

ธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

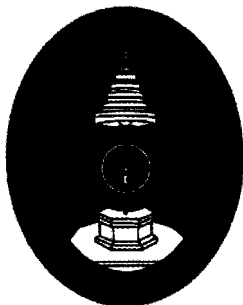
วิไลวัลย์ อินทรไชยมาศ*

บทคัดย่อ

การจะพัฒนาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ต้องมีข้อมูลพื้นฐานเพื่อการปรับปรุงกิจการประเภทนี้ให้ดีขึ้น จึงได้ทำการวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพ โครงสร้าง อุปสงค์และอุปทาน ของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจจำนวน 16 ราย ผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับจากร้านจำหน่ายจำนวน 113 ราย และผู้ซื้อดอกไม้จากร้านและแผงลอยต่างๆ จำนวน 121 ราย ในจังหวัดยะลา แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติปรากฏว่า ศักยภาพและโครงสร้างของธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง และไม่ขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่ประกอบการ ($p \geq 0.05$) อีกทั้งยังพบว่า ผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับ และผู้ซื้อดอกไม้ ส่วนใหญ่เป็นสตรี มีอายุระหว่าง 20 ถึง 25 ปี มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 8,000 บาท และพบความแตกต่างกันระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อคือ การจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับ และการจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์แปรตามความแตกต่างของอายุและอาชีพ ($p \leq 0.05$) ขณะเดียวกันพบว่า ความถี่ในการซื้อ ลักษณะการซื้อ การจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับและการจ่ายเงินซื้อวัสดุปลูกไม้ดอกไม้ประดับแปรตามรายได้ที่แตกต่างกัน ($p \leq 0.05$) นอกจากนี้พบว่า ผู้ซื้อดอกไม้จากร้านและแผงลอย มีความถี่ในการซื้อดอกไม้แปรตาม อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน ($p \leq 0.05$) การวิจัยนี้พบว่า ศักยภาพและโครงสร้างของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับดีพอสมควร การทราบอุปสงค์และอุปทานรวมทั้งปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังแสดงไว้ในรายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ : ธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับ ศักยภาพ โครงสร้างธุรกิจ อุปสงค์และอุปทาน

*คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



Flower and Ornamental Garden Plants Business In Muang Districts of Yala Province

Wilaiwun Intrachaimas*

ABSTRACT

In order to develop flower and ornament plants, one should have basic information. This study was conducted to study the potentiality, structure demand and supply of flower, and ornament plants. Another objective was to compare the differences of the related factors. The study was done reviewing 16 business owners, 113 flower and ornament plants buyers from flowers stores, and 121 flowers from flower shops or flower stalls in Yala Province. The data was taken to analyse statistically. It was found that the potentiality and business structure were in medium level and they were not depend upon the size of the business space ($p \geq 0.05$). Moreover, The study indicated that majority of flower and ornamental plants buyers were 20-25 years old. The income were lower than 8,000 baht per month. The individual difference of the buyers was also the factor that contribute to the buying differs. In buying flowers and planting equipments differed according to age and occupation ($p \leq 0.05$). At the same time the study revealed that the frequency of buying, mode of buying and spending money in buying flower and ornament plants varied with the income of the buyers ($p \leq 0.05$). In addition, the study showed that the frequency of buying flowers from stores and stalls varied by the difference of buyers' age, occupation and income ($p \leq 0.05$). The results showed that the potentiality and the structure of flower and ornamental plants business were prosperously. By knowing the demand and supply, including related factors shown in this investigation would enhance flower and ornament plants business.

Keywords : Flower and ornamental garden plants business Potentiality
Structure business Demand and supply

*Faculty of sciences, Technology and Agriculture Yala Rajabhat University

บทนำ

ปัจจุบันนี้ประเทศไทยเป็นตลาดศูนย์กลางใหญ่ที่สำคัญแห่งหนึ่งในเรื่องตลาดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2544 มูลค่าการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับขยายตัวตามลำดับมูลค่ารวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปีอย่างต่อเนื่อง (1) ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศไทยส่งออกไม้ดอกไม้ประดับมีปริมาณมากถึง 55,827 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 2,091 ล้านบาท ประเภทของไม้ดอกไม้ประดับที่มีการส่งออกเป็นจำนวนมากได้แก่ต้นพันธุ์กล้วยไม้ซึ่งมีปริมาณส่งออก 24,750 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 295 ล้านบาท รองลงมาคือดอกกล้วยไม้สด มีปริมาณส่งออก 13,940 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 1,494 ล้านบาท (2) กล้วยไม้มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งต้นพันธุ์และดอก ส่วนไม้ตัดดอกตลาดผู้ซื้อที่สำคัญในปี พ.ศ. 2545 แถบยุโรปได้แก่ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สเปน เบลเยียม เยอรมัน สวีเดน เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ เดนมาร์ก นอร์เวย์ และอังกฤษ สำหรับตลาดผู้ซื้อในแถบเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ (3) ในประเทศไทย แหล่งซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นแหล่งใหญ่ ๆ จะอยู่ในภาคกลาง ได้แก่ ตลาดจตุจักร ตลาดเทเวศร์ วงแหวนกาญจนาภิเษก วงแหวนบางใหญ่ ศูนย์จำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับนนทบุรี คลอง 14 รัชบุรี ตลาดจตุจักร 2 ตลาดไท กรมทหารราบที่ 11 รักษาพระองค์และตลาดนัดธนบุรี (4) ส่วนแหล่งจำหน่ายในต่างจังหวัดทุกจังหวัดมักพบการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับประเภทสวนไม้ดอกไม้ประดับทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่จำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับกระถางและการจำหน่ายไม้ตัดดอกในลักษณะร้านหรือแผงลอยต่าง ๆ ในจังหวัดยะลาก็เช่นเดียวกัน

จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา มีร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มขึ้นจาก 3 ร้าน เป็น 5 ร้าน และปัจจุบันมีร้านจำหน่าย ไม้ดอกไม้ประดับมากกว่า 10 ร้าน ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดยะลาตั้งอยู่ในเขตชายแดนภาคใต้ มีความเหมาะสมทางด้านธุรกิจ เพราะภาคใต้เป็นประตูติดต่อกับต่างประเทศได้ง่าย สามารถติดต่อกับประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ได้ การขยายตัวของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมีโอกาสเป็นไปได้สูง อีกทั้งธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับยังสามารถสร้างและพัฒนาธุรกิจต่อเนื่องได้อีกมากมาย เช่น การค้าส่งดอกไม้สด การค้าปลีกดอกไม้สด การบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่ง ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจการจัดสวน และธุรกิจการค้าวัสดุเครื่องมือและเคมีภัณฑ์การปลูกไม้ดอกไม้ประดับ (5)

จากการสังเกตการประกอบธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในเขตจังหวัดยะลา พบว่าน่าจะมีศักยภาพและโครงสร้างของธุรกิจอยู่ในระดับปานกลาง และคาดว่าปัจจัยหลายอย่างอาจมีผลให้เกิดความแตกต่างด้านศักยภาพ โครงสร้างอุปสงค์และอุปทานเกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้ แต่จากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลต่าง ๆ ยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับภายในจังหวัด จึงได้สำรวจข้อมูลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพ โครงสร้าง อุปสงค์และอุปทานของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา และเปรียบเทียบความแตกต่างของขนาดพื้นที่ประกอบการที่มีผลต่อศักยภาพ และโครงสร้างของธุรกิจ รวมทั้งเปรียบเทียบสภาพที่มีผลให้เกิด ความแตกต่างในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับจากแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ

ซึ่งจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาตลอดจน การส่งเสริมธุรกิจประเภทนี้เพื่อประโยชน์ของ ชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

วิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการสำรวจ โดยสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับและผู้ซื้อ ไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผู้ประกอบการ ที่ทำการสัมภาษณ์มีจำนวน 16 ราย ผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับจากสวนไม้ดอกไม้ประดับ จำนวน 113 ราย และผู้ซื้อดอกไม้จากร้านและแผงลอย จำนวน 121 ราย แบบสัมภาษณ์มี 3 ชุด ชุดที่ 1 ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกมีจำนวน 2 ข้อ เป็นข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชื่อสวนจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับหรือชื่อผู้ประกอบการ และที่ตั้งของสถานประกอบการ ส่วนที่ 2 มีจำนวน 14 ข้อ ได้แก่ ขนาดพื้นที่ประกอบธุรกิจ เงินลงทุน เริ่มต้น กรรมสิทธิ์ในสถานที่ ชนิดของไม้ดอกไม้ประดับ ที่ขายส่วนใหญ่ ประเภทไม้ดอกไม้ประดับที่ขายดี แหล่งที่มาของพันธุ์ไม้ ลักษณะการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อขาย คำว่าวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับโดยประมาณ จำนวนแรงงานที่ใช้กำไร ต่อเดือน ยอดขายต่อทำเลที่ตั้ง สภาวะการแข่งขัน ในปัจจุบันสภาวะการแข่งขันในอนาคต และข้อจำกัด หรือปัญหาในการประกอบธุรกิจ

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 ใช้สัมภาษณ์ผู้ซื้อ ไม้ดอกไม้ประดับจากร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกมีจำนวน 4 ข้อ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ และ รายได้ ส่วนที่ 2 มีจำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ประเภท ไม้ดอกไม้ประดับที่ซื้อมากที่สุด จำนวนครั้งที่ซื้อ

ในหนึ่งเดือน ลักษณะการซื้อ แหล่งที่ซื้อวัสดุอุปกรณ์ ในการปลูก วัสดุอุปกรณ์ที่ซื้อบ่อย การใช้เงินซื้อ วัสดุอุปกรณ์ โดยประมาณในหนึ่งเดือน ชนิดไม้ดอกไม้ประดับที่มักจะซื้อ และข้อเสนอแนะต่อธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ และชุดที่ 3 ใช้สัมภาษณ์ผู้ซื้อดอกไม้จากร้านและแผงลอยต่างๆ ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกมีจำนวน 4 ข้อ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ เกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ดอกไม้ที่ซื้อบ่อย ร้านหรือแผงลอย ที่มักจะซื้อ บ้างก็ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อดอกไม้จากร้านหรือแผงลอยนั้นและจำนวนครั้งในการซื้อดอกไม้ในหนึ่งเดือน

แบบสัมภาษณ์ทั้ง 3 ชุด ประกอบด้วย ข้อคำถามซึ่งมีข้อคำถามให้เลือกเพียง 1 คำตอบ ข้อคำถามที่มีคำตอบให้เลือกมากกว่า 1 คำตอบ และข้อคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็นจากนั้นทดลอง นำแบบสัมภาษณ์ไปพูดคุยกับ กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำมาปรับแก้ แบบสัมภาษณ์ให้เหมาะสม จึงนำไปสัมภาษณ์จริง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง นำมาลงรหัสแล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วย คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows หาความถี่ และค่าร้อยละของผู้ให้สัมภาษณ์ และเปรียบเทียบความแตกต่างของขนาดพื้นที่ประกอบ ธุรกิจต่อเงินลงทุนเริ่มต้น คำว่าวัสดุอุปกรณ์ในการปลูก ไม้ดอกไม้ประดับ จำนวนแรงงาน และกำไรต่อเดือน เปรียบเทียบความแตกต่างของประเภทไม้ดอกไม้ประดับที่ลูกค้าซื้อ ความถี่ในการซื้อ ลักษณะ การซื้อ การจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับในแต่ละครั้ง และการจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือน กับ เพศ อายุ อาชีพ

และรายได้ที่ต่างกัน และเปรียบเทียบความแตกต่างของความถี่ในการซื้อดอกไม้ในหนึ่งเดือน ลักษณะการซื้อดอกไม้ กับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันด้วยการทดสอบ chi-square ที่ระดับความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

ผล

การสำรวจข้อมูลธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา จากผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ซื้อพบว่า การประกอบธุรกิจมีพื้นที่ระหว่าง 2 ถึง 3 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีพื้นที่น้อยกว่า 2 ไร่ ร้อยละ 43.75 ธุรกิจเหล่านี้ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 50,000 บาท และ 100,001 ถึง 500,000 บาท ในอัตราร้อยละที่เท่ากันคือ 31.25 สถานที่ประกอบการเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ร้อยละ 50.00 ชนิดของไม้ดอกไม้ประดับที่จำหน่ายเป็นไม้ดอกกระถางร้อยละ 36.00 และเป็นไม้ใบประดับกระถางร้อยละ 28.00 ชนิดที่ขายดีเป็นไม้ใบประดับกระถางคิดเป็นร้อยละ 33.34 ส่วนพันธุ์ไม้ในร้านขยายพันธุ์เองร้อยละ 50.00 ชื่อจากจังหวัดนนทบุรีร้อยละ 18.75 จากจังหวัด นครปฐม สงขลา และกรุงเทพฯ มีอัตราร้อยละที่เท่ากันคือ ร้อยละ 12.50 ลักษณะการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อขายใช้กระถางปลูกร้อยละ 62.50 ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 15,000 บาท ร้อยละ 43.75 อยู่ระหว่าง 15,001 ถึง 20,000 บาท ร้อยละ 43.75 ในการประกอบธุรกิจใช้แรงงาน 1 ถึง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 กำไรต่อเดือนจากการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 5,001 ถึง 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.00 เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งที่มีผลทำให้ยอดขายอยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 62.50 ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการ

แก้ปัญหาคือไม่สามารถขยายพื้นที่ออกไปได้อีก ส่วนทำเลที่ตั้ง ที่มีผลต่อยอดขายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 31.25 เพราะมีปัญหา ถนนแคบ ร้านอยู่นอกเมือง และลูกค้าไม่รู้จักร้าน และทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อยอดขายน้อยคิดเป็นร้อยละ 6.25 เพราะร้านอยู่ใน ย่านชุมชน ศูนย์กลางเมือง ใกล้ทางแยก การคมนาคมสะดวก

ภาวะการแข่งขันในการประกอบธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในปัจจุบัน ผู้ประกอบการร้อยละ 43.75 ให้ข้อมูลว่ามีภาวะการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลางเพราะสวนมีมากขึ้น ลูกค้าน้อย และผู้ที่มีความคิดเห็นว่ามีภาวะการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 31.25 ให้เหตุผลว่า มีคนมาสอบถามข้อมูลอาชีพมาก ลูกค้ามักจะซื้อพันธุ์ไม้จากร้านที่มีพันธุ์หลากหลาย สำหรับภาวะการแข่งขันของธุรกิจในอนาคตผู้ประกอบการ ร้อยละ 50.00 คาดว่ามีมากเพราะผู้ตกงานหันมาประกอบอาชีพการเกษตรมากขึ้น มีร้านขายไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มขึ้น และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ ส่วนข้อจำกัดและปัญหาด้านการผลิตคือโรคพืชในช่วงฤดูฝน คิดเป็นร้อยละ 46.42 ข้อจำกัดและปัญหาด้านการจำหน่ายคือ ฤดูฝนขายไม่ได้ และต้นไม้เกิดความเสียหายคิดเป็นร้อยละ 40.00 จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของขนาดพื้นที่ประกอบการธุรกิจต่อเงินลงทุนเริ่มต้น ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับ จำนวนแรงงาน และกำไรต่อเดือน ได้ค่า p value ระหว่าง 0.229 ถึง 0.915

ผลการสำรวจผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับจากร้านจำหน่าย เป็นผู้หญิงร้อยละ 81.42 อายุระหว่าง 20 ถึง 25 ปี ร้อยละ 34.51 เป็นนักเรียนนักศึกษาร้อยละ 31.86 มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 ถึง 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.43 และระหว่าง 2,001 ถึง 5,000 บาท ร้อยละ 21.24 ไม้ดอกไม้ประดับที่ซื้อจากร้าน

เป็นไม้ดอกกระถางร้อยละ 55.57 ความถี่ในการซื้อต่อเดือน ต่ำกว่า 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.21 และอยู่ระหว่าง 2 ถึง 4 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 41.59 เป็นการซื้อปลีกร้อยละ 38.05 ผู้ซื้อจะซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับจากร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับร้อยละ 59.29 ซื้อจากร้านขายวัสดุอุปกรณ์ทางการเกษตรโดยตรงร้อยละ 38.05 วัสดุอุปกรณ์ที่ซื้อบ่อยครั้งได้แก่ กระถาง คิดเป็นร้อยละ 40.00 ปุ๋ยร้อยละ 30.00 วัสดุปลูกร้อยละ 18.50 การจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์ในหนึ่งเดือนอยู่ระหว่าง 101 ถึง 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.05 ชนิดไม้ดอกไม้ประดับที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้ ร้อยละ 25.00 ให้เหตุผลว่า ไม่เปลืองเนื้อที่ในการจัดวาง ดอกทนนาน ดอกมีหลากสีสวยงาม และเป็นที่ยอมรับ ชื่อกุหลาบร้อยละ 21.29 ให้เหตุผลว่า ดอกสวย มีความหมาย ดูแลง่าย ง่าย มีหลายพันธุ์ มองแล้วสดชื่น และใช้ตกแต่งบ้านมีความสวยงาม ข้อเสนอแนะจากผู้ซื้อต่อผู้ประกอบการ ได้แก่ ควรมีพันธุ์หลากหลายคิดเป็นร้อยละ 44.44 ควรจัดเรียงต้นไม้ให้เป็นระเบียบร้อยละ 16.67

การวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ซื้อปรากฏว่าอายุและอาชีพที่ต่างกันของผู้ซื้อ มีการจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือนต่างกัน โดยมีค่า p value เท่ากับ 0.004 และ 0.005 และมีการจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือนต่างกัน p value เท่ากับ 0.001 และ 0.001 ส่วนผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน มีความถี่ในการซื้อ ลักษณะการซื้อ การจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือน และการจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือนแตกต่างกัน ได้ค่า p value น้อยกว่า 0.05 สำหรับผู้ซื้อดอกไม้จากร้านและแผงลอย

เป็นผู้หญิงร้อยละ 76.86 มีอายุระหว่าง 20 ถึง 25 ปี คิดเป็น ร้อยละ 30.58 เป็นนักเรียนนักศึกษาร้อยละ 38.84 ดอกไม้ที่ซื้อบ่อยได้แก่ กุหลาบร้อยละ 39.34 โดยให้เหตุผลว่า มีหลากสี มีสีสะดุดตา มีความสวยงาม ดุสิตใส กลิ่นหอม ชอบ และใช้ได้ทุกโอกาส กล้วยไม้ร้อยละ 19.91 ให้เหตุผลว่าดอกสวยงาม ง่ายใช้บูชาพระ ชอบ อายุใช้งานทนนาน และดูเป็นธรรมชาติ และเบญจมาศร้อยละ 16.11 ให้เหตุผลว่า ดอกทนนาน และดูเป็นธรรมชาติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 22.19 ราคาเหมาะสม และความเป็นกันเองของผู้ขาย มีค่าร้อยละที่เท่ากันคือ 15.63 และดอกไม้มีหลายชนิดให้เลือก ร้อยละ 14.06 ในแต่ละเดือนซื้อดอกไม้อยู่ระหว่าง 2 ถึง 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.01 การวิเคราะห์ความแตกต่างพบว่า ผู้ซื้อดอกไม้ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความถี่ในการซื้อดอกไม้ต่างกัน โดยมีค่า p value น้อยกว่า 0.05

วิจารณ์

จากการศึกษาครั้งนี้ปรากฏว่า ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับเกินครึ่งใช้พื้นที่ในการประกอบธุรกิจ 2 ถึง 3 ไร่ และประมาณ 2 ใน 5 ส่วนใช้พื้นที่ไม่เกิน 2 ไร่ ทั้งนี้เนื่องมาจากไม้ดอกไม้ประดับจัดเป็นพืชสวนต้องดูแลเอาใจใส่อย่างปราณีตใช้พื้นที่ในการผลิตหรือประกอบการน้อย แต่ให้มูลค่าในการผลิตต่อพื้นที่สูงเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าเกษตรประเภทอื่น (6-7) การลงทุนเริ่มต้นมีตั้งแต่ 10,000 และสูงถึง 500,000 บาท จากการศึกษาข้อมูลไม่แตกต่างกันมากนักกับพื้นที่ในจังหวัดอื่นๆ ส่วนใหญ่จะใช้เงินลงทุน

เริ่มต้นไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ (8-10) ผู้ประกอบการครึ่งหนึ่งใช้สถานที่ของตนเองในการประกอบธุรกิจ ชนิดของพันธุ์ไม้ที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นไม้ดอกกระถาง รองลงมาเป็นไม้ใบประดับกระถาง แต่ชนิดที่ขายดีเป็นไม้ใบประดับกระถาง ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตได้ว่าชนิดของพันธุ์ไม้ที่ขายดีเป็นไม้ใบประดับกระถาง แต่ผู้ประกอบการกลับจำหน่ายไม้ดอกกระถางมากกว่า หากพิจารณาหลักในการประกอบธุรกิจควรมุ่งถึงอุปสงค์อุปทาน หรือความต้องการซื้อความต้องการขายควบคู่ด้วยเสมอ (9,11) พันธุ์ไม้ในร้านครึ่งหนึ่งผู้ประกอบการขายพันธุ์เอง และอีกครึ่งซื้อจากแหล่งต่างๆ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ปัจจุบันแหล่งจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับมีมาก และที่เป็นแหล่งใหญ่ๆ มักจะอยู่บริเวณภาคกลางของประเทศและตามจังหวัดใหญ่ๆ ที่เป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยว ลักษณะการจำหน่ายมีทั้งร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับชนิดใดชนิดหนึ่งจำนวนมากหรือผลิตพันธุ์ไม้ที่หลากหลายพันธุ์ และมีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง (4,5,12)

ลักษณะการปลูกต้นไม้เพื่อจำหน่ายส่วนใหญ่จะใช้กระถางปลูกที่เป็นเช่นนั้นเพราะนอกจากความสวยงามของต้นไม้ดอกไม้ประดับแล้วภาชนะปลูกก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มความสวยงาม และเพิ่มมูลค่าให้แก่ไม้ดอกไม้ประดับซึ่งภาชนะปลูกหรือกระถางมีหลากหลายรูปทรง และหลากหลายรูปแบบให้เลือกตามความเหมาะสมที่จะปลูกต้นไม้ (13) เกี่ยวกับวัสดุปลูกไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่ใช้เงินทุนไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท และภายในร้านใช้คนงาน 1 ถึง 2 คน และครึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มีผลกำไรต่อเดือนเฉลี่ยที่ 7,500 บาทต่อเดือน ถือว่าเป็นรายได้ที่สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากร

ในภาคใต้ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนอยู่ที่ 3,968 บาท (14) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจส่วนใหญ่มีผลต่อยอดขายขายปานกลาง แม้จะทราบปัญหาแต่ไม่สามารถแก้ไขได้ เช่น ขยายพื้นที่ออกไปไม่ได้แล้ว ส่วนที่ตั้งของธุรกิจที่มีผลต่อยอดขายมากจะมีปัญหาถนนแคบ ร้านอยู่นอกเมือง และลูกค้าไม่รู้จักร้าน ส่วนทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อยอดขายน้อยมากเพราะมีทำเลที่ตั้งดี อยู่ในย่านชุมชน ใกล้ทางแยก และการคมนาคมสะดวกเมื่อพิจารณาแล้ว การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญลูกค้าควรได้รับความสะดวกเกี่ยวกับสถานที่จอดรถเป็นชุมชนที่มีผู้คนสัญจร ร้านสามารถมองเห็นได้ง่าย และร้านควรได้รับการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาให้เป็นที่รู้จัก (8,11,15,16)

ภาวะการแข่งขัน ของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ปัจจุบันมีไม่มากนัก แต่อนาคตผู้ประกอบการส่วนใหญ่คาดว่าจะมีมากขึ้น ซึ่งแนวโน้มการแข่งขันที่จะมีมากขึ้นได้อาจเป็นเพราะธุรกิจด้านนี้สามารถพัฒนาตัวเองให้เกิดธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ ได้อีกมากมายไม่ว่าจะเป็นธุรกิจจัดสวน การจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์สำหรับไม้ดอกไม้ประดับการบริการให้เช่าพันธุ์ไม้เพื่อประดับตกแต่งและการบริการดูแลตกแต่งต้นไม้นอกสถานที่ (5,7,13) ปัญหาการผลิตที่สำคัญส่วนใหญ่เรื่องโรคในฤดูฝนโรคของไม้ดอกไม้ประดับที่มักเกิดขึ้นในฤดูฝนหรือช่วงที่มีความชื้นสูงส่วนใหญ่เป็นโรคที่เกิดจากเชื้อรา (17,18)

สำหรับผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 20 ถึง 25 ปี และอยู่ในวัยกำลังศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 8,000 บาทต่อเดือน ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะผู้หญิงเป็นเพศ



ที่รักความสวยความงามและความเป็นธรรมชาติ จึงมีความสนใจไม้ดอกไม้ประดับโดยเฉพาะ้วยหนุ่มสาว พันธุ์ไม้ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นไม้ดอกไม้กระถาง และซื้อต่ำกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และมีผู้ซื้อจำนวนไม่น้อยเช่นกันที่ซื้อไม้ดอกไม้ประดับมากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการซื้อปลีก ผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับเกินครึ่งจะซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับจากร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับและรองลงมาจะซื้อจากร้านขายวัสดุอุปกรณ์ทางการเกษตรโดยตรง ส่วนใหญ่วัสดุที่ซื้อบ่อยได้แก่ กระถาง รองลงมาปุ๋ย และวัสดุปลูก จะเห็นได้ว่าวัสดุอุปกรณ์พวกนี้ในปัจจุบันมีการจำหน่ายตามร้านจำหน่ายต้นไม้ร้านเคมีภัณฑ์เกษตร ร้านจำหน่ายกระถาง ตลอดจนตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ การจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์ส่วนใหญ่โดยเฉลี่ย 150 บาทต่อเดือน ชนิดไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อคือกล้วยไม้ รองลงมาคือกุหลาบ ซึ่งพันธุ์ไม้ทั้งสองชนิดนี้เป็นพันธุ์ไม้ในท้องถิ่นทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะกล้วยไม้ เพราะมีดอกที่สวยงาม ทนนาน หลากสี ดูแลรักษาง่าย และมีหลายสายพันธุ์ (1,3)

ข้อเสนอแนะจากผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่ร้อยละ 44.44 ให้ข้อเสนอว่า ควรมีพันธุ์ไม้ที่หลากหลาย รองลงมาคือควรจัดเรียงต้นไม้ให้เป็นระเบียบ เมื่อพิจารณาแล้วจะเป็นแนวทางที่ดีสำหรับร้านขายไม้ดอกไม้ประดับ หากมีพันธุ์ไม้ให้เลือกมากซึ่งเป็นโอกาสของผู้ซื้อและเป็นจุดขายได้อีกทางหนึ่ง และการจัดเรียงต้นไม้ในร้านให้เป็นหมวดหมู่หรือเป็นกลุ่มทำให้สะดวกแก่การเดินเลือกซื้อของลูกค้า จากการวิเคราะห์ผู้ซื้อที่มีอายุและอาชีพต่างกันปรากฏว่าการจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับ และการจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์การปลูก

แตกต่างกัน และผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกันมีความถี่ในการซื้อ ลักษณะการซื้อ การจ่ายเงินซื้อไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือน และการจ่ายเงินซื้อวัสดุอุปกรณ์การปลูกไม้ดอกไม้ประดับต่อเดือนแตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้เพราะอายุและอาชีพจะเป็นผลเกี่ยวข้องกับรายได้ ซึ่งผู้ที่มีอายุ 30 ถึง 60 ปี มักจะอยู่ในวัยทำงานและผู้ประกอบอาชีพแต่ละอาชีพจะมีรายได้ต่างกัน เพราะฉะนั้นผู้ที่มีรายได้สูงจะมีกำลังในการซื้อสูง (19)

สำหรับผู้ซื้อดอกไม้จากร้านและแผงลอยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมีอายุระหว่าง 20 ถึง 25 ปี และกำลังศึกษา เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่คล้ายกันกับผลการศึกษาดูธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับเมืองหาดใหญ่และสงขลา (8) ชนิดดอกไม้ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นกุหลาบ รองลงมาคือกล้วยไม้และเบญจมาศ สามารถอธิบายได้ว่า ไม้ตัดดอกชนิดต่าง ๆ เหล่านี้เป็นที่นิยมของประชาชน จากข้อมูลไม้ตัดดอกในตลาดโลก ดอกไม้ที่มีการซื้อขายกันมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ คาร์เนชั่น กุหลาบ และเบญจมาศ (1) ในขณะที่ประเทศไทยเองส่งออกไม้ตัดดอกที่สำคัญและทำรายได้ให้แก่ประเทศปีละไม่น้อย ดอกไม้ชนิดนั้นได้แก่ กล้วยไม้ กล่าวคือมีผลผลิตเป็นอันดับหนึ่งหรือ Product Champion ในกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ (1,2,5) ส่วนใหญ่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อได้แก่ สถานที่ตั้งของร้าน รองลงมาคือราคาเหมาะสม และความมีอัธยาศัยไมตรีของผู้จำหน่าย และชนิดของดอกไม้ที่หลากหลายให้เลือก การวิเคราะห์ผู้ซื้อดอกไม้ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันจะมีความถี่ในการซื้อที่ต่างกันด้วย อาจจะเป็นไปได้ว่าวัยและอาชีพกับความจำเป็นในการใช้ประโยชน์ของดอกไม้ในโอกาสต่างๆ ไม่เหมือนกัน และรายได้มีผลทำให้กำลังซื้อของแต่ละคนแตกต่างกันด้วย (19)

การวิจัยนี้สรุปได้ว่าธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ โครงสร้าง และศักยภาพของธุรกิจภายในจังหวัด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีศักยภาพในระดับปานกลาง ในกลุ่มผู้ซื้อที่มีสภาพการซื้อแตกต่างกัน ($p \leq 0.05$) มีผลมาจากความแตกต่างเกี่ยวกับเพศ วัย อาชีพ และรายได้เป็นสำคัญ เพราะฉะนั้นหากจะส่งเสริม ธุรกิจประเภทนี้ให้เติบโตมากขึ้น ควรได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ และศึกษากลุ่มผู้ซื้อกับความต้องการใช้ประโยชน์ไม้ดอกไม้ประดับ ในผู้ซื้อแต่ละกลุ่มต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร. เวคิน นพินิตย์ ที่ให้การวิพากษ์และตรวจแก้พิมพ์ต้นฉบับ งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

เอกสารอ้างอิง

1. โอฬาร พิทักษ์: ไม้ดอกไม้ประดับปี 2002 มุมมองจากกลุ่มงานไม้ดอกไม้ประดับ กรมส่งเสริมการเกษตร. ว.เคทหารเกษตร 26 (1):71-72, 2545.
2.ศูนย์สารสนเทศ: การส่งออกและนำเข้าสินค้าพืชสวนไทย. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร. หน้า 17, 2545.
3. Richard, G. Thomas and James A. chatfield:Ornamental Plants Annual Reports and Reserch Reviews 2000. The Ohio State University, USA, Ohio. p. 8, 2000.
4. Panmai.com [homepage on the Internet]. Bangkok: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. ; c1999-2005 (updated 2003 December 10; cited 2005 December 7). Available from : <http://www.panmai.com/Top Ten/Top Ten.html>.
5. วิไลวัลย์ แก้วตาทิพย์: เอกสารประกอบการสอนวิชาไม้ดอกไม้ประดับ. ภาควิชาเทคโนโลยีและการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ยะลา.161 หน้า, 2545.
6. Chivavithee.net [homepage on the Internet]. Bangkok: บริษัท กฟผ. จำกัด (มหาชน), Inc.; c 2002. Available from : <http://www.chivavithee.net/images/materiali/s1.pdf>
7. สายชล เกตุษา: เอกสารประกอบการสอนวิชาการผลิตและจัดการพืชสวนประดับ หน่วยที่ 10. มหาลัยธรรมมาธิราช, กรุงเทพมหานคร. 346 หน้า, 2544.
8. อ่ำพร วิริยโกศล: การศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับเมืองหาดใหญ่และสงขลา. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



- วิทยาเขตหาดใหญ่, สงขลา. 156 หน้า, 2541.
9. ณรงค์ เสียงประชา: กลุ่มธุรกิจพื้นฐานกับการพัฒนาชุมชน. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพมหานคร. 128 หน้า, 2543.
10. ฐาปนา ฉิ่งไพศาล: การเงินธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, กรุงเทพมหานคร. 287 หน้า, 2543.
11. วรนาถ แสงมณี: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. เท็กแอนด์เจอร์นัล พับลิเคชั่น, กรุงเทพมหานคร. 348 หน้า, 2544.
12. Beattie, D.J. and R.Berghage,: "Recycled Fiber Pot Additives to Lengthen Pot Life, Control Encircling Roots, and Reduce Landfill 1998. HRI Research Grant Winners 31(10):53, 1998.
13. Maipradab.com [homepage on the Internet]. Bangkok: ศูนย์ไม้ดอกไม้ประดับออนไลน์, Inc.; c 2002. Available from : <http://www.maipradab.com/saramaipradab/pot.htm>
14. doae.go.th [homepage on the Internet]. Bangkok: ข้อมูลสถิติภาคใต้, Inc.; c 2001. Available from : <http://www.doae.go.th/stat/stats.htm>
15. พรพรม พรหมเทศ: ธุรกิจเบื้องต้น. สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด, กรุงเทพมหานคร. 363 หน้า, 2546.
16. สุขุม สมประสงค์: การบริหารธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. แชนโพร์ พรินติ้ง, กรุงเทพมหานคร. 133 หน้า, 2541.
17. อนงค์ จันท์ศรีกุล: โรคและศัตรูไม้ดอกไม้ประดับ. พิมพ์ครั้งที่ . ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพมหานคร. 163 หน้า, 2541.
18. อุทัยวรรณ วิอสุทธากุล: เคล็ดลับดูแลสวน. พิมพ์ครั้งที่ 1. ริดเดอร์ ไเดเจสท์ (ประเทศไทย), กรุงเทพมหานคร. 144 หน้า, 2547.
19. bcm.arip.co.th [homepage on the Internet]. Bangkok: Bissiness Thai, Inc.; c 2002. Available from: http://bcm.arip.co.th/content.php?data=404525_Event