

สินค้ากล้วยไม้

คาดการณ์การส่งออกปี 2566

คาดว่าสถานการณ์การส่งออกกล้วยไม้ปี 2566 มีแนวโน้มปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากการคลี่คลายของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

การส่งออกของไทยในปี 2566

(เปรียบเทียบกับ ม.ค. – ม.ค. 2565)

เดือน ม.ค. – ม.ค. 2566

มีการส่งออกสินค้ากล้วยไม้โดยรวม

คิดเป็นมูลค่า 5.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(หรือประมาณ 199.20 ล้านบาท)

(ลดลงประมาณร้อยละ -14.03) แบ่งเป็น

- ดอกกล้วยไม้ ปริมาณ 1,655 ต้น

(เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 0.24)

คิดเป็นมูลค่า 4.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(หรือประมาณ 161.72 ล้านบาท)

(ลดลงประมาณร้อยละ -10.86)

- ต้นกล้วยไม้ ปริมาณ 1,447,000 ต้น

(ลดลงประมาณร้อยละ -42.78)

คิดเป็นมูลค่า 1.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(หรือประมาณ 37.48 ล้านบาท)

(ลดลงประมาณร้อยละ -25.52)

ตลาดหลัก ได้แก่ เวียดนาม สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน และอินเดีย คิดเป็นประมาณร้อยละ 73.44 ของมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้โดยรวม

ตลาดอื่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง

อินโดนีเซีย (ประมาณร้อยละ 100.00)

ฮ่องกง (ประมาณร้อยละ 100.00)

คูเวต (ประมาณร้อยละ 66.67)

การผลิตกล้วยไม้ของประเทศไทย

กล้วยไม้ถือเป็นหนึ่งในสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของไทย พันธุ์ที่ส่งออกหลัก ได้แก่ สกุลงหวาย สกุลงมอควารา และสกุลงอนชิตเดียม ช่วงผลผลิตสูง 2 ช่วง คือ เดือน มิ.ย. – ต.ค. แหล่งผลิตที่สำคัญของไทย ตัวอย่างเช่น นครปฐม สมุทรสาคร นนทบุรี กรุงเทพฯ และปราจีนบุรี

ผลผลิตกล้วยไม้ไทย (สรุปข้อมูลปี 2565) :
พื้นที่ปลูก 17,691 ไร่ ผลผลิต 31,950 ต้น ปริมาณผลผลิต 1,806 กิโลกรัม/ไร่ จำนวนครัวเรือน 1,521 ครัวเรือน

สถานการณ์การผลิตดอกกล้วยไม้ของประเทศไทย

	ปี 2565	คาดการณ์ปี 2566	อัตราขยายตัว %
พื้นที่ปลูก (ไร่)	17,691	18,014	1.83
ผลผลิต (ต้น)	31,950	32,713	2.39
ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	1,806	1,816	0.55
จำนวนครัวเรือน	1,521	1,520	-0.07

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักเศรษฐกิจการเกษตร

โครงสร้างสินค้าส่งออก ปี 2565 ประมาณร้อยละ (คิดจากมูลค่า)

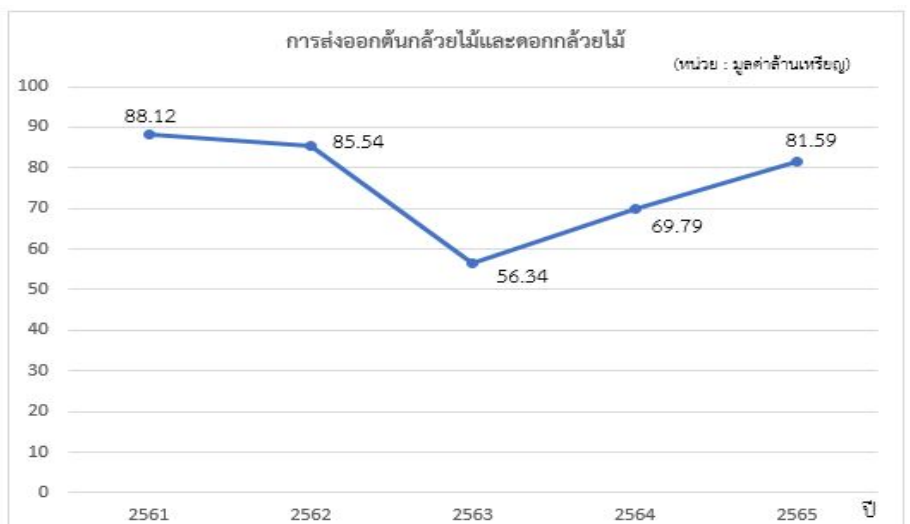
- ดอกกล้วยไม้ มูลค่า 59.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (คิดเป็นร้อยละ 73.05)
- ต้นกล้วยไม้ มูลค่า 21.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (คิดเป็นร้อยละ 26.95)

ตลาดส่งออกสำคัญ

ประเทศ	มูลค่า: ล้านดอลลาร์		อัตราขยายตัว %		สัดส่วน %	
	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2566 (ม.ค.-ม.ค.)	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2566 (ม.ค.-ม.ค.)	2565 (ม.ค.-ธ.ค.)	2566 (ม.ค.-ม.ค.)
1.เวียดนาม	20.98	1.55	135.20	30.25	25.71	26.91
2.สหรัฐอเมริกา	16.11	0.95	29.61	15.85	19.75	16.49
3.ญี่ปุ่น	11.11	0.82	-11.76	-8.89	13.62	14.24
4.จีน	8.16	0.64	-14.11	-61.21	10.00	11.11
5.อินเดีย	1.74	0.27	19.18	170.00	2.13	4.69
6.อิตาลี	3.69	0.21	8.21	-8.70	4.52	3.65
7.เนเธอร์แลนด์	4.38	0.21	-29.81	-47.50	5.37	3.65
8.บราซิล	2.80	0.17	48.15	-52.78	3.43	2.95
9.สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	1.13	0.14	59.15	27.27	1.38	2.43
10.เกาหลีใต้	1.65	0.12	42.24	33.33	2.02	2.08
รวม 10 ประเทศ	71.75	5.08	23.05	-13.16	87.94	88.19
อื่น ๆ	9.84	0.68	-14.29	-20.00	12.06	11.81
มูลค่ารวม	81.59	5.76	16.91	-14.03	100.00	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กราฟการส่งออกสินค้ากล้วยไม้ (มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐฯ)



คู่ค้าสำคัญ :

- ดอกกล้วยไม้ : สหรัฐอเมริกา เวียดนาม ญี่ปุ่น จีน และอิตาลี
- ต้นกล้วยไม้ : เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม บราซิล สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

คู่แข่งสำคัญ :

- ดอกกล้วยไม้ : เนเธอร์แลนด์ ไต้หวัน
- ต้นกล้วยไม้ : เวียดนาม ไต้หวัน

จุดแข็ง

1. เกษตรกรมีทักษะการผลิต และมีความสามารถในการพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้
2. หน่วยงานภาครัฐมีเครือข่ายเกษตรกร/ผู้ส่งออกที่มีประสบการณ์ในการส่งออกที่เชี่ยวชาญ
3. ภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมกล้วยไม้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อุปสรรค/ความท้าทาย

1. ปริมาณผลผลิตไม่สอดคล้องกับช่วงความต้องการของตลาด
2. ขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร ต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวเป็นหลัก
3. ทุนต่างชาติจากพ่อค้าชาวจีน ทำให้กลไกตลาดบิดเบือน ราคาผันผวน
4. ปัญหาน้ำเค็มที่เกิดจากภัยแล้ง

กลยุทธ์

1. สนับสนุน/ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์จากกล้วยไม้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
2. พัฒนามาตรฐานและคุณภาพกล้วยไม้เพื่อการส่งออก
3. ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมกล้วยไม้ เพื่อเพิ่มคุณภาพในการผลิตกล้วยไม้
4. สนับสนุนและประชาสัมพันธ์กล้วยไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น

สรุปสถานการณ์โดยรวม

- มูลค่าการส่งออกสินค้ากล้วยไม้โดยรวม ช่วงเดือน ม.ค. – ม.ค. 2566 ลดลง -14.03% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน หลังจากสถานการณ์ เกิดการแพร่ระบาด COVID-19 มีการปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ตลาดหลักที่ส่งออก ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป ส่งผลให้การส่งออกสินค้ากล้วยไม้ ทำให้ผู้นำเข้าจากต่างประเทศมีความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น

- พฤติกรรม การบริโภค ของตลาดต่างประเทศค่อนข้างหลากหลาย ผู้บริโภคมีความต้องการดอกกล้วยไม้ที่มีคุณภาพ/กล้วยไม้สายพันธุ์ใหม่ ๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องรักษามาตรฐานในการผลิต รวมถึงการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ

ภาวะการณ์ส่งออกสินค้าดอกกล้วยไม้ และต้นกล้วยไม้

สินค้า	มูลค่า ล้านเหรียญสหรัฐฯ		อัตรายายตัว %		สัดส่วน %
	2565 ม.ค.-ธ.ค.	2566 ม.ค.-ม.ค.	2565 ม.ค.-ธ.ค.	2566 ม.ค.- ม.ค.	
ดอกกล้วยไม้และต้นกล้วยไม้	81.59	5.76	16.91	-14.03	100.00
1. ดอกกล้วยไม้	59.60	4.68	13.42	-10.86	81.25
2. ต้นกล้วยไม้	21.99	1.08	27.55	-25.52	18.75

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

มาตรฐานและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง:

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐฯ)



- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการส่งสินค้าออกไปนอกราชอาณาจักร (ฉบับที่ 93) พ.ศ. 2542 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2542 (กรมวิชาการเกษตรกำหนดให้สินค้ากล้วยไม้ต้องผ่านการรมสารเมทิลโบรไมด์ และขอใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate หรือ PC) กำกับไปกับสินค้ากล้วยไม้ตัดดอก)

- ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร : ซ่อดอกกล้วยไม้ ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.2552 (มกอช. กำหนดมาตรฐานซ่อดอกกล้วยไม้ ตามประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติมาตรฐานเลขที่ 5001-2552)

ผู้ส่งออกกล้วยไม้รายสำคัญของไทย (เรียงลำดับตามตัวอักษร)

- Bangkok Green Co., Ltd.
- Bangkok Intimex Co., Ltd.
- BJ. Orchid (Thailand) Co., Ltd.
- KrungThep Interflora Co., Ltd.
- Suphachadiwong Orchid Co., Ltd.

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม
ศูนย์วิจัยศาสตร์ แสงจันทร์ โทร 0 2507 8324
กุมภาพันธ์ 2566