

รายงานการดำเนินงาน 2019 Tamiami International Orchid Festival

ณ Miami-Dade County Fairgrounds Expo Center

เมืองไมอามี มลรัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา

ระหว่างวันที่ ๑๑-๑๓ มกราคม ๒๕๖๒

ชื่องาน: 2019 Tamiami International Orchid Festival (ครั้งที่ 16)

สถานที่: Miami-Dade County Fairgrounds Expo Center

ผู้จัดงาน: Motes Orchids

ค่าเข้าชมงาน: ค่าเข้าชมคนละ \$๑๒ เด็กอายุต่ำกว่า ๑๒ ขวบเข้าชมฟรี

จำนวนคูหา: ๑๐๕ คูหา

ค่าเช่าพื้นที่: อัตราค่าเช่าต่อคูหา ๑,๐๐๐ เหรียญสหรัฐฯ สำหรับการร่วมงาน ๓ วัน

ผู้เข้าร่วมงาน: เกษตรกรผู้ปลูกเพาะเลี้ยงและจำหน่ายต้นกล้วยไม้จากรัฐต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกา กว่า ๖๐ ราย อาทิ ฟลอริดา เทกซัส นิวเจอร์ซีย์ นอร์ทแคโรไลนา แคลิฟอร์เนีย ฮาวาย และจากประเทศอื่นๆ ได้แก่ เยอรมัน บราซิล จาไมกา เปรู เอกวาดอร์ เวเนซุเอลา ญี่ปุ่น ไต้หวัน มาเลเซียและไทย ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผู้เข้าชมงาน: ผู้ซื้อจากฟาร์มกล้วยไม้ในสหรัฐฯ อเมริกากลาง และหมู่เกาะแคริบเบียน สวนพฤกษศาสตร์ และบุคคลทั่วไป

ข้อมูลงาน

งาน 2019 Tamiami International Orchid Festival (ครั้งที่ ๑๖) ถูกจัดอันดับว่าเป็นงานแสดงกล้วยไม้ในช่วงฤดูหนาวที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ เป็นหนึ่งที่ใหญ่ที่สุดในฝั่งตะวันออกของสหรัฐฯ และยังมีว่าเป็นงานใหญ่ที่สุดและมีพืชพันธุ์หลากหลายนานาชนิดที่สุดในไมอามีอีกด้วย ในงานมีการจัดแสดงสินค้ากล้วยไม้หลากหลายนานาพันธุ์ทั้งที่หายากและสวยงามจากผู้ผลิตในสหรัฐฯ โดยส่วนใหญ่อยู่ในรัฐฟลอริดาซึ่งเป็นแหล่งผลิตกล้วยไม้ที่สำคัญที่สุดในสหรัฐฯ ตามด้วยเทกซัส นิวเจอร์ซีย์ นอร์ทแคโรไลนา แคลิฟอร์เนีย ฮาวาย นานาประเทศ รวมถึงเยอรมัน บราซิล จาไมกา เปรู เอกวาดอร์ เวเนซุเอลา ญี่ปุ่น ไต้หวัน มาเลเซียและผู้เพาะเลี้ยงและส่งออกกล้วยไม้รายใหญ่จากประเทศไทย (Best in Thailand) นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เครื่องประดับทำจากพืช ทั้งต้น ดอกและใบนำมาผ่านกระบวนการ เช่น ชูบเรซินใส เพื่อคงสภาพชิ้นส่วนพืชเหล่านั้น กระถางต้นไม้ ตะกร้าไม้ เศษไม้เก่าที่มีลายสวยงาม เครื่องปลูก ปุ๋ย อุปกรณ์ทำสวน ฯลฯ

กิจกรรมอื่นๆ ในช่วงระหว่างจัดงาน ได้แก่

๑. การประกวดกล้วยไม้ การประกวด Bench Judged Show โดยมีคณะกรรมการจาก American Orchid Society เป็นผู้ให้คะแนนและตัดสิน กล้วยไม้ที่เข้าประกวดจะนำมาแสดงให้ผู้ชมเข้าชม โดยผู้ชนะรางวัลต่าง ๆ จะได้รับรางวัลมูลค่ารวมกว่า ๕,๐๐๐ เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งผู้ชนะจะได้รับรางวัล Grand Champion พร้อมเงินรางวัล ๕๐๐ เหรียญสหรัฐฯ รางวัลรองชนะเลิศ (Reserve Champion) จะได้รับรางวัล ๒๕๐ เหรียญสหรัฐฯ และยังมีรางวัล Best in Class อีก ๘ รางวัล ๆ ละ ๑๐๐ เหรียญสหรัฐฯ ได้แก่ รางวัล Best Cattleya, Best Dendrobium, Best Paphiopedilum, Best Phalaenopsis, Best Oncidium, Best Vanda, Best Species และ Best Specimen

๒. การประกวดพื้นที่ตกแต่งด้วยกล้วยไม้ มีการจัดพื้นที่สำหรับสมาคมกล้วยไม้ต่าง ๆ มาจัดแสดง ประมาณ ๑๐๐ ตารางฟุตและสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงานจัดแสดงอีก ๕๐ ตารางฟุต เพื่อจัดวางตกแต่ง โดยผู้ที่เข้าร่วมในแต่ละประเภทจะมีรางวัลเป็น American Orchid Society Show Trophy และเงินรางวัลรวม กว่า ๒,๐๐๐ เหรียญสหรัฐฯ ด้วย ผู้เข้าชมงานก็สามารถร่วมจัดแต่งและส่งเข้าประกวดด้วย

๓. การสัมมนาให้ความรู้ ภายในงานยังมีการให้ความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ โดยวิทยากรที่เกี่ยวข้องใน วงการกล้วยไม้ในบริเวณที่จัดเป็นห้องสัมมนาภาษาอังกฤษและภาษาสเปน โดยมีรายการที่เป็นภาษาอังกฤษ ได้แก่

* Fiction, Sex, Crime, Hollywood: A Brief History of Orchids - Dr. Wagner Vendrame (U. of Fla. TREC)

*Introduction to Orchid Growing – Dr. Claire “Jill” Sidran (American Orchid Society)

* The Million Orchid Project – Dr. Jason Downing (Fairchild Orchid Biologist)

* Repotting Your Orchids – Graham Ramsey (Past President W. North Carolina Orchid Society)

* Orchid Diseases: Prevention and Control – Dr. Romina Grazis (U. of Fla. TREC)

* Fertilizers, Supplements, Fungicides and Pesticides – When, Why and How – Sandi Jones (Broward Orchid Supply)

* Basic Orchid Care – Hyla Levine (Green Barn Orchid Supplies)

* Growing Catasetums – Jim Davison (Vice-President, Coral Gables Orchid Society)

* Orchid Insects and Pests and their Control – Dr. Catherine Mannion (U. of Fla. TREC)

* Introduction to Orchid Growing – Carlos Segrera (CS Orchids)

* So you want to start a nursery business? – Vanessa Campoverde, M.S (U. of Fla. TREC)

๔. การจับสลากชิงรางวัล ผู้เข้าชมงานยังได้มีโอกาสจับฉลากชิงรางวัลมูลค่า ๑,๕๐๐ เหรียญ สหรัฐฯ

ผลการเยี่ยมชมงาน

จากการเยี่ยมชมงานและได้พบกับคุณสรรพศิริ เชาว์วานิช จากบริษัท Best in Thailand ที่ เดินทางมาจัดแสดงสินค้าเพียงบริษัทเดียวในงานได้ให้ข้อมูลว่า บริษัทมาเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในสหรัฐฯ เป็น ประจำอย่างต่อเนื่องเกือบ ๒๐ ปีแล้วจึงเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ซื้อเป็นอย่างดี โดยงานนี้เป็นงานใหญ่ของฝั่งตะวันออก มี ผู้ประกอบการจากทั่วโลกแย่งกันเข้างานนี้ เพราะไม่อาจะมีเป็นประตูไปสู่ตลาดอเมริกาและหมู่เกาะแคริบเบียน โดย ในงานจะมีผู้ซื้อจากแถบนั้นบินมาซื้อและหิ้วกลับไป (ขายส่ง) โดยมี USDA มาตั้งคูปองอำนวยความสะดวกออก ใบบรรองให้เลย

จากประสบการณ์ในการส่งออกกล้วยไม้มายังสหรัฐฯ เห็นว่า การขนส่งต้นกล้วยไม้ผ่านด่านท่า อากาศยานนานาชาติไม่มี รัฐฟลอริดาจะสะดวกที่สุด ซึ่งจะแตกต่างจากช่องทางให้นำเข้าผ่านทางรัฐอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากในรัฐอื่น ๆ มีมาตรการในการตรวจสอบและคัดกรองพันธุ์พืช โดยเฉพาะที่จะนำเข้าสู่สหรัฐฯ ที่ เข้มงวดมากเกินไป จนสินค้าต้องถูกทำลายไป

การไปจัดแสดงสินค้าบางงานเป็นงานสร้างภาพลักษณ์ เช่น ในฟิลาเดเฟีย และมีราคาค่าเข้าร่วมงานค่อนข้างสูง (คูหาละ ๓,๐๐๐ เหรียญฯ และต้องตกแต่งคูหาให้สวยงาม) แต่สำหรับงานนี้เป็นงานเจรจาการค้าจริงๆ ขณะนี้เป็นที่รู้จักของลูกค้าแล้ว ทำให้ลูกค้าค่อนข้างไวใจ บางครั้งให้จัดคณะเดินทางไปชมพันธุ์ไม้ในประเทศไทย ทั้งนี้ได้ให้ข้อมูลว่า กว่าจะมาถึงจุดนี้ต้องมีความขยันและพยายามบุกตลาดเชิงรุกอย่างมาก กล่าวคือในอดีตจะบินมาพบลูกค้า/หาลูกค้าใหม่ทุกเดือน แต่ปัจจุบันลูกค้าสามารถติดต่อได้ผ่านอินเทอร์เน็ต จึงลดจำนวนการเดินทางลงเหลือ ๓-๔ ครั้งต่อปี แต่การมาออกงานเท่ากับเป็นการแนะนำตัวกับลูกค้าใหม่ๆ ด้วย และให้ความเห็นว่าเนื่องจากการขนส่งต้นกล้วยไม้ต้องมาทาง airfreight เท่านั้นจริงๆ ถ้าการบินไทยทำ cargo สายบินตรงประเทศในแถบละตินอเมริกาจะดีมากเพราะจะช่วยให้นำเงินตราเข้าประเทศได้อีกทางหนึ่ง (ขณะนี้ใช้ china airlines ขนสินค้ามาออกงาน)

พันธุ์กล้วยไม้ไทยเป็นที่นิยมในสหรัฐฯ ได้แก่ กลุ่มตระกูล Dendrobium, Vanda, Cattleya และ Paphiopedilum ซึ่งกล้วยไม้ไทยมักจะได้รับเลือกจากดีไซน์เนอร์นำไปประดับในงานปาร์ตี้ของทำเนียบรัฐบาลสหรัฐฯ รวมถึงความสำเร็จที่มีลูกค้าองค์กรในสหรัฐฯ สั่งซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้คุณสรรพศิริมองว่า ไม่มีคู่แข่งทางการค้าจากประเทศอื่น เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีพันธุ์ไม้ที่แตกต่างกัน ผู้ซื้อแต่ละจะชื่นชอบพันธุ์ไม้ตามความชอบซึ่งถือเป็น niche market อย่างไรก็ตามอย่างไรก็ดี ผู้นำเข้าหรือผู้เพาะเลี้ยงในสหรัฐฯ มักจะนำเข้าสินค้าต้นกล้วยไม้ไทยในรูปแบบต้นอ่อนในขวดเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ หรือต้นขนาดเล็กแล้วนำไปเลี้ยงให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อจำหน่ายในตลาด เนื่องจากต้นกล้วยไม้เป็นสินค้ามีชีวิตและค่อนข้างแบบบาง จึงจำเป็นต้องขนส่งทางอากาศเป็นหลัก จึงทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นการนำเข้าต้นอ่อนจึงช่วยลดต้นทุนสินค้าได้มาก และช่วยให้หลีกเลี่ยงข้อจำกัดด้านวัสดุเครื่องปลูกที่เป็นของต้องห้ามจาก USDA ด้วย

ทั้งนี้รสนิยมของคนฝั่งตะวันออกจะชอบไม้ขนาดใหญ่ เนื่องจากมีพื้นที่บ้านปลูกได้เยอะ นิยมไม้เขตร้อน ถ้าเป็นฝั่งตะวันตกจะชอบไม้เล็ก ปลูกในพื้นที่คอนโด

ไทยเป็นผู้ส่งออกกระถางกล้วยไม้ดินเผาและเครื่องประดับตกแต่งสวนด้วย โดยผู้ซื้อมักจะออกแบบกระถางดินเผาเอง (ในงานพบกระถางดินเผาจากเกาะเกร็ด) อย่างไรก็ตาม วัสดุปลูกและกระถางไม้จากไทยเป็นสิ่งห้ามนำเข้าในสหรัฐฯ เนื่องจากต้องปราศจากโรคและแมลง อีกทั้งจะต้องใช้วัสดุปลูกที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และยังคงมีใบรับรองจาก CITES ด้วย

นอกจากนี้ในงานยังพบผู้ประกอบการชาวไทยที่มาตั้งรกรากอยู่ในสหรัฐฯ และดำเนินกิจการเพาะเลี้ยงและจำหน่ายพันธุ์กล้วยไม้ในสหรัฐฯ ที่มาร่วมงานนี้อยู่อีก ๒ ราย ได้แก่ Smiley Orchids และ Orchid in Bloom ซึ่งตั้งอยู่ในเมือง Orlando

ปัจจุบันคุณสรรพศิริได้พยายามจัดงานแสดงสินค้ากล้วยไม้ในประเทศไทยในระดับนานาชาติ โดยในปีที่ผ่านมา จัดงานชื่อ Botanic Garden Fair#๑ ร่วมกับห้างเมกาบางนา เมื่อเดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๑ ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ดี และคาดว่าจะจัดอีกในปีหน้า

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

๑. ไมอามีถือเป็นเมืองศูนย์กลางการซื้อขายสินค้าต้นกล้วยไม้ที่ใหญ่ที่สุดในฝั่งตะวันออกของสหรัฐฯ โดยมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าต้นกล้วยไม้ผ่านด่านเมืองไมอามีสูงที่สุด (ร้อยละ ๔๘%) รองลงมา ลอสแอนเจลิส (ร้อยละ ๒๙) ซานฟรานซิสโก (ร้อยละ ๑๔) ฮอนโนลูลู (ร้อยละ ๔) และเมืองอื่น (ร้อยละ ๕)

๒. ปี ๒๕๖๐ สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าต้นกล้วยไม้มูลค่าทั้งสิ้น ๗๕.๔๔๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๐.๗๙ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๙ โดยนำเข้าจากไต้หวันเป็นอันดับ ๑ มูลค่า ๖๑.๘๓๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔.๙๗ รองลงมาได้แก่ เนเธอร์แลนด์ มูลค่า ๕.๒๓๔ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๒๕.๕๑ อันดับ ๓ คือไทย มูลค่า ๒.๓๑ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๒๓.๐๑ และอันดับ ๔ แคนาดา มูลค่า ๑.๙๔๔ ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๕๒.๐๒ โดยในระหว่างเดือนมกราคม - ตุลาคม ๒๕๖๑ สหรัฐฯ นำเข้าสินค้า ต้นกล้วยไม้ เป็นมูลค่าทั้งสิ้น ๖๑.๒๗๑ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๑.๕๙ จากช่วงเวลาเดียวกันที่ผ่านมา ในปีที่ผ่านมาโดยนำเข้าจากไต้หวันเป็นอันดับ ๑ มูลค่า ๔๙.๘๑ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๑.๑๐ (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๘๑.๓๐) รองลงมาได้แก่ เนเธอร์แลนด์ มูลค่า ๔.๒๗๖ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๘ (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๖.๙๘) อันดับ ๓ คือแคนาดา มูลค่า ๒ ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๖.๓๗ (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๓.๒๖) และอันดับ ๔ ไทย มูลค่า ๑.๗๖๑ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๑๖.๕๓ (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๒.๘๗)

๓. งานนี้จัดว่าเป็นงานใหญ่ที่สุดในฝั่งตะวันออก โดยเฉพาะผู้เข้าชมงานส่วนหนึ่งเดินทางมาจากประเทศในแถบอเมริกากลาง อเมริกาใต้ และหมู่เกาะแคริบเบียน ซึ่งมีกำลังซื้อน้อยไม่สามารถนำเข้าได้ตรงจากไทย ดังนั้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมการตลาดต้นกล้วยไม้ทั้งในสหรัฐ และประเทศในแถบละตินอเมริกาด้วย อย่างไรก็ตามเนื่องจากงานดังกล่าวมีลักษณะเป็นงานขายปลีกและขายส่ง ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการนำสินค้ามาจัดแสดงจะต้องวางแผนให้ดีในเรื่องการรับเงินค่าสินค้า การขายสินค้าที่เหลือหลังจากงานจบ

๔. สินค้าต้นกล้วยไม้นับว่าเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง การทำตลาดกล้วยไม้ในต่างประเทศนี้ ความแปลกใหม่ เป็นจุดขายสำคัญ ผู้ประกอบการไทยยังต้องศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคกล้วยไม้พันธุ์ต่างๆ และความได้เปรียบของผู้ประกอบการที่มาจากพื้นที่ในประเทศใกล้เคียงและในท้องถิ่นด้วย และเน้นนำเสนอสินค้าที่ทนแข็งแรง อีกทั้งยังต้องมีการพัฒนาให้มีความแปลกใหม่ โดดเด่นอยู่อย่างต่อเนื่องด้วย ซึ่งการแข่งขันกันที่ความแปลกใหม่ แตกต่างและความง่ายในการบำรุงเลี้ยงดู โดยไม่มีการตัดราคาแข่งขันกันนี้เองที่ทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มสูง และแม้ว่าต้นกล้วยไม้เป็นสินค้าที่เสียได้ง่าย ซึ่งจำเป็นต้องขนส่งทางอากาศที่มีค่าใช้จ่ายสูง แต่ราคาก็ยังอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้

๕. สคต. ไม่อามีเห็นว่า ยังมีโอกาสอีกมากสำหรับสินค้าต้นกล้วยไม้จำหน่ายเพื่อเพาะเลี้ยงนี้ โดยเฉพาะกล้วยไม้จากไทยที่มีการปรับปรุงและพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ประกอบการในวงการนี้จะรู้จักและเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี และมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสายพันธุ์ใหม่ ๆ ระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจสามารถส่งเสริมให้พัฒนาต่อเนื่องในรูปแบบกิจกรรมร่วมกันได้ในอนาคต

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี

๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๒

รูปภาพประกอบรายงาน



น.ส. นิธิมา ศิริโกคากิจ – ผอ. สคต. ไผ่อาฮี (ซ้าย)
คุณสรพรศิริ เขาว์วานิช – Best in Thai Orchids จากประเทศไทย (ขวา)



คูหาของ Best in Thai Orchids
ช่วงบ่ายในงานวันแรก



คูหาของ Smiley Orchids และภาพคุณปล้อง เจ้าของร้านคนไทย



คูหาของ Orchids in Bloom ของคนไทย



คูหาที่จำหน่ายกล้วยไม้จากทั่วโลก



พืชแต่งสวน Jelly Fish รูปร่างคล้ายแมงกะพรุน

คูหาที่จำหน่ายกล้วยไม้จากทั่วโลก



คูหาสวยงาม



พื้นที่จัดแสดงกล้วยไม้และการแต่งงานที่เข้าประกวด



เครื่องประดับทำจากชิ้นส่วนกล้วยไม้

เศษไม้ลายสวย ๆ เก็บจากชายทะเลนำมาจำหน่าย



บริเวณที่จัดแสดงกล้วยไม้ที่ส่งเข้าประกวด



ของประดับตกแต่งสวน



โต๊ะสมาคม American Orchids Society

กระถางออกแบบโดยผู้นำเข้า สั่งจากเกาะเกร็ด

