

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ การซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดค้าเพียงจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายศราภก จินามา

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) ส่งเสริมการเกษตร

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วราภา คุณาพร	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์รพีพรณ อภิชาติพงษ์ชัย	กรรมการ
อาจารย์ศรีณย์ อารยะรังสฤษฎ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดค้าเพียงจังหวัดเชียงใหม่ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อความนิยมไม้ดอกไม้ประดับของผู้ซื้อและปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อเสนอแนะการผลิตและการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับในตลาดค้าเพียงจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 89 ราย ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 30-45 ปี แต่งงานแล้ว มีบุตร 2 คน มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย มีสมาชิกในครัวเรือน 4 คน มีจำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ประกอบอาชีพทางการเกษตร 1 คน สถานภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่ายมากที่สุดร้อยละ 91.01 และเคยจ้างแรงงานทางการเกษตร ร้อยละ 65.2 แหล่งเรียนรู้ในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนใหญ่เรียนรู้เองร้อยละ 33.7 มีประสบการณ์ในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ 5 ปี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 70.79 และส่วนใหญ่ผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอาชีพหลักร้อยละ 73.0

ผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับร้านขนาดใหญ่ มีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับมากที่สุดได้แก่ เทียนฝรั่ง พิทูเนีย และชัลเวีย ไม้ใบประดับ ได้แก่ เฟิร์น ไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ พลับพลึงดินเป็ด โดยใช้ถุงขนาด 4x8 นิ้ว จำนวนต้นที่ผลิตทั้งหมดตั้งแต่ 18,000-25,000 ถุงต่อพื้นที่ 1 ไร่ ส่วนต้นทุนที่ใช้การผลิตของไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ ค่าเตรียมดิน ส่วนใหญ่ใช้แรงงานคนโดยทำการ

เหมาะสมดินปลูก ค่าวัสดุปลูก ได้แก่ ขี้เถ้าแกลบ แกลบคิบ ดินดำ ฤงดำ ค่าเช่าที่ดิน สารเคมี กำจัดแมลงศัตรูพืชและสารเคมีกำจัดโรค

ผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและผู้จัดสวน ไม้ดอกไม้ประดับที่จำหน่ายได้มากที่สุดในรอบสัปดาห์ ได้แก่ เฟิร์น รองลงมาคือ เทียน โดยวันที่ขายดีที่สุดคือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ ในรอบหนึ่งเดือนไม้ดอกไม้ประดับที่ขายได้มากที่สุด ได้แก่ เฟิร์น รองลงมาคือ พิทูเนีย ช่วงที่ขายดีที่สุด คือ ช่วงวันที่ 28 - 29 ของเดือน และในรอบ 1 ปี ไม้ดอกไม้ประดับที่ขายได้มากที่สุด ได้แก่ เทียน รองลงมาคือ พิทูเนีย ช่วงที่ขายดีที่สุดคือ เดือนมกราคม กุมภาพันธ์ และมีนาคม ส่วนเหตุผลในการเลือกซื้อพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับของผู้ซื้อที่นิยมซื้อมากที่สุดคือ เทียน สาเหตุเพราะสวยงามและคงทน รองลงมาคือกระดังงา เพราะดูแลง่าย โตไว มีกลิ่นหอม ส่วนไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้ซื้อที่มีอาชีพเป็นผู้จัดสวนนิยมซื้อมากที่สุดคือ โมก สาเหตุเพราะมีรูปร่างสวยงาม ดอกมีกลิ่นหอม รองลงมาคือ จั๋ง เพราะใช้สำหรับปิดบังมุมได้ดี ทนทาน ทึบเพราะทนทาน ดอกสวยงาม มีกลิ่นหอม และปาล์มเพราะทนทาน มีรูปทรงสวยงาม ดูแลง่าย

การจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนใหญ่จะขายส่งในลักษณะขายกิ่งพันธุ์มากที่สุด ส่วนการขายปลีกส่วนใหญ่จะขายทั้งดอกและกิ่งพันธุ์ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อเป็นพ่อค้าคนกลาง มีจำนวนมากกว่า 4 ราย สถานที่ทำการซื้อขายส่งและขายปลีก คือ บ้าน สวน ร้าน โดยผู้ซื้อออกค่าใช้จ่ายเอง การขนส่งส่วนใหญ่มักจะใช้รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก(4 ล้อ) ส่วนการชำระเงินผู้ประกอบการจะรับเงินบางส่วนเมื่อทำการตกลงซื้อและรับส่วนที่เหลือเมื่อส่งมอบไม้ดอกไม้ประดับแล้ว ในด้านของราคาผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดราคา

ปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นอุปสรรคต่อการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ ปัญหาโรคและแมลง และต้นทุนการผลิตสูง ส่วนปัญหาการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ ราคาไม่แน่นอนและต่ำ ขาดข้อมูลข่าวสารการตลาดและราคา

Independent Study Title Buying and Selling of Ornamental Plants at Kamtieng Market,
Chiang Mai Province

Author Mr. Saraphok Jinama

Degree Master of Science (Agriculture) Agricultural Extension

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Warapa Kunapon Chairperson

Assoc. Prof. Rampaipan Apichatpongchai Member

Lect. Saran Arayangsarid Member

ABSTRACT

The objectives of this study were to study on the buying and selling of ornamental plants at Kamtieng Market, Chiang Mai Province, the opinions of entrepreneurs towards the buyers' favor and the problems, obstacles and recommendations on the production and selling of ornamental plants.

The sample of this study were 89 ornamental entrepreneurs in the Kamtieng Market, Chiang Mai Province. Data from questionnaires was analyzed and processed by descriptive statistics, percentage, frequency, arithmetic mean and standard deviation.

It was found that the majority of the sample were female, age 30 - 45 years old, married, having 2 children, having 4 members in a household, having 1 agricultural labor from the whole household labor, having education level from junior high school through high school.

The current status of the entrepreneurs were mostly sellers (91.01%), and 65.2% had ever been employed agricultural labors. Acquired knowledge were mostly by self study (33.7%) with 5 years experiences on the ornamental plants production. The entrepreneurs were mostly non-members of the Chiang Mai Ornamental Plants Association (70.79%) and the majority had ornamental plants production as their main occupation (73.0%).

The large scale entrepreneur had mostly produced annual flowers such as Impatiens (*Impatiens walleriana*), Petunia (*Petunia hybrida*), Salvia (*Salvia splendens*); ornamental

leaves such as ferns (*Nephrolepis exaltata*) ; and perennial flowers such as Spider lily (*Hymenocallis littoralis*). The polyethylene bags of the size 4 x 8 inches were used for seedling. The total numbers of ornamental plants produced were 18,000 to 25,000 bags per rai. The cost of ornamental plants production which were soil preparation by agricultural labor; media cultures such as rice husk ash, rice husk, fertile soil, plastic bags ; land rent ; herbicides and insecticides.

The ornamental plant buyers were mostly female and garden designers. The weekly topmost disposable ornamental plants was ferns, and Petunia was the second, while the best selling days were Saturday and Sunday. The monthly topmost disposable ornamental plants was ferns, and Petunia was the second, while the best selling period was during the 28th – 29th of the month. The yearly topmost disposable ornamental plants was Impatiens, and Petunia was the second, while the best selling period was during January to March. The reasons of ornamental plants buying were as followed; the most favorable ornamental plants was Impatiens because of its beauty and endurance; the second was Ylang-ylang because of its fast-growing, easy-caring with sweet fragrance; the most favorable ornamental shrubs and trees of the garden designers were Purging cassia because of its beautiful forming with fragrant flower, Jung because of its densely forming and endurance, Frangipani because of its beautiful and fragrant flower as well as its endurance, Palms because of its endurance, easy-caring and beautiful forming.

The selling of ornamental plants was mostly wholesale in the form of vegetative propagated seedlings, while the retailed was in the form of flower and vegetative propagated seedlings. The buyers were mostly middlemen (there were more than 4 middlemen). The market places were the house, the garden and the shop. The van was mostly used for transportation. The cost of marketing expenses was paid by the buyers themselves. The entrepreneur received some parts of the payment after the buying agreement and the rest would be received after the delivery. For the price determination, the entrepreneur was the price maker.

The majority of the entrepreneurs considered that the significant obstacles of the ornamental plants production were the problems from diseases and insect as well as the high cost of production. While the problems of ornamental plants selling were the low and fluctuated prices, the shortage of information on marketing and pricing