

การผลิตและการส่งออกกล้วยหอมทอง

การผลิตกล้วยหอมในจังหวัดปทุมธานี

1. สภาพทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี

1.1 ลักษณะภูมิศาสตร์และภูมิประเทศ

จังหวัดปทุมธานี ตั้งอยู่ในภาคกลางระหว่างเส้นรุ้งที่ 14 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ระหว่างจังหวัดนนทบุรี กับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง 2.30 เมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือ 27.8 กิโลเมตร เนื้อที่ของจังหวัดมีประมาณ 1,528,157 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 955,098,110 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดลพบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดนครนายกและจังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดนนทบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับกรุงเทพมหานครและจังหวัดนนทบุรี

ภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มริมล่องฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งไหลผ่านใจกลางจังหวัด ทำให้พื้นที่ถูกแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ฝั่งตะวันตก ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอลาดหลุมแก้ว

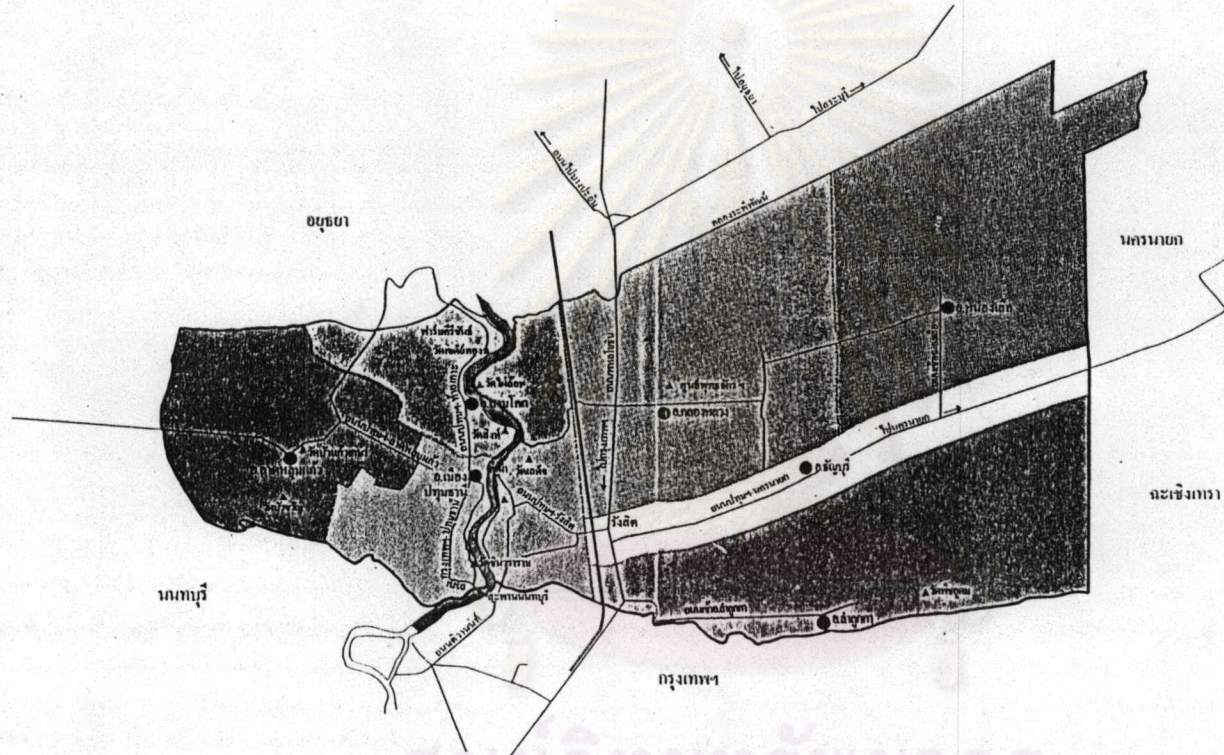
ฝั่งตะวันออก ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอธัญบุรี คลองหลวง หนองเสือ และ

ลำลูกกา

สำหรับอำเภอเมืองและอำเภอลำลูกกาไม่มีพื้นที่ครอบคลุมทั้งล่องฝั่งแม่น้ำ แต่พื้นที่ส่วนใหญ่จะอยู่ทางตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา

พื้นที่ของจังหวัดปทุมธานีเป็นที่ราบต่ำ ในฤดูฝนมีน้ำขังและเปียกชื้น สภาพดินเป็นดินเหนียว มีธาตุอาหารในดินต่ำและดินเปรี้ยว อุณหภูมิเฉลี่ย 25.6 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,399 มิลลิเมตรต่อปี มีคลองต่าง ๆ แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาหลายสาย

ภาพที่ 3.1 แผนที่จังหวัดปทุมธานี



ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

และแยกเป็นคลองย่อยแก่ครอบคลุมทั่วพื้นที่จังหวัด

1.2 การปกครอง

จังหวัดปทุมธานีได้แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 7 อำเภอได้แก่

อำเภอเมืองปทุมธานี

อำเภอลำโดก

อำเภอลาดหลุมแก้ว

อำเภอรัญบุรี

อำเภอลำลูกกา

อำเภอคลองหลวง

อำเภอหนองเสือ

1.3 การเศรษฐกิจ

ฐานะทางเศรษฐกิจของชาวปทุมธานีอยู่ในระดับปานกลาง ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้แน่นอนและมั่นคง อาชีพของชาวเมืองนี้สามารถแยกได้ตามลักษณะการผลิตดังนี้

1.3.1 การเกษตรกรรม

ประชาชนประมาณร้อยละ 70 ประกอบอาชีพในทางเกษตรกรรม

1.3.1.1 การกสิกรรม

เนื้อที่ และสภาพดินฟ้าอากาศโดยทั่วไปของจังหวัดปทุมธานีเหมาะแก่การเพาะปลูก พืชที่ปลูกที่สำคัญได้แก่ ข้าว ข้าวโพดหวาน ถั่วเขียว ถั่วลิสง ฝรั่ง และผักสดต่าง ๆ

สภาพการเกษตรกรรม โดยทั่วไปอยู่ในลักษณะเกษตรกรรมก้าวหน้า มีการใช้เครื่องทุ่นแรงต่าง ๆ ใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ใช้สารฮอร์โมนช่วยเพิ่มผลผลิต และมีเทคนิคทางการปลูกที่จะช่วยขจัดผลผลิต มีการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันต่อวิทยาการใหม่ ๆ อยู่เสมอ

1.3.1.2 การเลี้ยงสัตว์ แยกได้ดังนี้

1.3.1.2.1 การปศุสัตว์ การปศุสัตว์ที่สำคัญ

ได้แก่ การเลี้ยงโค กระบือ สุกร เป็ด ไก่ ห่าน ปริมาณการเลี้ยงสัตว์มีกระจุกกระจาย

อยู่ตามพื้นที่ที่ถือครองทั่วทุกอำเภอ เนื่องจากเป็นการเลี้ยงสัตว์ควบคู่ไปกับการเพาะปลูก

1.3.1.2.2 การประมง การประมงน้ำจืดเป็น

อาชีพที่ทำกันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีแหล่งน้ำธรรมชาติ ทั้งยังมีการขุดบ่อเลี้ยงกันอย่างเป็น ล้ำเป็นล้น มีการเลี้ยงปลาพันธุ์ต่าง ๆ เช่น ปลานิล ตะเพียน ยี่ล็ก ล้วย ปลาไน รวม ทั้งกุ้งก้ามกราม นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงปลาตามบ่อในร่องสวนอีกด้วย

1.3.2 การอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะเป็นอุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมกระดาษ ตัด เย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องหนัง อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ยางรถยนต์ เครื่องลู่- ภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป แนวโน้มการลงทุนด้านอุตสาหกรรมสูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากจังหวัดปทุมธานีอยู่ใกล้ศูนย์กลางตลาด คือ กรุงเทพฯ เส้นทางคมนาคมสะดวก ตลาดแรงงานมีเพียงพอและหาได้ง่าย

2. เนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมทอง

เนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมทองของจังหวัดปทุมธานี ในปีการเพาะปลูก 2527/ 2528 (1 พฤษภาคม 2527 - 30 เมษายน 2528) จากสำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี มีจำนวน 16,971 ไร่ ดังแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 3.1

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมทองในจังหวัดปทุมธานี แยกตามอำเภอปีการเพาะปลูก 2527/2528

อำเภอ	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)
สามโคก	1,400
ธัญบุรี	7,350
หนองเสือ	7,000
เมือง	380
คลองหลวง	300
ลาดหลุมแก้ว	121
ลำลูกกา	420
รวม	16,971

หมายเหตุ : เนื้อที่เพาะปลูก รวมส่วนที่ปลูกกล้วยหอมทอง เพียงชนิดเดียว และส่วนที่ปลูกกล้วยหอมทองร่วมกับพันธุ์ไม้อื่น

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

อำเภอธัญบุรี เป็นแหล่งเพาะปลูกที่ใหญ่ที่สุด มีเนื้อที่เพาะปลูกถึง 7,350 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 43.31 ของเนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมทั้งจังหวัด รองมาได้แก่อำเภอหนองเสือ และอำเภอลำลูกกา มีเนื้อที่เพาะปลูก 7,000 ไร่ และ 1,400 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 41.25 และ 8.25 ของเนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมทั้งจังหวัดตามลำดับ

ตารางที่ 3.2 เนื้อที่ปลูกกล้วยหอมทองของจังหวัดปทุมธานี ปีการเพาะปลูก 2523/2524 -
2527/2528

ปีการเพาะปลูก	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)
2523/2524	5,937
2524/2525	9,990
2525/2526	18,653
2526/2527	11,888
2527/2528	16,971

หมายเหตุ : เนื้อที่เพาะปลูกรวมส่วนที่ปลูกกล้วยหอมทองเพียงชนิดเดียวและส่วนที่ปลูกกล้วยหอมทองร่วมกับพันธุ์ไม้อื่น

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ในตารางที่ 3.2 ได้แสดงถึง สถิติเนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมทอง ของจังหวัดปทุมธานี ตั้งแต่ปีการเพาะปลูก 2523/2524 ถึง 2527/2528 ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปีการเพาะปลูก 2523/2524 มีเนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมรวม 5,937 ไร่ เนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนถึง 18,653 ไร่ ในปีการเพาะปลูก 2525/2526 เพิ่มขึ้นจากปีการเพาะปลูก 2523/2524 12,716 ไร่ หรือประมาณร้อยละ 214.18 สำหรับในปีการเพาะปลูก 2526/2527 เนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมเริ่มลดลง โดยลดจากปีการเพาะปลูก 2525/2526 6,765 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 36.26 ของปีการเพาะปลูก 2525/2526 แต่ก็ยังเพิ่มขึ้นจากปี 2523/2524 5,951 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 100.23 ในปีการเพาะปลูก 2527/2528 เนื้อที่เพาะปลูกกล้วยหอมเพิ่มขึ้นเป็น 16,971 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปีการเพาะปลูก 2523/2524 11,034 ไร่ หรือร้อยละ 185.85 และเพิ่มขึ้นจากปี 2526/2527 5,083 ไร่ หรือร้อยละ 42.76 ของปีการเพาะปลูก 2526/2527

กล้วยหอมทอง เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของจังหวัดปทุมธานี โดยทั่วไป เกษตรกรจะปลูกกล้วยหอมรวมกับพันธุ์ไม้อื่น เช่น มะม่วง ล้ม หรือพืชผักต่าง ๆ ส่วนน้อยของพื้นที่เพาะปลูกกล้วยหอมทองทั้งจังหวัดเท่านั้นที่เกษตรกรจะเพาะปลูกกล้วยหอมทองเพียงชนิดเดียว ขนาดเพาะปลูกกล้วยหอมทองมีตั้งแต่ 1 ไร่ จนถึง 80 ไร่ ส่วนใหญ่ของเกษตรกรที่ปลูกกล้วยหอมทองเพียงชนิดเดียวจะเป็นเกษตรกรเจ้าของสวนขนาดเล็ก ซึ่งมีเนื้อที่เพาะปลูกไม่เกิน 10 ไร่ ส่วนที่มีเนื้อที่เพาะปลูกตั้งแต่ 10 ไร่ขึ้นไป จะนิยม ปลูกกล้วยหอมคละไปกับพืชอื่น เช่น ล้ม มะม่วง หรือพืชผักสวนครัว อย่างไรก็ตามกล้วยหอมก็ยังจัดเป็นพืชที่นิยมปลูกโดยทั่วไปในจังหวัดปทุมธานี และเป็นพืชที่ก่อให้เกิดรายได้แก่เกษตรกรจำนวนไม่น้อย

สำหรับในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะใช้ตัวอย่างทั้งหมดของสวนที่ปลูกเฉพาะกล้วยหอมทองเพียงอย่างเดียว ซึ่งมีเนื้อที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 548 ไร่¹ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะการใช้แรงงาน และการใช้เครื่องมือการเกษตรในการเพาะปลูก ได้เป็น 3 ขนาด ดังนี้

สวนขนาดเล็ก	ตั้งแต่ 1- 9 ไร่	จำนวน	37	สวน	เนื้อที่	138 ไร่
สวนขนาดกลาง	ตั้งแต่ 10-39 ไร่	จำนวน	8	สวน	เนื้อที่	170 ไร่
สวนขนาดใหญ่	40 ไร่ขึ้นไป	จำนวน	4	สวน	เนื้อที่	240 ไร่
		รวม	49	สวน	เนื้อที่	548 ไร่

สวนขนาดเล็กจะมีพื้นที่เพาะปลูกอยู่ในบริเวณฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอลำมะบาก สำหรับสวนขนาดกลางและขนาดใหญ่จะกระจายทั่วไปในบริเวณฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ และอำเภอคลองหลวง

¹ สัมภาษณ์ ประชา แป้นภู และ อุดล โคมฉลาด , เจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัดปทุมธานี และเจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอลำมะบาก จังหวัดปทุมธานี , 5 มกราคม 2528 .

โดยทั่วไปกล้วยหอมทองที่ปลูกจำนวน 1 หน่อ เมื่อเจริญเติบโตจะให้ผลผลิตต้นละ 1 เครือ แต่จากการสัมภาษณ์ชาวสวนกล้วยหอมทองจังหวัดปทุมธานี พบว่าเกษตรกรมีผลเสียหายจากการเพาะปลูก อันเป็นผลเนื่องมาจากลมพายุพัดต้นกล้วยล้มและหักคอ ความเสียหายจากโรคพืชและแมลง รวมทั้งความเสียหายจากผลผลิตไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดต่อไปใน เรื่องการกำหนดราคากล้วยหอมทอง

3. การตลาดของกล้วยหอมทอง

3.1 วิธีการจำหน่าย

ชาวสวนกล้วยหอมทองมีวิธีการจำหน่ายผลผลิตแตกต่างกันดังต่อไปนี้

3.1.1 โดยผ่านพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น แถบอำเภอสามโคก และอำเภอเมืองจะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาดอำเภอเมือง สำหรับอำเภอธัญบุรี หนองเสือ และคลองหลวง จะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางในอำเภอธัญบุรี และตลาดรังสิต วิธีจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นมีวิธีแตกต่างกันดังนี้ คือ

3.1.1.1 พ่อค้าคนกลางจะเข้าไปรับซื้อกล้วยหอมถึงสวนกล้วยหอมโดยตรง ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายโดยทั่วไป

3.1.1.2 ชาวสวนกล้วยหอมจะเป็นฝ่ายไปติดต่อกับพ่อค้าคนกลาง เพื่อเสนอขายกล้วยหอมที่มีอยู่ เมื่อตกลงราคาจนเป็นที่พอใจของทั้งสองฝ่าย พ่อค้าจึงมารับซื้อถึงสวน

3.1.1.3 ชาวสวนที่มีความล้นหลามและไว้วางใจในตัวพ่อค้าจะให้พ่อค้ามารับกล้วยหอมไปก่อน เมื่อจำหน่ายเรียบร้อยแล้วจะชำระเงินให้ชาวสวน

3.1.2 โดยผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาดที่ใหญ่ นอกจากจะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นแล้ว ชาวสวนกล้วยหอมรายใหญ่ มักจะมีการติดต่อกับพ่อค้าคนกลางในตลาดใหญ่ เช่น ตลาดโคราช ลสระบุรี ซึ่งมีวิธีการจำหน่ายดังต่อไปนี้

3.1.2.1 พ่อค้าคนกลางจะนำรถบรรทุก เข้าไปรับซื้อถึงสวนกล้วยหอม เมื่อเจรจาดตกลงกันเรียบร้อยแล้วก็จะลงมือตัดกล้วยและบรรทุกใส่รถของตนกลับ

3.1.2.2 ชาวสวนจะเดินทางไปติดต่อกับพ่อค้าในตลาดใหญ่ด้วยตนเอง ซึ่งในกรณีนี้มักจะเป็นสวนขนาดใหญ่ซึ่งเจ้าของผลผลิตมีความชำนาญทางการค้าพอสมควร สามารถหาตลาดได้ด้วยตนเอง เมื่อมีผู้สนใจในสินค้าก็จะมีการตกลงกัน ผู้ซื้ออาจจะมาตกลงราคาและรับสินค้าด้วยตนเอง หรืออาจจะให้ผู้ขายนำสินค้าไปส่งแล้วจึงตกลงราคากัน ซึ่งในกรณีหลังนี้ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมีการค้าระหว่างกันมานานพอสมควรจนเป็นที่เชื่อใจทั้งสองฝ่าย

3.2 การกำหนดราคา

ราคาของกล้วยหอมทองจะกำหนดตามเครือมาตรฐาน กล่าวคือในแต่ละเครือมาตรฐานจะต้องมีจำนวนกล้วยหอมตั้งแต่ 4 หวีขึ้นไป สำหรับเครือกล้วยที่มีจำนวนหวีต่ำกว่ามาตรฐาน จะต้องนำ 2 เครือมารวมกัน ซึ่งจะคิดเป็น 1 เครือมาตรฐาน ราคาของกล้วยหอมทองจะแตกต่างกันตามขนาดของผล นอกจากนี้ราคายังมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี และในแต่ละช่วงเวลาของปีเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณผลผลิตในตลาดไม่แน่นอน ในระยะที่ผลผลิตมีมาก ราคากกล้วยหอมจะลดต่ำลง สำหรับในระยะที่ผลผลิตมีน้อย ราคากกล้วยหอมก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ราคากกล้วยหอมมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

การส่งออกกล้วยหอม

1. การส่งออกกล้วยหอมไทย

ประเทศไทยได้ทำการค้ากล้วยหอมกับต่างประเทศมานานแล้ว แต่มีได้ส่งเป็นสินค้าออกอย่างจริงจัง แม้ว่ากล้วยหอมจะเป็นสินค้าเกษตรกรรมที่ปลูกได้ดีและตลาดต่างประเทศมีความต้องการอยู่มาก ตลาดใหญ่อาจกล่าวได้ว่ามีเพียงแห่งเดียว คือ ตลาดฮ่องกง ต่อมาในปี พ.ศ. 2507 การค้ากล้วยหอมเริ่มมีบทบาทสำคัญขึ้น เนื่องจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดรับซื้อกล้วยหอมที่ใหญ่เป็นที่ 2 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา อนุญาตให้นำเข้ากล้วยหอมจากประเทศไทยเข้าไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นได้ แต่ต้องอยู่ในเงื่อนไข 3 ประการ

- ต้องมีใบรับรองปลอดศัตรูพืชจากรัฐบาลไทย รับรองว่ากล้วยหอมที่ส่งไปประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีศัตรูพืช.
- ต้องมีใบรับรองว่าไม่มีเชื้ออหิวาตกโรค

- ต้องเป็นกล้วยที่มีสีเขียวหรือดิบอยู่เมื่อถึงเมืองท่าปลายทางในประเทศญี่ปุ่น

อย่างไรก็ตามแม้รัฐบาลญี่ปุ่นจะยินยอมให้กล้วยหอมดิบของไทยเข้าประเทศได้ แต่การส่งกล้วยหอมไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นก็ยังมีอุปสรรคอยู่มาก โดยเฉพาะความเสียหายของกล้วยเมื่อถึงปลายทาง ทำให้ผู้ค้ากล้วยทั้ง 2 ฝ่ายต้องประสบผลขาดทุน ดังนั้นหลังจากปีพ.ศ. 2512 ไม่ปรากฏว่ามีการส่งกล้วยหอมไทยไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นอีก² จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2524 การค้ากล้วยหอมกับประเทศญี่ปุ่นจึงเริ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง แต่ปริมาณส่งออกก็มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จากสถิติการส่งออกกล้วยหอม พ.ศ. 2520-2529 ตามที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.3 จะเห็นว่าปริมาณการส่งออกอยู่ในระดับที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ยกเว้นหลังปี พ.ศ. 2526 ที่ปริมาณการส่งออกลดลงอย่างมาก ในปี พ.ศ. 2520 ปริมาณการส่งออก 16,633.04 ตัน มูลค่า 22,240,230 บาท สำหรับในปี พ.ศ. 2525 ปริมาณการส่งออก 18,388.05 ตัน มูลค่า 51,078,900 บาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.55 ของปี พ.ศ. 2520 ในปี พ.ศ. 2526 ปริมาณการส่งออกเหลือเพียง 9,654.54 ตัน มูลค่า 25,068,950 บาท ปริมาณลดลงจาก พ.ศ. 2520 ร้อยละ 41.96 และลดลงจาก พ.ศ. 2525 ร้อยละ 47.50 ปริมาณการส่งออกลดลงเรื่อย ๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2529 ปริมาณการส่งออกเหลือเพียง 2,164.89 ตัน มูลค่า 11,463,850 บาท ปริมาณลดลงร้อยละ 86.98 ของปี พ.ศ. 2520 และลดลงจากปี พ.ศ. 2526 ร้อยละ 77.58

สำหรับประเทศผู้ซื้อกล้วยหอมจากไทยตามรายละเอียดที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.4 จะเห็นได้ว่า มีผู้ซื้ออยู่หลายประเทศ แต่ผู้ซื้อรายใหญ่มีเพียงรายเดียว คือประเทศฮ่องกงที่รับซื้อกล้วยหอมของไทยอย่างลุ่มล่ามมา ในปี พ.ศ. 2520 ฮ่องกงรับซื้อกล้วยหอมไทย 16,629.72 ตัน มูลค่า 22,229,830 บาท และในปี พ.ศ. 2525 รับซื้อ 18,276.27 ตัน มูลค่า 49,942,250 บาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.90 ของปี 2520 แต่ในปี 2526 ปริมาณการรับซื้อเหลือเพียง 9,545.21 ตัน มูลค่า 24,396,850 บาท ปริมาณลดลงจาก พ.ศ.

² ฉานงศ์ พงษ์สุทธาบุลย์, การส่งออกกล้วยหอมไทย (กรุงเทพมหานคร : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2516), หน้า 15.

ตารางที่ 3.3 สถิติการส่งออกกล้วยหอม พ.ศ. 2520-2529

ปริมาณ: ตัน / มูลค่า: พันบาท		
ปี พ.ศ.	ปริมาณ	มูลค่า
2520	16,633.04	22,240.23
2521	19,170.43	30,084.53
2522	19,201.67	31,393.33
2523	12,724.05	28,923.01
2524	16,196.04	43,469.87
2525	18,388.05	51,078.90
2526	9,654.54	25,068.95
2527	4,402.96	22,959.05
2528	3,986.64	22,788.76
2529	2,164.89	11,463.85

ที่มา : กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

2520 ร้อยละ 42.60 และลดลงจากปี พ.ศ. 2525 ร้อยละ 47.77 สำหรับใน พ.ศ. 2529 ปริมาณการรับซื้อลดลงอีกเหลือเพียง 2,109.20 ตัน มูลค่า 10,788,730 บาท ปริมาณลดลงจากปี พ.ศ. 2520 ร้อยละ 87.32 ลดลงจากปี พ.ศ. 2525 ร้อยละ 88.46 และลดลงจากปี พ.ศ. 2526 ร้อยละ 77.90 ประเทศที่รับซื้อกล้วยหอมไทยรองจากฮ่องกง คือ สิงคโปร์ ในปี พ.ศ. 2520 ปริมาณรับซื้อ 3.32 ตัน มูลค่า 10,400 บาท แต่สำหรับในปี พ.ศ. 2529 ปริมาณรับซื้อเหลือเพียง 0.59 ตัน มูลค่า 3,680 บาท ปริมาณลดลงร้อยละ 82.23 ของปี พ.ศ. 2520 สำหรับประเทศสำคัญอื่น ๆ ที่รับซื้อกล้วยหอมไทยนอกเหนือจากฮ่องกงและสิงคโปร์ ก็คือ ญี่ปุ่น เดนมาร์ก และอเมริกา ปริมาณการรับซื้อใน พ.ศ. 2529 คือ 37.80 ตัน มูลค่า 380,940.- บาท 10.76 ตัน มูลค่า 163,010.- บาท และ 2.35 ตัน มูลค่า 76,670.- บาท ตามลำดับ

สำหรับประเทศผู้รับซื้อกล้วยหอมที่สำคัญที่สุดคือ ฮ่องกง ซึ่งสั่งซื้อกล้วยหอมจากไทยตลอดมาโดยสม่ำเสมอ เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 3.3 และ 3.4 แล้ว จะเห็นว่าปริมาณการส่งออกกล้วยหอมไทยในปี พ.ศ. 2529 ที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2520 ถึงร้อยละ 86.98 เนื่องมาจาก การที่ฮ่องกงลดปริมาณการรับซื้อกล้วยหอมไทยในปี พ.ศ. 2529 ร้อยละ 87.32 ของปี พ.ศ. 2520 นั้นเอง ปริมาณการรับซื้อกล้วยหอมไทยของฮ่องกง เริ่มลดลงอย่างเห็นได้ชัดในปี พ.ศ. 2526 และลดลงมาเรื่อย ๆ ซึ่งสาเหตุของการลดปริมาณการสั่งซื้อก็เนื่องมาจากการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ คู่แข่งขันที่สำคัญคือสาธารณรัฐไต้หวันซึ่งได้เปรียบประเทศไทยในด้านต้นทุนค่าขนส่ง เนื่องจากไต้หวันอยู่ใกล้กับฮ่องกง ทำให้การขนส่งสะดวกไม่จำเป็นต้องใช้เรือห้องเย็นเพื่อรักษาคุณภาพของกล้วยหอม ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่ำ นอกจากนี้สาธารณรัฐไต้หวันยังได้เปรียบประเทศไทยในด้านความชำนาญในด้านการตลาดของพ่อค้าภาคเอกชน และการส่งเสริมการส่งออกอย่างจริงจังของภาครัฐบาล ซึ่งข้อได้เปรียบต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้สาธารณรัฐไต้หวันสามารถแบ่งส่วนตลาดในฮ่องกงจากประเทศไทยได้เป็นจำนวนมาก สำหรับประเทศสิงคโปร์ การลดปริมาณการสั่งซื้อก็เนื่องมาจากสาเหตุการแข่งขันในตลาดต่างประเทศเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการในสินค้าอยู่ และประเทศไทยก็สามารถปลูกกล้วยหอมได้ดี หากมีการเพิ่มความพยายามในด้านการตลาดและการส่งออกอย่างจริงจัง การส่งออกกล้วยหอมของไทยก็ควรจะดำเนินไปได้ด้วยดี อนึ่งตลาดกล้วยหอมใหญ่ของโลกในเอเชียคือ ประเทศญี่ปุ่น นับเป็นตลาดกล้วยหอมหนึ่งซึ่งน่าสนใจอย่างยิ่ง แม้ว่าในระยะแรกของการค้ากล้วยหอมระหว่างไทยและญี่ปุ่น จะประสบผลขาดทุน เนื่องจากความเสียหายของกล้วยหอมเมื่อถึงตลาดปลายทาง ทำให้ภาวะการ

ชื่อหน่วยงาน	2520		2521		2522		2523		2524		2525		2526		2527		2528		2529	
	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า	รวม	ค่า
งบคง	16,629.72	22,229.83	19,169.87	30,078.88	19,198.28	31,911.99	12,702.69	28,714.10	16,120.29	42,731.27	18,276.27	49,942.25	9,545.21	24,396.85	4,323.40	22,318.16	3,874.59	22,057.56	2,109.20	10,788.73
งบดำเนินงาน			0.40	4.07	1.06	8.48	1.56	13.91	3.90	35.82	4.63	42.10	19.32	133.16	18.60	129.52			0.35	2.71
งบลงทุน	3.32	10.40			0.21	1.93	9.94	101.02	56.59	532.76	79.17	729.37	43.87	231.99	47.54	210.96	14.85	97.11	0.59	3.68
งบอุดหนุน			0.11	1.12	0.42	3.40	2.60	18.57	2.75	19.86	5.85	51.58	9.12	65.76					2.40	24.95
งบอุดหนุน									1.76	19.99	8.50	128.37	3.10	21.37			93.50	592.84	37.80	380.94
งบอุดหนุน					0.08	0.56	3.48	54.84	0.40	9.79	4.06	72.37	1.45	15.51			0.02	0.18	0.33	3.72
งบอุดหนุน					1.24	9.92			0.47	7.53	0.02	2.53	3.40	17.14	5.30	243.03	0.70	3.22	0.03	0.24
งบอุดหนุน							3.60	18.69												
งบอุดหนุน									0.24											
งบอุดหนุน									0.49	5.51			2.40	27.57						
งบอุดหนุน								0.10	1.08	0.19	21.24	0.60	27.78	0.50	2.50	2.95	21.02		2.35	76.67
งบอุดหนุน					0.03	0.25	0.08	0.80		3.07	0.04	0.35	1.06	19.22	0.33	3.49	1.05	19.87	0.03	0.43
งบอุดหนุน									0.09	7.39	0.03	0.67	0.93	11.74	0.59	5.81			0.01	0.26
งบอุดหนุน					0.27	2.14							0.75	3.75			0.50	2.50		
งบอุดหนุน																0.06	0.64	0.04	0.48	
งบอุดหนุน					0.08	0.66					0.14	0.38					0.48	3.95		
งบอุดหนุน									0.06	4.59										
งบอุดหนุน															0.08	1.04				
งบอุดหนุน													0.05	2.30						
งบอุดหนุน			0.04	0.41															10.76	163.01
งบอุดหนุน													0.04	1.19						
งบอุดหนุน															0.03	1.21				
รวม	16,633.04	22,240.23	19,170.43	30,084.53	19,201.67	31,393.33	12,724.05	28,923.01	16,196.04	43,469.87	18,388.05	51,078.90	9,654.54	25,068.95	4,402.96	22,959.05	3,986.67	22,788.76	2,169.89	11,463.85

ค่ากล้วยหอมระหว่างสองประเทศจะจกกันไป แต่ถ้าผู้ส่งออกสามารถแก้ปัญหาซึ่งเคยเกิดขึ้นได้ เป็นผลสำเร็จ โดยพยายามควบคุมขั้นตอนการเตรียมกล้วยหอมเพื่อการส่งออก ตั้งแต่การขนส่ง จากสวน การบรรจุหีบห่อ จนกระทั่งบรรจุทุกใส่เรือขนส่ง เพื่อให้กล้วยหอมที่ส่งออกมีความชอก- ช้ำน้อยที่สุด การควบคุมที่มีคุณภาพจะช่วยลดความเสียหายของกล้วยหอมเมื่อถึงตลาดปลายทาง นอกจากนี้ผู้ส่งออกก็ควรเพิ่มความพยายามในการเจาะตลาดกล้วยหอมของญี่ปุ่น ซึ่งอาจจะทำให้ไทย ได้ประเทศผู้ซื้อกล้วยหอมที่สำคัญเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากฮ่องกงและสิงคโปร์

2. การเตรียมผลผลิตเพื่อส่งออก

ผู้ส่งออกกล้วยหอมของไทย จะรับซื้อกล้วยหอม โดยอาจจะติดต่อกับชาวสวนโดยตรง หรือติดต่อโดยผ่านคนกลางของท้องถิ่น เมื่อมีการตกลงจำนวนและราคาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ส่งออกจะส่งผู้ชำนาญมาตัดกล้วยหอมในสวนตามวัน เวลา และความแก่ของผลกล้วยหอมที่ถึงกำหนด หลังจากนั้นจะขนกล้วยหอมมายังสถานีบรรจุซึ่งจัดเตรียมไว้ ซึ่งโดยทั่วไปจะจัดตั้งในสวนใดสวนหนึ่งในบริเวณนั้น เมื่อถึงสถานีบรรจุ ผู้ส่งออกจะจัดการฆ่าและกล้วยหอมเป็นหวี ตกแต่งข้าวหวีให้เรียบร้อย พันยาป้องกันช้ำเน่า บรรจุในเชิงไม้ไผ่ หรือกล่องกระดาษลูกฟูก ซึ่งให้มีน้ำหนักเท่ากัน สำเสียงขึ้นรถบรรทุกเพื่อนำไปส่งเรือใหญ่ พร้อมทั้งจะขนส่งไปต่างประเทศต่อไป

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย