



บทที่ 3

### วิธีการตลาดในการส่งออกกล้วยไม้ไทยออกจำหน่ายต่างประเทศ

#### จำนวนผู้ส่งออก

ผู้ส่งออก (Exporter) มีความสำคัญมากในการส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายในต่างประเทศ เพราะถ้าหากไม่มีผู้ส่งออก ผู้ปลูกเลี้ยงก็ต้องส่งผลิตผลของตนไปจำหน่ายเอง ซึ่งก็จะก่อให้เกิดปัญหายุ่งยากอยู่หลายประการ เช่น ผู้ปลูกเลี้ยงขาดประสบการณ์ในด้านการค้าขายกับต่างประเทศ ไม่มีเวลายามทำงานประเภทนี้บ้าง ฯลฯ ดังนั้นมักจะรวมตัวกันเป็นนิติบุคคล เช่น บริษัท สหกรณ์ ฯลฯ หาผู้ที่มีความรู้ความสามารถทำงานทางด้านส่งออกมาร่วมทำงานด้วย เพราะฉะนั้นเมื่อกล่าวถึงผู้ส่งออกก็จะมีหลายรูปแบบ อาทิเช่น ผู้ส่งออกที่เป็นบุคคลธรรมดา ผู้ส่งออกในรูปห้างหุ้นส่วน บริษัทที่จำกัดความรับผิดชอบ ผู้ส่งออกในรูปสหกรณ์ เป็นต้น

ก่อนปี 2519 มีจำนวนผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศรายใหญ่ ๆ เพียง 7-8 รายในจำนวนทั้งหมดขณะนั้นมีเพียง 13 ราย ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สถานเพาะเลี้ยงพลกฤษณ บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัทกรุงเทพฟลอรา บริษัทบางกอกออร์คิด (1975) จำกัด บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์ จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็น.พี.อี. และบริษัทพระประแดง จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของส่วนแบ่งตลาดดอกกล้วยไม้ไทยในต่างประเทศประมาณ 88% ของตลาดทั้งหมด<sup>1</sup>

เมื่อมีการส่งออกดอกกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้มีผู้ส่งออกเพิ่มมากขึ้นทั้งที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายและไม่ถูกต้องตามกฎหมาย จนกระทั่งต้นปี 2522 หลังจากมี

<sup>1</sup> กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, "โครงสร้างตลาดกล้วยไม้" (กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2517), หน้า 5.

บางรายที่ได้มีชื่อในบัญชี 2 บัญชีดังกล่าว ซึ่งมีส่วนน้อย จำนวนผู้ส่งออกนั้นสามารถจะแยกตาม

1. ประเภทของรูปแบบประกอบการ
2. ประเภทของแหล่งผู้ซื้อ (ตลาด)
3. ประเภทของแหล่งผู้ผลิต
4. ประเภทของการค้ากล้วยไม้

จำนวนผู้ส่งออกตามประเภทของรูปแบบประกอบการ

พบว่าผู้ส่งออกที่รวมตัวเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดอยู่ร้อยละ 47.13 (41 ราย) ของผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ ร้อยละ 45.10 (23 ราย) ของผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ และที่รวมตัวเป็นบริษัทมีอยู่ร้อยละ 37.93 (33 ราย) ของผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ ร้อยละ 49.02 (25 ราย) ของผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิก ส่วนในรูปแบบอื่น ๆ มีน้อยมาก (ดูจากตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบผู้ส่งออกกล้วยไม้ที่ยื่นแสดงความจำนงฯ และที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยตามประเภทของรูปแบบประกอบการ

หน่วย : ราย

เบญจนาพร

| ผู้ส่งออก  | ประเภทรูปแบบประกอบการ |             |         |              |             |
|--|-----------------------|-------------|---------|--------------|-------------|
|  | ห้างหุ้นส่วนจำกัด     | บริษัทจำกัด | ร้านค้า | กลุ่มเกษตรกร | รวมทั้งสิ้น |
| ผู้ส่งออกจากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกที่ยื่นแสดงความจำนงฯ      | 41                    | 33          | 11      | 2            | 87          |
| ผู้ส่งออกจากบัญชีรายชื่อสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย | 23                    | 25          | 2       | 1            | 51          |

ผู้ส่งออกทั้ง 2 บัญชี มี 136 ราย

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบผู้ส่งออกกล้วยไม้ที่ยื่นแสดงความจำนองฯ และที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยตามประเภทแหล่งผู้ซื้อ (ตลาด)

หน่วย : ราย

| ตลาดผู้ซื้อ  | ผู้ส่งออกที่ยื่นแสดง ความจำนองเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย |                      |                           |     | ผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกสมาคม |                           |     |
|--|---|----------------------|---------------------------|-----|-----------------------------|---------------------------|-----|
|  | ค่า เฉพาะดอกกล้วยไม้                                      | ค่า เฉพาะต้นกล้วยไม้ | ค่าทั้งต้นทั้งดอกกล้วยไม้ | รวม | ค่า เฉพาะดอกกล้วยไม้        | ค่าทั้งต้นทั้งดอกกล้วยไม้ | รวม |
| ตลาดเฉพาะตลาดต่างประเทศ  | 15  | -                    | -                         | 15  | 7                           | -                         | 7   |
| ดอกขายทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพ                             | 21  | -                    | -                         | 21  | 20                          | -                         | 20  |
| ต้นขายเฉพาะตลาดต่างประเทศ  | -   | 3                    | -                         | 3   | -                           | -                         | -   |
| ต้นขายทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพ                             | -   | 1                    | -                         | 1   | -                           | -                         | -   |
| ดอกขายเฉพาะตลาดต่างประเทศแต่ต้นขายทั้งตลาดกรุงเทพและต่างประเทศ     | -   | -                    | 3                         | 3   | -                           | 2                         | 2   |
| ดอกขายทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพแต่ต้นขายเฉพาะตลาดต่างประเทศ | -   | -                    | 5                         | 5   | -                           | 5                         | 5   |
| ดอกและต้นขายเฉพาะตลาดต่างประเทศ                                    | -   | -                    | 2                         | 2   | -                           | 2                         | 2   |
| ดอกและต้นขายทั้งตลาดกรุงเทพและตลาดต่างประเทศ                       | -   | -                    | 10                        | 10  | -                           | 4                         | 4   |
| รวม  | 36  | 4                    | 20                        | 60  | 27                          | 13                        | 40  |

หมายเหตุ. 1. ตลาดกรุงเทพ หมายถึงตลาดปากคลองตลาด และตลาดสนามหลวง

2. ยอดรวมของผู้ส่งออกที่แสดงในตารางที่ 5 จะไม่เท่ากับตารางที่ 4 เนื่องจาก

2.1 จำนวนผู้ส่งออกจากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออกที่ยื่นแสดงความจำนงฯ มีทั้งสิ้น 87 ราย มีเพียง 60 รายที่ได้ดำเนินการค้าและได้สัมฤทธิ์จริง ๆ

2.2 จำนวนผู้ส่งออกจากบัญชีรายชื่อสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทย มีทั้งสิ้น 51 ราย ได้สัมฤทธิ์จริง ๆ เพียง 40 ราย เนื่องจากผู้ส่งออกบางรายเป็นบริษัทในเครือกันตามรายละเอียดที่แจ้งในหน้า 44-45



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงแหล่งที่มาของกล้วยไม้ของผู้ส่งออกกล้วยไม้ที่ปีบแสดงความสามารถต่อทางราชการ เป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้

หน่วย : ราย

| ผู้ส่งออก                             | แหล่งที่มา |            |                        |                        |                            |                            |                                     |                                     |  | รวม |
|---------------------------------------|------------|------------|------------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--|-----|
|                                       | ต้นปลูกเอง | ดอกปลูกเอง | ต้นเอาจากคนอื่นทั้งหมด | ดอกเอาจากคนอื่นทั้งหมด | ต้นรับจากคนอื่นบางส่วนด้วย | ดอกรับจากคนอื่นบางส่วนด้วย | ต้นรับจากคนอื่นบางส่วนแต่ดอกปลูกเอง | ดอกรับจากคนอื่นบางส่วนแต่ต้นปลูกเอง | ทั้งต้นทั้งดอกบางส่วนรับจากคนอื่นและบางส่วนทั้งต้นดอกปลูกเอง |     |
| ผู้ส่งออกที่ค้าเฉพาะดอกกล้วยไม้       | -          | 2          | -                      | 23                     | -                          | 11                         | -                                   | -                                   | -  | 36  |
| ผู้ส่งออกที่ค้าเฉพาะต้นกล้วยไม้       | -          | -          | 2                      | -                      | 2                          | -                          | -                                   | -                                   | -  | 4   |
| ผู้ส่งออกที่ค้าทั้งต้นทั้งดอกกล้วยไม้ | -          | -          | -                      | -                      | -                          | -                          | 2                                   | 7                                   | 11   | 20  |
| รวม                                   | 0          | 2          | 2                      | 23                     | 2                          | 11                         | 2                                   | 7                                   | 11   | 60  |

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงแหล่งที่มาของกล้วยไม้ของผู้ส่งออกกล้วยไม้ที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออก  
ดอกกล้วยไม้ไทย

หน่วย : ราย

| ผู้ส่งออก                             | แหล่งที่มา |            |                         |                         |                              |                              |                                       |                                       |  |     |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--|-----|
|                                       | ต้นปลูกเอง | ดอกปลูกเอง | ต้นเอากลากคนอื่นทั้งหมด | ดอกเอากลากคนอื่นทั้งหมด | ต้นรับจากคนอื่นมาบางส่วนด้วย | ดอกรับจากคนอื่นมาบางส่วนด้วย | ต้นรับจากคนอื่นมาบางส่วนแต่ดอกปลูกเอง | ดอกรับจากคนอื่นมาบางส่วนแต่ต้นปลูกเอง | ทั้งต้นทั้งดอกบางส่วนรับจากคนอื่นและบางส่วนทั้งต้นทั้งดอกปลูกเอง | รวม |
| ผู้ส่งออกที่ค้าเฉพาะดอกกล้วยไม้       | -          | 2          | -                       | 15                      | -                            | 10                           | -                                     | -                                     | -  | 27  |
| ผู้ส่งออกที่ค้าทั้งต้นทั้งดอกกล้วยไม้ | -          | -          | -                       | -                       | -                            | 1                            | -                                     | -                                     | 12   | 13  |
| รวม                                   | -          | 2          | -                       | 15                      | -                            | 11                           | -                                     | -                                     | 12   | 40  |

หมายเหตุของตารางที่ 6, 7 เช่นเดียวกับหมายเหตุ 2 ของตารางที่ 5

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำนวนผู้ส่งออกตามประเภทของแหล่งผู้ซื้อ (ตลาด)

พบว่า มีผู้ส่งออกที่ขายดอกทั้งตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพฯ มากที่สุดคือร้อยละ 35.00 (21 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ ร้อยละ 50.00 (20 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออก และผู้ส่งออกที่ขายดอกจำหน่ายตลาดต่างประเทศเท่านั้นมีอยู่ร้อยละ 25.00 (15 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ ร้อยละ 17.50 (7 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออก (ดูจากตารางที่ 5)

จำนวนผู้ส่งออกตามประเภทของแหล่งผู้ผลิต

พบว่า มีผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้จะรับดอกมาจากผู้ปลูกเลี้ยงทั้งหมดที่อยู่ร้อยละ 38.33 (23 ราย) 37.50 (15 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ และของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออก ตามลำดับ ส่วนผู้ส่งออกที่ค้าทั้งต้นทั้งดอกกล้วยไม้จะมีการปลูกเองและรับมาจากชาวสวนบางส่วน มีอยู่ร้อยละ 18.33 (11 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ 30.00 (12 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออก (ดูจากตารางที่ 6, 7) จากทั้งสองตารางจะมีผู้ส่งออกที่ค้าเฉพาะดอกกล้วยไม้ที่จะปลูกดอกเองทั้งหมด เพื่อขายอยู่เพียง 2 ราย ได้แก่ บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์จำกัด และกลุ่มเกษตรกรปลูกเลี้ยงกล้วยไม้คลองขวาง

จำนวนผู้ส่งออกตามประเภทค้ากล้วยไม้

พบว่า มีผู้ส่งออกที่ค้าเฉพาะดอกกล้วยไม้มากที่สุดคือร้อยละ 60.00 (36 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ ร้อยละ 67.50 (27 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกและรองลงมายังมีผู้ส่งออกที่ค้าทั้งต้นทั้งดอกกล้วยไม้มีอยู่ร้อยละ 33.33 (20 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ ร้อยละ 32.50 (13 ราย) ของตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออก ส่วนผู้ส่งออกที่ค้าเฉพาะต้นกล้วยไม้มีอยู่เพียง 4 ราย จากตัวอย่างผู้ส่งออกทั้งสิ้นที่ยื่นฯ เนื่องจากทางการมิได้บังคับหรือกำหนดว่าผู้ค้าต้นต้องเป็นสมาชิกสมาคมผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทย ดังนั้นจากการสัมภาษณ์ผู้เป็นสมาชิกจึงไม่พบว่า มีผู้ใดที่ค้าเฉพาะต้นกล้วยไม้เลย (ดูจากตารางที่ 5, 6, 7)



ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างบริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์จำกัด บริษัทนี้ดำเนินธุรกิจผลิตส่งดอกกล้วยไม้ไทยออกไปจำหน่ายต่างประเทศในรูปแบบของสหกรณ์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2513

จากการแนะนำของคำสตราจารย์ ระพี ล่าตริก อธิบดีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าผู้ปลูกควรจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มได้แล้ว เพื่อผลประโยชน์ในการส่งออกโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยจัดตั้งเป็นบริษัทขึ้นบริษัทหนึ่ง เพื่อทำการส่งออกและเมื่อบริษัทจัดตั้งขึ้นแล้วก็ตั้งชื่อให้ตั้งกล่าวด้วย<sup>1</sup>

เริ่มแรกมีทุนดำเนินงาน 750,000 บาท มีสมาชิก 22 ส่วน จนถึงปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 500 ส่วน "สมาชิกทุกส่วนจะต้องถือหุ้นของบริษัทในจำนวนเงินร้อยละ 20 ของรายได้จากราคากกล้วยไม้ที่ส่งให้บริษัทผู้ผลิตจำหน่าย"<sup>2</sup> ผู้ปลูกเลี้ยงเปรียบเสมือนผู้ถือหุ้น มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการตลาดจนเป็นลูกจ้างของบริษัท บริษัทประกอบด้วย 3 แผนก ที่ดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายคือ แผนกขาย, แผนกริษัท, และแผนกห้องทดลอง ซึ่งมีขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 ซึ่งมีอุปกรณ์ทันสมัยเพื่อทำการทดลองทางวิทยาศาสตร์ เพื่อหาวิธีการเพาะพันธุ์ที่ดีกว่าได้ผลกว่าวิธีเก่า ๆ อาทิเช่น การเพาะพันธุ์โดยการเลี้ยงเนื้อเยื่อ กรรมวิธีนี้เริ่มต้นรับ เริ่มมาจากอววย และทั่วโลกก็กำลังนิยมนำไปใช้ในเมืองไทยมีหลายแห่งแต่ส่วนใหญ่ยังไม่กล้าจะไม่รับจ้างเพาะพันธุ์ไม้ให้กับผู้อื่น "แต่ทางบริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด รับจ้างเพาะพันธุ์ไม้ให้กับผู้อื่น ในราคาต้นละ 2 บาท และทางบริษัทก็ยังเพาะพันธุ์ไม้ของเขาเอง"<sup>3</sup> เพื่อนำพันธุ์ไปจำหน่าย และจากการเปิดเผยของนายสิตติ รัตนเพียรชัย ผู้จัดการบริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด เกี่ยวกับกรรมวิธีและพันธุ์ไม้ โดยการเลี้ยงเนื้อเยื่อว่า เริ่มแรกตัดพันธุ์ไม้ที่จะนำไปเพาะที่ตาไม้

<sup>1</sup> "การค้าดอกกล้วยไม้," ข่าวพาณิชย์ (11 พฤษภาคม 2521) : 9.

<sup>2</sup> สัมภาษณ์ สิตติ รัตนเพียรชัย, ผู้จัดการบริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด, 24 เมษายน 2522.

<sup>3</sup> "ข่าวต่างป่าดัดไม้กล้วยไม้ไทยหารายได้ปีดีกว่า 400 ล้าน," เอ็มทีเค (29 กันยายน 2522) : 14.



นำเอาเนื้อเยื่อที่ตาไม้ไปใส่ขวด ซึ่งสีน้ำยาและบูบเตรียมไว้เป็นอย่างดีแล้ว ส่วนบนของขวด เอาล้าสวางทับไว้เพื่อกันไม่ให้แบคทีเรียเข้าไป ส่วนฝาขวดนั้นไม่ต้องปิด เพื่อให้เชื้อออกซิเจนเข้าไปถึงเนื้อเยื่อ นำขวดไปตั้งบนภาชนะที่เตรียมไว้ เพื่อโยกให้ขวดเคลื่อนไปมาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เนื้อเยื่อเคลื่อนตัวไป จนทำให้ไม่รู้ว่าแรงดึงดูดของโลกอยู่ที่ทิศทางใด ตามธรรมชาติต้นไม้จะออกรากลงดิน แต่เมื่อไม่รู้ว่าพื้นดินอยู่ทางไหนมันจึงไม่ออกราก แต่ววมขึ้น ๆ ซึ่งศัพท์ทางวิชาการเรียกว่า Protocom เมื่อได้ Protocom ที่เจริญมากพอแล้ว ก็นำมาตั้งไว้บนอาหารแข็ง พันธุ์ไม้ที่เพาะไว้ก็จะเจริญออกราก ซึ่งสามารถแยกออกไปปลูกได้นับร้อย ๆ ต้น โดยใช้เวลาเพาะประมาณ 6 เดือน เป็นการประหยัดเงินและเวลาในการเพาะพันธุ์ไม้ไทย นอกจากการเพาะพันธุ์ของทางบริษัทแล้ว ทางบริษัทก็ยังมีภาระดำเนินงานที่ดีซึ่งได้รับการยกย่องจากคำสดรอาจารย์ ระพี ล่าคริก ในฐานะนายกสมาคมกล้วยไม้แห่งประเทศไทย ว่าบริษัทนี้เป็นบริษัทที่ดีที่ผู้ส่งออกควรจะทำเอา เป็นตัวอย่าง เพราะทางบริษัทได้ทำโครงการหนึ่งขึ้นเพื่อเป็นการกระจายรายได้ ในแง่ของการวิจัยและศึกษา เกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่าย โดยได้มีความคิดและเป้าหมายตั้งแต่แรกว่าจะก้าวไปสู่รูปแบบของการผลิต และการจัดการในลักษณะผสมผสาน เพื่อเหตุผลหลายประการคือ

1. เพื่อการลดต้นทุนการผลิตลงไป
2. เพื่อการกระจายรายได้และการกระจายการตลาดรวมทั้งการสร้างพลัง

โดยในขณะมีทางบริษัทได้กำลังส่งเสริมให้ชาวสวนปลูกต้นผลไม้บริเวณรั้วหรือที่ว่าง

ที่ไม่เหมาะกับการทำแปลงกล้วยไม้ และผลไม้ที่ส่งเสริมให้ปลูกนี้ก็ได้มีการสำรวจแล้วว่ามีความโน้มที่จะส่งออกต่างประเทศได้ ทั้งในลักษณะสดและอุตสาหกรรม เพราะเหตุว่าตามรั้วกล้วยไม้ก็มีการวางแผนที่จะให้มีการปลูกไม้เลื้อยตัดดอกซึ่งมีตลาดอยู่ในต่างประเทศ แม้จะเป็นตลาดไม่กว้างนักโดยมีความคิดที่จะให้ส่วนต่าง ๆ ของสวนได้เพิ่มผลผลิตมากขึ้นและยังได้ขยายงานออกไปในด้านการให้บริการ เช่น การจัดตั้งศูนย์การตลาด ซึ่งจะมีผลทั้งในด้านบริการสิ่งจำเป็นในการทำให้ส่วนให้แก่สมาชิก และเป็นการส่งเสริมให้สมาชิกได้ใช้แรงงานเหลือในครัวเรือนเพื่อศิลปะ และผลผลิตจากแรงงานเหล่านี้ก็จะได้มีการเผยแพร่ออกไปสู่ประชาชนและส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย แนวการพัฒนาบริษัทกลุ่มผู้ปลูกไม้ทางนี้จะก้าวไปสู่ความสมบูรณ์แบบทั้งใน

ด้านการผลิตและจำหน่ายในอนาคต กล่าวคือบริษัทนี้ได้ดำเนินงานเพื่อส่วนรวมในรูปสหกรณ์ที่  
ดีและน่าจะเป็นตัวอย่างแก่วงการกล้วยไม้ไทยต่อไปในอนาคตได้ ขณะนี้บริษัทพระประแดง  
ออร์คิด จำกัด ที่ดำเนินการแบบเดียวกับบริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์จำกัด และฝักกลุ่ม  
เกษตรกรกล้วยไม้ตำบลคลองขวางและสหกรณ์ผู้ผลิตไม้ดอกและไม้ประดับแห่งประเทสไทยจำกัด  
เป็นผู้ส่งออก ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของผู้ปลูกเช่นกัน

และจากข้อมูลของกองควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร เกษตรกลางบางเขน และ  
กองส่งเสริมสินค้าออก งานสิทธิประโยชน์ทางการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่าผู้ส่งออกรายใหญ่  
มีด้วยกัน 15 ราย ได้แก่

1. บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์จำกัด
2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยูนิเวอร์แซลออร์คิด  
บริษัทบางกอกออร์คิด (1975) จำกัด
3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สถานเพาะเลี้ยงพลกฤษณ
4. บริษัทเจ้าพระยาฟลอร่า จำกัด
5. บริษัทกรุงเทพฟลอร่า จำกัด  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางแคออร์คิด
6. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฟลอร์ลิสต์ อีวีเนลส์  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ออร์คิดดิน เอ็กซ์พอร์ต  
บริษัทเวสต์ออร์คิดจำกัด
7. บริษัทสยามอินเตอร์ฟลาวเวอร์จำกัด
8. บริษัทนวมการอินเตอร์เนชันแนลออร์คิดจำกัด
9. ห้างหุ้นส่วนจำกัดส่ง่าออร์คิด
10. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทองหล่อออร์คิดส์  
ร้านลุ่มศักดิ์ออร์คิดส์
11. บริษัทไทยเอ็กซ์ทรานส์จำกัด

12. ห้างหุ้นส่วนจำกัดสยามเม็ก  
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ออร์คิดเอเชียกรุป
13. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สยามฟลอร่า
14. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็น.พี.ส.
15. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สยามเม็ก ฟลอริลท์ เนอร์เชอริส

#### หมายเหตุ

- 1) หมายเลขใดที่มีชื่อบริษัทผู้ส่งออกมากกว่า 1 ราย แสดงว่าเป็นบริษัทในเครือของบริษัทนั้น ๆ
- 2) ห้างหุ้นส่วนจำกัดสยามฟลอร่า เป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายประเทศญี่ปุ่นในปริมาณมากที่สุด คือ
  - มีส่วนของตลาดดอกกล้วยไม้ไทยในญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณทั้งหมดของดอกกล้วยไม้ไทย
- 3) ส่วนบริษัทผู้ส่งออกอื่น ๆ มักจะส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและประเทศญี่ปุ่น

#### ประเภทผู้ส่งเข้า

ผู้ส่งเข้า (IMPORTER) คือตัวแทนของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ดอกกล้วยไม้ในต่างประเทศนั่นเอง เพราะฉะนั้นผู้ส่งเข้าจึงอยู่ในฐานะที่จะรู้ความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ดอกกล้วยไม้ว่าต้องการอะไร ชอบดอกกล้วยไม้ที่มีคุณสมบัติอย่างไร ประเภทของผู้ส่งเข้าอาจจะแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทที่ขายแต่เฉพาะดอกกล้วยไม้ (สด) อย่างเดียว
2. ประเภทที่ขายดอกกล้วยไม้ (สด) และดอกไม้ชนิดอื่น ๆ ด้วย

จะขอกล่าวถึงผู้ส่งเข้าในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดสำคัญของไทยในยุโรปที่นับว่าเป็นธุรกิจที่กว้างขวางเกือบทั่วโลก มีการค้าดอกไม้เกือบทุกชนิด (ประเภท 2) มีผู้ส่ง

เข้าอยู่ 4 บริษัทหรือ 4 กลุ่ม แต่ว่าผู้ส่งเข้าจะมีได้เป็นผู้ขายดอกไม้โดยตรงไปยังผู้บริโภค แต่จะมีพ่อค้าขายส่งมารับช่วงจากผู้ส่งเข้าดอกไม้มานานาชนิดอยู่ประมาณ 40 ราย พ่อค้าขายส่งนี้ จะรับดอกไม้มาจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อ หรือผู้ใช้ดอกไม้ต่อหนึ่งรวมทั้งส่งดอกกล้วยไม้ (สด) โดยตนเองก็มีพ่อค้าขายส่งก็แบ่งเป็น 2 ประเภทเช่นเดียวกับผู้ส่งเข้า

Kercher group เป็นผู้ส่งออก(EXPORTER) และผู้ส่งเข้า (IMPORTER) ที่ใหญ่ที่สุดในยุโรปกลุ่มหนึ่งมีตัวแทนหรือกิจการค้าดอกไม้เกือบทั่วโลก กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ประกอบด้วยผู้ส่งซื้อรายใหญ่ ๆ ของประเทศเยอรมันตะวันตกที่มารวมหุ้นกันตั้งบริษัทดอกกล้วยไม้ขึ้นบริษัทหนึ่งที่แฟรงค์เฟิร์ต ประเทศเยอรมันตะวันตก และมีสาขาอยู่ในประเทศไทยมีชื่อว่า บริษัทเคโร แวงค็อค จำกัด (KERO) บริษัทฟลอริเม็กซ์ กรุงเทพมหานคร จำกัด (FLORIMEX) ซึ่งต่างมีฐานะเป็นผู้ส่งออก ผู้ค้าดอกกล้วยไม้ในประเทศไทย<sup>1</sup>

เมื่อมีคำสั่งซื้อผ่านกลุ่มผู้ส่งเข้ารายใหญ่ที่มีตัวแทนอันได้แก่ FLORIMEX และ KERO นั้นผู้ส่งออกที่จะส่งตามคำสั่งซื้อดังกล่าวจะต้องเสียค่านายหน้า 5% ทั้งสองบริษัทก็เปรียบเสมือนนายหน้าผู้ค้าคนกลางหรือตัวแทนผู้นำเข้า ตัวแทนผู้ส่งเข้า Import Agentของตลาดยุโรป ตามปกติบริษัทจะชักค่านายหน้าได้ก็ต่อเมื่อบริษัทดังกล่าวมีหุ้นคนไทยถือหุ้นเกิน 50% ดังนั้นกลุ่ม Kercher Group ก็น่าจะมิบริษัทตัวแทนในประเทศไทยเพียงบริษัทเดียว แต่ปรากฏว่าบริษัท KERO ซึ่งเป็นของนายเคเชอร์ มีหุ้นคนต่างดาวเกิน 50% จึงหาทางเป็นนายหน้าไม่ได้ ตั้งแต่ 10 พฤศจิกายน 2517 เพราะกฎหมายห้ามไว้ จึงต้องตั้งบริษัท FLORIMEX ขึ้นมาแทน โดยเอาเพียงชื่อคนไทยถือหุ้นให้เกิน 50% ก็สามารถจะชักค่านายหน้าได้ กลุ่มนี้ได้พยายามส่ง Mr. B. Gibson มาช่วยขอให้พ่อค้าส่งออกทุกคนที่ต้องการส่งดอกกล้วยไม้ไปจำหน่ายในต่างประเทศ จะต้องส่งผ่านบริษัทที่ตั้งขึ้นนี้เพียงบริษัทเดียว และในราคาเดียวที่ทางบริษัทตั้งขึ้น

<sup>1</sup> พลกฤษณ์ ประโทะกะกะ, สัมภาษณ์ผู้ปลูกเลี้ยงและค้ากล้วยไม้ไทย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บางแคโฟโต้, 2521), หน้า 171

เป็นราคา เดียวตลอดทั้งปี เช่นเดียวกับที่เคยมีการทำสำเร็จแล้วในวงการค้าดอกไม้มานานายปี  
 ของประเทศเคนยาและบราซิล แต่ผู้ส่งออกไทยส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย เพราะเกรงว่าจะทำให้  
 กลุ่มผู้สั่งเข้ารายใหญ่จะทำการผูกขาดการค้าดอกกล้วยไม้ของเราไป ถ้าหากผู้สั่งเข้ารวมหัว  
 กัน Claim ดอกกล้วยไม้ในภายหลัง จะทำให้ราคาต่ำลงได้ ยังผลให้ผู้ส่งออกไม่มีอำนาจต่อ  
 รองราคาในที่สุด เพราะต้องส่งออกในราคาที่สูงบริษัทตัวแทนเป็นผู้กำหนด ก็เกี่ยวกับการค้า  
 ดอกกล้วยไม้ถูกผูกขาดโดยบริษัทดังกล่าว แต่ก็ยังมีพวกผู้ส่งออกบางรายที่ส่งดอกไม้ตามคำสั่ง  
 ชื่อ (Order) ที่สั่งผ่านบริษัท FLORIMEX บางครั้งบางครั้ง และยอมรับการเสีค่านายหน้า  
 5% แต่ไม่ทำตามคำสั่งช่วนดังกล่าว ซึ่งมีผู้ส่งออกอยู่ประมาณ 9 ราย ได้แก่

1. บริษัท บางกอกออร์คิด (1975) จำกัด
2. บริษัท สยามอินเตอร์ฟลาวเวอร์ จำกัด
3. บริษัท พระประแดงออร์คิด จำกัด
4. ห้างหุ้นส่วนจำกัดล่งจ่าออร์คิด
5. บริษัท สยามออสติน จำกัด
6. บริษัท แมเจสติคออร์คิด จำกัด
7. บริษัท เวทเทอร์ เซอร์วิส จำกัด
8. ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางมตออร์คิดส์
9. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุพัทพ์ลอร่า

ส่วนผู้สั่งเข้า ดอกกล้วยไม้ของประเทศในทวีปอื่น ๆ จะกล่าวต่อไปในบทที่ 4

(หัวข้อตลาดและสภาพตลาดผู้รับซื้อที่สำคัญในต่างประเทศ)

\* ช่องทางการจำหน่ายกล้วยไม้ไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศ

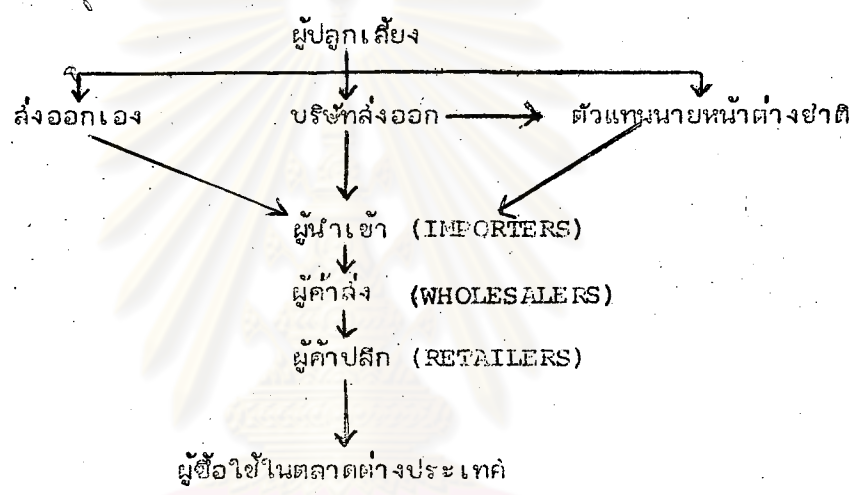
ช่องทางการจำหน่ายกล้วยไม้ไทยก็คือการศึกษาช่องทางการจำหน่ายของกล้วยไม้จาก  
 ผู้ปลูกไปจนถึงมือผู้ใช้ในต่างประเทศหรือที่เรียกว่า วิทยาการตลาดของกล้วยไม้ไทย โดยจะเริ่มต้น  
 เกิดขึ้นจากมือปลูงค์จากต่างประเทศโดยการติดต่อซื้อ เป็นลายลักษณ์อักษรหรือการติดต่อโดยตรงของ

ของพ่อค้าคนกลางแล้วไปส่งขายต่อให้ผู้บริโภค  
 โดยพ่อค้าคนกลางจะเลือกไปส่งขายให้ผู้บริโภคไปแต่จะมีคนในละแวกนั้น  
 เพื่อที่จะรับว่า วัตถุประสงค์ของพ่อค้าคนกลางไม่ใช่ไปเริ่มจากมือไปส่งต่อจากพ่อ  
 ไปมาทอดโดยคนละต่อคือไปและอีกคนได้ครบแล้ว ครั้นเมื่อส่งต่อโดยคนละต่อ

ตัวแทนหรือผู้นำเข้ากับผู้ส่งออกทั่ว ๆ ไป ให้ส่งส่งกล้วยไม้ไปให้ ทางผู้ส่งออกก็จะรวบรวมและ  
 ส่งส่งกล้วยไม้ให้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า วิธีทางการตลาดของกล้วยไม้ไทยเพื่อการส่งออก จะ  
 สามารถเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 2 วิธีทางการตลาดกล้วยไม้ส่งออกของไทย

70  
 7/4  
 7/16



แผนภูมิดังกล่าวจะเป็นแผนภูมิลำดับวิธีทางการตลาดกล้วยไม้ส่งออกทั้งต้นกล้วยไม้และ  
 ดอกกล้วยไม้ แต่ถ้าหากจะพิจารณาให้ละเอียดยิ่งขึ้น จะเห็นว่าน่าจะได้แยกวิธีการตลาดดอก  
 กล้วยไม้และวิธีการตลาดต้นกล้วยไม้แยกจากกัน ดังจะกล่าวต่อไปนี้

วิธีทางการตลาดดอกกล้วยไม้นั้นมักจะกว้างกว่าของต้นกล้วยไม้ และมีผู้เกี่ยวข้องมาก  
 กว่า จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ดอกกล้วยไม้จากผู้ปลูกเลี้ยงมาสู่บริษัทส่งออกหรือตัวแทน  
 นายหน้าส่งออกนั้นได้มีบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับวงการค้านี้ขึ้น คือนายหน้าตัดดอก<sup>1</sup> โดยทั่ว ๆ ไป

<sup>1</sup>ดูรายละเอียดเกี่ยวกับนายหน้าตัดดอกหน้าต่อไป



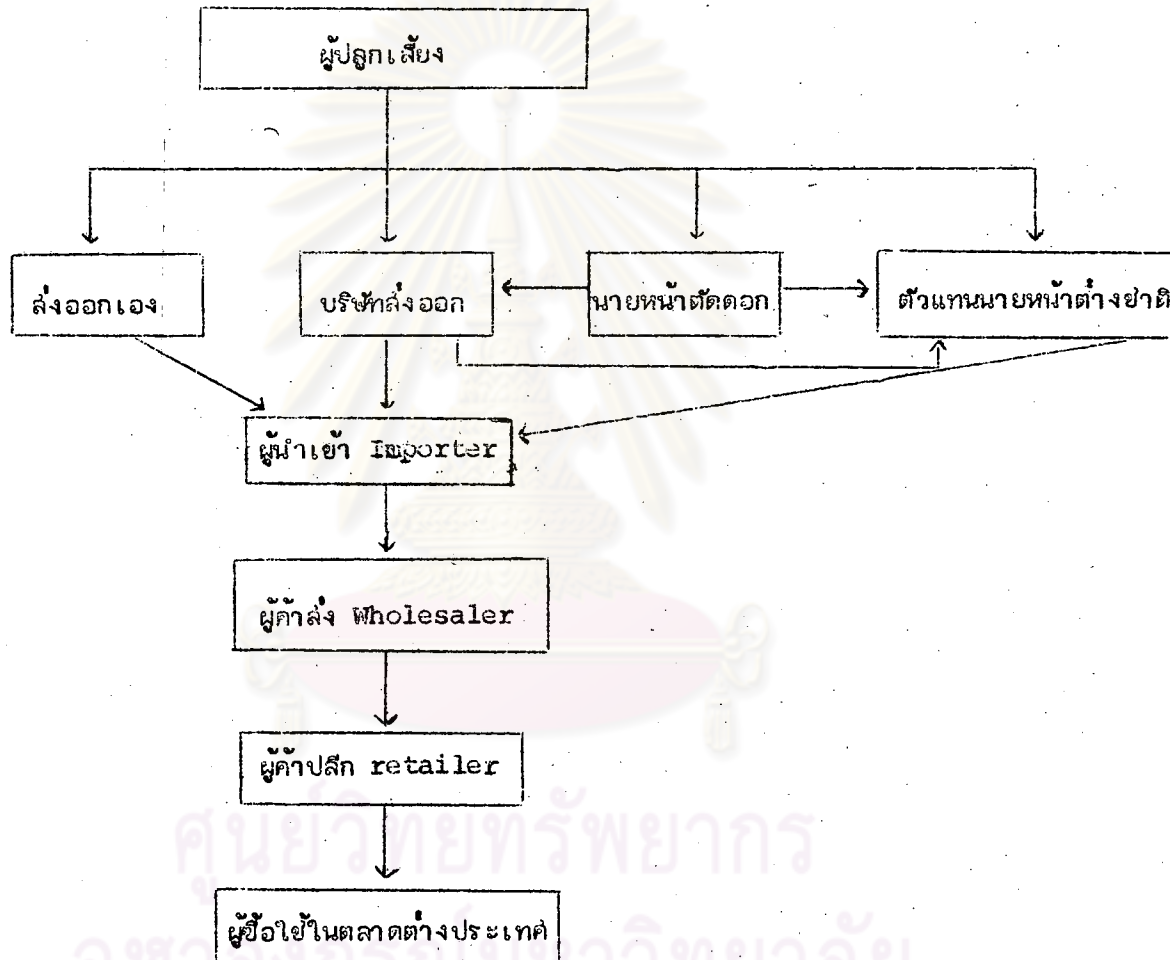
ร้อยละสิบของราคาส่งออกโดยตรงแก่ผู้ส่งออกนอกเหนือจากราคาของดอก ทั้งนี้ทั้งนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ส่งออกรายใดก็ตาม ก่อนที่จะซื้อดอกกล้วยไม้จากนายหน้าตัดดอก ก็จะต้องพิจารณาถึงผลดีและผลเสียของการซื้อจากนายหน้าตัดดอก โดยพิจารณาว่า ถ้าหากตนซื้อดอกจากนายหน้าตัดดอกจะเสียค่าใช้จ่ายถูกกว่า ไปซื้อดอกโดยตรงจากผู้ปลูกเลี้ยงหรือไม่ ถ้าถูกกว่าผู้ส่งออกก็ควรจะใช้บริการผ่านนายหน้าตัดดอกเป็นต้น

จากการศึกษาหัวข้อนี้พบว่าช่องทางการจำหน่ายของดอกกล้วยไม้จากผู้ปลูกเลี้ยงไปยังบุคคลที่ทำการส่งออกแบ่งออกเป็น 6 ช่องทางคือ

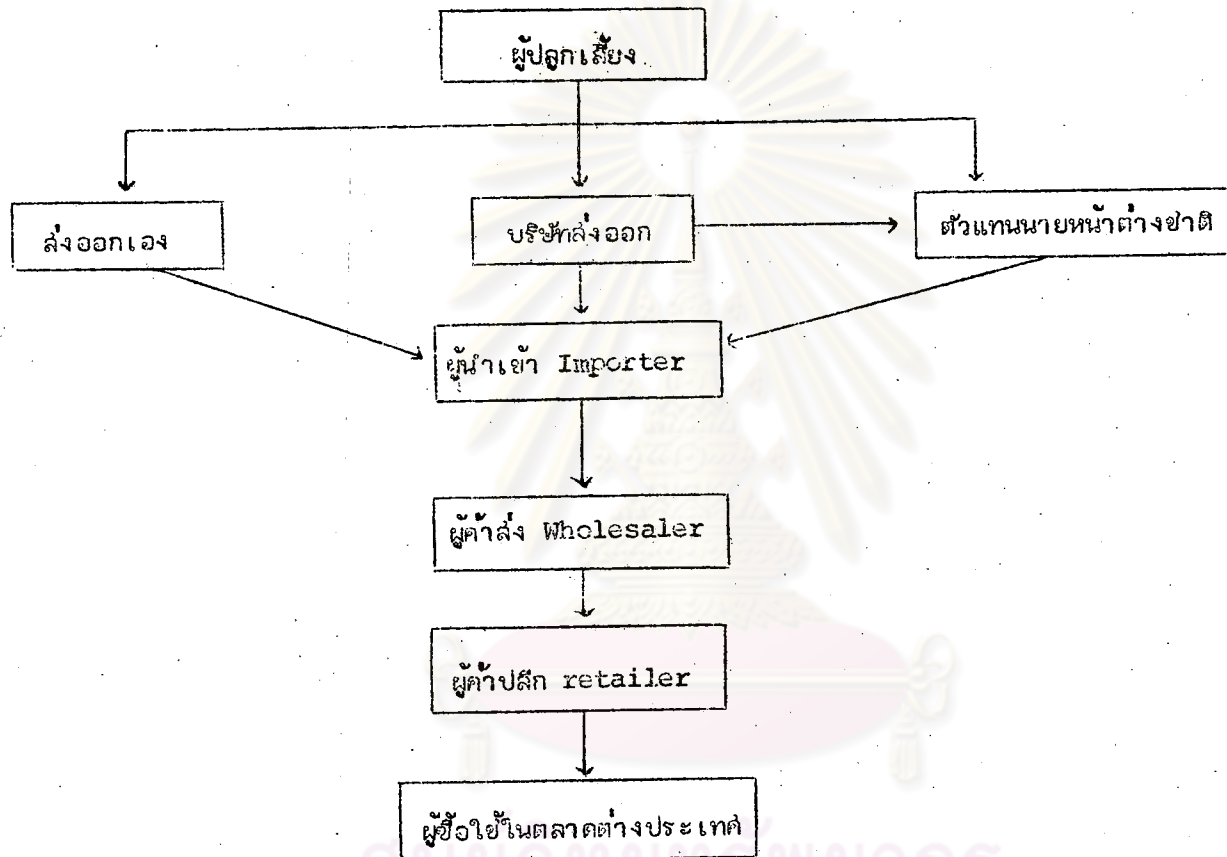
1. ผู้ปลูกเลี้ยงส่งส่งออกเอง
2. ผู้ปลูกเลี้ยงส่งดอกกล้วยไม้ไปให้บริษัทส่งออก เพื่อดำเนินการส่งออกแทน
3. ผู้ปลูกเลี้ยงส่งดอกกล้วยไม้ไปให้ตัวแทนนายหน้าต่างชาติ เพื่อดำเนินการส่งออกแทน
4. ผู้ปลูกเลี้ยงตัดดอกกล้วยไม้ให้นายหน้าตัดดอก เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้บริษัทส่งออกนำไปส่งออก
5. ผู้ปลูกเลี้ยงตัดดอกกล้วยไม้ให้กับนายหน้าตัดดอก เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับตัวแทนนายหน้าต่างชาตินำไปส่งออก
6. ผู้ปลูกเลี้ยงส่งดอกให้บริษัทส่งออกเพื่อส่งให้แก่ตัวแทนนายหน้าต่างชาติดำเนินการส่งออก

ทุก ๆ ช่องทางก็จะส่งดอกกล้วยไม้ไปยังผู้นำเข้าที่ตนติดต่อในต่างประเทศ แล้วผู้นำเข้าก็จะนำไปขายส่งให้กับผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก และผู้ซื้อขั้นสุดท้ายในตลาดต่างประเทศ ก็จะหาซื้อมาบริโภคจากผู้ค้าปลีกโดยตรงเอง ผู้ซื้อขั้นสุดท้ายในต่างประเทศจะเป็นบุคคลโดยทั่วไปที่ซื้อดอกกล้วยไม้ไปใช้ปักแจกันหรือจัดกระเช้าดอกไม้ เมื่อดอกไม้เหี่ยวเฉาก็จะหาซื้อใหม่

แผนภูมิที่ 3 ช่องทางการจำหน่ายของดอกกล้วยไม้ไทย



แผนภูมิที่ 4 ช่องทางการจำหน่ายของต้นกล้วยไม้ไทย



ศูนย์วิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิถีทางตลาดต้นกล้วยไม้ จากการศึกษา พบว่า ช่องทางจำหน่ายของต้นกล้วยไม้ จากผู้ปลูกเลี้ยงไปยังบุคคลที่ทำการสั่งซื้อ แบ่งออกเป็น 4 ช่องทาง

1. ผู้ปลูกเลี้ยงจัดส่งออกเอง
2. ผู้ปลูกเลี้ยงจัดส่งออกกล้วยไม้ไปให้บริษัทส่งออกดำเนินการส่งออกแทน
3. ผู้ปลูกเลี้ยงจัดส่งดอกกล้วยไม้ไปให้ตัวแทนนายหน้าต่างชาติดำเนินการส่งออกแทน
4. ผู้ปลูกเลี้ยงจัดส่งดอกไม้ให้บริษัทส่งออกเพื่อส่งให้แก่ตัวแทนนายหน้าต่างชาติดำเนินการส่งออก

การส่งออก

ทุก ๆ ช่องทางก็จะจัดส่งต้นกล้วยไม้ไปยังผู้ตลาดต่างประเทศ ทำนองเดียวกับดอกกล้วยไม้ แต่ผู้ซื้อต้นกล้วยไม้ส่วนมากมักจะเป็นนักเล่นกล้วยไม้ซื้อไปเลี้ยงหรือไม้ก็ได้แก่พวกที่ซื้อไปเพื่อหวังจะปลูกตัดดอกขายต่อ ซื้อครั้งสองครั้งเพื่อนำมาทดลองปลูกดู ถ้าหากว่าผลไม่ได้เท่าที่คิดก็อาจจะเลิกซื้อ ดังนั้นวิถีทางตลาดต้นกล้วยไม้ก็ไม่กว้างเท่าวิถีทางตลาดของดอกกล้วยไม้

ความเคลื่อนไหวของราคา

ในหัวข้อนี้ผู้เขียนจะแยกการพิจารณาความเคลื่อนไหวของราคากกล้วยไม้เป็น 2

ราคาคือ

1. ราคาภายในประเทศ (ราคาขายส่งในตลาดกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นราคารับซื้อของผู้ส่งออก)

2. ราคาส่งออก (ราคาขายของผู้ส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ)

ราคาภายในประเทศ

จากตารางที่ 8, 9 จะเห็นได้ว่า ราคาดอกกล้วยไม้เปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามฤดูกาล ในช่วงฤดูฝนระหว่างเดือน กรกฎาคม-กันยายน ราคาจะต่ำ เนื่องมาจากมาตามออกดอกชุกมาก โดยเฉลี่ยในช่วงฤดูฝนนี้มาตามช่อยาว ราคาเฉลี่ยดอกละประมาณ 0.15 บาท หรือช่อละ 1.65 - 1.95 บาท ส่วนมาตามช่อสั้นจะเฉลี่ยดอกละ 0.09 บาท หรือช่อละ 0.63-0.72 บาท

หลังจากนั้นพอย่างเข้าสู่ช่วงหน้าหนาว เริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน- เมษายน ของปีถัดไป  
ราคาจะเริ่มสูงขึ้นคือ/ มาตามข่อยยาวในช่วงนี้ราคาเฉลี่ยดอกละประมาณ 0.49 บาท หรือข่อย  
ละ 5.39 - 6.37 บาท และมาตามข่อยสั้นดอกละประมาณ 0.31 บาท หรือข่อยละ 2.17 -  
2.48 บาท จากทั้งสองตารางเดิมจะเห็นได้ว่าในเดือนที่ราคาสูงที่สุดสำหรับมาตามข่อยยาวและ  
ข่อยสั้นได้แก่เดือนธันวาคม) เหมือนกัน มาตามข่อยยาวมีราคาเฉลี่ยดอกละ 0.59 บาท หรือข่อยละ  
6.49-7.67 บาท ส่วนมาตามข่อยสั้นเฉลี่ยราคาดอกละ 0.37 บาท หรือข่อยละ 2.59-2.96  
บาท สำหรับเดือนที่ราคาต่ำสุดของมาตามข่อยยาวและข่อยสั้น ปรากฏว่าตกอยู่คนละเดือนกัน  
มาตามข่อยยาวมีราคาต่ำสุดในเดือนกันยายน แต่มาตามข่อยสั้นมีราคาต่ำสุดในเดือนสิงหาคม) โดย  
เฉลี่ยดอกละ 0.14 บาท หรือข่อยละ 1.54-1.82 บาท สำหรับมาตามข่อยยาว ส่วนมาตามข่อย  
สั้นเฉลี่ยดอกละ 0.07 บาทหรือข่อยละ 0.49-0.56 บาท

เมื่อพิจารณาแนวโน้มในช่วง 7 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2515-2519 จากตารางที่ 10  
จะเห็นว่าราคามีแนวโน้มลดลง กล่าวคือ ใน พ.ศ. 2515 มาตามข่อยยาวราคาเฉลี่ยดอก  
ละประมาณ 0.54 บาท ลดลงเหลือดอกละประมาณ 0.19 บาท ใน พ.ศ. 2521 หรือลดลง  
ร้อยละ 64.82 และมาตามข่อยสั้นมีแนวโน้มลดลงเช่นกัน คือราคาเฉลี่ยดอกละ 0.44 บาท  
ใน พ.ศ. 2515 ลดลงเหลือดอกละ 0.13 บาท ใน พ.ศ. 2521 หรือลดลงร้อยละ 70.46  
และถ้าจะพิจารณาในช่วงปีต่อปีของ 2515-2521 จะปรากฏว่าใน พ.ศ. 2515 มาตามข่อยยาว  
ราคาเฉลี่ยดอกละประมาณ 0.54 บาท ลดลงเหลือเฉลี่ยดอกละประมาณ 0.44 บาท ใน  
พ.ศ. 2516 หรือลดลงร้อยละ 18.52 แต่พอปี พ.ศ. 2517 กลับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยดอกละประมาณ  
0.48 บาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.09 ปี พ.ศ. 2518-2519 มีแต่จะลดลงเรื่อย ๆ เฉลี่ยดอก  
ละประมาณ 0.40 บาท, 0.28 บาท ตามลำดับ หรือลดลงร้อยละ 16.67, 30.00 และนับ  
จากปี พ.ศ. 2520-2521 ราคาเฉลี่ยต่อดอกก็ยังคงลดลงมาก โดยลดลง เฉลี่ยดอกละ  
0.23 บาท, 0.19 บาท หรือลดลงร้อยละ 17.86, 17.39 ตามลำดับ ส่วนมาตามข่อยสั้น  
ใน พ.ศ. 2515 มีราคาเฉลี่ยดอกละประมาณ 0.44 บาท ลดลงเหลือดอกละประมาณ 0.22  
บาท ในปี พ.ศ. 2515-2516 หรือลดลงร้อยละ 50.00 แต่พอปี พ.ศ. 2517 กลับเพิ่มขึ้น  
เฉลี่ยดอกละประมาณ 0.23 บาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.55 ปี พ.ศ. 2518-2519 มีแต่จะ

ลดลงเรื่อย ๆ เฉลี่ยดอกละประมาณ 0.22 บาท และปี 2519 ลดลงเฉลี่ยดอกละ 0.17 บาท หรือลดลงร้อยละ 22.73 พอปี 2520 กลับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยดอกละประมาณ 0.18 บาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.88 และปี พ.ศ. 2521 ราคาเฉลี่ยกลับลดลงอีกดอกละประมาณ 0.13 บาท หรือ ลดลงร้อยละ 17.78 ราคาที่กล่าวแล้วนี้เป็นดอกที่ได้คุณภาพส่งออกแต่สำหรับดอกที่ไม่ได้คุณภาพ จะถูกนำมาขายในตลาดปากคลองตลาดในราคาซื้อกับจำนวนดอก ร้อยดอกราคา 2.00 บาท

ตารางที่ 8 ราคาขายส่งดอกหวายมาตามปอมปาดัวร์ในตลาดกรุงเทพมหานครชื่อยาว

หน่วย : บาท/ดอก

| เดือน      | ปี   |      |      |      |      |      |      | เฉลี่ย |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|--------|
|            | 2515 | 2516 | 2517 | 2518 | 2519 | 2520 | 2521 |        |
| มกราคม     | 0.70 | 0.60 | 0.60 | 0.55 | 0.50 | 0.35 | 0.27 | 0.5100 |
| กุมภาพันธ์ | 0.70 | 0.60 | 0.60 | 0.52 | 0.50 | 0.23 | 0.22 | 0.4814 |
| มีนาคม     | 0.70 | 0.50 | 0.60 | 0.55 | 0.40 | 0.35 | 0.37 | 0.4957 |
| เมษายน     | 0.65 | 0.48 | 0.63 | 0.55 | 0.35 | 0.48 | 0.28 | 0.4886 |
| พฤษภาคม    | 0.55 | 0.45 | 0.60 | 0.55 | 0.40 | 0.31 | 0.25 | 0.4443 |
| มิถุนายน   | 0.45 | 0.38 | 0.50 | 0.22 | 0.23 | 0.15 | 0.09 | 0.2886 |
| กรกฎาคม    | 0.30 | 0.25 | 0.35 | 0.12 | 0.13 | 0.08 | 0.08 | 0.1871 |
| สิงหาคม    | 0.20 | 0.20 | 0.22 | 0.10 | 0.09 | 0.09 | 0.07 | 0.1386 |
| กันยายน    | 0.35 | 0.15 | 0.15 | 0.10 | 0.07 | 0.07 | 0.06 | 0.1357 |
| ตุลาคม     | 0.45 | 0.38 | 0.35 | 0.26 | 0.20 | 0.11 | 0.08 | 0.2614 |
| พฤศจิกายน  | 0.55 | 0.58 | 0.45 | 0.52 | 0.11 | 0.16 | 0.14 | 0.3586 |
| ธันวาคม    | 0.88 | 0.76 | 0.72 | 0.71 | 0.32 | 0.38 | 0.38 | 0.5929 |
| เฉลี่ย     | 0.54 | 0.44 | 0.48 | 0.40 | 0.28 | 0.23 | 0.19 | 0.37   |

ที่มา : บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด

หมายเหตุ. มาตามชื่อยาว 1 ช่อ มีประมาณ 11-13 ดอก



ตารางที่ 9 ราคาขายส่งดอกหวายมาตามฟาร์มปศุสัตว์ในตลาดกรุงเทพมหานครชนิดช่อสั้น

หน่วย : บาท/ดอก

| เดือน      | ปี   |      |      |      |      |      |      | เฉลี่ย |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|--------|
|            | 2515 | 2516 | 2517 | 2518 | 2519 | 2520 | 2521 |        |
| มกราคม     | 0.70 | 0.28 | 0.30 | 0.28 | 0.30 | 0.31 | 0.17 | 0.3343 |
| กุมภาพันธ์ | 0.70 | 0.25 | 0.30 | 0.28 | 0.30 | 0.19 | 0.14 | 0.3086 |
| มีนาคม     | 0.70 | 0.25 | 0.30 | 0.31 | 0.21 | 0.28 | 0.27 | 0.3314 |
| เมษายน     | 0.65 | 0.22 | 0.25 | 0.30 | 0.18 | 0.41 | 0.20 | 0.3157 |
| พฤษภาคม    | 0.55 | 0.20 | 0.20 | 0.28 | 0.20 | 0.25 | 0.19 | 0.2671 |
| มิถุนายน   | 0.45 | 0.18 | 0.20 | 0.21 | 0.07 | 0.09 | 0.06 | 0.1800 |
| กรกฎาคม    | 0.30 | 0.12 | 0.18 | 0.07 | 0.06 | 0.04 | 0.05 | 0.1171 |
| สิงหาคม    | 0.12 | 0.10 | 0.10 | 0.05 | 0.03 | 0.05 | 0.05 | 0.0714 |
| กันยายน    | 0.15 | 0.12 | 0.11 | 0.05 | 0.07 | 0.04 | 0.05 | 0.0843 |
| ตุลาคม     | 0.21 | 0.20 | 0.18 | 0.13 | 0.16 | 0.07 | 0.06 | 0.1443 |
| พฤศจิกายน  | 0.30 | 0.30 | 0.25 | 0.26 | 0.11 | 0.11 | 0.11 | 0.2057 |
| ธันวาคม    | 0.45 | 0.38 | 0.44 | 0.44 | 0.30 | 0.29 | 0.26 | 0.3657 |
| เฉลี่ย     | 0.44 | 0.22 | 0.23 | 0.22 | 0.17 | 0.18 | 0.13 | 0.23   |

ที่มา : บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด

หมายเหตุ. มาตามช่อสั้น 1 ช่อ มีประมาณ 7-8 ดอก

ตารางที่ 10 ราคาขายส่งดอกหวายมาตามบมปาดัวร์ในตลาดกรุงเทพมหานครชนิดย่อยยาว  
และย้อสั้น

หน่วย : บาท/ดอก

| พ.ศ. | ค่าเฉลี่ยของชนิดย่อยยาว | % $\pm$ | ค่าเฉลี่ยของชนิดย้อสั้น | % $\pm$ |
|------|-------------------------|---------|-------------------------|---------|
| 2515 | 0.54                    | -       | 0.44                    | -       |
| 2516 | 0.44                    | - 18.52 | 0.22                    | - 50.00 |
| 2517 | 0.48                    | 9.09    | 0.23                    | 4.55    |
| 2518 | 0.40                    | - 16.67 | 0.22                    | - 4.55  |
| 2519 | 0.28                    | - 30.00 | 0.17                    | - 22.73 |
| 2520 | 0.23                    | - 17.86 | 0.18                    | 5.88    |
| 2521 | 0.19                    | - 17.39 | 0.13                    | - 17.78 |

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 ราคาดอกหอยมาตามปอมปาดัวร์ของไทยที่ส่งออกชนิดช่อยาว

หน่วย : เหรียญสหรัฐ / กิ่ง

| เดือน      | ปี    |       |       |       |      |      |      | เฉลี่ย |
|------------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|            | 2515  | 2516  | 2517  | 2518  | 2519 | 2520 | 2521 |        |
| มกราคม     | 8.00  | 8.00  | 9.80  | 9.15  | 8.50 | 6.50 | 5.10 | 7.8643 |
| กุมภาพันธ์ | 8.00  | 8.00  | 8.86  | 7.75  | 7.75 | 4.50 | 4.50 | 7.0514 |
| มีนาคม     | 8.00  | 7.00  | 8.90  | 8.70  | 5.13 | 6.50 | 6.60 | 7.2614 |
| เมษายน     | 7.50  | 6.00  | 9.50  | 8.90  | 7.50 | 8.50 | 5.40 | 7.6143 |
| พฤษภาคม    | 6.00  | 6.00  | 9.50  | 8.40  | 8.50 | 5.50 | 5.70 | 7.0857 |
| มิถุนายน   | 6.00  | 5.00  | 8.00  | 4.85  | 4.50 | 3.50 | 3.00 | 4.9786 |
| กรกฎาคม    | 3.75  | 3.50  | 6.50  | 2.25  | 2.50 | 2.00 | 2.50 | 3.2857 |
| สิงหาคม    | 3.12  | 3.25  | 3.50  | 1.88  | 2.28 | 2.00 | 2.20 | 2.6043 |
| กันยายน    | 5.50  | 5.25  | 2.75  | 1.88  | 2.00 | 1.50 | 2.00 | 2.9829 |
| ตุลาคม     | 6.50  | 5.83  | 6.60  | 3.50  | 4.33 | 2.25 | 2.20 | 4.4586 |
| พฤศจิกายน  | 7.50  | 9.53  | 7.50  | 7.00  | 2.83 | 3.25 | 3.30 | 5.8443 |
| ธันวาคม    | 10.00 | 13.25 | 12.33 | 11.90 | 5.37 | 7.00 | 6.80 | 9.5214 |
| เฉลี่ย     | 6.65  | 6.72  | 7.81  | 6.34  | 5.10 | 4.42 | 4.11 | 5.88   |

ที่มา : บริษัททางกอกฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

หมายเหตุ. มาตามช่อยาว 1 กิ่งมี 24 ช่อ

## ตารางที่ 12 ราคาดอกหวายมาตามป้อมป่าตัวร้อยละของไทยที่ส่งออกชนิดขี้ล้น

หน่วย : เหรียญสหรัฐ / กล้อง

| เดือน      | ปี   |       |       |       |      |      |      | เฉลี่ย |
|------------|------|-------|-------|-------|------|------|------|--------|
|            | 2515 | 2516  | 2517  | 2518  | 2519 | 2520 | 2521 |        |
| มกราคม     | 8.00 | 6.00  | 7.80  | 8.00  | 7.00 | 5.00 | 4.50 | 6.6143 |
| กุมภาพันธ์ | 8.00 | 6.00  | 6.90  | 6.75  | 6.25 | 3.60 | 3.75 | 5.8929 |
| มีนาคม     | 8.00 | 6.00  | 6.90  | 7.70  | 3.88 | 5.00 | 6.20 | 6.2400 |
| เมษายน     | 7.50 | 3.00  | 6.00  | 7.90  | 6.25 | 7.00 | 4.90 | 6.0786 |
| พฤษภาคม    | 6.00 | 3.00  | 6.00  | 7.40  | 6.00 | 4.00 | 5.10 | 5.3571 |
| มิถุนายน   | 6.00 | 2.75  | 5.00  | 3.85  | 3.17 | 2.50 | 2.50 | 3.6814 |
| กรกฎาคม    | 3.75 | 2.50  | 3.50  | 1.95  | 2.00 | 1.75 | 2.00 | 2.4929 |
| สิงหาคม    | 2.50 | 2.62  | 1.75  | 1.75  | 1.88 | 1.75 | 1.80 | 2.0071 |
| กันยายน    | 3.75 | 3.65  | 1.50  | 1.87  | 1.75 | 1.50 | 1.75 | 2.2529 |
| ตุลาคม     | 4.25 | 7.25  | 4.78  | 3.00  | 3.83 | 2.00 | 1.95 | 3.8657 |
| พฤศจิกายน  | 5.25 | 7.73  | 6.00  | 5.62  | 2.42 | 3.00 | 3.00 | 4.7171 |
| ธันวาคม    | 8.00 | 10.50 | 11.00 | 10.10 | 4.33 | 6.50 | 6.30 | 8.1043 |
| เฉลี่ย     | 5.92 | 5.08  | 5.59  | 5.49  | 4.06 | 3.63 | 3.65 | 4.77   |

ที่มา : บริษัทบางกอกฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด

หมายเหตุ. มาตามข้อสัน 1 กล้อง 36 ข้อ

ตารางที่ 13 ราคาดอกหวายมาตามปอมบาตัวร้องของไทยที่ส่งออกชนิดข่อยยาวและชนิดข่อยสั้น

หน่วย : เกร็บญลัหรือรัฐ/กลอง

| พ.ศ. | ค่าเฉลี่ยของชนิดข่อยยาว | % $\pm$ | ค่าเฉลี่ยของชนิดข่อยสั้น | % $\pm$ |
|------|-------------------------|---------|--------------------------|---------|
| 2515 | 6.65                    | -       | 5.92                     | -       |
| 2516 | 6.72                    | 1.05    | 5.08                     | - 14.19 |
| 2517 | 7.81                    | 16.22   | 5.59                     | 10.04   |
| 2518 | 6.34                    | - 18.83 | 5.49                     | - 1.79  |
| 2519 | 5.10                    | - 19.56 | 4.06                     | - 26.05 |
| 2520 | 4.42                    | - 13.33 | 3.63                     | - 10.59 |
| 2521 | 4.11                    | - 7.02  | 3.65                     | 0.55    |

ราคาส่งออก

ราคากลับไม้ที่ส่งออก<sup>1</sup> นอกจากจะเคลื่อนไหวขึ้นลงตามฤดูกาลเช่นเดียวกับราคาภายในประเทศแล้วยังขึ้นอยู่กับอุปสงค์จากต่างประเทศตามระยะเวลาด้วย ซึ่งจะเห็นว่าในช่วงฤดูหนาวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เมษายนนี้เป็นช่วงระยะเวลาที่ทางยุโรปไม่มีดอกไม้สนองความต้องการ เนื่องจากประเทศแถบยุโรปตรงกับฤดูหนาวจึงขาดแคลนดอกไม้

<sup>1</sup> ราคาส่งออกเป็นราคา F.O.B. ทำอากาศบ้านกรุงเทพ

แต่อย่างต่างประเทศกลับมีความต้องการใช้ดอกไม้มากเพราะระยะเวลาดังกล่าวตรงกับเทศกาลต่าง ๆ อาทิเช่น เทศกาลคริสต์มาส (15-25 ธันวาคม) เทศกาลวาเลนไทน์ (14 กุมภาพันธ์) และเทศกาลอีสเตอร์ (24 มีนาคม) เป็นต้น นอกเหนือจากนั้นฮัตราภาเซียเข้าในช่วงระยะเวลานั้นด้วย กล่าวคือ ฮัตราภาเซีย เข้าระหว่าง 1 พฤศจิกายน - 30 พฤษภาคม เก็บร้อยละ 17 ของมูลค่านำเข้า แต่ระหว่าง 1 มิถุนายน - 31 ตุลาคม เก็บถึงร้อยละ 24 สำหรับ พ.ศ. 2520 ประเทศเยอรมันตะวันตกและประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป จะลดภาษีนำเข้าสำหรับดอกไม้สดเหลือร้อยละ 15 จากค่าเหตุนี้อีกกล่าวทำให้ดอกกล้วยไม้เข้ามีราคาสูง แต่พอเข้าช่วงหน้าฝนหลังจากเมษายน ระหว่างเดือน กรกฎาคม-กันยายน ดอกไม้ที่ออกสู่ตลาดจะมีมากกว่าความต้องการ เนื่องจากตรงกับช่วงที่ประเทศในยุโรปมีดอกไม้ เช่น ทิวลิป (TULIP) คาร์เนชั่น (CARNATION) ฯลฯ ทำให้หน้าเข้าดอกกล้วยไม้ประเภทตามเข้าน้อยลง ราคาจึงต่ำ

จากตารางที่ 11, 12 จะเห็นได้ว่า ในช่วงฤดูฝนระหว่างเดือน กรกฎาคม-กันยายน ราคาจะต่ำโดยเฉลี่ยในฤดูฝนนี้มาตามชื่อยาว ราคาเฉลี่ยกล่องละประมาณ 2.96 เหรียญสหรัฐ ส่วนมาตามชื่อย่อราคาเฉลี่ยกล่องละประมาณ 2.25 เหรียญสหรัฐ หลังจากนั้นพอเข้าช่วงหน้าหนาว เริ่มตั้งแต่พฤศจิกายนถึง เมษายนของปีถัดไป ราคาจะเริ่มสูงขึ้นคือ มาตามชื่อยาวเฉลี่ยกล่องละประมาณ 7.53 เหรียญสหรัฐ และมาตามชื่อย่อเฉลี่ยกล่องละประมาณ 6.27 เหรียญสหรัฐ และจากทั้งสองตารางเดิมจะเห็นได้ว่า เดือนที่ราคาสูงที่สุดสำหรับมาตามชื่อยาวและชื่อย่อสั้นได้แก่ เดือนธันวาคมเหมือนกัน มาตามชื่อยาวมีราคาเฉลี่ยกล่องละ 9.52 เหรียญสหรัฐ 8.10 เหรียญสหรัฐ ตามลำดับ สำหรับเดือนที่ราคาต่ำสุดของมาตามชื่อยาวและชื่อย่อสั้นก็ได้แก่เดือนสิงหาคมเหมือนกัน มาตามชื่อยาวมีราคาเฉลี่ยกล่องละ 2.60 เหรียญสหรัฐ 2.01 เหรียญสหรัฐ ตามลำดับ แต่ถ้าจะพิจารณาถึงความถี่ของราคาต่ำสุดตามชื่อยาวและชื่อย่อแล้ว เดือนที่มีราคาต่ำสุดได้น่าจะได้แก่เดือนกันยายนทั้งมาตามชื่อยาวและชื่อย่อสั้น

จากตารางที่ 13 อาจกล่าวได้ว่าในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา (2515-2521) ราคาดอกมาตามชื่อย่อออกมีแนวโน้มลดลง คือใน พ.ศ. 2515 มาตามชื่อยาวราคาเฉลี่ยกล่องละ 6.65 เหรียญสหรัฐ ได้ลดลงเหลือกล่องละ 4.11 เหรียญสหรัฐ ใน พ.ศ. 2521 หรือลดลงร้อยละ



38.20 และมาตามข้อสันนิษฐานแนวโน้มลดลงเช่นกันคือ ใน พ.ศ. 2515 ราคาเฉลี่ยกล่องละ 5.92 เหรียญสหรัฐ ลดลงเหลือ 3.65 เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2521 หรือลดลงร้อยละ 38.35 ถ้าพิจารณาในช่วงปีต่อปีของ 2515-2521 จะปรากฏว่าใน พ.ศ. 2515 มาตามข้อบวราราคาเฉลี่ยกล่องละประมาณ 6.65 เหรียญสหรัฐ, 6.72 เหรียญสหรัฐ, 7.81 เหรียญสหรัฐ ในปี 2516-2517 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.05, 16.22 ตามลำดับ แต่นับตั้งแต่ปี 2518-2521 ก็มีราคาลดลงเช่นกัน เฉลี่ยกล่องละประมาณ 6.34 เหรียญสหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 18.83 ในปี 2518 และเฉลี่ยกล่องละประมาณ 4.11 เหรียญสหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 7.02 ในปี 2521 เป็นต้น ส่วนมาตามข้อสันนิษฐานในปี พ.ศ. 2515 มีราคาเฉลี่ยกล่องละ 5.92 เหรียญสหรัฐ ลดลงเหลือเฉลี่ยกล่องละประมาณ 5.08 เหรียญสหรัฐในปี 2516 หรือลดลงร้อยละ 14.19 แต่ในปี พ.ศ. 2517 กลับมีราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยกล่องละ 5.59 เหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.04 พอปี 2518-2519 ลดลงต่อไป โดยเฉลี่ยกล่องละประมาณ 5.49 เหรียญสหรัฐ 4.06 เหรียญสหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 1.79, 26.05 ตามลำดับ และพอปี 2520-2521 กลับลดลงมากคือเฉลี่ยกล่องละประมาณ 3.63 เหรียญสหรัฐ, 3.65 เหรียญสหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 10.59 และร้อยละ 0.55 (ของปีถัดขึ้นไป)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย