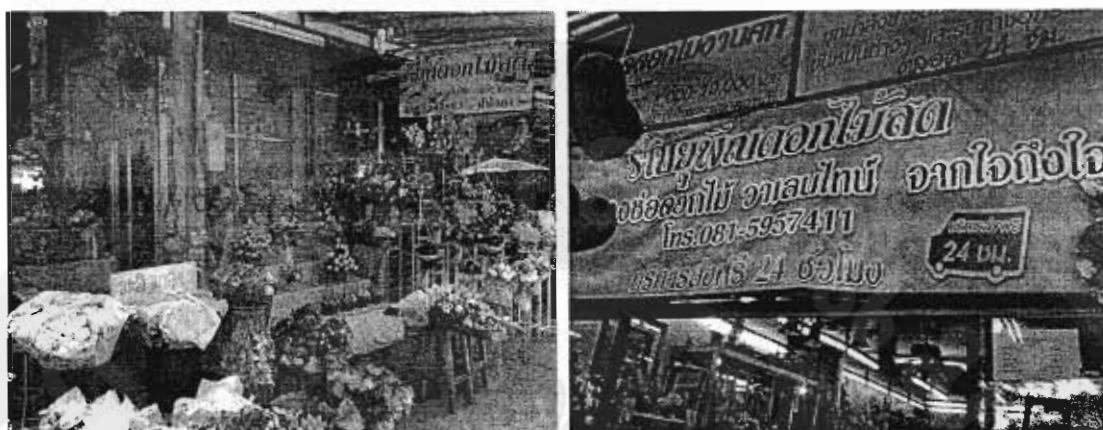
คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน ให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 50 รองลงมาให้ความสำคัญมากร้อยละ 50 มีอุปกรณ์ต่างๆครบ ตามความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 33 รองลงมาให้ความสำคัญมากร้อยละ 67 และการดูแลรักษาสภาพของกล้วยไม้ ให้ความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 50 รองลงมาให้ความสำคัญมากร้อยละ 50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวน ร้อยละ และระดับค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
1. ความสวยงามของกล้วยไม้	100 (100)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	5	มากที่สุด
2. ความหลากหลายของกล้วยไม้	83 (83)	17 (17)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.83	มากที่สุด
3. การให้บริการด้วยความเป็นมิตร	66 (66)	34 (34)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.67	มากที่สุด
4. ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	50 (50)	50 (50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.5	มากที่สุด
5. มีอุปกรณ์ต่างๆครบ ตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ	33 (33)	67 (67)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.33	มาก
6. การดูแลรักษาสภาพของกล้วยไม้ให้ยังคงความสดและสมบูรณ์	50 (50)	50 (50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.5	มากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ

สรุปตารางที่ 4.6 ระดับความระดับความความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ความสวยงามของกล้วยไม้ ความหลากหลายของกล้วยไม้ การให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ ความเป็นมิตร การให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน และการดูแลรักษาสภาพของกล้วยไม้ให้คงความสดและสมบูรณ์



รูปที่ 4.31 ร้านจำหน่ายดอกกล้วยไม้และร้านจัดดอกไม้

4.3.5 องค์ประกอบด้านการบริการ

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับดอกกล้วยไม้ที่รับมาจากฟาร์มคือ ในบางครั้ง การขนส่งกล้วยไม้จากฟาร์มมาถึงตลาดค้าส่งพบปัญหาดอกกล้วยไม้ช้ำเกินไปจนไม่สามารถนำมาใช้งานต่อได้แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้พบน้อยมาก ซึ่งหากธุรกิจพบว่าดอกไม้ช้ำ ทางฟาร์มก็จะรับผิดชอบโดยการไม่คิดราคาดอกไม้ที่เสียหายนั้น

4.4 การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาอุปสรรค และโอกาสในอนาคต จากการสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่างพบว่าในระดับภาพรวมของทั้งประเทศ

4.4.1 การวิเคราะห์ SWOT ในระดับประเทศ

จุดแข็ง

1. กล้วยไม้ไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีที่สุดในโลก และมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 2 ของโลก โดยในปี 2555 จากข้อมูลของการค้าต่างประเทศ พบว่าประเทศไทยนั้นมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกเท่ากับ 67.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.27 ของมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ทั้งหมดของโลก

2. ผลผลิตกล้วยไม้ภายในประเทศมีตลาดรองรับขนาดใหญ่ภายในประเทศถึงกว่าครึ่งหนึ่งของผลผลิตทั้งหมด

3. แหล่งผลิตกล้วยไม้ของไทยตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมอย่างมาก โดยเฉพาะแหล่งปลูกกล้วยไม้เพื่อตัดดอกในเขตภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. เกษตรกรที่เพาะเลี้ยงกล้วยไม้ต้นดอกและกล้วยไม้กระถางทั้งขนาดใหญ่ กลาง และ เล็กมีประสบการณ์ในการปลูกเลี้ยงมายาวนานทำให้มีทักษะความเชี่ยวชาญสูง และบางรายสามารถ พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและปรับปรุงพันธุ์ได้เอง
5. กล้วยไม้ตัดดอกของไทยมีการพัฒนาพันธุ์อย่างต่อเนื่องทำให้ผลผลิตมีลักษณะและ สีสันที่หลากหลาย
6. มีกลุ่มธุรกิจสนับสนุน เช่น ห้างปฏิบัติการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ธุรกิจเกี่ยวกับวัสดุปลูก เพื่อธุรกิจเพาะเลี้ยงกล้วยไม้อย่างครบวงจร ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง

จุดอ่อน

1. กล้วยไม้ส่งออกมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอและมีคุณภาพลดต่ำลงเมื่อถึงมือผู้บริโภค เนื่องจากความเป็นฤดูกาลของผลผลิต การขาดการจัดการที่มีประสิทธิภาพในระดับสวน/ฟาร์ม เกษตรกรบางส่วนมีการปฏิบัติในการให้ปุ๋ยและการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดไม่ถูกต้อง รวมถึงมีการ จัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่ไม่เหมาะสม
2. เนื่องจากผลผลิตกล้วยไม้ออกมากตามฤดูกาลโดยเฉพาะในฤดูฝน ส่งผลให้ราคาผัน ผวนและตกต่ำ ในขณะที่ในฤดูแล้งมีผลผลิตกล้วยไม้น้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทำให้ราคาสูงขึ้นอย่างมาก
3. ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้สูงขึ้น เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปุ๋ยและ สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีราคาสูงขึ้น
4. ขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการดูแลรักษากล้วยไม้ รวมไปถึง ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายการกำหนดค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ
5. เนื่องจากดอกกล้วยไม้เป็นเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่ายต้องการความรวดเร็วและความ ระมัดระวังในการขนส่งอย่างมาก และการขนส่งดอกกล้วยไม้ไปต่างประเทศจึงต้องอาศัยการขนส่ง ทางอากาศเท่านั้น ประกอบกับค่าระวางการขนส่งที่สูงขึ้น ทำให้เกษตรกรขาดอำนาจต่อรองในการ ได้รับการจัดสรรเที่ยวบินที่เหมาะสมทำให้เสียโอกาสทางการตลาด
6. ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศผู้นำด้านการผลิตและการส่งออกกล้วยไม้ของ โลกแต่ยังการเชื่อมโยงระหว่างตลาดและแหล่งผลิตสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่มีตลาดกลางของ การค้าดอกกล้วยไม้โดยตรงเหมือนในต่างประเทศเช่น ไต้หวัน หรือเนเธอร์แลนด์

โอกาส

1. ตลาดทั้งกล้วยไม้ตัดดอก และกล้วยไม้กระถางในต่างประเทศยังมีแนวโน้มการเติบโตสูงทั้งในตลาดเดิม และตลาดใหม่ เช่น จีน รวมไปถึงโอกาสของตลาดในกลุ่มประเทศ AEC
2. การส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก และกล้วยไม้กระถาง เนื่องจากกล้วยไม้ไม่ใช่สินค้าที่มีความอ่อนไหวหรือเป็นสินค้าที่อาจมีผลกระทบต่อเกษตรกรของประเทศผู้นำเข้า ดังนั้นจึงยังไม่มีอุปสรรคด้านการกีดกันทางการค้า
3. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐภายใต้ยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. 2554 – 2559 ที่ต้องการให้ไทยเป็นผู้นำในการส่งออกกล้วยไม้ของโลก โดยการผลักดันให้มีการส่งออกกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการส่งออก ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดคลัสเตอร์กล้วยไม้ที่เข้มแข็ง พัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมกล้วยไม้ ศูนย์กลางข้อมูลและตลาดข้อมูลกล้วยไม้ระดับโลก (World Orchid Net) รวมถึงการได้รับความสนับสนุนช่วยเหลือจากสถาบันการศึกษา และ หน่วยงาน องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหลายแห่งในด้านการถ่ายทอด เผยแพร่ พัฒนา องค์ความรู้ ทั้งในรูปของการพัฒนาจัดทำหลักสูตร การเรียนการสอน การฝึกอบรม และการวิจัยพัฒนา

ภาวะคุกคาม

1. ใบตรวจโรคพืชของไทยยังไม่ได้รับการยอมรับจากคู่ค้าบางประเทศ
2. สนามบินไม่มีคลังห้องเย็นสำหรับพักเก็บสินค้าระหว่างรอการส่งออกทำให้คุณภาพของสินค้าด้อยลงเมื่อถึงปลายทาง
3. ปัญหาเรื่องการจดทะเบียนสิทธิบัตรการพัฒนาสายพันธุ์ และลิขสิทธิ์พันธุ์พืช

4.4.2 การวิเคราะห์ SWOT ธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่

จุดแข็ง

1. สภาพภูมิอากาศในจังหวัดเชียงใหม่เหมาะสมสำหรับการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้หลายชนิดไม่ว่าจะเป็นทั้งกล้วยไม้พันธุ์แท้หรือกล้วยไม้ลูกผสม
2. เกษตรกรที่เพาะเลี้ยงกล้วยไม้มีประสบการณ์ในการปลูกเลี้ยงมายาวนานทำให้มีทักษะความเชี่ยวชาญสูง และบางรายสามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและปรับปรุงพันธุ์ได้เอง
3. เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยว และธุรกิจบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมมีความต้องการดอกกล้วยไม้อย่างต่อเนื่อง

4. มีกลุ่มธุรกิจสนับสนุน เช่น ห้องปฏิบัติการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ธุรกิจเกี่ยวกับวัสดุปลูก เพื่อธุรกิจเพาะเลี้ยงกล้วยไม้อย่างครบวงจร ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง

5. มีธุรกิจที่ต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจฟาร์มกล้วยไม้เชิงท่องเที่ยว หรือ ธุรกิจกล้วยไม้ซุบทอง ซุบแก้ว หรือเรจินเพื่อทำเครื่องประดับหรือของตกแต่งบ้าน

จุดอ่อน

1. ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในปัจจุบันที่ค่อนข้างจะแปรปรวน เช่น หนาวจัด ร้อนจัด อากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเจริญเติบโตของกล้วยไม้และการให้ดอก

2. ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้สูงขึ้น เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปุ๋ยและสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีราคาสูงขึ้น

3. ขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการดูแลรักษากล้วยไม้ รวมไปถึงค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายการกำหนดค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ

4. ปัจจุบันไม่มีระบบโลจิสติกส์ที่เหมาะสมและเอื้อต่อทำธุรกิจการส่งกล้วยไม้ตัดดอกไปต่างประเทศ

โอกาส

1. ปัจจุบันค่านิยมของผู้บริโภคที่นิยมส่งดอกไม้ในโอกาสต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการนำดอกกล้วยไม้มาประดับ ทำให้ในอนาคตมีความต้องการดอกกล้วยไม้เพิ่มขึ้น

2. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีความต้องการใช้ดอกกล้วยไม้เพิ่มขึ้น

3. ธุรกิจกล้วยไม้ซุบทอง ซุบแก้ว หรือเรจิน มีแนวโน้มความต้องการสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการดอกกล้วยไม้เพิ่มขึ้น

4. การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 อาจจะเป็นการเปิดโอกาสสำหรับตลาดผู้บริโภคกล้วยไม้ของไทยมากขึ้น

ภาวะคุกคาม

1. ปัจจุบันมีผู้ประกอบการฟาร์มกล้วยไม้รุ่นใหม่ๆ ในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันการผลิตและจำหน่ายกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น แต่ไม่มีการรวมกลุ่มกันในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (Cluster)

2. บางฟาร์มอาจไม่มีทายาทรุ่นถัดไปในการสืบทอดกิจการ

3. การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศในปัจจุบันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิต และการดูแลรักษาเพิ่มสูงขึ้นได้ในอนาคต



บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานะของการผลิตและการตลาดของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเนื้อหาของบทสรุปได้มาจากการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและจากการสังเกตจากการปฏิบัติจริง โดยเน้นการศึกษากล้วยไม้ 2 พันธุ์คือ ฟ้ามุ่ย และแคทลียา และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ปัจจุบันธุรกิจการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอกได้มีการกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศทั้งการผลิตดอกกล้วยไม้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่หรือภายในประเทศ และความต้องการดอกกล้วยไม้จากต่างประเทศ ในการเลี้ยงกล้วยไม้ภายในประเทศไทยนั้น จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรพบว่า ในระยะเวลาระหว่างปี 2543 – 2555 ไทยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในช่วงระหว่างปี 2554 – 2555 พบว่าที่มีเนื้อที่เก็บเกี่ยวลดลงร้อยละ 3.95 และ 14.86 ตามลำดับอันเนื่องมาจากพื้นที่ส่วนใหญ่ในเขตภาคกลางประสบกับปัญหาน้ำท่วมหนัก โดยเฉพาะจังหวัดสมุทรสาครและนครปฐม จนในปี 2555 ไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้และให้ผลผลิตทั้งสิ้นเพียงประมาณ 18,169 ไร่ สำหรับผลผลิตต่อไร่ที่พบด้วยวิทยาการและความชำนาญของคนไทยทำให้ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาผลผลิตต่อไร่ของกล้วยไม้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามภายหลังจากปี 2553 ผลผลิตต่อไร่ของกล้วยไม้ของไทยกลับลดลงอย่างมาก โดยในปี 2554 – 2555 ที่มีผลผลิตต่อไร่ลดลงร้อยละ 11.84 และ 5.78 ตามลำดับ และในปี 2555 ไทยมีผลผลิตต่อไร่ของกล้วยไม้เพียง 36,702 ต้นหรือ 2,020 ต้นต่อไร่ อย่างไรก็ตามจากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรพบว่า การเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ในเขตภาคเหนือตอนบนลักษณะของฟาร์มขนาดใหญ่มีน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาทางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในการเคลื่อนย้ายผลผลิตไม่ว่าจะเป็นกล้วยไม้กระถาง หรือดอกกล้วยไม้เข้าสู่ตลาดเป้าหมายภายในประเทศที่สำคัญ

ตลาดผู้บริโภคดอกกล้วยไม้ที่สำคัญอยู่ในเขตภาคกลาง เช่น ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง หรือตลาดปากคลองตลาด เป็นต้น โดยราคาขายส่งดอกกล้วยไม้ภายในประเทศจะมีลักษณะผันผวนตามฤดูกาล โดยราคาจะสูงในช่วงฤดูร้อนระหว่างเดือน มีนาคมถึงพฤษภาคม และราคาตกต่ำในช่วงฤดูฝน

ระหว่างเดือนกันยายนถึงตุลาคม โดยดอกกล้วยไม้ที่เป็นนิยมของตลาดภายในประเทศคือ กล้วยไม้สกุลหวาย แคลลียา แวนด้า เป็นต้น และเมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตทั้งหมด ดอกกล้วยไม้มากกว่าครึ่งหนึ่งนั้นถูกบริโภคภายในประเทศ

สำหรับการส่งออกดอกกล้วยไม้ไปยังต่างประเทศเนื่องจากดอกกล้วยไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย บอบบาง และง่ายต่อการเสียหาย ดังนั้นการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยจึงเป็นการขนส่งทางอากาศ ดังนั้นฟาร์มกล้วยไม้ตัดดอกส่วนใหญ่จึงอยู่ในเขตภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากสามารถส่งออกสินค้าผ่านทางสนามบินได้ง่าย และในระยะเวลาอันสั้น ส่งผลให้ฟาร์มกล้วยไม้ส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างไรก็ตามด้วยสภาพภูมิประเทศของภาคเหนือโดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่แตกต่างไปจากภาคกลาง เช่น ระดับความสูง และอุณหภูมิ ส่งผลให้กล้วยไม้ตามธรรมชาติมีความหลากหลาย ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองสำคัญทางด้านการค้าและบริการ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้ตลาดมีแนวโน้มของความต้องการดอกกล้วยไม้ที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า จากการสัมภาษณ์เกษตรกรสามารถแบ่งกิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่เป็นกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน กล้วยไม้ที่เน้นศึกษาได้แก่ กล้วยไม้พันธุ์แคลลียา และฟ้ามุ่ย โดยกิจกรรมหลักประกอบไปด้วย (1) การจัดหาวัตถุดิบสำหรับฟาร์มกล้วยไม้ (2) การผลิตดอกกล้วยไม้หรือการเลี้ยงกล้วยไม้เพื่อตัดดอก (3) การรวบรวมผลผลิตและการจัดส่งสินค้า (4) การตลาดและการขาย และ (5) การบริการ โดยผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านโลจิสติกส์ขาเข้า เกษตรกรเจ้าของฟาร์มกล้วยไม้ได้มีการจัดเตรียมหาวัตถุดิบ ทั้งปัจจัยการผลิตคงที่ เช่น โรงเรือน ระบบการพรางแสง และระบบการให้น้ำ รวมถึงปัจจัยการผลิตไม่คงที่ เช่น กาบมะพร้าว ถ่าน กระเชอลวด กระเชาพลาสติก ปุ๋ย ยาฆ่าเชื้อรา ยาฆ่าแมลง โดยเกษตรกรจะจัดหาและรวบรวมจากแหล่งวัตถุดิบต่างๆ เช่น ตลาดค้าเหียง ร้านขายเครื่องมืออุปกรณ์การเกษตรในเชียงใหม่ สำหรับต้นอ่อนๆของกล้วยไม้ หรือลูกไม้ เกษตรกรส่วนใหญ่จะใช้เทคนิคการปั่นตาและเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เนื่องจากจะได้ลูกไม้ที่มีลักษณะไม่แตกต่างจากต้นเดิม และได้ลูกไม้ในจำนวนที่มาก

ในขั้นตอนการดำเนินการ ซึ่งเป็นขั้นตอนการปลูก ฟาร์มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขั้นตอนการปลูกที่ใกล้เคียงกัน แต่จะแตกต่างกันตรงเทคนิคการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ เช่น วิธีการใส่ปุ๋ย สูตรปุ๋ยที่ใส่ในแต่ละช่วง หรือช่วงที่ต้องการเร่งต้น หรือเร่งดอก ปัญหาและอุปสรรคในขั้นตอนการผลิตคือ ปัญหาและอุปสรรคในขั้นตอนนี้คือ ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องจาก ราคาปุ๋ย ราคายาฆ่าเชื้อรา และราคายาฆ่าแมลง มีราคาที่ค่อนข้างแพง และพุ่งแพงขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น การกำหนดค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ 300 บาท รวมถึงการขาดแคลนแรงงานทั้งแรงงานมีฝีมือและไม่มีฝีมือ นอกจากนั้น ฟาร์มกล้วยไม้ได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจากการทำฝนเทียม ซึ่งฝนเทียมจะทำให้

กล้วยไม้เน่าได้ หากไม่สามารถล้างกล้วยไม้ที่โดนฝนหรือน้ำสะอาดได้ทัน เนื่องจากกล้วยไม้เป็นต้นไม้ที่ค่อนข้างมีความอ่อนไหวมากกว่าต้นไม้ปกติทั่วไป ดังนั้นเกษตรกรที่ทำฟาร์มกล้วยไม้ต้องระมัดระวัง และดูแลกล้วยไม้ให้ดีเป็นพิเศษ

ด้านผลผลิตเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า เป็นขั้นตอนในการเก็บเกี่ยวผลผลิตกล้วยไม้ตัดดอก และการขนส่งดอกกล้วยไม้จากฟาร์มกล้วยไม้ถึงตลาดรับซื้อ โดยเกษตรกรจะทำการตัดดอกตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเท่านั้น โดยเฉพาะดอกแคทลียา โดยดำเนินการในช่วงเช้า และเพื่อยืดอายุของดอกกล้วยไม้ให้คงความสด และสมบูรณ์ จะมีการนำดอกกล้วยไม้เสียบกับหลอดน้ำ หรือสำลิจับน้ำก่อนแล้วนำบรรจุถุงพลาสติกหรือกล่องกระดาษ เพื่อขนส่งต่อไป ดอกกล้วยไม้จะถูกจัดส่งไปยังที่จำหน่ายสินค้าทางรถยนต์ โดยการขนส่งจะต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ดอกกล้วยไม้ช้ำ ปัญหาและอุปสรรคในขั้นการเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้าคือ ดอกกล้วยไม้ได้รับผลกระทบจากการขนย้าย หรือขนส่ง เนื่องจากระบบการขนส่งไม่มีความระมัดระวัง หรือมีความระมัดระวังน้อย จึงทำให้กล้วยไม้ช้ำได้

ด้านการตลาดและการขาย ดอกกล้วยไม้จะถูกรวบรวมจากฟาร์มไปยังตลาดดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้รวบรวม หรือมีลูกค้าที่เข้ามาซื้อจากฟาร์ม ดอกกล้วยไม้จะถูกส่งยังตลาดขายส่งกล้วยไม้ที่ไม่ได้รับจัดซื้อโดยขายเป็นดอก และช่อ และส่งต่อไปยังธุรกิจร้านดอกไม้ และสุดท้ายตกไปยังมือของลูกค้าในตลาดทั่วไป นอกจากนี้กล้วยไม้บางส่วนจะถูกส่งไปยังโรงแรม และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับเกี่ยวเนื่องกับกล้วยไม้ ได้แก่ กล้วยไม้ชูปทอง, กล้วยไม้ชูป, กล้วยไม้ชูปเรซิน, กล้วยไม้เคลือบแก้ว และกล้วยไม้เคลือบคริสตัล ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่ดอกกล้วยไม้ได้เป็นอย่างมาก

ในด้านผู้บริโภคผลจากการสัมภาษณ์จากผู้จำหน่ายและร้านจัดดอกไม้พบว่า ธุรกิจกล้วยไม้เพื่อนำมาสร้างมูลค่านั้นมีหลายชนิด ได้แก่ แวนด้า-ฟ้ามุ่ย แคทลียา หวาย และแอสโคเซนดา ซึ่งแคทลียานั้นเป็นชนิดเดียวที่ไม่มีการสั่งซื้อไว้ล่วงหน้า จะสั่งซื้อก็ต่อเมื่อได้รับการสั่งจากลูกค้าแล้ว ราคาจากฟาร์มของกล้วยไม้แต่ละชนิดก็จะแตกต่างกันไปตามปริมาณการออกดอก การเลี้ยงดูของกล้วยไม้ ซึ่งราคากกล้วยไม้ตัดดอกจากฟาร์มที่มีราคาสูงที่สุดคือ แคทลียา เนื่องจากแคทลียาเป็นดอกไม้ที่มีการออกดอกปีละหน สีที่ได้รับความนิยมคือ สีขาว สีเหลือง และสีขาวเขียว ราคารองลงมาจะเป็นแวนด้าชนิดของแวนด้าจะเป็นฟ้ามุ่ย สีที่ได้รับความนิยมคือสีม่วง และสีชมพู แอสโคเซนดา สีที่ได้รับความนิยมคือ สีม่วง สีขาว สีแดง และสีเหลือง และหวาย เป็นกล้วยไม้ที่มีราคาต่ำสุด เนื่องจากผลผลิตที่ได้รับจากหวายมีมาก สีของหวายที่ได้รับความนิยมคือ สีม่วง และสีขาว ปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ ฟาร์มกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่มีน้อย และบางครั้งสนองความต้องการต่อผู้บริโภคได้อย่างไม่เพียงพอ

จากการวิเคราะห์จุดแข็งของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่คือ ในห่วงโซ่ต้นน้ำที่ประกอบด้วยกิจกรรมนำเข้าปัจจัยการผลิตและการผลิตดอกกล้วยไม้ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศในจังหวัดเชียงใหม่เหมาะสมสำหรับการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้หลายชนิดไม่ว่าจะเป็นทั้งกล้วยไม้พันธุ์แท้หรือกล้วยไม้ลูกผสม เกษตรกรที่เพาะเลี้ยงกล้วยไม้มีประสบการณ์ในการปลูกเลี้ยงมายาวนานทำให้มีทักษะความเชี่ยวชาญสูง และบางรายสามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและปรับปรุงพันธุ์ได้เอง เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยว และธุรกิจบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมมีความต้องการดอกกล้วยไม้อย่างต่อเนื่อง มีกลุ่มธุรกิจสนับสนุน เช่น หอปฏิบัติการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ธุรกิจเกี่ยวกับวัสดุปลูก เพื่อธุรกิจเพาะเลี้ยงกล้วยไม้อย่างครบวงจร ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง มีธุรกิจที่ต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจฟาร์มกล้วยไม้เชิงท่องเที่ยว หรือ ธุรกิจกล้วยไม้ชูปทอง ชุบแก้ว หรือเรซินเพื่อทำเครื่องประดับหรือของตกแต่งบ้าน

สำหรับจุดอ่อน ได้แก่ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในปัจจุบันที่ค่อนข้างจะแปรปรวน เช่น หนาวจัด ร้อนจัด อากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเจริญเติบโตของกล้วยไม้และการให้ดอก ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้สูงขึ้น เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตโดยเฉพาะปุ๋ยและสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมีราคาสูงขึ้น การขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือในการดูแลรักษากล้วยไม้ รวมไปถึงค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายการกำหนดค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ รวมถึงในปัจจุบันไม่มีระบบโลจิสติกส์ที่เหมาะสมและเอื้อต่อทำธุรกิจการส่งกล้วยไม้ตัดดอกไปต่างประเทศ

โอกาสในของธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจุบันค่านิยมของผู้บริโภคที่นิยมส่งดอกไม้ในโอกาสต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการนำดอกกล้วยไม้มาประดับ ทำให้ในอนาคตรมีความต้องการดอกกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้มีความต้องการใช้ดอกกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงที่เกี่ยวข้องกับดอกกล้วยไม้โดยธุรกิจกล้วยไม้ชูปทอง ชุบแก้ว หรือเรซิน มีแนวโน้มความต้องการสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการดอกกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้น

อุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตคือ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการฟาร์มกล้วยไม้รุ่นใหม่ๆ ในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันการผลิตและจำหน่ายกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น แต่ไม่มีการรวมกลุ่มกันในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (Cluster) ที่ชัดเจน บางฟาร์มอาจไม่มีทายาทรุ่นถัดไปในการสืบทอดกิจการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศในปัจจุบันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิต และการดูแลรักษาเพิ่มสูงขึ้นได้ในอนาคต

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะการลดต้นทุนการและการวางแผนการผลิตร่วมกัน รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่จากเกษตรกรที่มีประสบการณ์การเลี้ยงกล้วยไม้ อย่างยาวนาน
2. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตให้มากขึ้น ปรับปรุง ถ่ายทอด และให้คำแนะนำเทคโนโลยี การผลิตและวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยไม้ที่ถูกต้องและเหมาะสมแก่เกษตรกร
3. ควรมีการปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้ท้องถิ่นในภาคเหนือเพื่อให้ได้กล้วยไม้พันธุ์ใหม่ๆ ที่มี ลักษณะสอดคล้องกับการผลิตและความต้องการของตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าของกล้วยไม้พันธุ์พื้นเมืองใน เขตภาคเหนือ
4. สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้กับผู้ประกอบการที่ เกี่ยวข้องในธุรกิจกล้วยไม้ตัดดอกตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
5. พัฒนาศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรในแห่งปลูกกล้วยไม้ตัดดอก ให้เป็นศูนย์ ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการผลิตและการตลาดกล้วยไม้แบบเบ็ดเสร็จ

บรรณานุกรม

- ณพงศ์ นันทราทิพย์. 2543. การผลิตและการส่งออกกล้วยไม้ของจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พนิดา เตละวาณิชย์. 2549. การศึกษาความพร้อมของเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ในการเข้าสู่ระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมสำหรับการผลิตกล้วยไม้ตัดดอก. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภูวเดช โหราเรือง และคณะ. 2553. การผลิตและการตลาดกล้วยไม้ในพื้นที่ภาคกลางและพื้นที่ใกล้เคียง. การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 48: สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ.
- มาลีรัตน์ ทิพย์อาร์กซ์วงศ์. 2543. การวิเคราะห์อุปสงค์ของผู้ส่งออกไทยในการส่งออกดอกกล้วยไม้สด, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุพา มงคลสุข และ คณะ. การใช้ภูมิสารสนเทศเพื่อการสำรวจเส้นทางกล้วยไม้. เข้าถึงได้จาก <http://orchid.kapi.ku.ac.th>
- วรรณิ แพรวร่ายกุล. 2523. ปัญหาการตลาดกล้วยไม้ของประเทศไทยเพื่อการส่งออก. วิทยานิพนธ์พาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การใช้ภูมิสารสนเทศเพื่อการสำรวจเส้นทางกล้วยไม้. แหล่งที่มา: http://www.orchid.kapi.ku.ac.th/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1
- ศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก. 2545. วิธีการและขั้นตอนการส่งออกดอกกล้วยไม้จำหน่ายต่างประเทศ. ศูนย์ผลักดันสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก.
- สุพิชฌาย์ ศักดิ์ศรีพยากร. 2550. พฤติกรรมการซื้อดอกไม้สดของผู้บริโภคที่มีต่อเครือข่ายมิลลิลีเขตจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุมิตร เตชะสุขสันต์. 2542. การดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2548. ธุรกิจกล้วยไม้ส่งออก. โครงการผลิตหนังสือองค์ความรู้ SMEs: คัมภีร์ 108 ธุรกิจ.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2548. การศึกษาศักยภาพการตลาดดอกกล้วยไม้ไทยในประเทศญี่ปุ่น. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- Collinson, C. 2001. The Business Costs of Ethical Supply Chain Management: Kenya Flower Industry Case Study. Natural Resource and Ethical Trade Programme (NRET). NRI Report No. 2607.

- Gebreeyesus, M. and Sonobe, T. 2011. Global Value Chains and Market Formation Process in Emerging Export Activity: Evidence from Ethiopian Flower Industry. GRIPS Policy Research Center, Discuss Paper: 11-13.
- Kaplinsky, R. and Morris, M. 2000. Handbook for Value Chain Research. IDRC.
- Mather, C. 2008. Value Chains and Codes of Conduct in the Cut Flower Value Chain. ICTSD Programme on Agricultural Trade and Sustainable Development, Issue Paper no. 13. Geneva.
- United Nations Industrial Development Organization. 2009. Agro-Value Chain Analysis and Development: The UNIDO Approach. United Nations Industrial Development Organization.
- Wijk, S., Allbritton, A. and Quang, D. V. The Economic Development Impact of Rose Value Chains in North Vietnam.



ภาคผนวก

ตารางภาคผนวก 1 มูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ของโลกและของประเทศต่างๆ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
World	230,470,421	238,702,950	217,781,745	227,389,789	244,996,271	238,730,205
Netherlands	111,535,075	118,045,775	92,104,378	89,754,043	100,247,344	95,012,761
Thailand	79,313,965	73,288,439	69,064,610	72,931,618	72,875,834	67,492,848
Singapore	16,130,541	21,142,256	22,885,459	19,680,205	23,422,511	23,405,567
New Zealand	15,016,539	15,053,394	14,273,629	16,264,695	15,601,250	14,742,815
Taiwan	-	-	8,461,698	16,791,295	19,692,103	24,838,155
Malaysia	-	2,855,523	4,496,087	5,884,611	5,274,562	4,945,058
Belgium	1,101,542	1,598,353	1,353,655	1,261,484	1,750,770	1,279,356
South Korea	1,543,149	970,275	1,075,207	985,058	1,333,874	1,307,741
Austria	776,579	1,110,231	719,654	345,812	217,661	179,138
United States	237,018	438,623	611,106	341,566	1,867,686	2,714,196
Germany	1,452,897	768,906	506,218	636,142	517,444	382,196
Italy	474,154	356,774	305,973	537,315	703,369	685,410
Poland	118,442	365,588	300,430	333,074	173,738	73,010
South Africa	2,997	414,442	266,093	254,721	192,857	223,414
Hong Kong	125,709	233,563	258,747	37,036	-	-
Spain	369,258	377,983	229,486	171,860	197,000	217,977
Indonesia	-	-	216,946	13,047	3,317	132,492
Costa Rica	213,799	189,074	124,206	165,900	173,093	227,057
Colombia	247,311	222,985	87,922	119,223	86,931	58,619
Czech Republic	64,575	98,091	72,203	79,261	75,651	78,558
Hungary	37,941	69,194	60,113	107,806	18,318	4,925
China	31,737	90,224	52,461	22,760	6,432	18,875
Greece	72,796	29,983	49,154	13,860	16,100	8,050
Lithuania	30,786	49,080	46,808	26,327	198,956	200,959
France	14,985	44,033	43,640	13,473	20,216	24,474
Panama	235,581	109,697	24,666	9,118	11,986	13,772
United Kingdom	297,907	35,525	23,196	13,461	49,339	17,927
Japan	6,737	84,031	12,459	207,108	9,689	18,650
Brazil	80	-	8,670	-	1,111	-
Denmark	232,542	85,552	6,994	7,450	8,637	1,622
Ecuador	-	11,021	6,232	1,333	878	38,545
Australia	582,595	50,057	6,155	-	7,053	4,194

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
India	-	82,085	5,046	135	481	4,231
Canada	12,812	174,259	4,995	9,853	27,441	6,639
Portugal	44,459	227,449	4,416	110,145	162,044	154,934
Slovenia	25,397	19,032	3,933	-	924	6,365
Turkey	-	4,162	2,837	437	-	903
Switzerland	1,135	-	2,452	5,350	2,874	-
Mexico	-	5,393	1,340	45	117	85
Slovakia	-	-	671	5,090	-	-
Chile	3,320	-	585	-	-	-
Sri Lanka	1,100	103	408	225,733	5,322	367
Guatemala	287	1,315	380	-	-	-
Bulgaria	199	-	366	-	-	-
Romania	593	16	59	10,577	5,908	7,618
Peru	-	-	-	-	1,256	1,030
Malta	342	-	-	-	-	-
Sweden	-	-	-	149	1,011	-
Latvia	111,364	-	-	4,487	32,126	195,674
Croatia	165	-	-	195	-	1,766
Luxembourg	13	-	-	-	-	-
Russia	173	-	-	3,022	-	-
Estonia	923	465	-	3,906	1,056	-
Finland	455	-	-	-	-	2,231
Serbia	447	-	-	-	-	-

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางภาคผนวก 2 มูลค่าการนำเข้าดอกกล้วยไม้ของโลกและของประเทศต่างๆ

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
World	233,734,023	252,647,645	232,568,129	251,445,523	265,702,077	267,196,847
Japan	58,477,238	57,526,074	61,434,838	75,032,299	75,355,254	80,988,776
Italy	34,664,572	35,634,477	30,916,510	32,028,807	32,464,785	25,891,698
France	22,091,389	23,915,612	26,336,057	27,488,004	21,909,951	17,365,616
China	12,846,621	15,215,087	15,088,585	14,946,364	12,951,413	10,468,088
Germany	16,318,077	16,234,625	12,536,030	10,625,616	9,157,895	8,646,115
United States	11,086,785	13,263,441	11,243,295	14,015,504	13,545,261	15,705,825
Netherlands	9,099,625	12,366,741	9,233,519	8,519,666	9,635,944	7,017,393
Russia	7,056,460	9,417,213	7,711,092	9,449,098	13,353,317	14,225,616
Singapore	6,307,362	6,814,261	7,662,579	7,133,048	8,887,655	8,856,991
United Kingdom	10,450,681	11,236,056	6,996,884	5,657,927	8,199,509	30,650,883
Australia	4,343,624	4,592,124	4,473,045	5,683,012	7,497,868	7,525,157
Poland	5,087,942	6,967,396	4,423,584	3,979,484	3,181,326	2,118,997
Belgium	2,448,591	2,989,953	2,918,707	6,692,361	14,041,277	1,724,494
Spain	3,447,149	3,432,187	2,808,567	2,491,969	2,961,061	2,177,821
Canada	2,292,313	2,480,807	2,626,815	2,571,125	4,487,804	5,318,999
Czech Republic	2,270,984	2,697,620	2,424,461	2,107,168	2,244,511	1,910,524
Greece	2,571,885	2,936,735	2,421,058	1,961,049	1,767,464	1,282,117
Switzerland	1,592,273	2,144,346	2,361,225	2,296,435	2,454,321	2,668,243
Portugal	2,845,459	3,237,835	2,177,848	2,596,011	2,619,602	1,978,789
Austria	2,783,599	2,654,975	2,138,533	1,930,933	1,651,197	1,329,681
Hong Kong	1,539,010	1,574,041	1,465,015	1,716,888	1,156,543	1,095,229
Romania	1,270,940	1,635,520	1,421,927	1,290,812	1,393,475	1,004,856
Norway	1,130,710	1,137,344	1,349,148	1,936,629	2,108,301	2,281,592
Hungary	842,155	1,221,964	1,152,332	845,039	984,283	473,499
Denmark	789,498	641,202	1,063,339	664,204	892,431	676,820
Mexico	524,161	1,494,717	970,210	944,370	1,067,700	1,086,756
Slovakia	717,269	1,134,144	836,276	601,106	508,850	459,034
Sweden	1,351,857	1,360,930	775,343	875,875	361,591	452,696
India	-	476,800	720,608	612,846	1,093,622	1,544,813
Finland	922,045	848,677	679,000	568,162	624,973	608,752
Ireland	992,270	814,044	640,420	720,275	211,456	593,392
Croatia	549,361	554,144	427,656	486,304	613,430	555,144
Indonesia	-	-	372,960	-	11	
Slovenia	2,269,116	798,418	290,122	292,346	255,633	246,209

ประเทศ	2550	2551	2552	2553	2554	2555
Malaysia	-	57,770	286,001	353,194	376,436	389,439
South Korea	697,769	540,262	278,520	424,792	504,327	884,599
Lithuania	377,182	424,774	257,860	209,814	476,564	442,074
Serbia	182,975	245,168	190,163	233,688	264,321	217,161
Cyprus	166,660	145,691	166,428	166,580	186,179	116,180
Latvia	337,766	367,726	166,172	71,759	106,695	150,808
Luxembourg	126,847	294,736	161,650	136,250	55,296	187,354
New Zealand	306,787	277,211	156,346	103,512	55,044	98,852
Estonia	215,490	289,326	143,213	154,804	99,729	96,023
Kazakhstan	-	132,438	131,561	130,293	195,125	259,321
Bulgaria	152,289	229,250	127,195	181,713	149,168	106,675
Taiwan	-	-	114,802	266,381	997,795	1,606,557
Turkey	93,270	91,591	111,788	97,826	178,406	107,241
Malta	16,513	30,898	50,295	38,910	23,159	45,383
Thailand	4,378	12,534	34,433	26,793	6,686	25,211
South Africa	49,823	16,825	34,053	32,231	41,256	35,326
Guatemala	8,763	17,650	27,053	25,739	34,219	16,450
Uruguay	-	-	9,199	-	158	-
Honduras	2,257	4,581	6,978	4,223	3,102	2,309
Ecuador	-	-	5,991	211	-	2
Iceland	8,490	12,341	3,005	3,137	3,591	1,412
Mauritius	612	3,822	2,971	3,383	3,248	8,886
Panama	-	-	2,398	5,312	-	-
Algeria	-	-	2,166	-	-	-
Azerbaijan	-	300	300	100	-	-
Nicaragua	603	-	4	14	251	663
Paraguay	-	-	-	-	-	4,992
Argentina	-	-	-	-	37	4,212
Colombia	3,082	-	-	-	3,022	-
Ukraine	-	-	-	-	2,287,858	3,457,265
Sri Lanka	-	-	-	-	-	478
Peru	761	504	-	205	262	-
Costa Rica	85	2,735	-	6,513	7,543	-
Chile	601	-	-	7,412	2,888	1,359

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ 2555

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ