

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ปี 2546

Study on Orchids Demanding in Phrae Province : Year 2004



T096348

โดย

นางสาวสุกฤตา สีมอก

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

พ.ศ. 2547

ร.พ.

๙๖๓๔๘

8547

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....

รับ เดือนปี.....

- 3 JUN 2004

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาเทคนิคเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

การศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ปี 2546

Study on Orchids Demanding in Phrae Province : Year 2004

โดย

นางสาวสุกฤตา สีหมอก

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลักสูตร

วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)

เมื่อวันที่...๒๗...เดือน...พค...พ.ศ....๒๕๔๖

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

..... ๒๗/พค./๒๕๔๖
(ผศ.ศุภสมบุรณ์ อิงรัตน์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

..... ๒๗/พค./๒๕๔๖
(อาจารย์ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมารัตน์)

หัวหน้าภาควิชา

..... ๒๗/พค./๒๕๔๖
(อาจารย์สุชมาภรณ์ ชันศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ปี 2546

โดย : นางสาวสุกฤตา สีหมอก

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :.....

(ผศ. ศุภสมบุรณ์ อิงรัตนกร)

..... 27 / ๓๓ / ๒๕๔๖

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ โดยทำการศึกษาด้านสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภคกล้วยไม้ ความต้องการบริโภคกล้วยไม้ และความคิดเห็นพร้อมข้อเสนอแนะของผู้บริโภคกล้วยไม้ จำนวน 200 คน ผลของการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ผู้บริโภคส่วนมากเป็นแม่บ้าน มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท/เดือน และพักอาศัยอยู่ในบ้านที่มีบริเวณและสวน สาเหตุที่ชอบบริโภคกล้วยไม้ เพราะมีความสวยงาม กล้วยไม้ที่ซื้อจะเป็นต้นพันธุ์ที่มีช่อดอก ระดับราคาที่ซื้ออยู่ในช่วง 100 – 200 บาท โดยซื้อปีละ 1 – 3 ครั้ง สวนกล้วยไม้ตัดดอกกระดบราคาที่นิยมซื้ออยู่ในช่วงน้อยกว่า 100 บาท โดยซื้อปีละ 1 – 3 ครั้ง พันธุ์กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจคือ แคทลียา ส่วนสีของกล้วยไม้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อ และกล้วยไม้สีม่วงเป็นที่ที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุด สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อกล้วยไม้มากที่สุดคือ กาดน้ำทอง สาเหตุที่นิยมซื้อจากสถานะนั้นเพราะสะดวกในการซื้อ ผู้บริโภคมักนำกล้วยไม้ที่ซื้อไปเพาะเลี้ยงเองที่บ้าน โดยนิยมนำไปจัดแต่งบ้าน ส่วนที่นำไปมอบให้ผู้อื่นนั้น นิยมนำไปเป็นของขวัญและแสดงความยินดี ส่วนด้านการจัดสถานที่นิยมนำกล้วยไม้ไปจัดงานเลี้ยง

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตปรับปรุงมากที่สุดคือ ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น หลากหลายขึ้น ส่วนด้านที่ต้องการให้ผู้จำหน่ายปรับปรุงคือ ปรับปรุงด้านราคาจำหน่าย ส่วนความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เห็นว่า ควรเพิ่มสายพันธุ์กล้วยไม้ให้หลากหลายขึ้น

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากการสนับสนุนและความช่วยเหลือจากบุคคลหลาย ๆ ท่านด้วยกัน โดยเฉพาะ ผศ. ศุภสมบุรณ์ อึ้งรัตนากร ซึ่งเป็นประธานกรรมการปัญหาพิเศษและอาจารย์ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมาธิวัฒน์ กรรมการปัญหาพิเศษ โดยให้คำแนะนำต่างๆ ที่ใช้ในการแก้ไขปรับปรุง ขอขอบคุณอาจารย์ที่กรุณาขอ (แล้วรออีก)

ขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยส่งข่าวเวลาอาจารย์ต้องการเจอตัว และขอบคุณทุกคนที่คอยกังวลกลัวว่าจะจบไม่ทันเพื่อน

ขอบคุณกอล์ฟที่ให้ยืมคอมฯ เล่นเกมออนไลน์เวลาเครียด

ท้ายที่สุดขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจ และที่ขาดไม่ได้ คือน้องสาวที่น่ารักที่ช่วยเกณฑ์เพื่อนๆ ไปช่วยกันเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณทุกคนจากใจจริง

สุกฤตา สีหมอก

พฤษภาคม 2547

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
คำนิยม	(ข)
สารบัญตาราง	(ค)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	4
คำจำกัดความและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับความต้องการ	4
คำจำกัดความของการบริโภค	6
กล้วยไม้สกุลต่างๆ และปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพดอกกล้วยไม้	7
สถานการณ์กล้วยไม้ในจังหวัดแพร่	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีวิจัย	17
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	17
ระยะเวลาที่ทำการวิจัย	18
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล	19
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภครกล้วยไม้	19
ตอนที่ 2 ความต้องการบริโภครกล้วยไม้	22
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภครกล้วยไม้	31
วิจารณ์ผล	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	35
สรุปผลการวิจัย	35
ข้อเสนอแนะ	36
เอกสารอ้างอิง	38
ภาคผนวก	40



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ราคาต้นพันธุ์กล้วยไม้ในจังหวัดแพร่	11
2. ระยะเวลาที่ทำการวิจัย	18
3. สถานภาพของผู้บริโภคกล้วยไม้	20
4. ความต้องการของผู้บริโภคด้านเหตุผลที่ซื้อ โทณสี ความสำคัญในการเลือกซื้อ และสถานที่ที่ซื้อ	23
5. ความต้องการของผู้บริโภคด้านพันธุ์กล้วยไม้ ราคาและควมถึที่ซื้อ	26
6. ความต้องการในการนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์	30
7. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ต้องการให้ปรับปรุง	32
8. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อพันธุ์กล้วยไม้ สี ขนาด และระดับราคาของกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ (Introduction)

ความสำคัญของปัญหา

กล้วยไม้ นับว่าเป็นไม้ตัดดอกเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของไทย เพราะสามารถนำรายได้เข้าประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท เป็นไม้ตัดดอกที่นิยมกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากดอกกล้วยไม้มีสีสันสวยงาม สีของดอกมีเกือบทุกสี มีทั้งดอกขนาดเล็กและดอกขนาดใหญ่ รูปร่างแปลกๆ แตกต่างกันไปตามลักษณะประจำพันธุ์ ทำให้ผู้ใช้มีโอกาสเลือกใช้ได้มาก และที่สำคัญกล้วยไม้เป็นไม้ตัดดอกที่มีอายุการใช้งานนาน ไม่เหี่ยวง่ายและให้ผลตอบแทนสูง ประกอบกับกล้วยไม้เป็นพืชที่ปลูกเลี้ยงได้ง่าย มีทั้งชนิดที่สามารถเติบโตได้ทั้งในดินจนถึงไม่ต้องมีเครื่องปลูกเลย (มลิวัลย์ พรหมรักษา, 2539:5)

ประเทศไทยสามารถส่งทั้งดอกและต้นกล้วยไม้ไปจำหน่ายต่างประเทศ และประเทศไทยยังได้รับการยกย่องให้เป็นแหล่งผลิตกล้วยไม้เมืองร้อนที่สำคัญที่สุดของโลกอีกด้วย ทำให้การผลิตกล้วยไม้ในประเทศไทยในปัจจุบันเป็นการผลิตเพื่อการค้ามากขึ้น ซึ่งพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ปัจจุบันนี้พื้นที่ปลูกกล้วยไม้มีแนวโน้มที่ย้ายออกจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดอื่นๆ มากขึ้น (มาลินี อนุพันธุ์สกุล, 2537:6) และจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีความสำคัญในการปลูกกล้วยไม้ รองจากกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง กล้วยไม้ที่ปลูกในแหล่งนี้ จะไม่ส่งออกไปต่างประเทศโดยตรง เนื่องจากปริมาณผลผลิตยังมีน้อยอยู่ เมื่อเทียบกับผลผลิตกล้วยไม้ในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง (กลุ่มเกษตรสัญจร, 2545:30)

ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคนั้นมีความสอดคล้องต่อการผลิต เพราะเมื่อผู้บริโภคต้องการสินค้าอย่างใดมาก ก็จะเป็นเหตุจูงใจให้ผู้ผลิตสนใจลงทุนขยายการผลิตเพิ่มขึ้น (จวี แวนอินทร์และคณะ, 2535 : 42) ดังนั้นการที่จะขยายพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ไปยังจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในพื้นที่นั้น ๆ เสียก่อน ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้นั้น สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต นอกจากนี้ยังทำให้ทราบความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอีกด้วย

อำเภอเมือง จังหวัดแพร่เป็นสถานที่หนึ่งที่เหมาะแก่การศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการคมนาคมสะดวก และมีการใช้กล้วยไม้อย่างหลากหลาย ดอกกล้วยไม้ นำมาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดดอกไม้ ทำพวงหรีดดอกไม้สด ถวายพระ ส่วนที่เป็นต้นพันธุ์ก็มีการนำไปจัดกระเช้า อีกทั้ง จังหวัดแพร่ยังอยู่ใกล้จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นแหล่งที่ผลิตกล้วยไม้ที่สำคัญรองจาก กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง

ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้อาจจะเป็นประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น เป็นแนวทาง ในการตัดสินใจว่าควรที่จะเพิ่มปริมาณการผลิตกล้วยไม้หรือไม่ การผลิตนั้นควรที่จะผลิตกล้วยไม้ พันธุ์ไหนออกสู่ตลาด เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภคกล้วยไม้
2. เพื่อศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง

จังหวัดแพร่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภคกล้วยไม้
2. ทำให้ทราบถึงความต้องการในการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
3. ทำให้ทราบความคิดเห็นหรือมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมการผลิตให้ขยายตัวมากขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

ในการทำการศึกษานี้ได้ทำการกำหนดขอบเขตในการศึกษาดังนี้คือ จะทำการเก็บ ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ความต้องการบริโภคกล้วยไม้ และความคิดเห็นหรือมุมมอง ของผู้บริโภคกล้วยไม้ โดยจะเน้นศึกษาถึงความต้องการบริโภคกล้วยไม้ ได้แก่ เหตุจูงใจในการ บริโภคกล้วยไม้ รูปแบบพันธุ์ ราคาราคา การใช้ประโยชน์จากกล้วยไม้ โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูลของผู้บริโภค ซึ่งจะทำการเก็บข้อมูลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ช่วง เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

กล้วยไม้ หมายถึง พืชใบเลี้ยงเดี่ยว อยู่ในวงศ์ Orchidaceae ทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นชนิดที่ปลูกเพื่อจำหน่ายเป็นต้นพันธุ์ หรือปลูกเพื่อจำหน่ายดอก

ความต้องการกล้วยไม้ หมายถึง ความอยากได้กล้วยไม้ ความต้องการใช้กล้วยไม้ของผู้บริโภคกล้วยไม้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

การบริโภคกล้วยไม้ หมายถึง การซื้อกล้วยไม้หรือการใช้กล้วยไม้ของผู้บริโภคกล้วยไม้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ผู้บริโภครกล้วยไม้ หมายถึง ผู้ที่ใช้กล้วยไม้หรือมีความต้องการที่จะซื้อกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ความต้องการบริโภคกล้วยไม้ หมายถึง ความอยากซื้อกล้วยไม้ ความต้องการซื้อกล้วยไม้ ทั้งดอกกล้วยไม้และต้นพันธุ์กล้วยไม้ ของผู้บริโภครกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร (Review of Related Literature)

ในการศึกษาเรื่องความต้องการบริโภคกล้วยไม้ กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. คำจำกัดความและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับความต้องการ
2. คำจำกัดความของการบริโภค
3. กล้วยไม้สกุลต่างๆ และปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพดอกกล้วยไม้
4. สถานการณ์กล้วยไม้ในจังหวัดแพร่
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. คำจำกัดความและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับความต้องการ

คำจำกัดความของความ ต้องการ

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2526 : 323) กล่าวถึง ความต้องการว่าหมายถึง ความอยากได้ ใครได้หรือประสงค์จะได้ และเมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดการขาดความสมดุลเนื่องมาจากมีสิ่งรบกวนมากระตุ้น มีแรงขับภายในเกิดขึ้น ทำให้ร่างกายไม่อาจอยู่หนึ่ง ต้องพยายามดิ้นรน และแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ เมื่อร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ร่างกายมนุษย์ก็กลับสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง และก็จะเกิดความต้องการใหม่ๆ เกิดขึ้นมาทดแทนจนเวียนอยู่ไม่มีที่สิ้นสุด

จรินทร์ เทศวานิช (2531 : 11) ความต้องการ หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้มาซึ่งบางสิ่งบางอย่างที่มีอยู่ไม่เพียงพอ มนุษย์มักจะมีความต้องการอย่างไม่จำกัด และความต้องการสิ่งหนึ่งมักจะก่อให้เกิดความต้องการสิ่งของใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายหลัง

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 14) ให้ความหมายของความ ต้องการไว้ว่า ความต้องการ คือ การขาดในบางสิ่งบางอย่างที่มีประโยชน์ที่จำเป็นต้องมี หรือที่ปรารถนาที่อยากได้ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามหรือกล่าวได้ว่า ความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

Loudon and Bitta (1988 : 14) ให้ความหมายความต้องการว่า หมายถึง สิ่งจำเป็นใดๆ สำหรับร่างกาย ทางกายภาพหรือจิตใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปเศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 (2546) ค้นได้จาก <http://www.sheetram.com/ec111.asp>
ความต้องการ หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้มาซึ่งสินค้าและบริการ

เศรษฐศาสตร์และธุรกิจเบื้องต้น (2546) ค้นได้จาก <http://www.bus.ubu.ac.th/mak.html>
ความต้องการ คือ สิ่งที่เราต้องการที่เวลาใดเวลาหนึ่ง อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพและประสบการณ์

จากคำจำกัดความข้างต้น ทำให้พอสรุปความหมายของความต้องการได้ว่า
ความต้องการ หมายถึง ความอยากได้ ความปรารถนาที่จะได้มาซึ่งบางสิ่งบางอย่าง
เมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าว ร่างกายจะพยายามแสวงหา เพื่อตอบสนองของความต้องการนั้น ๆ
ความต้องการสิ่งหนึ่งมักจะก่อให้เกิดความต้องการสิ่งของใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายหลัง
ดังนั้นความต้องการบริโภคกล้วยไม้ หมายถึง ความอยากได้กล้วยไม้ ความต้องการ
ใช้กล้วยไม้ ทั้งดอกกล้วยไม้และต้นพันธุ์กล้วยไม้

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการ

ฉวี แวนอินทร์และคณะ (2535 : 47) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการซื้อสินค้าของ
ผู้บริโภคว่าด้วยอรรถประโยชน์ ไว้ว่ามีทฤษฎีและกฎทางเศรษฐศาสตร์ ให้เลือกว่าควรบริโภค
อย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด พอใจที่สุด เป็นเครื่องตัดสินใจในการใช้รายได้อันมีอยู่จำกัด
ดังต่อไปนี้คือ

ทฤษฎีอรรถประโยชน์ที่เพิ่มเข้ามา (Marginal Utility) หรือกฎว่าด้วยความพอใจ (Law of
Satiety) มีว่าในการบริโภค "ความพอใจที่เกิดจากการบริโภคหน่วยหลังๆ ย่อมลดน้อยลงเรื่อยๆ"

กฎว่าด้วยการจัดลำดับในการบริโภค (Law of the Economic Order of Consumption)
มีว่ามนุษย์พยายามจะแบ่งสรรค้ำค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่างๆ ไปในทางที่ทำให้ได้บริโภคมากที่สุด
คือ จะจัดลำดับความจำเป็นก่อนหลัง จากจำเป็นมากที่สุดไปหาจำเป็นน้อยที่สุด ถ้ามีเงินเหลือก็
จะจัดลำดับต่อไปให้เกิดความพอใจมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

กฎว่าด้วยความพอใจที่จะได้บริโภคของหลายอย่าง (Law of Variety) มีว่า "ความพอใจ
เพิ่มขึ้นหากได้บริโภคของหลายอย่างแตกต่างกัน"

กฎว่าด้วยความพอใจจะบริโภคสิ่งที่ประกอบรวมกัน (Law of Harmony) มีว่า "มนุษย์จะ
พอใจมากขึ้นหากได้บริโภคของที่รวมผสมกันไว้แทนที่จะบริโภคของนั้นทีละอย่าง"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กฎของเอนเกล (Engle's Law) มีว่า "ถ้ารายได้ของครอบครัวหนึ่งเพิ่มขึ้นเขาจะจ่ายเป็นค่าอาหารลดลง จะจ่ายค่าเสื้อผ้า ค่าเช่า ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และแสงสว่างคงเดิม ส่วนค่าความต้องการทางวัฒนธรรม การศึกษา ค่าหมอและค่ารักษาพยาบาล ค่าพักผ่อนหย่อนใจจะเพิ่มขึ้น"

กฎของเซย์ (Say's Law) มีว่า "สินค้าที่มีผู้เสนอขายทั้งหมดจะมีผู้ต้องการซื้อสินค้านั้นทั้งหมด" กล่าวคือความต้องการของคนไม่มีที่สิ้นสุด สินค้าที่ผลิตขึ้นมามากเท่าใดก็ยังคงเป็นที่ต้องการอีกมาก เพราะสินค้าอย่างหนึ่งผลิตขึ้นมาเพื่อแลกเปลี่ยนกับอีกสินค้าหนึ่ง โดยมีเงินเป็นสื่อกลางของการแลกเปลี่ยน สินค้าทั้งหมดที่ผลิตขึ้นมา ก็เพราะมีผู้ต้องการบริโภค ถ้าไม่มีผู้ต้องการบริโภค ผู้ผลิตก็จะไม่ผลิตอีกต่อไป

อรรถประโยชน์ (Utility) คือ ความสามารถที่จะสนองความต้องการของมนุษย์ได้ หรือความพอใจที่บุคคลได้รับจากการบริโภคสินค้า อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าและบริการนั้นๆ ในการบำบัดความต้องการแต่ละคน

2. คำจำกัดความของการบริโภค

กุลวดี สายศรีหยุด (2532 : 6) ให้ความหมายการบริโภคไว้ว่า การบริโภค หมายถึง การนำสินค้าและบริการมาใช้บำบัดความต้องการของตนเอง ของคนในครอบครัว เพื่อนฝูงญาติสนิทมิตรสหาย รวมถึงสัตว์เลี้ยงชนิดต่างๆ ด้วย

จรินทร์ เทศวานิช (2531 : 63) การบริโภค หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสิ่งของและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์โดยตรง

จวี แวนอินทร์และคณะ (2535 : 42) การบริโภค หมายถึง การใช้ เอาประโยชน์จากสิ่งของ สินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการและเพื่อผลิตสิ่งของ สินค้าอย่างอื่น

เดช กาญจนางกูร (2539 : 25) การบริโภค หมายถึง การนำเอาสินค้าและบริการมาบำบัดหรือมาสนองความต้องการ ซึ่งจะทำให้สินค้าและบริการนั้นๆ สูญสิ้นไปหรือเสื่อมค่าลงตามระยะเวลาของการบริโภค

จากบทความเรื่อง กิจกรรมทางเศรษฐกิจและกลไกราคา (2546) ค้นได้จาก <http://www.ent2u.com/knowledge/6SOCIAL/konkliraka.htm> มีผู้ให้ความหมายของการบริโภคไว้ว่า การบริโภค คือ การใช้สินค้าและบริการสนองความต้องการ สินค้าที่ใช้ในการบริโภคมีทั้งสินค้าคงทน เช่น เสื้อผ้า นาฬิกา รถยนต์ และสินค้าไม่คงทน เช่น อาหาร น้ำมันเชื้อเพลิง

จากบทความเรื่อง ความรู้เบื้องต้นทางเศรษฐศาสตร์ (2546) ค้นได้จาก <http://mcu.rip.ac.th/mcu/mcu22/16/pem01.html> มีผู้ให้ความหมายของการบริโภคไว้ว่า

การบริโภค หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์

จากบทความการบริโภค (2546) ค้นจาก <http://www.school.net.th/library/createweb/10000/sociology10000-5602.html> มีผู้ให้ความหมายการบริโภคไว้ว่า การบริโภค หมายถึง การกินหรือการใช้สินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์โดยตรง เช่น การรับประทานอาหาร การใช้บริการช่างตัดผม บริการของแพทย์ การใช้บริการรถประจำทาง เป็นต้น

จากคำจำกัดความข้างต้น ทำให้พอสรุปการบริโภคได้ว่า

การบริโภค หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสิ่งของ สินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์

3. กล้วยไม้สกุลต่างๆ และปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพดอกกล้วยไม้

กล้วยไม้สกุลต่างๆ

จากการศึกษาของกลุ่มเกษตรสัญจร (2545 : 18) ได้แยกกล้วยไม้ออกเป็นสกุลต่างๆ ดังนี้ คือ

สกุลหวาย

เป็นกล้วยไม้ที่สกุลใหญ่ที่สุดที่พบในประเทศไทย พบในป่าธรรมชาติมากกว่า 130 ชนิด ปัจจุบันมีบทบาทต่อวงการกล้วยไม้มากกว่ากล้วยไม้สกุลอื่นๆ เนื่องจากเป็นสกุลของไม้ตัดดอกที่ในปัจจุบันมีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

สกุลแคทลียาและสกุลใกล้เคียง

กล้วยไม้ในกลุ่มแคทลียาไม่พบในป่าของทวีปเอเชีย แต่สามารถปลูกเลี้ยงในประเทศไทย ให้เจริญงอกงามได้ดีพอสมควร ส่วนการออกดอก ในท้องถิ่นที่มีฤดูกาลเด่นชัดแคทลียาจะให้ดอกมากกว่าท้องถิ่นที่ฤดูกาลไม่เด่นชัด ด้วยเหตุนี้การปลูกเลี้ยงแคทลียาในภาคเหนือและภาคอีสานจึงให้ดอกดีกว่าภาคกลาง และภาคกลางก็ให้ดอกดีกว่าภาคใต้

สกุลออนซีเดียม

เป็นกล้วยไม้นำเข้ามาจากต่างประเทศและที่ปลูกเลี้ยงกันอย่างแพร่หลายเพื่อตัดดอก คือ โกลเดียนา มีชื่อเป็นภาษาไทยหลายชื่อ เช่น นางระบำ ตึกตาเด่นรำ ทั้งนี้เพราะดอกมีลักษณะคล้ายผู้หญิงนุ่งกระโปรงบาน

สกุลชิมบีเดียม

ชิมบีเดียมต้องการสภาพดินฟ้าอากาศที่แตกต่างกัน บางชนิดต้องการอากาศร้อน บางชนิดต้องการอากาศค่อนข้างเย็น บางชนิดต้องการอากาศเย็นจัด ปัจจุบันได้มีการผสมพันธุ์ชิมบีเดียม ผลិតลูกผสมเพื่อปลูกเป็นกล้วยไม้ตัดดอกกันมาก ในอนาคตอาจเป็นกล้วยไม้ตัดดอกที่สำคัญของไทย ที่นิยมปลูกตัดดอกเป็นพวกขึ้นอยู่กับดินไม่ใช่พวกเกาะตามต้นไม้

สกุลแวนด้า

สกุลแวนด้ามีการเจริญเติบโตไปทางยอด (ไม่แตกกอ) มีการจำแนกประเภทของแวนด้าโดยอาศัยรูปร่างลักษณะของใบเป็น 4 แบบ ดังนี้

แวนด้าใบกลม มีใบกลมยาวทรงกระบอก มีดอกช่อละหลายดอก แต่ดอกจะบานติดต้นอยู่คราวละ 2-3 ดอกเท่านั้น เมื่อดอกข้างบนบานเพิ่มขึ้น ดอกข้างล่างจะโรยไล่เสียกันไปเรื่อยๆ ฉะนั้นการปลูกใช้ดอกจึงนิยมปลิดดอกมากกว่าตัดดอกทั้งช่อ

แวนด้าใบแบน มีใบแผ่แบนออก ข้อถี่ ปล้องสั้น จะเห็นใบซ้อนชิดกัน ปลายใบมักจะโค้งลง และปลายใบมีจักเป็นแฉก

แวนด้าก้างปลา มีรูปทรงของใบและลำต้น กิ่ง ใบกลมและใบแบน ที่พบตามป่าธรรมชาติน้อยมาก เพราะกล้วยไม้พวกนี้เป็นหมัน

แวนด้าป่าใบร่อง มีรูปทรงของใบและลำต้นคล้ายใบแบนมากกว่าใบกลม ไม่พบในป่าธรรมชาติ เป็นลูกผสมโดยมนุษย์ นำแวนด้าก้างปลามาผสมกับแวนด้าใบแบน

สกุลเข็ม

เป็นกล้วยไม้ประเภทแวนด้าที่มีดอกขนาดเล็ก แต่มักมีสีที่สวยงามสะดุดตา ช่อดอกช่อหนึ่งๆ มีดอกหลายดอกและดอกติดอยู่โดยรอบเป็นรูปทรงกระบอก

สกุลช้าง

เป็นกล้วยไม้ประเภทแวนด้า ช่อดอกตั้งโค้งหรือห้อย ออกดอกแน่นช่อ กล้วยไม้สกุลนี้ที่พบในไทย เช่น ไอยเรศ ช้างกระ เขาแกะ และช้างแดง เป็นต้น จะออกดอกเพียงปีละ 1 ครั้ง แต่จะออกดอกพร้อมกันครั้งละหลายๆ ช่อ ยิ่งต้นโตแข็งแรงก็จะยิ่งให้ดอกมากช่อยิ่งขึ้น

สกุลม้าวิ่ง

เป็นกล้วยไม้ที่ขึ้นอยู่ตามพื้นดินหรือแองหิน ช่อดอกตั้ง ก้านส่งช่อยาวประมาณ 1-2 ฟุต ดอกมีสีแดงอมม่วง โดยมีตั้งแต่สีซีดๆ ไปจนถึงสีเข้ม การบานของดอกจะบานทยอยกันขึ้นไป คือ ก้านช่อยืดยาวออกไปเรื่อยๆ ดอกบนบานไป ดอกล่างก็ค่อยๆ โรยไป แต่มีดอกติดช่อมาก

สกุลเสื่อโคร่ง

รูปทรงของต้นและใบคล้ายคลึงกับกล้วยไม้สกุลแมลงปอและรีแนนเธอร่า ต้นอาจพาดอยู่กับต้นไม้ กิ่งไม้หรือห้อยย้อยลง ใบแคบ ช่อดอกสั้น บางชนิดออกดอกเพียงช่อละ 2 ดอก ส่วนชนิดที่มีดอกช่อละหลายดอกนั้นดอกจะเบียดชิดกัน ขนาดของดอกมีทั้งพวกดอกเล็กๆ และดอกใหญ่พอควร

สกุลอะแคมเป

ดอกมีลักษณะคล้ายคลึงกับเสื่อโคร่ง ช่อดอกตั้งและมักมีแขนงช่อสั้น ๆ 1 - 2 แขนง ดอกเบียดชิดกันอยู่ปลายช่อ เวลาดอกบานเต็มทีมองดูคล้ายกับดอกเพ็ญแย้ม

สกุลรองเท้านารี

เป็นกล้วยไม้ประเภทแตกกอ หน่อใหม่จะแตกจากตาที่โคนเก่า ดอกมีรูปร่างคล้ายรองเท้านารี และมีสีสันผิวดอกแตกต่างกัน ดอกมักออกที่ยอด มีทั้งชนิดที่ออกเป็นดอกเดี่ยวๆ และออกเป็นช่อกลีบดอก กล้วยไม้สกุลนี้เหมาะกับการปลูกประดับกระถางมากกว่าการตัดดอกมาใช้งาน

ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพดอกกล้วยไม้

จากบทความเรื่องเทคโนโลยีการผลิตกล้วยไม้ค้นได้จาก <http://www.cpflower.com/mcontents/marticle.php?Headtitle=mcontents&id=45553&Ntype=0> กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพดอกกล้วยไม้มีดังนี้คือ

1. การดูแลรักษาในแปลงปลูก

1.1 ระยะเวลาปลูก ถ้าปลูกในระยะชิดมาก อาจจะทำให้จำนวนดอกลดลงและมีปัญหาในการควบคุมโรคและแมลง ถ้าหากปลูกห่างกันมาก ความแข็งแรงของก้านดอกและขนาดดอกเพิ่มขึ้นอย่างมากแต่จำนวนดอกไม้ที่ได้จะลดลง

1.2 แสง ความเข้มของแสงมีผลกระทบต่อความแข็งแรงของต้นกล้วยไม้ ถ้าความเข้มของแสงต่ำจะลดการเจริญเติบโตของตาดอก ทำให้จำนวนดอกไม้ที่ผลิตได้ลดลง และดอกมีคุณภาพไม่ดี เพราะแสงมีผลกระทบต่อสารสังเคราะห์แสงและการสะสมคาร์โบไฮเดรต โดยอาหารที่สะสมมีความสัมพันธ์โดยตรงกับอายุการใช้งานของดอกกล้วยไม้

1.3 การให้น้ำและปุ๋ย ถ้าไม่สมดุลระหว่างการดูน้ำและการคายน้ำเกิดขึ้นนานๆ จะลดปริมาณและคุณภาพลง คุณภาพของน้ำมีผลกระทบโดยตรงต่อการเจริญเติบโตและคุณภาพของกล้วยไม้ ปุ๋ยและอาหารเสริมต่างๆ ที่ให้กับกล้วยไม้ขณะอยู่ในแปลง มีผลกระทบอย่างมาก

ต่อการเจริญเติบโตและคุณภาพของกล้วยไม้ การใช้ธาตุอาหารที่ไม่สมดุลสามารถลดอายุการใช้งานของกล้วยไม้ได้ การให้น้ำในโตรเจนและอาหารเสริมต่างๆ มากเกินไปโดยเฉพาะกล้วยไม้สกุลหวายจะทำให้รอบน้ำเหี่ยวง่าย และช่อดอกอ่อนโค้งงอ ทำให้มีอายุการใช้งานสั้นลง

1.4 โรคและแมลง โรค - แมลงนอกจากทำความเสียหายแก่ต้นกล้วยไม้แล้ว ยังมีผลทำให้อายุการเก็บรักษาและอายุการใช้งานของกล้วยไม้ลดลงอีกด้วย

2. การเก็บเกี่ยว

2.1 อายุการตัด ถ้าตัดดอกตามเกินไป อาจจะทำให้ดอกกล้วยไม้บาน หรือบานแล้วมีขนาดเล็ก ถ้าตัดช้าเกินไปหรือบานมาก จะทำให้มีอายุการใช้งานสั้นลง โดยการตัดดอกไม้ เช่น สกุลแคทลียาตัดดอกเมื่อกลีบดอกแยกตัวออกได้ 3 - 5 วัน กล้วยไม้สกุลหวายตัดดอกเมื่อดอกย่อยบานได้ 5 - 7 ดอก ซึ่งขึ้นอยู่กับเกรดหรือความยาวของช่อดอก ถ้าช่อดอกยาวมีจำนวนดอกบานมาก และถ้าช่อดอกสั้นมีจำนวนดอกบานน้อย กล้วยไม้สกุลฟาแลนนอปซิส ตัดดอกเมื่อดอกบานเต็มที่ ดอกกล้วยไม้สกุลอนซิเดียม ตัดดอกเมื่อดอกย่อยบานเกือบหมด ไม่ควรเก็บเกี่ยวหลังจากที่เพิ่งให้น้ำ 1 - 2 วัน โดยเฉพาะปุ๋ยไนโตรเจน เนื่องจากดอกจะเหี่ยวเร็วและช้ำง่าย อันเนื่องมาจากเซลล์รอบน้ำจึงควรเว้นระยะไว้ซัก 3 - 4 วัน ก่อนที่จะตัดดอก

2.2 วิธีตัด การตัดดอกไม้ควรใช้มีดหรือกรรไกรที่คมมาก และสะอาดเพื่อป้องกันก้านดอกบริเวณที่ตัดไม่ให้ช้ำจะช่วยให้ดอกไม้ดูดี สำหรับกล้วยไม้ซึ่งเป็นพืชยืนต้น หลังจากตัดดอกแล้ว ต้นยังคงเจริญเติบโตและให้ดอกต่อไป จึงต้องมีการระวังเป็นพิเศษเกี่ยวกับการติดเชื้อโดยเฉพาะเชื้อไวรัส ดังนั้นหลังจากตัดแต่ละครั้งจึงควรจุ่มมีดหรือกรรไกรในแอลกอฮอล์เข้มข้น 95% แล้วลนไฟจนแอลกอฮอล์ระเหยหมด เพื่อป้องกันเชื้อไวรัสแพร่กระจายจากต้นหนึ่งไปอีกต้นหนึ่ง แต่การฆ่าเชื้อเครื่องมือทุกครั้งหลังตัดเป็นการไม่สะดวก ผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ส่วนใหญ่มักหักโคนก้านช่อดอกช่อดอกด้วยมือมากกว่า ซึ่งทำได้สะดวกแต่จะเกิดรอยชำบริเวณเหนือรอยที่หัก ทำให้ดอกกล้วยไม้ดูน้ำได้น้อยลง ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงวิธีการตัดให้ถูกต้องเพื่อให้ดอกกล้วยไม้มีคุณภาพดีขึ้น

2.3 เวลาตัด ส่วนใหญ่การตัดดอกไม้ที่มีใบติดมาด้วย เช่น กุหลาบ เบญจมาศ ดาวเรือง มักตัดในตอนเช้าหรือเย็นเพื่อลดการคายน้ำ และการหายใจอันเนื่องมาจากอากาศที่ร้อนอบอ้าวโดยเฉพาะในฤดูร้อน สำหรับดอกกล้วยไม้ไม่มีใบติดมาด้วย จึงสามารถตัดได้ทุกเวลาแล้วแต่สะดวก แต่ก็ควรให้ดอกที่ตัดได้รับความชื้นที่สูงและอุณหภูมิที่ต่ำ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สายพันธุ์ของกล้วยไม้	ราคาโดยประมาณ (บาท)
หวายแคระ	160
สามปอยนก	80
สามปอยหลวง	100
เอื้องเงิน	130
หมวดพราหมณ์	180
ช้างเผือก	700
ช้างแดง	1,000
ช้างกระ	200
เขากวาง	150
เอื้องมอนไซ	160
กระเรกระร้อน	150
ช้างน้ำ	150
สามปอย	150
แววมยุรา	160
แซะหอม	120
มัจฉานุ	150
แปรงสีฟัน	150
คำกิว	130
แก้วกิว	150
เดฟกระดุม	80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนพื้นที่ที่ทำการเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ นั้น คุณวรรณภา อยู่นาน จะทำการจ้างเกษตรกร 2 รายให้เป็นผู้ปลูกเลี้ยง พื้นที่ที่ทำการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้นั้นมีพื้นที่ 4 ไร่ และ 5 ไร่ ขยายพันธุ์โดยการแยกกอเนื่องจากพื้นที่บริเวณที่ร้านของคุณวรรณภาตั้งอยู่ มีน้ำไม่เพียงพอต่อการปลูกเลี้ยงเอง การปลูกเลี้ยงของร้านคุณวรรณภาจะเป็นการปลูกเลี้ยงแบบอนุรักษ์ เนื่องจากกล้วยไม้ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้ป่า กล้วยไม้สายพันธุ์ไหนที่มีเพียงต้นเดียวก็จะไม่ขาย จึงทำให้บางสายพันธุ์มีราคาแพง

ส่วนกล้วยไม้ตัดดอกนั้นไม่มีปลูกเลี้ยงในจังหวัดแพร่ แต่จะรับมาจากจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรถขนส่งมาส่ง สัปดาห์ละ 2 ครั้ง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดำรงศักดิ์ ล่อชุนี (2546) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกล้วยไม้ ณ ตลาดธนบุรีจังหวัดกรุงเทพมหานคร ปี 2545 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท สาเหตุที่ชอบบริโภคกล้วยไม้ เพราะมีความสวยงาม และผู้บริโภคนิยมซื้อกล้วยไม้ ตลาดธนบุรีมากที่สุด ส่วนสาเหตุที่นิยมซื้อจากสถานที่นั้น เพราะมีจำนวนและสายพันธุ์ให้เลือกมาก และสะดวกในการซื้อ ผู้บริโภคส่วนมากจะซื้อกล้วยไม้ตลอดทั้งปีโดยไม่คำนึงถึงช่วงเวลา ระดับราคาของผู้บริโภคนิยมซื้อคือ 100 – 200 บาท พันธุ์กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจคือ กล้วยไม้ป่า ส่วนสีของกล้วยไม้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อ และกล้วยไม้สีผสมเป็นสีที่ผู้บริโภคให้ความนิยมมากที่สุด ผู้บริโภคมักนำกล้วยไม้ที่ซื้อไปเพาะเลี้ยงเองที่บ้าน

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตปรับปรุงมากที่สุดคือ ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น/หลากหลายขึ้น ส่วนด้านที่ต้องการให้ผู้จำหน่ายปรับปรุงคือ ปรับปรุงด้านราคาจำหน่าย และหากกล้วยไม้ปรับราคาสูงขึ้นร้อยละ 30 – 50 ผู้บริโภคจะซื้อกล้วยไม้น้อยลง สาเหตุที่ผู้บริโภคนิยมเดินทางมาซื้อกล้วยไม้จากตลาดธนบุรี เนื่องจากเห็นว่าการเดินทางสะดวก ส่วนความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ของตลาดธนบุรี ไม่ว่าจะเป็น ปริมาณร้านค้า ความเป็นระเบียบของร้านค้า ราคากล้วยไม้ (เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดอื่นๆ) คุณภาพของสินค้า ความสะอาดของตลาด และที่จอดรถ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดการที่ดี มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่าควรปรับปรุง ส่วนความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อกล้วยไม้ในตลาดธนบุรีอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีความพึงพอใจ และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่คิดว่ามีจุดบกพร่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิไลวัลย์ แก้วตาพิพย์ (2544) ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ผลการวิจัยพบว่าธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ส่วนใหญ่มีพื้นที่ 2 - 3 ไร่ เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ระหว่าง 10,001 - 500,000 บาท ผู้ประกอบการครึ่งหนึ่งมีสถานที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ไม้ดอกไม้ประดับที่ขายส่วนใหญ่เป็นไม้ดอกกระถาง ไม้ใบประดับกระถาง พันธุ์ไม้ที่ขายส่วนใหญ่ขยายพันธุ์เอง ลักษณะการปลูกเพื่อจำหน่าย ส่วนใหญ่ปลูกในภาชนะปลูก และเจ้าของกิจการมีความคิดเห็นว่าทำเลที่ตั้งมีผลต่อกิจการในระดับปานกลาง ภาวะการแข่งขันในขนาดก็อยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่ผู้ประกอบการมักจะพบได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต และปัญหาด้านการจำหน่าย

ในส่วนของผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับจากสวนไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ส่วนใหญ่จะเป็นสตรี อายุระหว่าง 20 - 25 ปี มีสถานภาพเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 8,000 บาท ประเภทของไม้ดอกไม้ประดับที่ซื้อได้แก่ ไม้ดอกกระถาง ไม้ตัดดอก ภายในหนึ่งเดือนจะซื้อต่ำกว่า 2 ครั้ง ลักษณะการซื้อจะเป็นการซื้อปลีก การจ่ายเงินในการซื้อต่อเดือนประมาณ 101 - 200 บาท และการซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการปลูก ส่วนใหญ่มักจะซื้อจากสถานที่ขายไม้ดอกไม้ประดับ วัสดุอุปกรณ์ที่ซื้อบ่อยได้แก่ กระถาง ปุ๋ย และวัสดุปลูก ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้ซื้อซื้อบ่อยได้แก่ กล้วยไม้และกุหลาบ ผู้ซื้อให้ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญคือ ควรมีพันธุ์ที่หลากหลาย ควรจัดเรียงต้นไม้ในร้านให้เป็นระเบียบ แยกประเภทต้นไม้เป็นกลุ่มๆ และอยากให้มีราคาถูกกว่าเดิม

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร (2547) ค้นจาก <http://www.oae.go.th/newindex.php?word=&textfield> รายงานว่า สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรคาดว่าผลผลิตดอกกล้วยไม้ปี 2547 มีประมาณ 44,080 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 833 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.93 เนื่องจากกล้วยไม้ของไทยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและนอกประเทศ รวมทั้งกล้วยไม้เป็นพืชที่มีอนาคต และมีตลาดรองรับที่แน่นอน จะเห็นได้จากราคาส่งออกดอกกล้วยไม้สดที่สูงขึ้นในแต่ละปี

แต่กล้วยไม้เป็นพืชที่มีการขยายตัวด้านเนื้อที่เพาะปลูกไม่มากนัก เนื่องจากกล้วยไม้เป็นพืชที่เกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงต้องใช้ความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญเป็นพิเศษในการดูแล ซึ่งแตกต่างจากพืชไร่และไม้ดอกเศรษฐกิจอื่น ๆ รวมทั้งราคาที่เกษตรกรขายได้ มีแนวโน้มลดลง ในขณะที่ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นจากการที่ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นตัวแปรสำคัญที่จำกัดการขยายการผลิตกล้วยไม้ ทำให้ไม่สามารถขยายการผลิตได้เป็นปริมาณมาก ๆ ได้

อย่างไรก็ตามปี 2547 ภาครัฐและเอกชนยังได้มีการคิดค้นพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีด้านการผลิตและเก็บเกี่ยวกล้วยไม้ที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้มีการค้นคว้าหาพันธุ์ใหม่ ๆ ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด ส่งผลให้ได้กล้วยไม้ที่มีคุณภาพผลผลิตดีขึ้น และผลผลิตต่อไร่สูงขึ้นตามลำดับ

องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2526) จากสรุปการสัมมนาอุตสาหกรรมกล้วยไม้ในประเทศไทย 28 - 29 มิถุนายน 2526 ทำให้ทราบถึงลักษณะและชนิดของดอกกล้วยไม้ที่ตลาดต้องการ ดังนี้

1. สีที่ตลาดต้องการ ผลการศึกษาพบว่าผู้ค้าปลีกต้องการสีชมพู รองลงมาคือ สีแดง สีม่วงแดง สีขาว และสีเหลืองตามลำดับ

2. ความทนทานของดอก โดยทั่วไปความทนทานของดอกกล้วยไม้ยังเก็บได้นานวัน ผู้ซื้อยิ่งชอบมากขึ้น โดยเฉพาะความทนทานของดอกกล้วยไม้ที่ผู้ค้าปลีกประเภทต่างๆ ต้องการคือ 5 - 6 วัน สำหรับร้านดอกไม้ทั่วไป ผู้ค้าตามแผงลอย และผู้จัดดอกไม้ในวัดต้องการดอกกล้วยไม้ที่มีความทนทาน 3 - 5 วัน ผู้ค้าปลีกในตลาดสดและโรงแรมต้องการความทนทาน 7 วัน

3. ชนิดของดอกกล้วยไม้ที่ตลาดต้องการมาก ได้แก่ หวายสีขาวกลีบกว้างและกลีบแคบ หวายสีชมพูกลีบแคบและกลีบกว้าง หวายสีขาวกลีบแดงปากแคบ หวายปอมปาดัวร์ แวนด้าใบร่องแมลงปอสีแดงและดอกลาย และออนซีเดียม ความต้องการและความนิยมของกล้วยไม้แต่ละชนิดเหล่านี้ จะแตกต่างกันตามลักษณะต่างๆ ของดอกกล้วยไม้ อาทิเช่น สีสวย ทรงช่อดอกดี พอร์มดอกดี และบานทน

ประเภทสินค้าที่จัดทำด้วยดอกกล้วยไม้และการนำไปใช้ในงานต่างๆ

1. ประเภทสินค้าที่จัดทำด้วยดอกกล้วยไม้ ดอกกล้วยไม้สามารถนำไปประดิษฐ์เป็นสินค้าได้หลายประเภท คือ จัดเป็นกระเช้าดอกไม้ จัดแจกัน ทำช่อดอกไม้ พวงหรีด ประดับหลังหีบศพ และบรรจุใส่กล่องจำหน่าย โดยทั่วไปร้านดอกไม้มักนำดอกกล้วยไม้ไปจัดเป็นกระเช้า แจกัน ช่อดอกไม้ และพวงหรีด สำหรับผู้ค้าในตลาดสดนำดอกกล้วยไม้ไปจัดเป็นช่อเพื่อจำหน่าย ผู้รับจัดดอกไม้ในวัดจะนำดอกกล้วยไม้ไปทำเป็นพวงหรีดและประดิษฐ์ไว้หลังหีบศพ ส่วนโรงแรมนำไปจัดไว้ในแจกันกระเช้าดอกไม้และช่อดอกไม้

2. การนำไปใช้งานของผู้ซื้อ ดอกกล้วยไม้ที่ถูกนำไปจัดทำเป็นสินค้าประเภทต่างๆ นั้น ผู้ซื้อจะนำไปใช้ในงานต่างกัน ดังนี้คือ ร้านดอกไม้ทั่วไปซึ่งจัดดอกไม้ไว้ในกระเช้าดอกไม้ แจกัน ช่อดอกไม้และพวงหรีด ผู้ซื้อจะซื้อไปให้ผู้อื่น ส่วนที่นำไปใช้เอง จุดประสงค์ในการใช้เพื่องานวันเกิด วันขึ้นบ้านใหม่ เปิดร้านใหม่ เยี่ยมคนป่วย ถวายพระ นำไปงานศพ และประดับบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ค้าในตลาดสดและผู้ค้าตามแผงลอย สีแยกและริมถนน จำหน่ายดอกกล้วยไม้ในรูปของ กระเช้าดอกไม้ จัดแจกันและช่อดอกไม้ โดยทั่วไปผู้ซื้อจะซื้อไปให้ผู้อื่น และที่นำไปใช้เองจุด ประสงค์เพื่อเปิดร้านใหม่ วันเกิด ขึ้นบ้านใหม่ ประดับสำนักงาน ถวายพระ และประดับบ้าน จาก ที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่าผู้ซื้อดอกกล้วยไม้ส่วนมากมักนำไปให้ผู้อื่น ส่วนที่ซื้อไปใช้เองมีน้อย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 วิธีการวิจัย (Reserch Methodologies)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร คือ กลุ่มของผู้บริโภคที่มีความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

กลุ่มตัวอย่าง

คือ ตัวอย่างของผู้บริโภคที่มีความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ โดยการสุ่มตัวอย่างจะเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จะทำการสุ่มทั้งหมด 4 จุด คือ กาดน้ำทอง บ้านสองแคว ตลาดบ้านทุ่งและตลาดชมพู่มิ่ง โดยสุ่มตัวอย่างจุดละ 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 200 คน

เครื่องมือและวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามในการสอบถามผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคกล้วยไม้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลสถานภาพทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคกล้วยไม้ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการบริโภคกล้วยไม้ ได้แก่ เหตุผลในการซื้อกล้วยไม้ สายพันธุ์กล้วยไม้ที่ต้องการซื้อ ระดับราคาที่ใช้เลือกซื้อ สีของกล้วยไม้ที่เลือกซื้อ ปริมาณการซื้อกล้วยไม้ต่อครั้ง การใช้ประโยชน์จากกล้วยไม้

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อกล้วยไม้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ คือ การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้บริโภคที่ต้องการซื้อกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ คือ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และจากการศึกษาวิจัยที่มีผู้ทำการศึกษามาแล้ว

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ มาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ คือ ร้อยละ และทำการวิเคราะห์โดยคำนวณค่าทางสถิติ ดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{x \times 100}{N}$$

กำหนดให้ X = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามหรือจำนวนคำตอบที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดหรือจำนวนคำตอบทั้งหมด

แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาอธิบายเชิงพรรณนา

ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาค้นคว้า สร้างเครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคกล้วยไม้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ โดยเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2546 ถึงเดือนพฤษภาคม 2547 รวมเวลา 10 เดือน

ตารางที่ 2 ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

ลำดับที่	การดำเนินงาน	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
1.	ศึกษา เขียนโครงร่าง	-----									
2.	สร้างเครื่องมือ		-----								
3.	ทดสอบเครื่องมือ			-----							
4.	เก็บรวบรวมข้อมูล				-----						
5.	วิเคราะห์ข้อมูล					-----					
6.	สรุปผล						-----				
7.	จัดพิมพ์รูปเล่ม							-----			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับควรใช้วงวนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Findings and Result)

การศึกษาค้นคว้าความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ นำเสนอการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคกล้วยไม้ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค จำนวน 200 คน

สถานภาพของผู้บริโภคกล้วยไม้

จากการสำรวจผู้บริโภคจำนวน 200 คน เป็นเพศชายร้อยละ 43.5 และเพศหญิงร้อยละ 56.5 ด้านอายุพบว่าผู้บริโภคมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ อายุ 10 - 20 ปี และ 31 - 40 ปี ร้อยละ 21.0 เท่ากันและมีเพียงร้อยละ 3.0 เท่านั้นที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ด้านการศึกษาพบว่ามีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 28.0 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 23.0 และระดับปริญญาตรี มีเพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น ด้านรายได้จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา มีรายได้ในช่วง 20,001 – 25,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และรายได้ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท/เดือน และ 15,001 – 20,000 บาท/เดือน มีเพียงร้อยละ 8.0 เท่ากัน ด้านอาชีพพบว่ามีผู้บริโภคที่รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 18.5 มีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้นที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนในด้านที่พักอาศัยพบว่าเป็นบ้านที่มีบริเวณและสวน ร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ห้องเช่า, อาคารพาณิชย์ และอพาร์ทเมนท์ คิดเป็นร้อยละ 9.5 เท่ากันและมีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้นที่อาศัยอยู่ที่วัดดังตารางที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 สถานภาพของผู้บริโภคกล้วยไม้

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	87	43.5
หญิง	113	56.5
2. อายุ		
10 - 20 ปี	42	21.0
21 - 30 ปี	58	29.0
31 - 40 ปี	42	21.0
41 - 50 ปี	38	19.0
51 - 60 ปี	14	7.0
60 ปีขึ้นไป	6	3.0
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	32	16.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	9.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	56	28.0
อนุปริญญา/ปวส.	46	23.0
ปริญญาตรี	45	22.5
สูงกว่าปริญญาตรี	3	1.5
4. รายได้		
น้อยกว่า 5,000 บาท	62	31.0
5,001 – 10,000 บาท	27	13.5
10,001 – 15,000 บาท	16	8.0
15,001 – 20,000 บาท	16	8.0
20,001 – 25,000 บาท	47	23.5
มากกว่า 25,000 บาท	19	9.5
ไม่มีรายได้	13	6.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 (ต่อ)

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	37	18.5
รับราชการ	50	25.0
รัฐวิสาหกิจ	29	14.5
พนักงานบริษัทเอกชน	18	9.0
รับจ้างทั่วไป	3	1.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	0.5
อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	62	31.0
6. ที่พักอาศัย		
ห้องเช่า	19	9.5
อาคารพาณิชย์	19	9.5
อพาร์ทเมนต์	19	9.5
บ้านแบบทาวน์เฮ้าส์	15	7.5
บ้านที่มีบริเวณและสวน	127	63.5
อื่นๆ เช่น วัด	1	0.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง**

ตอนที่ 2 ความต้องการบริโภคกล้วยไม้ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค จำนวน 200 คน ทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคกล้วยไม้ในด้านเหตุผลที่ซื้อ โทนสี ความสำคัญในการเลือกซื้อ สถานที่ที่ซื้อ ความต้องการด้านพันธุ์กล้วยไม้ ระดับราคาและความถี่ และความต้องการด้านการนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์

ความต้องการของผู้บริโภคกล้วยไม้ในด้านเหตุผลที่ซื้อ โทนสี ความสำคัญในการเลือกซื้อ และสถานที่ที่ซื้อ

1. เหตุผลที่เลือกซื้อกล้วยไม้

สาเหตุที่ผู้บริโภคนิยมซื้อกล้วยไม้เนื่องจากมีความสวยงามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมาเห็นว่ากล้วยไม้มีความคงทน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และน้อยที่สุดที่ตอบว่ากล้วยไม้ราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 2.4 ดังตารางที่ 4

2. สีของกล้วยไม้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ

สีของกล้วยไม้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดคือ สีม่วง คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาคือ สีขาว คิดเป็นร้อยละ 21.4 และที่สนใจน้อยที่สุดคือ สีผสม (หลายสีในดอกเดียว) ร้อยละ 16.1 ดังตารางที่ 4

3. สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อกล้วยไม้

สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อกล้วยไม้ก็คือ สีสันของดอก ร้อยละ 43.7 อันดับถัดมาคือ พันธุ์ของกล้วยไม้ ร้อยละ 29.2 และมีเพียงร้อยละ 3.7 เท่านั้น ที่ให้ความสำคัญกับบรรพบุรุษ ดังตารางที่ 4

4. สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกล้วยไม้เป็นประจำ

สถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกล้วยไม้เป็นประจำมากที่สุดคือ กาดน้ำทอง คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ บ้านสองแคว คิดเป็นร้อยละ 28.3 และซื้อจากที่อื่นๆ น้อยที่สุด โดยตอบว่าอาจซื้อจากตลาดนัด คิดเป็นร้อยละ 0.9 ดังตารางที่ 4

5. สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกล้วยไม้จากสถานที่ดังกล่าว

เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อกล้วยไม้จากสถานที่ต่างๆ ที่ได้เลือกในข้อที่ 10 มากที่สุดคือ สะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 48.4 อันดับรองลงมาคือ ซื้ออยู่เป็นประจำ ร้อยละ 19.7 และน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.4 ที่ซื้อจากเหตุผลอื่นๆ เช่น เดินทางผ่านสถานที่นั้นๆ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความต้องการของผู้บริโภคด้านเหตุผลที่ซื้อ โทณสี ความสำคัญในการเลือกซื้อ และสถานที่ที่ซื้อ

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
1. สาเหตุที่ทำให้ชอบซื้อกล้วยไม้* (n=209)		
มีความสวยงาม	144	68.9
มีความหลากหลายให้เลือก	23	11.0
มีความคงทน	37	17.7
ราคาถูก	5	2.4
2. สีของกล้วยไม้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ* (n=318)		
สีโทนแดง	56	17.6
สีโทนขาว	68	21.4
สีโทนเหลือง	64	20.1
สีผสม (มีหลายสีในดอกเดียว)	51	16.1
สีโทนม่วง	79	24.8
3. สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อกล้วยไม้* (n=325)		
พันธุ์กล้วยไม้	95	29.2
สีของดอก	142	43.7
บรรจุภัณฑ์	12	3.7
ราคา	76	23.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 (ต่อ)

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
4. สถานที่ที่ผู้บริโภคลือกซื้อกล้วยไม้เป็นประจำ* (n=230)		
กาดน้ำทอง	84	36.5
ตลาดบ้านทุ่ง	53	23.0
บ้านสองแคว	65	28.3
ตลาดชมพูมิ่ง	26	11.3
อื่นๆ เช่น ตลาดนัด	2	0.9
5. สาเหตุที่ผู้บริโภคลือกซื้อกล้วยไม้จากสถานที่ดังกล่าว* (n=244)		
สะดวกในการซื้อ	118	48.4
ซื้อได้ในราคาถูก	41	16.8
ซื้ออยู่เป็นประจำ	48	19.7
มีจำนวนและพันธุ์ให้เลือกมาก	36	14.7
อื่นๆ เช่น เดินทางผ่านสถานที่นั้นๆ	1	0.4

หมายเหตุ เครื่องหมาย * หมายถึง ในแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความต้องการของผู้บริโภคด้านพันธุ์กล้วยไม้ ราคาและความถี่ที่ซื้อ

1. กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ

กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมากที่สุดคือ ต้นพันธุ์ที่มีช่อดอก คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือกล้วยไม้ตัดดอก คิดเป็นร้อยละ 34.5 และกล้วยไม้ที่ผู้บริโภคซื้อน้อยสุดคือซื้อทั้งต้นพันธุ์กล้วยไม้และกล้วยไม้ตัดดอก คิดเป็นร้อยละ 9.0 ดังตารางที่ 5

2. ระดับราคากล้วยไม้ตัดดอกที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ผู้บริโภคนิยมซื้อกล้วยไม้ตัดดอกในระดับราคา น้อยกว่า 100 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาคือระดับราคา 100 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 และมีเพียงร้อยละ 3.4 เท่านั้นที่ผู้บริโภคนิยมซื้อน้อยสุดคือระดับราคา มากกว่า 300 บาท ดังตารางที่ 5

3. ความถี่ในการซื้อกล้วยไม้ตัดดอก

ความถี่ในการซื้อกล้วยไม้ตัดดอกของผู้บริโภคอันดับหนึ่งคือ ซื้อปีละ 1 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.0 อันดับรองลงมาคือ ปีละ 4 - 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.0 และน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 13.8 ที่ซื้อปีละ 7 - 9 ครั้ง ดังตารางที่ 5

4. ระดับราคาต้นพันธุ์กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ผู้บริโภคนิยมซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้ในระดับราคา 100 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 18.8 คือระดับราคา น้อยกว่า 100 บาท และ ระดับราคา 200 - 300 บาท ดังตารางที่ 5

5. ความถี่ในการซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้

ความถี่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้อันดับหนึ่งคือ ปีละ 1 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ปีละ 4 - 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.4 และมีเพียงร้อยละ 2.0 เท่านั้นที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ มากกว่า 9 ครั้งต่อปี ดังตารางที่ 5

6. ระดับราคาต้นพันธุ์กล้วยไม้ (มีช่อดอก) ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ

ต้นพันธุ์ที่มีช่อดอกที่ผู้บริโภคนิยมซื้อคือระดับราคา 100 – 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ ระดับราคา น้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.1 และมีเพียงร้อยละ 4.8 ที่ซื้อมากกว่า 300 บาทขึ้นไป ดังตารางที่ 5

7. ความถี่ในการซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้ (มีช่อดอก)

ความถี่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อต้นพันธุ์ที่มีช่อดอกอันดับหนึ่งคือ ปีละ 1 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ปีละ 4 – 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.3 และมีเพียงร้อยละ 1.2 ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ มากกว่า 9 ครั้งต่อปี ดังตารางที่ 5

8. พันธุ์กล้วยไม้ที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค

พันธุ์กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นพิเศษได้แก่ แคทลียา คิดเป็นร้อยละ 24.1 รองลงมาคือพันธุ์รองเท้านารี ร้อยละ 22.7 และน้อยที่สุดร้อยละ 0.3 ที่สนใจพันธุ์อื่นๆ เช่น ช้าง ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความต้องการของผู้บริโภคด้านพันธุ์กล้วยไม้ ราคาและความถี่ที่ซื้อ

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
1. กล้วยไม้ที่ผู้บริโภคนิยมต้องการซื้อ		
กล้วยไม้ตัดดอก	69	34.5
ต้นพันธุ์กล้วยไม้	30	15.0
ต้นพันธุ์ที่มีช่อดอก	83	41.5
ซื้อทั้งต้นพันธุ์กล้วยไม้และกล้วยไม้ตัดดอก	18	9.0
2. ระดับราคากล้วยไม้ตัดดอกที่ผู้บริโภคนิยมต้องการซื้อ (n=87)**		
น้อยกว่า 100 บาท	72	82.8
100 – 200 บาท	7	8.0
200 – 300 บาท	5	5.8
มากกว่า 300 บาทขึ้นไป	3	3.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
3. ความถี่ในการซื้อกล้วยไม้ตัดดอก (n=87)**		
ปีละ 1 – 3 ครั้ง	40	46.0
ปีละ 4 – 6 ครั้ง	20	23.0
ปีละ 7 – 9 ครั้ง	12	13.8
มากกว่า 9 ครั้งต่อปี	15	17.2
4. ระดับราคาต้นพันธุ์กล้วยไม้ที่ผู้บริโภครต้องการซื้อ (n=48)**		
น้อยกว่า 100 บาท	9	18.8
100 – 200 บาท	30	62.4
200 – 300 บาท	9	18.8
มากกว่า 300 บาทขึ้นไป	-	-
5. ความถี่ในการซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้ (n=48)**		
ปีละ 1 – 3 ครั้ง	27	56.3
ปีละ 4 – 6 ครั้ง	17	35.4
ปีละ 7 – 9 ครั้ง	3	6.3
มากกว่า 9 ครั้งต่อปี	1	2.0
6. ระดับราคาต้นพันธุ์กล้วยไม้ (มีช่อดอก) ที่ผู้บริโภครต้องการซื้อ (n=83)		
น้อยกว่า 100 บาท	25	30.1
100 – 200 บาท	38	45.8
200 – 300 บาท	16	19.3
มากกว่า 300 บาทขึ้นไป	4	4.8
7. ความถี่ในการซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้ (มีช่อดอก) (n=83)		
ปีละ 1 – 3 ครั้ง	56	67.5
ปีละ 4 – 6 ครั้ง	21	25.3
ปีละ 7 – 9 ครั้ง	5	6.0
มากกว่า 9 ครั้งต่อปี	1	1.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่เอารูปถ่ายไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 (ต่อ)

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
8. พันธุ์กล้วยไม้ที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค* (n=295)		
แคทลียา	71	24.1
กล้วยไม้สกุลหวาย	65	22.0
รองเท้านารี	67	22.7
แวนด้า	36	12.2
กล้วยไม้ป่า	55	18.7
อื่นๆ เช่น ช้าง	1	0.3

หมายเหตุ เครื่องหมาย * หมายถึง ในแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 เครื่องหมาย ** หมายถึง จำนวนรวมระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อกล้วยไม้ตัดดอกและซื้อทั้ง
 ต้นพันธุ์กล้วยไม้และกล้วยไม้ตัดดอก หรือจำนวนรวมระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้และซื้อ
 ทั้งต้นพันธุ์กล้วยไม้และกล้วยไม้ตัดดอก

ความต้องการด้านการนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์

1. การนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์

ผู้บริโภคนำกล้วยไม้ไปนั้น มักจะนำไปเพาะเลี้ยงเองที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 47.7 และนำไปบูชาพระ ร้อยละ 23.0 และร้อยละ 0.4 เท่านั้นที่นำไปจำหน่ายต่อ ดังตารางที่ 6

2. การนำกล้วยไม้ไปจัดแต่งบ้านของผู้บริโภค

ผู้บริโภคมักนำกล้วยไม้ที่ซื้อไปจัดแต่งบ้านพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 60.7 และร้อยละ 39.3 จะนำไปจัดแต่งสวน ดังตารางที่ 6

3. การนำกล้วยไม้ไปมอบให้ผู้อื่นของผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะซื้อกล้วยไม้เพื่อนำไปเป็นของขวัญและนำไปแสดงความยินดี ร้อยละ 42.9 เท่ากันและร้อยละ 14.2 จะนำกล้วยไม้ไปเยี่ยมผู้ป่วย ดังตารางที่ 6

4. การนำกล้วยไม้ไปจัดสถานที่ของผู้บริโภค

ผู้บริโภคนิยมซื้อกล้วยไม้เพื่อนำไปจัดงานเลี้ยง ร้อยละ 75.7 รองลงมาคือ นำไปจัดงานศพ ร้อยละ 15.2 และร้อยละ 9.1 ที่ตอบว่าอื่นๆ เช่น นำไปตกแต่งร้าน ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความต้องการในการนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์

จำนวน (คน)	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
1. การนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์* (n=235)		
นำไปเพาะเลี้ยงที่บ้าน	112	47.7
นำไปมอบให้ผู้อื่น	35	14.9
นำไปจัดสถานที่	33	14.0
นำไปบูชาพระ	54	23.0
นำไปจำหน่ายต่อ	1	0.4
2. การนำกล้วยไม้ไปจัดแต่งบ้านของผู้บริโภค (n=112)		
นำไปจัดแต่งสวน	44	39.3
นำไปจัดแต่งบ้านพักอาศัย	68	60.7
3. การนำกล้วยไม้ไปมอบให้ผู้อื่นของผู้บริโภค (n=35)		
นำไปเยี่ยมผู้ป่วย	5	14.2
นำไปแสดงความยินดี	15	42.9
นำไปเป็นของฝาก	15	42.9
4. การนำกล้วยไม้ไปจัดสถานที่ของผู้บริโภค (n=33)		
นำไปจัดงานเลี้ยง	25	75.7
นำไปจัดงานศพ	5	15.2
อื่นๆ เช่น นำไปจัดตกแต่งร้าน	3	9.1

หมายเหตุ เครื่องหมาย * หมายถึง ในแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคกล้วยไม้ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค จำนวน 200 คน มีดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตปรับปรุง

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกร หรือผู้ผลิตปรับปรุงก็คือ อยากให้ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น หลากหลายขึ้น ร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ เพิ่มปริมาณการเพาะพันธุ์ให้มากขึ้น ร้อยละ 39.0 และ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ร้อยละ 13.8 ดังตารางที่ 7

2. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้ผู้จัดจำหน่ายปรับปรุง

ด้านที่ผู้บริโภคต้องการให้ผู้จัดจำหน่ายปรับปรุงคือ ปรับปรุงด้านราคา ร้อยละ 41.0 ปรับปรุงด้านการให้บริการ ร้อยละ 34.2 และปรับปรุงสถานที่ ร้อยละ 24.8 ดังตารางที่ 7

3. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อพันธุ์กล้วยไม้ สี ขนาด และระดับราคาของกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ผู้ที่ตอบว่าเหมาะสม 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5

และผู้ที่ตอบว่าไม่เหมาะสม 167 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5

ผู้ที่ตอบว่าไม่เหมาะสมคิดว่ากล้วยไม้ไม่มีความหลากหลายทางสายพันธุ์ คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคิดว่าพันธุ์กล้วยไม้ยังมีราคาแพงอยู่ คิดเป็นร้อยละ 21.43 มีเพียงร้อยละ 0.48 ที่คิดว่าควรปรับปรุงราคาให้มีมาตรฐาน และสินค้าควรมีตลาดเฉพาะไม่อยู่กระจ่ายกัน ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ต้องการให้ปรับปรุง

จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตปรับปรุง* (n=254)		
ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น/หลากหลายขึ้น	120	47.2
เพิ่มปริมาณการเพาะพันธุ์ให้มากขึ้น	99	39.0
ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์	35	13.8
2. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้ผู้จัดจำหน่ายปรับปรุง* (n=222)		
ปรับปรุงราคา	91	41.0
ปรับปรุงการให้บริการ	76	34.2
ปรับปรุงสถานที่จำหน่าย	55	24.8

หมายเหตุ เครื่องหมาย * หมายถึง ในแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อพันธุ์กล้วยไม้ สี ขนาด และระดับราคาของกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ความคิดเห็น	จำนวน (คน) (N=200)	ร้อยละ
พันธุ์กล้วยไม้ไม่หลากหลาย	98	46.67
พันธุ์หายากไม่ค่อยมี	2	0.95
ราคาแพง	45	21.43
ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์	7	3.33
สถานที่จำหน่ายมีน้อย	8	3.81
สินค้าอยู่กระจ่าย (อยากให้มียี่สิบลดกล้วยไม้)	1	0.48
ปรับปรุงสีสันของดอก	26	12.38
ควรมีการแนะนำสายพันธุ์ใหม่ๆ	15	7.14
ราคาไม่มาตรฐาน	1	0.48
ปรับปรุงสถานที่จำหน่าย	7	3.33

วิจารณ์ผล

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าคุณสมบัติของกล้วยไม้ อย่างเช่น สีของกล้วยไม้ พันธุ์ของกล้วยไม้ ระดับราคาของกล้วยไม้ ส่งผลต่อความสามารถที่จะสนองความต้องการ หรือความพอใจที่บุคคลได้รับจากการบริโภคสินค้า นอกจากนี้ถ้ารายได้ของบุคคลหนึ่งเพิ่มขึ้น เขาจะจ่ายเป็นค่าพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย ก็คือจะมีการบริโภคกล้วยไม้เพิ่มขึ้นเมื่อรายได้ของบุคคลสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ทฤษฎีความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคว่าด้วยอรรถประโยชน์ของฉวี เว่นอินทร์และคณะ (2535 : 47)

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ข้อเสนอแนะต่อกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ว่า ควรเพิ่มสายพันธุ์กล้วยไม้ให้หลากหลายขึ้น และอยากให้มียี่สิบลดต่ำกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิไลวัลย์ แก้วตาทิพย์ (2544) ที่ผู้ซื้อให้ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับ คือ ควรมีพันธุ์ที่หลากหลาย ควรจัดเรียงต้นไม้ในร้านให้เป็นระเบียบ และอยากให้มียี่สิบลดต่ำกว่าเดิม ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้ซื้อซื้อได้แก่ กล้วยไม้และกุ๊กก๊วย นอกจากนั้นจากการศึกษายังพบว่า ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น/หลากหลายขึ้น ส่วนด้านที่ต้องการให้ผู้จำหน่ายปรับปรุงคือ ปรับปรุงด้านราคาจำหน่าย ส่วนสาเหตุที่ผู้บริโภคชอบบริโภคกล้วยไม้ เพราะมีความสวยงาม และสีของดอกกล้วยไม้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดใน การเลือกซื้อ ซึ่งสัมพันธ์กับผลการวิจัยของ ดำรงค์ศักดิ์ ส่อซุ่นนี้ (2546) ในด้านการนำดอกกล้วยไม้ ไปใช้ประโยชน์ของผู้ซื้อ นิยมนำไปมอบให้ผู้อื่น ส่วนที่ใช้เองนิยมนำไปถวายพระ เยี่ยมคนป่วย นำไปงานศพ ประดับบ้าน งานวันเกิด และขึ้นบ้านใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาขององค์การ อาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2526)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Conclusions and Recommendations)

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ปี 2546 ครั้งนี้ ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภค อันเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสใช้ข้อมูลดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไป

ตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์และศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือผู้ที่บริโภคกล้วยไม้จำนวน 200 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบบังเอิญ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานั้น ส่วนมากมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 28.0 ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านร้อยละ 31.0 และมีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ส่วนมากจะพักอาศัยในบ้านที่มีบริเวณและสวน ร้อยละ 63.5

ความต้องการบริโภคกล้วยไม้

ผู้บริโภคชอบซื้อกล้วยไม้เพราะมีความสวยงามร้อยละ 68.9 และกล้วยไม้ที่ซื้อส่วนมากจะเป็นต้นพันธุ์ที่มีช่อดอก ร้อยละ 41.5 ระดับราคากล้วยไม้ตัดดอกที่ผู้บริโภคนิยมซื้อคือ น้อยกว่า 100 บาท ร้อยละ 46.0 โดยซื้อกล้วยไม้ตัดดอก ปีละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 46.0 ส่วนระดับราคาต้นพันธุ์ที่ผู้บริโภคนิยมซื้ออยู่ในช่วง 100 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.4 โดยซื้อปีละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 56.3 ส่วนต้นพันธุ์ที่มีช่อดอกนิยมซื้อในช่วง 100 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.8 โดยซื้อปีละ 1-3 ครั้ง ร้อยละ 67.5 ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสนใจกับกล้วยไม้พันธุ์แคทลียา ร้อยละ 24.1 ส่วนสีของกล้วยไม้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อ ร้อยละ 43.7 และสีม่วงเป็นสีที่ผู้บริโภคให้ความนิยมมากที่สุด ร้อยละ 24.8 สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นประจำคือ กาดน้ำทอง ร้อยละ 36.5 สาเหตุที่นิยมซื้อจากสถานที่นั้น เพราะสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 48.4 ผู้บริโภคมักนำกล้วยไม้ที่ซื้อไปเพาะเลี้ยงเองที่บ้าน ร้อยละ 47.7 โดยนำไปจัดตกแต่งบ้านพักอาศัย ร้อยละ 60.7 ส่วนที่นำไปมอบให้ผู้อื่นจะให้โอกาสแสดงความยินดีและนำไปเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 42.9 เท่ากัน ส่วนกล้วยไม้ที่นำไปจัดสถานที่นั้นส่วนใหญ่จะนำไปจัดงานเลี้ยง ร้อยละ 75.7

ความคิดเห็นของผู้บริโภค

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตปรับปรุงมากที่สุดคือ ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น/หลากหลายขึ้น ร้อยละ 47.2 ส่วนด้านที่ต้องการให้ผู้จัดจำหน่ายปรับปรุงคือ ปรับปรุงด้านราคาจำหน่าย ร้อยละ 41.0 ส่วนความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดแพร่ เห็นว่าควรเพิ่มสายพันธุ์กล้วยไม้ให้หลากหลายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท/เดือน ดังนั้นผู้ผลิตควรหาพันธุ์กล้วยไม้ที่มีราคาถูก เหมาะกับรายได้ของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้า
2. จากการศึกษาพบว่ากล้วยไม้ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีความหลากหลายทางสายพันธุ์น้อย ผู้ผลิตควรมีการผลิตและปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้อยู่ตลอด เพื่อสนองความต้องการสายพันธุ์ที่แปลกใหม่
3. ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้ไปเพาะเลี้ยงเองที่บ้าน และบางท่านอาจไม่มีความรู้ในการปลูกเลี้ยง ผู้จำหน่าย ควรให้คำแนะนำหรือความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ และควรมีการแนะนำสายพันธุ์ใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภค เพื่อขยายตลาดกล้วยไม้จากเดิมที่ผู้บริโภครู้จักแค่นี้ที่สายพันธุ์
4. จากการศึกษาและสัมภาษณ์เรื่องสายพันธุ์กล้วยไม้ จะเห็นว่าในจังหวัดแพร่มีสายพันธุ์กล้วยไม้ค่อนข้างหลากหลาย แต่จากการเก็บแบบสอบถามกับผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าสายพันธุ์กล้วยไม้ในจังหวัดแพร่ยังไม่หลากหลายพอ แสดงให้เห็นว่าตลาดกล้วยไม้ในบางจุดยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค หากมีการรวมกลุ่มกันของผู้จำหน่ายกล้วยไม้ เพื่อแนะนำกล้วยไม้สายพันธุ์แปลกใหม่แก่ผู้บริโภคเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และยังเป็น การขยายตลาดกล้วยไม้ในจุดที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จัก

ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ปัญหาที่ประสบคือผู้ตอบแบบสอบถามไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเท่าที่ควร เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมที่ไม่อำนวย อาทิเช่น อากาศร้อน ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยเข้าใจคำถามในแบบสอบถาม

ดังนั้นในการทำแบบสอบถามครั้งต่อไป ผู้ที่ทำการวิจัย ควรเลือกวัน เวลาที่เหมาะสม และแบบสอบถามควรกระชับ โดยเน้นประเด็นสำคัญ เพื่อง่ายต่อการเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- "การบริโภค" 2003. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.school.net.th/library/createweb/10000/sociology10000-5602.html>.
- "กิจกรรมทางเศรษฐกิจและกลไกราคา" 2003. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.ent2u.com/knowledge/6SOCAIL/konkikiraka.htm>.
- กลุ่มเกษตรสัญจร. 2545. กล้วยไม้. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฐานเกษตรกรรม.
- กุลวดี สายศรีหยุด. 2532. เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โครงการตำราคณะครู
ศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- "ความรู้เบื้องต้นทางเศรษฐศาสตร์" 2003. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://mcu.rip.ac.th/mcu/mcu22/16/pem01.html>.
- จรินทร์ เทศวานิช. 2531. หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- ฉวี แว่นอินทร์และคณะ. 2535. มนุษย์กับเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร.
- ดำรงศักดิ์ ล้อชุนนี้. 2546. พฤติกรรมการบริโภคกล้วยไม้ ณ ตลาดธนบุรีจังหวัด
กรุงเทพมหานคร ปี 2545. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรีสถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร.
- เดช กาญจนางกูร. 2539. จุลเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- "เทคโนโลยีการผลิตกล้วยไม้". 2003 [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.cpflower.com/mcontents/marticle.php?Headtitle=mcontents&id=45553&Ntype=0>.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2526. กรุงเทพมหานคร : อักษรเจริญทัศน์.
- มลิวัดย์ พรหมรักษา. 2539. กล้วยไม้ : ไม้ตัดดอกเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร.
- มาลินี อนุพันธ์สกุล. 2537. กล้วยไม้. กรุงเทพมหานคร : โครงการหนังสือเกษตรชุมชน.
- วรรณภา อยู่นาน. 2547. สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2547.
- วิไลวัลย์ แก้วดาทิพย์. 2544. การศึกษารูทกิจสวนไม้ดอกไม้ประดับในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดยะลา. โครงการวิจัยคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันราชภัฏยะลา. ยะลา
- ศุภร เสรีรัตน์. 2544. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : เอ อาร์ บีซิเนส เพรส.
- "เศรษฐศาสตร์และธุรกิจเบื้องต้น" 2003. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.bus.ubu.ac.th/mak.html>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์สารสนเทศเกษตร. 2004. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.oae.go.th/newindex.php?word=&textfield>.

“สรุปเศรษฐกิจศาสตร์จุลภาค 1”2003. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.sheetram.com/ec111.asp>.

องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติและมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2526. **สรุปการสัมมนา อุตสาหกรรมกล้วยไม้ในประเทศไทย 28 – 29 มิถุนายน 2526.**

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมชนสหกรณ์แห่งประเทศไทย จำกัด.

Loudon David and Bitta Albert J. Deller, *Consumer Behavior : Concepts and Applications*, 3rd . ed. (Newyork : Mcgraw – Hill, Inc., 1978) “การบริโภค”



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ปี 2546
คำชี้แจง กรุณาเติมเครื่องหมาย X ลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อเท็จจริงของตัวท่านมากที่สุด

แบบสอบถามตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ และสังคมของผู้บริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

1) เพศ

- ชาย หญิง

2) อายุ

- 10 – 20 ปี 21 – 30 ปี
 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี
 51 – 60 ปี มากกว่า 60 ปี

3) ระดับการศึกษา

- ประถม มัธยมศึกษา
 มัธยมปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่นๆ ระบุ.....

4) อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ
 รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 รับจ้างทั่วไป ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ ระบุ.....

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท
 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 25,000 บาท มากกว่า 25,000 บาท
 ไม่มีรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) ที่พักอาศัยของท่าน คือ

- | | |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ห้องเช่า (เจ้าของแบ่งให้เช่า) | <input type="checkbox"/> บ้านแบบอาคารพาณิชย์ (ตึกแถว) |
| <input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนท์ (ห้องเช่าแบบส่วนตัว) | <input type="checkbox"/> บ้านแบบทาวน์เฮ้าส์ (หน้าบ้านมีที่จอดรถ) |
| <input type="checkbox"/> บ้านที่มีบริเวณและสวน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการบริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

1) ท่านต้องการซื้อกล้วยไม้เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มีความสวยงาม | <input type="checkbox"/> มีความหลากหลายให้เลือก |
| <input type="checkbox"/> มีความคงทน | <input type="checkbox"/> ราคาถูก |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

2) กล้วยไม้ที่ท่านต้องการซื้อ

- | | |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กล้วยไม้ตัดดอก (ทำต่อข้อ 3,4) | <input type="checkbox"/> ต้นพันธุ์กล้วยไม้ (ทำต่อข้อ 5,6) |
| <input type="checkbox"/> ต้นพันธุ์ที่มีช่อดอก (ทำต่อข้อ 5,6) | <input type="checkbox"/> ซื้อทั้งต้นพันธุ์กล้วยไม้และกล้วยไม้ตัดดอก |

3) ระดับราคาของกล้วยไม้ตัดดอกที่ท่านซื้อ คือ

- | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 100 – 200 บาท |
| <input type="checkbox"/> 200 – 300 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 300 บาทขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

4) ท่านซื้อกล้วยไม้ตัดดอกบ่อยเพียงใด

- | | |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ปีละ 1 – 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> ปีละ 4 – 6 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> ปีละ 7 – 9 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 9 ครั้งต่อปี |

5) ระดับราคากล้วยไม้ต่อหนึ่งต้นที่ท่านซื้อ คือ

- | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 100 – 200 บาท |
| <input type="checkbox"/> 200 – 300 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 300 บาทขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

6) ท่านซื้อต้นพันธุ์กล้วยไม้บ่อยเพียงใด

- | | |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ปีละ 1 – 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> ปีละ 4 – 6 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> ปีละ 7 – 9 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 9 ครั้งต่อปี |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) ท่านมีความสนใจกล้วยไม้พันธุ์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> แคทลียา | <input type="checkbox"/> กล้วยไม้สกุลหวาย |
| <input type="checkbox"/> รองเท้านารี | <input type="checkbox"/> แวนด้า |
| <input type="checkbox"/> กล้วยไม้ป่า | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

8) กล้วยไม้สีใดที่ท่านให้ความสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สีโทนแดง | <input type="checkbox"/> สีโทนขาว |
| <input type="checkbox"/> สีโทนเหลือง | <input type="checkbox"/> สีส้ม (มีหลายสีในดอกเดียว) |
| <input type="checkbox"/> สีโทนม่วง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

9) สิ่งที่ท่านให้ความสำคัญในการเลือกซื้อกล้วยไม้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> พันธุ์กล้วยไม้ | <input type="checkbox"/> สีของดอก |
| <input type="checkbox"/> บรรจุภัณฑ์ | <input type="checkbox"/> ราคา |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

10) สถานที่ที่ท่านซื้อกล้วยไม้ คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กาดน้ำทอง | <input type="checkbox"/> ตลาดบ้านทุ่ง |
| <input type="checkbox"/> บ้านสองแคว | <input type="checkbox"/> ตลาดชมพูมิ่ง |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

11) เหตุใดท่านจึงเลือกซื้อกล้วยไม้จากสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> สะดวกในการซื้อ | <input type="checkbox"/> ซื้อได้ในราคาถูก |
| <input type="checkbox"/> ซื้ออยู่เป็นประจำ | <input type="checkbox"/> มีจำนวนและพันธุ์ให้เลือกมาก |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

12) ท่านต้องการนำกล้วยไม้ไปใช้ประโยชน์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> นำไปเพาะเลี้ยงที่บ้าน (ทำต่อข้อ 13) | <input type="checkbox"/> นำไปมอบให้ผู้อื่น (ทำต่อข้อ 14) |
| <input type="checkbox"/> นำไปจัดสถานที่ (ทำต่อข้อ 15) | <input type="checkbox"/> นำไปบูชาพระ |
| <input type="checkbox"/> นำไปจำหน่ายต่อ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13) ท่านนำกล้วยไม้ไปเพาะเลี้ยงที่บ้านแบบไหน

- นำไปจัดแต่งสวน นำไปจัดแต่งบ้านพักอาศัย
- อื่นๆ ระบุ.....

14) ท่านมอบกล้วยไม้ให้ผู้อื่นในกรณีใด

- นำไปเยี่ยมผู้ป่วย นำไปแสดงความยินดี
- นำไปเป็นของฝาก อื่นๆ ระบุ.....

15) ท่านนำกล้วยไม้ไปจัดสถานที่กรณีใด

- นำไปจัดงานเลี้ยง นำไปจัดงานศพ
- อื่นๆ ระบุ.....

แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

1) ท่านอยากให้เกษตรกร (ผู้ผลิต) ปรับปรุงสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น/หลากหลายขึ้น ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์
- เพิ่มปริมาณการเพาะพันธุ์ให้มากขึ้น อื่นๆ ระบุ.....

2) ท่านอยากให้ผู้จำหน่ายกล้วยไม้ปรับปรุงสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ปรับปรุงการให้บริการ ปรับปรุงราคา
- ปรับปรุงสถานที่ อื่นๆ ระบุ.....

3) ท่านคิดว่าพันธุ์กล้วยไม้ สี ขนาด และระดับราคาของกล้วยไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีความหลากหลายและเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้