

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันนี้ ไม้ดอกไม้ประดับถือเป็นปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการดำรงชีวิตของมนุษย์โลก แม้ประเทศที่กำลังพัฒนาดังเช่นประเทศไทย ชีวิตคนไทยและสังคมไทยเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นับแต่โบราณกาล มีการใช้ดอกไม้ ใบไม้ ในชีวิตประจำวัน ในงานมงคลต่างๆ ของแต่ละคนแต่ละครอบครัวแต่ละสังคม ตลอดจนในงานพิธีวันสำคัญของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ โอกาสของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับจึงขยายมากขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอน

แม้ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังได้รับการพัฒนาแต่ในสังคมเมืองหลวงที่เต็มไปด้วยป่าคอนกรีต แม้จะมีพื้นที่เล็กน้อยเพียงใดก็ตามเจ้าของบ้านจะพยายามจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งตามอัธยาศัยไว้สำหรับซื้อต้นไม้ผล ไม้ใบและไม้ดอกไม้ประดับเพื่อนำมาปลูกเพื่อตกแต่งบริเวณให้สวยงาม เป็นการสร้างสรรค์ธรรมชาติขึ้นท่ามกลางป่าคอนกรีต ทำให้สดชื่นร่มเย็นและบรรเทา ร้อนลงได้ นอกจากนี้ยังมีการใช้ดอกไม้ใบไม้ในส่วนต่างๆ ของแต่ละคน แต่ละสังคม ตลอดจนในต่างประเทศโดยเฉพาะยุโรปและอเมริกาตลอดจนประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย

ไม้ดอกไม้ประดับ ในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในฐานะที่เป็นกลุ่มของผลิตผลทางการเกษตรอีกกลุ่มหนึ่ง ที่สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนเงินปีละหลายร้อยล้านบาท รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของไม้ดอกไม้ประดับ จึงได้นำเข้าบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ซึ่งมีผลบังคับใช้ในระหว่างปี พ.ศ.2530 – 2534 ได้เน้นถึงการพัฒนาการผลิตเพื่อส่งออกพืชสวนไว้ชัดเจนมาก พืชสวนประกอบด้วยไม้ผล ถั่ว ผัก เครื่องเทศสมุนไพร และไม้ดอกไม้ประดับ ทำให้ทุกหน่วยงานทุกกระทรวง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนขนานรับนโยบายนี้โดยพร้อมเพรียงกัน มีการตั้งงบประมาณเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการผลิตพืชสวนส่งออกต่างประเทศช่วยกู้เศรษฐกิจของประเทศในโอกาสนี้เอง ด้วยเหตุที่ไม้ดอกไม้ประดับเป็นกลุ่มของพืชที่มีศักยภาพสูงในการส่งออก จึงได้มีการจัดทำโครงการพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออกและลดการนำเข้า ตลอดจนมีการศึกษาระบบการผลิตแบบครบวงจร ทั้งในด้านวิชาการและเทคโนโลยีการผลิต และการตลาด

นับตั้งแต่ปีพ.ศ.2528 เป็นต้นมา กล่าวได้ว่าธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทยขยายตัวมากขึ้น อีกทั้งประชาชนมีความนิยมใช้ไม้ดอกไม้ประดับมากยิ่งขึ้นและมีกำลังซื้อสูงขึ้นด้วย ซึ่งในช่วงเดียวกันนี้เป็นช่วงที่มูลนิธิโครงการหลวงประสบความสำเร็จในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับหลายชนิด ได้มีการส่งเสริมให้ชาวเขาปลูกเป็นการค้าบางชนิด ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

เชิงรายจึงตื่นตัวเปลี่ยนอาชีพมาปลูกไม้ดอกหลายราย มีการพัฒนาเทคโนโลยีการปลูกเลี้ยง ตลอดจนการค้นหพันธ์ใหม่ๆ มาปลูก ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ปัจจุบันนี้จึงปรากฏว่ามีพื้นที่เพาะปลูกไม้ดอกในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย เพิ่มมากขึ้นหลายร้อยไร่ ส่งผลประโยชน์หลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยวหรือการส่งออกไม้ดอกตามมา

ทั้งนี้เพราะประเทศไทย มีทุกสิ่งทุกอย่างครบถ้วนอยู่แล้วในธรรมชาติ สภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เอื้ออำนวยให้สามารถผลิตไม้ดอกได้แทบทุกชนิด ทั้งไม้ดอกเมืองร้อน ไม้ดอกกึ่งหนาว และไม้ดอกเมืองหนาว เพียงแต่เลือกทำเลปลูกให้เหมาะสมและจัดหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ให้เหมาะสมกับไม้ดอกแต่ละชนิด รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบและปัญหาต่างๆ เพื่อเกื้อหนุนให้อุตสาหกรรมการผลิตไม้ดอกของประเทศไทยเป็นไปได้อย่างดี

ไม้ดอกไม้ประดับของไทยนั้นยังมีโอกาสในการขยายตลาดในต่างประเทศได้อีกมาก รัฐบาลจึงมีการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาทั้งด้านการผลิตและการตลาดไม้ดอกไม้ประดับตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 7 โดยดำเนินการวิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตของไม้ดอกไม้ประดับ โดยเน้นการวิจัยและพัฒนาการปรับปรุงพันธุ์เพื่อให้ได้พันธุ์ที่มีลักษณะแปลกใหม่ ให้ผลผลิตสูง คุณภาพดี อายุการใช้งานนาน ทนทานต่อการเข้าทำลายของโรคและแมลง และทนทานต่อการขนส่ง เพื่อจะเป็นการช่วยลดปัญหาที่เกิดจากการผลิตและการตลาดของไม้ดอกไม้ประดับของไทย ปัญหาและข้อจำกัดได้แก่ ปัญหาการผลิต เช่น ขาดพันธุ์ดีที่ตลาดต้องการและขาดต้นพันธุ์ในการผลิต ระบบการผลิตเป็นแบบดั้งเดิมทำให้ผลผลิตไม่ได้ปริมาณและคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ข้อมูลความรู้ทางด้านวิชาการและเทคโนโลยีการผลิตเชิงพาณิชย์ยังมีน้อย ขาดระบบข้อมูลข่าวที่มีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่และเกษตรกรยังขาดความรู้และความชำนาญในการผลิต ส่วนปัญหาด้านการตลาด เช่น คุณภาพของผลผลิตส่วนใหญ่ยังต่ำและมีอายุการใช้งานสั้น ขาดระบบข้อมูลความต้องการของตลาด ปริมาณผลผลิตไม่สม่ำเสมอ และราคาของผลผลิตไม่แน่นอนเปลี่ยนแปลงเร็ว เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของไทยยังต้องมีการพัฒนาทางการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในปัจจุบันไทยยังครองอันดับหนึ่งของโลกในการส่งออกกล้วยไม้เมืองร้อน แต่การส่งออกก็ต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยประเทศคู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่จะขยายตลาดส่งออกเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากไทย ผู้ประกอบการของไทยต้องอาศัยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การคิดค้นพันธุ์ใหม่ๆ ทั้งในด้านสีสันและรูปทรง รวมทั้งการเน้นการขยายประเภทการส่งออกไม้ดอกและไม้ประดับเมืองร้อนประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อความหลากหลาย เน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดให้มากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาในด้านการขนส่ง ทำให้ผู้ส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของไทยหันมาเพิ่มการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อก้าวหนีคู่แข่ง และการหันมาให้ความสำคัญกับการขนส่งมากขึ้น เนื่องจากการส่งออกไม้ดอกไม้

ประดับต้องอาศัยการขนส่งทางอากาศเท่านั้น ซึ่งมีเนื้อที่ค่อนข้างจำกัด และไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาความสดของไม้ดอกและไม้ประดับ ทำให้การขนส่งยังเป็นข้อเสียเปรียบสำหรับธุรกิจการส่งออกของไทยมาเป็นเวลานาน และยังเป็นข้อจำกัดสำคัญในการขยายตลาดส่งออกอีกด้วย ดังนั้นภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาการขนส่งเพื่อรักษาตำแหน่งผู้ส่งออกอันดับต้นๆ ของโลกต่อไป

ประเทศผู้ผลิตและส่งออกไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญ ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ เดนมาร์ก ประเทศในแถบอเมริกากลางและอเมริกาใต้ สำหรับประเทศไทยนั้นมีการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับเช่นกัน แต่มีปริมาณน้อยเพียง 0.1% ของไม้ดอกไม้ประดับในตลาดโลกเท่านั้น โดยมีแหล่งผลิตอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี กรุงเทพฯ ปทุมธานี เลย เชียงรายและเชียงใหม่ ไม้ประดับส่วนใหญ่ที่ผลิตจะปลูกลงในกระถาง ทำให้เรียกอีกอย่างว่า “ไม้กระถาง” (Pot Plant) ซึ่งบางครั้งก็หมายความรวมถึงไม้ดอกไม้ประดับที่ปลูกลงกระถางเพื่อจำหน่ายด้วย ปัจจุบันนิยมไม้กระถางต่างๆ เข้าไปประดับตกแต่งตามอาคารบ้านเรือนและสถานที่ต่างๆ ดังนั้นความต้องการของตลาดภายในประเทศจึงยังมีอยู่มาก นอกจากตลาดในประเทศที่นับวันจะมีความต้องการมากขึ้นตามการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและเทคโนโลยีในด้านต่างๆ แล้ว ตลาดต่างประเทศก็มีความต้องการไม้ดอกไม้ประดับ ไม่ว่าจะเป็นรูปของไม้กระถาง ไม้ตัดดอก กิ่งชำ หรือเมล็ดพันธุ์เป็นอย่างมาก ดังนั้นกรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้ทำการส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อเป็นรายได้ ไม่ว่าจะเป็นรายได้หลักหรือรายได้เสริม ตลอดจนปลูกเลี้ยงไว้ดูเล่นเพื่อความสวยงามก็ตาม

สำหรับการผลิตไม้ดอกไม้ประดับในประเทศไทยนั้น จะมีการผลิตอยู่ 3 ลักษณะคือ

1. เป็นอาชีพหลัก มีการทำเป็นอาชีพอย่างจริงจัง มีรายได้ส่วนใหญ่จากการประกอบอาชีพนี้
2. เป็นอาชีพเสริม มีผลพลอยได้จากการขยายพันธุ์ขยาย
3. เป็นงานอดิเรก เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเพื่อความสวยงาม ไม่หวังจะมีรายได้จากการปลูกเลี้ยง นอกจากความเพลิดเพลิน

ในปัจจุบันมีการจัดประกวดพันธุ์พืชชนิดต่างๆ รวมทั้งผลิตผลทางพืชอยู่เสมอๆ ในแต่ละปี เพื่อเป็นการสร้างค่านิยมและเมล็ดพันธุ์พืชพันธุ์ดีเหล่านั้นจะได้รับการยอมรับสูง และมีการกระจายไปสู่เกษตรกรผู้เพาะปลูกได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังเป็นโอกาสให้ได้มีการนำเสนอพันธุ์พืชใหม่ๆ ที่มีลักษณะต่างๆ ที่ดี เป็นที่ต้องการของตลาดอีกด้วย ส่วนการขยายพันธุ์พืชเพื่อกระจายเมล็ดพันธุ์ดีไปสู่เกษตรกรให้ทั่วถึงกัน กรมส่งเสริมการเกษตรได้เริ่มผลิตเมล็ดพันธุ์ภายใต้โครงการผลิตและขยายพันธุ์พืช ในปีพ.ศ.2515 ขึ้นเป็นครั้งแรกและได้มีการก่อตั้งศูนย์ขยายพันธุ์พืชแห่งแรกขึ้นที่จังหวัดพิษณุโลก ในปีพ.ศ.2519 จนมาถึงปี 2538 มีการก่อตั้งศูนย์ขยายพันธุ์พืชทั่ว

ประเทศ 23 แห่ง เพื่อทำหน้าที่ผลิตเมล็ดพันธุ์ขยายและเมล็ดพันธุ์จำหน่าย กระจายไปสู่เกษตรกร เพื่อนำไปเพาะปลูกต่อไป

นอกจากนั้น ในการพัฒนาพันธุ์และเมล็ดพันธุ์หลักของพืชบางชนิด ยังมีมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษาต่างๆ และหน่วยงานเอกชน ให้เข้ามาร่วมมือบทบาทในการดำเนินงานด้วย และบริการสายพันธุ์ให้แก่ภาครัฐบาลและหน่วยงานเอกชน ด้วยวิทยาการต่างๆ ที่มีการพัฒนาให้ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งนี้ ในอนาคตข้างหน้าอันใกล้ เกษตรกรอาจจะได้ใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพยอดเยี่ยม (Super Seed) เช่นเดียวกับสิ่งประดิษฐ์ทางเทคโนโลยีขั้นสูง (High Technology) ที่เราใช้กันในชีวิตประจำวันก็ได้

งานราชพฤกษ์ 2549 มหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ซึ่งมีพิธีเปิดงานอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2549 จนถึงวันที่ 31 มกราคม 2550 งานนี้นับว่ามีส่วนสำคัญอย่างมากในการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย และยังเป็นการปูทางให้นานาประเทศรู้จักพืชสวนของไทยมากยิ่งขึ้น นับเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายการส่งออกพืชสวนและผลิตภัณฑ์จากพืชสวนต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นงานที่ไทยได้มีโอกาสในการแสดงถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านพืชสวน ซึ่งไทยนั้นไม่ได้มีน้อยหน้าประเทศใดในโลก และเป็นโอกาสในการที่ไทยจะได้เรียนรู้ รวมทั้งแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีใหม่ๆ ทางด้านพืชสวนอีกด้วย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2549 มูลค่าการส่งออกพืชสวนของไทยเท่ากับ 1,817.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (69,771.35 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.4 โดยในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกพืชสวนของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกในปี 2544 เท่ากับ 1,280.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (56,941.58 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นเป็น 2,020.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (81,376.25 ล้านบาท) ในปี 2548 โดยมูลค่าการส่งออกพืชสวนทุกประเภททั้งไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ผล พืชผัก และของปรุงแต่งจากพืชผักและผลไม้มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการในการจัดปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด รวมทั้งการมุ่งเจาะขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าพืชสวนของไทยเป็นที่ยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานการผลิต นอกจากนี้พืชสวนของไทยที่มีแนวโน้มว่าจะมีอนาคตไกลคือ พืชสมุนไพร ซึ่งปัจจุบันมีการหันมาปลูกเชิงพาณิชย์มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อป้อนให้กับโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยนั้นจัดว่าเป็นสินค้าที่มีอนาคตทางการตลาดและคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูงทั้งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออก อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับมูลค่าการค้าพืชสวนของโลกที่ในปี 2548 เท่ากับ 124,262.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มูลค่าการส่งออกพืชสวนของไทยมีสัดส่วน

เพียงร้อยละ 1.6 ของมูลค่าการค้าพืชสวนของโลก แต่ปัจจุบันไทยอยู่ในอันดับต้นๆของผู้ส่งออกสินค้าพืชสวนเขตร้อน

ไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากกลุ่มหนึ่งในประเทศไทย ไม้ดอกไม้ประดับแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการส่งออก เช่น กล้วยไม้ ปทุมมา เป็นต้น กลุ่มไม้ดอกไม้ประดับที่มีศักยภาพเป็นพวกที่มีความต้องการใช้ในประเทศ และบางส่วนสามารถส่งออก แม้ยังมีมูลค่าไม่มากนักแต่มีแนวโน้มว่ามีการส่งออกเพิ่มขึ้น เช่น กุหลาบ บัวหลวง ไม้หัวเมืองร้อน(กระเจียว ไม้ใบ บอนสี ว่านสี่ทิศ) เป็นต้น และกลุ่มเพื่อใช้ภายในประเทศ ได้แก่ เยอบีร่า หนั้วว แกลดิโอลัส เบญจมาศ มะลิ ช่อนกลิ่นไทย ลิลลี่ ดาวเรือง และวงศ์ขิง (ดาหลาและขิงแดง) ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2549 มูลค่าการส่งออกไม้ดอกและไม้ประดับของไทยเท่ากับ 68.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ(2,637.48 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 ซึ่งในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกไม้ดอกและไม้ประดับของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากมูลค่า 46.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2544 เป็น 88.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2548 หรือโดยเฉลี่ยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกร้อยละ 17.7 ต่อปี แม้ว่าเมื่อเทียบกับมูลค่าการค้าไม้ดอกไม้ประดับในตลาดโลกซึ่งมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 13,011.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แล้วมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของไทยคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.7 เท่านั้น แต่ไทยนั้นมีมูลค่าการส่งออกไม้ดอกเมืองร้อน โดยเฉพาะกล้วยไม้เป็นอันดับหนึ่งของโลก และมูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับของไทยนั้นเป็นอันดับหนึ่งของเอเชียในพื้นที่ภาคเหนือนั้นจัดว่าเป็นพื้นที่ที่มีการผลิตและใช้ไม้ดอกไม้ประดับค่อนข้างสูง เพราะส่วนหนึ่งมาจากการเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว ดังนั้นทำให้อัตราการแข่งขันของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกในเขตภาคเหนือค่อนข้างสูงกว่าภาคอื่นๆ โดยมีบริษัทที่ทำธุรกิจประเภทนี้ เช่น บริษัท AFM GROUP, เจียไต๋, TSA, S&G, Thai Seed, Advance Seed, Kanok Seed, East West Seed , หจก.จิปอั้งตั้ง เป็นต้น ซึ่งแต่ละบริษัทจะมุ่งไปยังสินค้าและลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือการทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อบริษัทจึงถือว่าเป็นส่วนสำคัญไม่น้อยในการสร้างยอดขาย

แต่ในปัจจุบันยังไม่มีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกในเขตภาคเหนือ ว่ากลุ่มลูกค้ามีความต้องการอะไรบ้าง และที่เป็นอยู่นั้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากหรือน้อยเพียงใด และเพื่อเข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงจึงได้มีการเริ่มศึกษาขึ้น บริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป เป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งในตลาดเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่ภาคเหนือค่อนข้างสูง จึงได้ทำการศึกษาโดยใช้บริษัทดังกล่าวเป็นตัวอย่างในการศึกษาและใช้

เป็นแนวทางในการพัฒนาในด้านการตลาด เทคโนโลยีใหม่ๆ การส่งเสริมการผลิตไม้ดอก รวมไปถึง การเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกและกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกอย่างแท้จริง บริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2527 โดยนักธุรกิจชาวอังกฤษ ในนามของบริษัท เอเชียนฟาร์ม เมเนจเม้นท์ จำกัด สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 399 หมู่ 5 ถ.เชียงใหม่-แม่โจ้ ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ ดำเนินงานธุรกิจด้านเมล็ดพันธุ์โดยส่วนใหญ่จะเป็นเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก ได้แก่ ดาวเรือง พิทูเนีย บานชื่น ดาวกระจาย ฝ้ายสี แพนซี ลีนมังกร เทียนฝรั่ง เป็นต้น เมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่จะเป็นเมล็ดที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น อเมริกา เยอรมัน ญี่ปุ่น และจีน เป็นต้น ปัจจุบันได้มีการขยายธุรกิจไปในส่วนของการผลิตต้นกล้าดอกไม้และเมล็ดพันธุ์ผัก ได้แก่ มะละกอ ถั่วพลู ต้นหอม เป็นต้นและสมุนไพร ได้แก่ ผักชี โหระพา แมงลัก เพนเนล อรูกุลา เป็นต้น ซึ่งสามารถขยายตลาดไปได้มากกว่าเดิม เป็นเวลากว่า 25 ปีที่บริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป ได้ทำการพัฒนาธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยเริ่มต้นจากประเทศไทยมีการร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกรและหน่วยงานราชการหลายๆหน่วยงานในการร่วมส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ เช่น มูลนิธิโครงการหลวง ศูนย์บริการวิชาการด้านพืชฯ ศูนย์วิจัยพืชสวน เป็นต้น จนสามารถขยายตลาดไปยังประเทศแถบเอเชีย มีอัตราการเจริญเติบโตอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 ต่อปี ส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นเงินประมาณ 70 ล้านบาทต่อปี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทเอกชนในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก
2. หากความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง แนวทางในการบริหารและทำแผนการตลาดของบริษัทในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

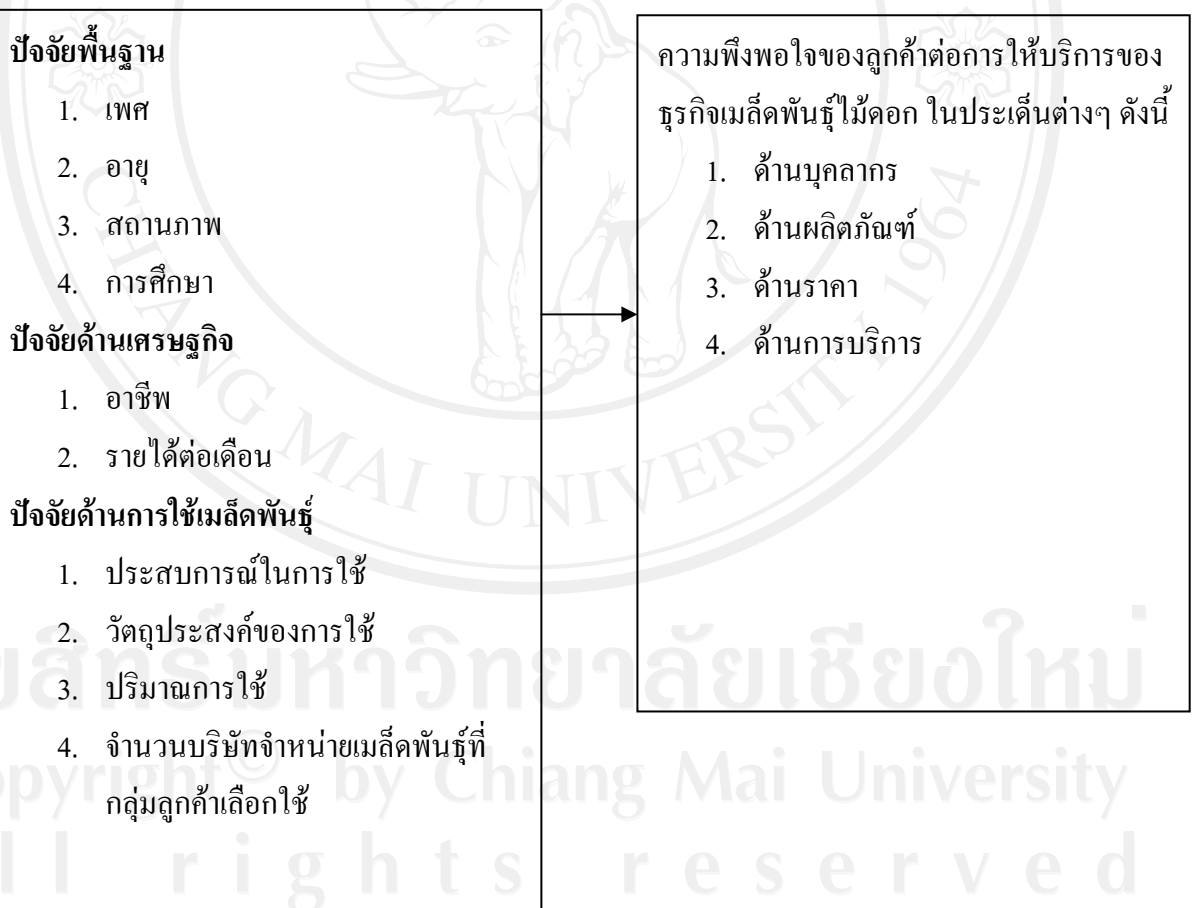
สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคลด้านปัจจัยพื้นฐาน ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านการใช้เมล็ดพันธุ์ของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของกลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variable)



สถานที่ทำการวิจัย

พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

การศึกษาใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ.2550 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2551

นิยามศัพท์

เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก หมายถึง เมล็ดพันธุ์ดอกไม้ที่ใช้ปลูกเพื่อการประดับตกแต่ง ไม่รวมถึง เมล็ดพันธุ์ในกลุ่มของไม้ตัดดอก

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อของบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ การรับรู้ กับการให้บริการที่พวกเขาคาดหวัง (Expected Performance)

ในการวัดความพึงพอใจ จะใช้เครื่องมือ Likert Scales โดยแบ่งระดับความพึงพอใจ เป็น 5 ระดับ และแต่ละระดับมีคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับความคาดหวัง/ความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับสูงที่สุดในภาคเหนือ

สินค้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับของบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นกลุ่มเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ใช้เพื่อการประดับตกแต่ง

ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ดอกไม้ หมายถึง บริษัทเอกชนที่ประกอบการธุรกิจทางด้านเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ซึ่งในที่นี้จะใช้ บริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป จำกัด เป็นตัวอย่างในการศึกษา