



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

A Study of Buying Behavior of Potted Plants inside Community
in Bangkok

ของ

นางสาวนรสา วิรัชพันธุ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

เสาวรีย์ ตะโนทอง, 21/10/37

(อาจารย์เสาวรีย์ ตะโนทอง)

กรรมการปัญหาพิเศษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤษณา วัฒนศิริ, 21/10/37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษณา วัฒนศิริ)

หัวหน้าภาควิชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยา ลีทธิโชค, 21/10/37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตยา ลีทธิโชค)

ฉ.พ.

นบ ๒๒๔๗

๒๒๓๗



ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษานฤติกรรมการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
 A Study of Buying Behavior of Potted plants inside community
 in Bangkok



T098005

โดย

นางสาวนรสา วิรัชพันธ์

รฟพ.

ทอ ๒๒๔๗

๒๕๓๗

เสนอ

เลขหมู่.....
 เลขทะเบียน..... ๑๒๐๐๕
 วันเดือนปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๓๗

เนื่องจากมีไม้กระถางเป็นจำนวนมาก มูลเหตุจูงใจที่ผู้บริโภครื้อไม้กระถางเพราะมีความชอบเป็นการส่วนตัวและตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ชนิดของพันธุ์ไม้ คุณภาพไม้กระถาง ลักษณะและรูปทรง ความสวยงาม ความสะดวกในการดูแลรักษา ส่วนความคิดเห็นในด้านราคาของไม้กระถางในปัจจุบันผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว ด้านปริมาณก็มีเพียงพอกับความต้องการ หาซื้อได้ง่ายเพราะมีขายเป็นจำนวนมากซึ่งในอนาคตผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าจะซื้อไม้กระถางเพิ่มขึ้นอีกโดยไม่คิดจะซื้อไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริงในด้านการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่ายนั้นผู้บริโภคเห็นว่ามีความจำเป็นมาก

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาเรื่องนี้ ควรเน้นการปรับปรุงทางด้านการผลิต โดยมีการใช้วิทยาการแผนใหม่มาช่วยในการผลิตด้วย และทางด้านรัฐบาลควรให้การสนับสนุนงานวิจัยเพื่อปรับปรุงไม้กระถางอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนให้มีธุรกิจขยายพันธุ์พืชที่ได้มาตรฐานมากกว่าเดิม เพราะการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงเบื้องต้น จึงควรจะได้มีการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อไป

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำ และคำปรึกษาตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น จาก อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางผู้เขียน ของกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการเรียบเรียงปัญหาพิเศษและทำให้การ ศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน และเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่ให้การสนับสนุนและให้ กำลังใจมาโดยตลอด ณ โอกาสนี้ด้วย

นรสา วิรัชพันธุ์

21 ตุลาคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	8
บทที่ 2 สถานทั่วไปของไม้กระถาง	10
พันธุ์ที่ใช้เป็นไม้กระถาง	10
เครื่องปลูก	15
การดูแลรักษาไม้กระถาง	17
ลักษณะของการผลิตไม้กระถาง	20
แหล่งจำหน่ายไม้กระถาง	22
ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ	23
บทที่ 3 ผลการศึกษา	25
ตอนที่ 1 สถานทั่วไปของผู้บริโภค	25
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อไม้กระถาง	31
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง	42
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	53
สรุป	53
ข้อเสนอแนะ	54
เอกสารอ้างอิง	56
ภาคผนวก	57

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เพศ	27
2	อายุ	27
3	ระดับการศึกษาสูงสุด	28
4	สถานภาพ	28
5	ประเภทที่อยู่อาศัย	29
6	อาชีพ	30
7	ระดับรายได้	31
8	ประเภทของไม้กระถางที่ผู้บริโภครู้ชื่อมากที่สุด	32
9	รายชื่อไม้กระถางที่ซื้อจําแนกตามประเภทไม้ดอก	33
10	รายชื่อไม้กระถางที่ซื้อจําแนกตามประเภทไม้ใบ	34
11	รูปแบบไม้กระถางที่ซื้อ	35
12	การกำหนดพันธุ์ไม้กระถางเมื่อผู้บริโภครู้ชื่อ	36
13	ความถี่ในการซื้อไม้กระถาง	37
14	มูลค่าในการซื้อไม้กระถางแต่ละครั้ง	38
15	จำนวนไม้กระถางที่ซื้อแต่ละครั้ง	39
16	เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง	40
17	สถานที่ที่ซื้อไม้กระถาง	40
18	สาเหตุที่ซื้อไม้กระถางในสถานะนั้น	41
19	มูลเหตุจูงใจในการซื้อไม้กระถาง	43
20	ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง	43
21	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง	46
22	ความคิดเห็นที่มีต่อราคาไม้กระถางในปัจจุบัน	48
23	ความคิดเห็นที่มีต่อปริมาณไม้กระถางที่วางจำหน่าย	48
24	ความคิดเห็นที่มีต่อความสะดวกในการหาซื้อไม้กระถางที่ต้องการ	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	ความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อไม้กระถางในอนาคต	50
26	ความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริง	51
27	ความคิดเห็นที่มีต่อการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของ ผู้จำหน่าย	52

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ต้นไม้ที่มีความผูกพันกับชีวิตมนุษย์มานานแล้ว มนุษย์รู้จักที่จะนำเอาส่วนต่างๆ ของต้นไม้มาใช้ประโยชน์ในรูปของปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต นอกจากนั้นต้นไม้ยังเป็นสิ่งให้ความร่มรื่น ความสุขตาสุขใจ ความมีชีวิตชีวาผ่อนคลายอารมณ์ของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี ในปัจจุบันที่วิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนเริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามเศรษฐกิจที่กำลังพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้งและสภาพสังคมที่ผันแปรอยู่ทุกขณะ ทำให้ชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ห่างไกลจากธรรมชาติโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นชุมชนขนาดใหญ่ระดับมหานครมีประชากรอาศัยกันอยู่หนาแน่น และสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยอาคารสูงๆ จำนวนมากมายไม่ว่าจะเป็นอาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียม ที่อยู่อาศัย โรงแรมหรือห้างสรรพสินค้าส่งผลให้บรรยากาศรอบๆตัวกลายเป็นสิ่งปลูกสร้าง แทนที่จะเป็นแมกไม้ที่ให้ความสดชื่นแจ่มใสเหมือนแต่ก่อน

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้คนตระหนักถึงคุณค่าของต้นไม้และเริ่มที่จะนำต้นไม้เข้ามาปลูกไว้ภายในที่อยู่อาศัยกันมากขึ้นเพื่อไว้เป็น อาหารตา อาหารใจทำให้เกิดความสมดุลกันในทางธรรมชาติ ซึ่งความจริงข้อนี้จะเห็นได้จากตลาดขายต้นไม้ เช่นที่เทเวศน์ ย่านสินค้าพหลโยธิน และบริเวณตลาดนัดในสวนจตุจักรจะมีผู้คนนิยมเดินหาซื้อต้นไม้ที่ต้องการกันเป็นจำนวนมากแต่ในปัจจุบันนี้ที่ดินในเมืองมีราคาแพงมากขึ้นพื้นที่ที่มีอยู่เกือบทุกตารางนิ้วถูกปรับแต่งให้ใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจให้มากที่สุดซึ่งจะเห็นได้จากรูปแบบของที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ในขณะนี้ไม่ว่าจะเป็นบ้าน แฟลต คอนโดมิเนียมซึ่งถูกออกแบบให้เหลือนพื้นที่ใช้สอยได้น้อยลง ดังนั้น เมื่อนั้นที่อาศัยถูกจำกัดขนาดจึงส่งผลให้พื้นที่ที่จะปลูกต้นไม้ต้องถูกจำกัดขนาดลงไปด้วยสาเหตุนี้เองไม้กระถางจึงเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเพราะเป็นวิธีที่ช่วยประหยัดเนื้อที่อันมีอยู่จำกัดของบรรดาผู้ที่รักต้นไม้ และผู้ที่ต้องการอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติจะสามารถปลูกต้นไม้ได้ และยังเป็นทางเลือกในการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายได้ตามความประสงค์รวมทั้งไม่ก่อให้เกิด

เกิดความเบื่อหน่ายเหมือนกับการใช้ไม้ประดับที่โยกย้ายไม่ได้ นอกจากนั้นยังใช้ไม้กระถาง ตบแต่งตามมุมต่างๆของที่อยู่อาศัยทั้งในกลางแจ้งเช่นริมระเบียง ประตูหน้าต่าง บนคานาฬิกา หรือแม้แต่ในที่ร่มเช่น ในห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น ห้องทำงานโดยมีให้เลือกทั้งแบบกระถางตั้งและกระถางแขวน ตามแต่ความชอบและรสนิยมส่วนตัวของแต่ละบุคคล

ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าไม้กระถางนั้นเป็นไม้ประดับประเภทหนึ่งที่น่าวันจะได้รับความสนใจ และเป็นที่ยอมรับเพิ่มมากขึ้นธุรกิจในด้านนี้จึงมีแนวโน้มในการเจริญเติบโตไปได้อีกไกล โดยจำนวนการผลิตไม้กระถางนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด จึงเห็นควรที่จะศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ เพื่อให้เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านชนิด ปริมาณ และคุณภาพของไม้กระถาง รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในกรุงเทพฯด้วย เพื่อให้ได้รายละเอียดและข้อมูลสำหรับนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ทำให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตไม้กระถางเพื่อใช้ในการปรับปรุงการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยซึ่งจะศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากงบประมาณและเวลาจำกัด จึงจะสอบถามจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 120 ตัวอย่าง โดยใช้ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นเกณฑ์ในการสุ่มสำรวจ

นิยามศัพท์

ไม้กระถาง หมายถึงพันธุ์ไม้ดอกหรือไม้ใบก็ได้ที่นิยมปลูกในกระถางโดยเน้นลักษณะของต้น ดอกและใบให้งดงามรวมทั้งเน้นที่ความสามารถในการเคลื่อนย้ายได้สะดวก

ไม้ประดับ หมายถึงพันธุ์ไม้ที่มีความมุ่งหมาย และต้องการใช้พันธุ์ไม้เหล่านี้เป็นเครื่องประดับตกแต่งอาคารสถานที่ต่างๆโดยมีตั้งค้ำอิงถึงดอกแต่ค้ำอิงถึงรูปร่างความสวยงามงามของทรวดทรง ลำต้นและใบ เป็นสิ่งสำคัญ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้ไม้กระถางหรือบริการทางเศรษฐกิจรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนการซื้อไม้กระถางที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น

ผู้บริโภค หมายถึงผู้ที่ซื้อไม้กระถางเพื่อไว้ใช้เองไม่ได้ซื้อเพื่อนำไปขายต่อ

การตรวจเอกสาร

นิรนาม (2530) ได้เขียนบทความเรื่อง "เล่นไม้ในร่ม" สรุปได้ว่า ไม้ในร่มเป็นไม้ที่ต้องการการปรับตัว (ACCLIMATIZED) คือ การปรับสภาพของลำต้น ใบและรากให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับสภาพห้องหรือในที่ร่ม ซึ่งจะนำไปเพื่อการเติบโตและการอยู่รอดของต้นไม้ ปัจจัยในการปรับตัวที่สำคัญที่สุดคือแสงสว่าง ในที่ที่มีแสงมากหรือน้อยพืชจะปรับคลอโรฟิลล์ให้มีปริมาณหนาแน่นและเบาบางตามสภาพของแสงที่ได้รับ ไม้ที่ต้องการอยู่ในร่มจริงจะเป็นพวก วาสนา เขียวหมื่นปี เขียวพันปี ไม้เหล่านี้ไม่ต้องการแสงจัดการนำมาไว้ที่โล่งแดดจัดจะทำให้ใบไหม้ ดังนั้นในการเลือกไม้มาใช้ในร่มจึงเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นพิเศษ แนวทางในการเลือกต้นไม้ก็ด้วยการดูลักษณะต้น พุ่มใบ สี และความสูงให้เหมาะกับการใช้งาน ให้เหมาะกับความต่อนั้น โดยอิงปัจจัยที่เกี่ยวกับแสงสว่างที่จะมีผลต่อการดำรงชีวิตของต้นไม้เป็นเกณฑ์ด้วย ขณะเดียวกันถ้าทำได้หรือมีทางเลือกการจัดห้อง การกำหนดบริเวณที่เหมาะสมในการจัดวางต้นไม้ในแง่ของประโยชน์ใช้สอยและการดำรงชีวิตของต้นไม้แล้ว ก็นับว่าเป็นสิ่งที่พึงกระทำเป็นอย่างยิ่ง

(มดในไม้)
ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย (2533) ได้ศึกษาถึงธุรกิจขายต้นไม้ว่าร้านขายต้นไม้โดยทั่วไปมีต้นไม้ที่ขายอยู่ด้วยกันแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ไม้ประดับและไม้ผล โดยกรณีของไม้ประดับนั้นมีทั้งประเภทไม้ใบ ไม้ดอก และไม้ยืนต้น โดยร้านขายต้นไม้ร้านหนึ่งๆ อาจขายทั้งไม้ประดับและไม้ผลในร้านเดียวกัน แต่โดยทั่วไปมักจะขายแยกกัน และมีแหล่งให้สังเกตได้ชัดเจน เช่น ร้านขายไม้ประดับมักอยู่รวมกันแถวตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดชั้น เทเวศน์ ส่วนร้านขายพันธุ์ไม้ผลใหญ่ ๆ ได้แก่ แถบบางกอกน้อย ตลาดชั้น สามนรา และตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นต้น ธุรกิจขายต้นไม้ที่มีตั้ง

แต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ทั้งที่ขายในลักษณะแผงขายต้นไม้เล็กๆ ตามริมถนน แถบชานเมือง หรือริมคลอง ไปจนถึงผู้ประกอบการที่มีเงินทุนดำเนินการมากมีพื้นที่กว้างขวางสำหรับวางขายต้นไม้และเพาะเลี้ยงกล้าไม้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ มักมีบริการต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างครบวงจร เช่น มีบริการส่งต้นไม้ให้แก่ลูกค้า มีบริการจัดแต่งดูแลสวน จำลองธารน้ำตก และในกรณีที่ขายพันธุ์ไม้ผลผู้ประกอบการบางแห่งยังรับประกันการปลูกมีบริการดูแลรักษาฟรีเป็นเวลา 1 ปีอีกด้วยสำหรับต้นไม้ที่มีอายุหลายปีพร้อมให้ผลได้เลยซึ่งจะมีราคาค่อนข้างสูง นอกจากนี้ธุรกิจขายต้นไม้ยังนับว่าเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างงานให้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพราะจำเป็นต้องอาศัยแรงงานในด้านเพาะชำกล้าไม้ ดูแลรดน้ำ ขนย้ายต้นไม้ ตกแต่งสวนและยังเกี่ยวโยงให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะธุรกิจให้บริการจัดหาและลับเปลี่ยนต้นไม้เพื่อประดับในอาคารสำนักงาน ในด้านของลูกค้าบ้านเด็ชนับเป็นลูกค้าที่สำคัญของธุรกิจขายต้นไม้โดยเฉพาะจำพวกไม้ประดับ ส่วนธุรกิจขายพันธุ์ไม้ผลนั้นคาดว่าจะยังขยายตัวได้ดีเนื่องจากในปัจจุบันมีสวนเกษตรเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทั่วบริเวณชานเมืองรอบๆกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัด จึงนับได้ว่า การทำธุรกิจขายต้นไม้เป็นธุรกิจที่น่าสนใจเพราะสามารถทำรายได้ให้อย่างน่าพอใจและมีลูกค้าขยายตัวได้อีกมากในอนาคต อย่างไรก็ตามปัญหาในการหาทำเลที่ตั้ง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เนื่องจากที่ดินมีราคาแพงและหายากมาก นับเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่มีทุนน้อย ซึ่งคงต้องแก้ปัญหาด้วยการหันไปใช้พื้นที่แถบชานเมืองที่ยังพอหาได้และมีราคาถูกกว่าโดยมีกลุ่มที่อยู่อาศัยซึ่งขยายตัวออกมาจากใจกลางเมืองและสวนเกษตรที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเป็นตลาดเป้าหมาย

นิรนาม (2534) ได้เขียนบทความเรื่อง "ภาระสำหรับปลูกต้นไม้" สรุปได้ว่ากระถางเหมาะกับการปลูกต้นไม้ในทุกๆ สถานที่โดยเฉพาะบ้านที่มีเนื้อที่น้อยแบบแฟลตหรือคอนโดมิเนียม หรือบ้านที่มีเนื้อที่พอจะปลูกลงดินก็อาจจะใช้กระถางเป็นของประดับตกแต่งได้กระถางที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบันมีมากมายหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดประมาณ 1 นิ้วที่ใช้ใส่ต้นกล้าเล็กๆ ไปจนถึง 16 นิ้ว วัดจากความกว้างของปากกระถาง โดยรูปทรงของกระถางก็มีทั้งชนิดที่เป็น ทรงกลม ทรงเหลี่ยม หกเหลี่ยม หรือรูปทรงที่แปลกๆ ออกไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับยุคสมัยนั้น ซึ่งมักจะเกิดขึ้นจากความต้องการความสวยงามในกรณีที่น่าไปประดับ

สถานที่มากกว่าการปลูกต้นไม้ ในแง่ของวัสดุในการใช้ทำกระถางนั้นทำขึ้นจากวัสดุหลายชนิดด้วยกันเช่น ดินเผา กระเบื้องเซรามิก พลาสติก ไม้ ไม้ไผ่สาน หวาย อะลูมิเนียม เป็นต้น แต่กระถางที่นิยมใช้ปลูกโดยทั่วไปก็คือกระถางที่ทำมาจากดินเผาหรือพลาสติก ซึ่งทั้งสองชนิดมีข้อดีและข้อเสียที่ต้องคำนึงถึง เป็นต้นว่ากระถางดินเผานั้นจะแตกหักเสียหายได้ง่ายกว่า ในขณะที่เป็นกระถางขนาดใหญ่มากๆ เมื่อใส่ดินก็ทำให้หนักเคลื่อนย้ายลำบาก แต่ข้อดีของกระถางแบบนี้ก็มีรูพรุนที่ทำให้ถ่ายเทอากาศ ระบายน้ำได้ดี ในขณะที่กระถางพลาสติกมีลักษณะทึบ ไม่มีรูพรุน อากาศจึงถ่ายเทไม่ดี ถ้าวางน้ำมากเกินไปน้ำจะขังทำให้รากเน่าได้ข้อดีคือมีน้ำหนักเบา ราคาถูก และ ทำความสะอาดง่ายกระถางดินเผาและกระถางพลาสติกนั้น ถ้ามองในแง่ความสวยงามก็มีสีสันให้เลือกใช้ค่อนข้างที่จะหลากหลาย แต่จะไม่ค่อยเหมาะกับการประดับตกแต่ง ดังนั้นการใช้งานในแง่ประดับตกแต่งก็อาจจะต้องหากกระถางที่มีลวดลายสวยๆ มาสลับทับอีกทีหนึ่ง

จากรุณีย์ ทองแถม (2536) ได้เขียนบทความเรื่อง "ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับและแนวทางการพัฒนาส่งออก" สรุปได้ว่าแม้ว่ากิจการค้าไม้ดอกไม้ประดับของไทยดูจะก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วในทศวรรษที่ผ่านมาตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจ แต่หากพิจารณาให้ถ่องแท้แล้วจะเห็นได้ว่า การพัฒนาในกิจการนี้ยังไม่ได้มีอะไรใหม่ขึ้นมากนักยังคงรูปแบบการดำเนินงานทั้ง พันธุ์พืช แหล่งผลิต เทคนิคการผลิตและการตลาดที่เป็นแบบเดิมการที่กิจการค้าของไทยยังเป็นเช่นนี้ก็เนื่องจาก ยังไม่มีเนอสเซอรี่สำหรับผลิตกล้าไม้ใบหรือไม้ประดับ ดังนั้นเมื่อเวลาได้รับคำสั่งซื้อรายใหญ่มาแล้ว ก็จะใช้ระบบวิงหาของจากผู้ปลูกรายย่อยจำนวนมาก ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในเขตการผลิตแถบชานเมืองกรุงเทพฯ อาทิเช่น บางกรวย บางแวก หนองแขม บางใหญ่ บางบัวทอง เป็นต้น ซึ่งผิดกับการผลิตในเนอสเซอรี่ต่างประเทศที่สามารถผลิตส่งออกต้นไม้ที่มีมาตรฐานสูงขนาดและความสมบูรณ์ใกล้เคียงกันหมด ซึ่งนับว่าเป็นจุดด้อยของการผลิตไม้ประดับในเมืองไทยที่ไม่สามารถทำเช่นนั้นได้แนวทางการพัฒนาจึงต้องมีการจัดตั้งเนอสเซอรี่เพื่อการรองรับปริมาณคำสั่งซื้อ มีการหาบุคลากรผู้ชำนาญการผลิตที่มีความรู้ความสามารถเชิงปฏิบัติการจริงเฉพาะสาขาและมีการศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของประเทศต่างๆ เช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่นซึ่งเป็นผู้ผลิตเด่นที่น่าจับตามองเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

ฟิลิซุส วรอุไร (2536) ได้เขียนบทความเรื่อง "ทำไมถึงต้องผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอุตสาหกรรม" สรุปได้ว่า การดำเนินชีวิตของคนในสังคมวัตถุนิยมทำให้ต้องห่างเหินจากความเป็นธรรมชาติ เป็นเหตุให้คนขาดความสุขทางใจและมีความเครียด วิธีที่จะคลายความเครียดทำได้โดยการนำธรรมชาติเข้ามาหาตน นิชนรณไม้ต่าง ๆ จึงถูกนำเข้ามาใช้ตกแต่งในที่ทำงาน ในอาคารบ้านเรือนและรอบบริเวณที่อยู่อาศัย ในสังคมวัตถุนิยมดอกไม้และไม้ประดับมิได้ถูกใช้แต่เพียงเพื่อความสวยงามตามธรรมชาติเท่านั้น หากแต่ยังถูกใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคมอีกด้วยผู้แสวงหาวัตถุที่มีวัตถุทรัพย์สินอยู่ในครอบครองมาก ได้แสดงความปรารถนาที่จะได้พันธุ์ไม้ที่มีลักษณะพิเศษ ที่ผู้อื่นไม่มีหรือหายาก โดยยินดีจ่ายค่าตอบแทนในราคาที่สูง ด้วยเหตุนี้ "มาตรฐาน" จึงถูกนำมาใช้เพื่อให้การสื่อสารระหว่างผู้ผลิตผู้ค้าและผู้บริโภคตรงกัน พันธุ์ไม้ต้นใดที่มีลักษณะและคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน ก็จัดว่ามีคุณภาพดี ราคาสูง ในด้านการผลิตดอกไม้และต้นไม้ประดับ ผู้ผลิตที่อาศัยความชำนาญที่สะสมมาเป็นเวลาช้านานย่อมสามารถปรับปรุงการเลี้ยงและการดูแลต้นไม้ของตนได้ เมื่อสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติเป็นไปตามปกติ แต่หากเมื่อใดที่สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติแปรเปลี่ยนผิดไปจากปกติที่เคยเป็นมา ผู้ผลิตที่ถึงแม้จะชำนาญเพียงไรก็ตาม ก็อาจจะแก้ปัญหาบางประการไม่ได้ผลทันทีทำให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีจำนวนน้อยลงและที่คือคุณภาพมีจำนวนมากขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตน เหตุนี้การอาศัยวิธีการผลิตที่ควบคุมสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามที่ต้องการได้จึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะเมื่อมีการแข่งขันในระหว่างผู้ผลิตมากยิ่งขึ้น การควบคุมสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามนิชนรณใดชนิดหนึ่งต้องการจะต้องมีข้อมูลพื้นฐานสำหรับนิชนรณอาทิ แสง อุณหภูมิ ความชื้นและการถ่ายเทอากาศ เมื่อทราบข้อมูลเหล่านี้จึงนำวิธีการและเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาเพื่อควบคุมให้สภาพแวดล้อมเป็นไปตามที่นิชนรณต้องการซึ่งจะส่งผลให้ผลผลิตเป็นไปตามที่ปรารถนา คือมีคุณภาพสูงได้

นิรนาม (2536) ได้เขียนบทความเรื่อง "การซื้อขายไม้ประดับ ณ ตลาดขายส่งจตุจักร" สรุปได้ว่า ตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นแหล่งขายต้นไม้ขนาดใหญ่ทำการขายส่งทั้งไม้ดอกไม้ประดับ และไม้ผล ซึ่งมีผู้ค้าต้นไม้จำนวนมากที่นำต้นไม้เข้ามาขายที่นี้และมีลูกค้าทั้งรายใหญ่รายย่อยให้ความสนใจมาซื้อต้นไม้กันอย่างมากมาย การขายต้นไม้ในตลาด

นี้จะมีทั้งการขายส่งและขายปลีกโดยจะเป็นลักษณะของการขายปลีกในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งราคาจะแพงกว่าตลาดนัดขายส่งในวันพุธ-พฤหัสบดีและวันศุกร์ วิธีการนำต้นไม้เข้ามาขายในตลาดนัดนี้ จะต้องมีการยื่นคำร้องขอเช่าแผงซึ่งเรียกว่า"แผงประจำ" ซึ่งจะมีการจับฉลากเพื่อเลือกล็อตที่จะขายต่อไป โดยในปัจจุบันนี้ไม่มีแผงประจำว่างให้เช่าแล้ว ทางตลาดนัดสวนจตุจักรจึงมีการจัดแผงชั่วคราว โดยให้ที่จอดรถบริเวณหน้ากองอำนาจการตลาดนัดและถนนบริเวณรอบตลาดนัดไว้สำหรับขายต้นไม้โดยเฉพาะและจะแบ่งเป็นล็อต ๆ ละประมาณ 10 ตารางเมตรและแผงชั่วคราวนี้อนุญาตให้ผู้ทำการค้าต้นไม้ นำต้นไม้เข้ามาขายได้ในวันพุธ-พฤหัสบดีและวันศุกร์ ลักษณะการขายต้นไม้ก็จะเป็นการขายส่งหรือขายในราคาต้นทุน

วิธีการศึกษา

1. วิธีรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากการสัมภาษณ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งขั้นแรกจะสร้างแบบสอบถามก่อนและทดสอบแบบสอบถาม (pre-test) จำนวน 10 ตัวอย่าง เพื่อหาข้อบกพร่องที่จะนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้ดียิ่งขึ้น

1.1.1 แบบสอบถาม แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนคือ

- สภาพทั่วไปของผู้บริโภค
- พฤติกรรมการซื้อไม้กระถางของผู้บริโภค
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง
- ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

1.1.2 การสุ่มตัวอย่าง จะสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเพื่อสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามขั้นตอนแรกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยการสอบถามจากผู้บริโภคที่มีลักษณะที่อยู่อาศัย ดังนี้

1.บ้านเดี่ยว	30	ตัวอย่าง
2.ตึกแถว/ห้องแถว	30	ตัวอย่าง
3.ทาวเฮาส์	30	ตัวอย่าง
4.ห้องชุด (อพาร์ทเมนท์ , แฟลต, คอนโดมีเนียม)	30	ตัวอย่าง

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากวารสารและสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำเอาส่วนต่างๆ ที่เก็บรวบรวมได้นั้นมาศึกษาและวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และนำข้อมูลเหล่านี้มาจัดหมวดหมู่ทำตารางวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) นอกจากนี้ยังใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายไม้กระถางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง รวมทั้งความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อไม้กระถางในปัจจุบัน

บทที่ 2

สถานที่ทั่วไปของไม้กระถาง

ไม้กระถางเป็นไม้ประดับประเภทหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมเนื่องจากคุณสมบัติที่อยู่มากมาย เช่น ให้ความสะดวกในการโยกย้าย หากจะขนส่งหรือเคลื่อนที่ไปที่แห่งใด ๆ และยังสามารถใช้ไม้กระถางประดับตกแต่งและเปลี่ยนแปลงได้ตามความประสงค์ภายในที่อยู่อาศัย อีกทั้งยังให้ความสะดวกในการเพิ่มจำนวนพันธุ์หรือขยายพันธุ์ ซึ่งเป็นการสะดวกทั้งในการหาซื้อและจำหน่าย การผลิตไม้กระถางเพื่อการค้าก็สามารถทำได้ทั่วไป เพราะลักษณะสภาพดินฟ้าอากาศในประเทศไทยไม่ค่อยมีปัญหาในการผลิตเพียงแต่ให้มีแหล่งน้ำ การขนส่งสะดวกก็สามารถทำได้โดยเลือกรูปแบบการผลิตที่เหมาะสมมาทำ

ดังนั้น ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับไม้กระถาง เช่น พันธุ์ไม้กระถาง เครื่องปลูก การดูแลรักษาไม้กระถาง แหล่งจำหน่าย และปัญหาในการผลิตการจำหน่ายไม้กระถางเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไม้กระถางไม่ว่าจะเป็นผู้ปลูก ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีกหรือผู้ใช้ไม้กระถางโดยตรง การทราบข้อมูลดังกล่าวจะทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พันธุ์ไม้ที่ใช้เป็นไม้กระถาง

พันธุ์ไม้ที่ใช้เป็นไม้กระถางได้ตีส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ไม้ที่ไม่มีรากแก้ว พันธุ์ไม้ที่ใช้เป็นไม้กระถางได้ตีแต่มีรากแก้วนั้นเพราะลักษณะประจำพันธุ์ของมันเป็นอย่างนั้น หากจะนำมาใช้เป็นไม้กระถางจริง ๆ ก็อาจใช้วิธีการขยายพันธุ์ด้วยการตอนกิ่งมาปลูก ส่วนพวกต้นไม้ที่ไม่มีรากแก้วและนำมาใช้เป็นไม้กระถางได้ตีนั้นมีมากมายหลายชนิด เช่น ปาล์มว่าน ขอน โกสน เล็บครุฑ เฟิร์นต่างๆ โดยเฉพาะไม้กระถางประเภทไม้ประดับ ซึ่งมีมากมายทั้งไม้เล็ก ไม้กอ ไม้ใหญ่ ไม้ใบและไม้ที่มีรูปงาม เป็นต้น

ส่วนพวกไม้กระถางดอกก็มีมากมายหลายชนิดเช่นกันนับตั้งแต่ไม้ล้มลุกประเภท ดาวเรือง ผีเสื้อ นิพเพีย หงอนไก่หรือพวกไม้ดอกยืนต้น เช่นกิ่งตอนแก้วเจ้าจอม กิ่งตอน ราตรีหรือพวกไม้ดอกกระถางเล็กๆได้แก่ พวกแอฟริกันไวโอเล็ต ส่วนพวกไม้กระถางแขวน นั้นส่วนใหญ่จะเป็นพวกเฟิร์นเช่น เฟิร์นรังนกหรือเฟิร์นข้าหลวงลาย กล้วยไม้ต่าง ๆ แต่บาง ลักษณะก็ใช้ไม้เลื้อยที่ห้อยย้อยลง เช่น พวกเดฟ พวกโหย่า พวกพลูด่าง หรือราชินีหินอ่อน เป็นต้น โดยรวมแล้วพันธุ์ไม้ที่จะใช้ปลูกเป็นไม้กระถางนั้นมีมากมายหลายชนิดให้นำมาผลิต หรือปลูกได้ตามสะดวก

สำหรับพันธุ์ไม้กระถางที่นิยมมีดังต่อไปนี้

กุหลาบ

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Rosaceae กุหลาบเป็นพันธุ์ไม้ดอกที่มีความงามทั้งสี รูปร่าง กลิ่น หานามแหลมคมตั้งแต่แรกแย้มจนกระทั่งกลีบดอกโรย จึงถือว่ากุหลาบเป็นราชินี ของดอกไม้

ประเภทและพันธุ์กุหลาบ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. กุหลาบพุ่ม (Shrubbery) เป็นกุหลาบพันธุ์พื้นเมืองทั่ว ๆ ไป ซึ่งมีความทนทานต่อความแห้งแล้งต่อแมลงและเจริญได้ดีในดินทั่วไป มีพันธุ์ R. rugosa, R. Banksia

2. กุหลาบลูกผสม (Specialized roses) เป็นกุหลาบที่ถูกผสมจนมีลักษณะ ตีเด่นต่างๆซึ่งมีลักษณะผิดแผกไปจากกุหลาบพันธุ์ดั้งเดิม มีหลายชนิดด้วยกัน

การขยายพันธุ์ ทำได้หลายวิธีแล้วแต่ชนิด ลักษณะและประเภทของกุหลาบวิธี ที่นิยมกันมากใช้วิธีติดตาโดยใช้พันธุ์พื้นเมืองเป็นต้นตอ โดยปลูกเลี้ยงให้แข็งแรงเสียก่อน แล้วจึงติดตา ที่นิยมกันคือแบบตัว T ตาที่นำมาติดตานั้นใช้ตาที่ก้านช่อดอกคือตาที่ 3-4 นับ จากตาแรกใกล้ดอกลงมาจึงได้ผลดี

โป๊ยเซียน

มีชื่อภาษาไทยว่า "มงกุฏหนาม" โดยตั้งชื่อตามลักษณะของลำต้นที่มีหนามอยู่รอบเหนือมงกุฏ โป๊ยเซียนมีลักษณะลำต้นอวบน้ำและมียางสีขาว ลำต้นของโป๊ยเซียนมีความแตกต่างกันไปตามพันธุ์ กล่าวคือ บางพันธุ์ก็มีลำต้นแตกกิ่งก้านสาขาออกไปและเมื่อตัดลำต้นตามขวางออกดูจะพบว่าโป๊ยเซียนมีลำต้นที่แตกต่างกันอีกในแง่หนึ่งคือบางพันธุ์ เป็นรูปวงกลม บางพันธุ์เป็นรูปเหลี่ยมต่างๆ อย่างไรก็ตามก็โป๊ยเซียนก็มีลักษณะที่สำคัญเป็นเอกลักษณ์คือมีหนามอยู่มากรอบต้น ปัจจุบันได้มีการผสมพันธุ์โป๊ยเซียนขึ้นมากมาย จนได้ลูกผสมที่มีสีแตกต่างกัน เช่น สีขาว ครีม เหลือง ส้ม ชมพู แดง ทั้งที่เป็นสีนั้นล้วนๆและเป็นลายจุดผสมกันไป อีกทั้งยังมีจำนวนดอกที่เพิ่มขึ้นอีกเป็นเท่าตัว คือ 8 ดอก 16 ดอก 32 ดอก 64 ดอก 128 ดอก ส่วนการขยายพันธุ์ นิยมใช้การเพาะด้วยเมล็ดและการตัดชำกิ่ง

เฟื่องฟ้า

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Bougainvillea* spp. เฟื่องฟ้าเป็นไม้กึ่งเถาเลื้อยสีของกลีบดอกเป็นรีประดับดอก มีหลายสี เช่น สีขาว ม่วง ชมพู เหลือง แดง บางชนิดมีต้นเดี่ยวสองสี ชนิดดอกซ้อนและดอกซ้อนสองสี พันธุ์ที่นิยมปลูกคือ *B. glabra* และลูกผสมระหว่าง *B. glabra* กับ *B. peruviana* และ *B. spectabilis* ส่วนการขยายพันธุ์โดยการตอนหรือตัดกิ่งปักชำได้

ดาวเรือง

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Tagetes* sp. เป็นพันธุ์ไม้ล้มลุก ลำต้นเป็นทรงพุ่ม มีทั้งดอกซ้อนและไม้ซ้อนดอกมีสีต่างๆ เช่น ขาวนวล ส้ม เหลือง แสด เหลืองแถมแดง เหลืองปนแดง พันธุ์ที่นิยมปลูก African Marigold ดอกใหญ่ซ้อน ดอกสีเหลืองและดอกสีส้มที่นิยมปลูก Guinea Gold , Tetra, Orange Ball, Lemon ball ส่วนการขยายพันธุ์นิยมใช้การเพาะเมล็ด

เฟิร์น

เป็นพืชชั้นต่ำ ไม่มีดอกไม่มีเมล็ดขยายพันธุ์ด้วยสปอร์ ซึ่งเกิดใต้มืออยู่หลายตระกูลตั้งแต่เล็กถึงใหญ่มีทั่วไปในที่มีความชื้นสูง พันธุ์ที่นิยมปลูกกันคือ เฟิร์นรังก (Asplenium) เฟิร์นก้านดำ (Adiantum Capillus veneris Linn) เป็นต้น ส่วนการขยายพันธุ์ โดยการแยกหน่อ

แอฟริกันไวโอเล็ต

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Saintpaulia sp. มีลักษณะเป็นไม้กอเตี้ย ใบกลมดินดอกสีน้ำเงินหรือสีม่วง ออกดอกตลอดปี มีหลายพันธุ์เช่น S.kewensis, S.Grotei S.tongwensis ดอกสีม่วงอ่อนหรือสีน้ำเงิน ส่วนการขยายพันธุ์ ใช้การเพาะเมล็ด ใช้การแบ่งกอหรือแยกหน่อ ซึ่งควรให้มีรากติดมาด้วย

ต้นแก้ว

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Marraya Paniculata Jack เป็นไม้ยืนต้นขนาดเล็กหรือเป็นไม้พุ่มมีความสูงประมาณ 5-8 เมตร เปลือกมีสีขาวแตกเป็นร่องตามความยาวของลำต้น ใบมีสีเขียวเป็นมัน มีดอกสีขาวบริสุทธิ์ กลิ่นหอมเย็นชวนดม เป็นไม้ให้ดอกทั้งปี มีผลสีแดงเข้มเป็นรูปรีปลายทู่ ส่วนการขยายพันธุ์ โดยการเพาะเมล็ดและการตอนกิ่ง

พลูด่าง

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Scindapsus sp. พลูด่างเป็นพันธุ์ไม้เลื้อยขนาดเล็กในเขตร้อน มีลักษณะของใบสีเหลืองต่างสลับสีเขียวอ่อน ลักษณะของต้นทั่วๆไปคล้ายพวก Ivy คือเป็นไม้เถาพวกใบเท่านั้น ดอกไม่สวยงามเหมือนดอกพวก Arum มีกาบดอกสีเขียวอ่อนห่อหุ้มเดือยของดอกอีกทีหนึ่ง ส่วนการขยายพันธุ์โดยการตัดต้นหรือตัดยอดมาปักชำ

สาวน้อยประแป้ง

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Dieffenbachia picta* สาวน้อยประแป้งมีชื่อเรียกอีกว่าหนึ่งว่า อ้ายใบ เป็นพรรณไม้ที่มีลำต้นกลม แข็งแรง มีความสูงโดยประมาณ 1.5 เมตร มีใบที่ค่อนข้างใหญ่ รูปลักษณะคล้ายใบพาย โคนใบป้อมมน ส่วนปลายใบแหลม ขนาดใบกว้างประมาณ 50 เซนติเมตร ยาวประมาณ 20-30 เซนติเมตร พื้นผิวใบเรียบเป็นมัน มีตั้งแต่สีเขียวอ่อน แก่ ลายสีเหลืองครีม สีขาวต่างเป็นเม็ดหรือเป็นเหลี่ยม ก้านใบหนา มีสีเขียวอมขาว โดยพันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่ *D.amoena* *D.hoffmannii* *D.bausei* *D.segune* *nabilis* เป็นต้น ส่วนการขยายพันธุ์ นิยมขยายพันธุ์ได้ด้วยการปักชำต้น โดยใช้ลำต้นที่แก่ๆ มาตัดเป็นท่อนเล็ก ๆ ยาวประมาณ 2 นิ้ว และให้มีตาติดมาด้วยทุกท่อนที่ตัดออก แล้ววางตามแนวนอนในกระบะทรายสำหรับเพาะชำ

เล็บครุฑ

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Polyscias* spp. เล็บครุฑจัดเป็นไม้พุ่มที่มีลำต้นขนาดเล็กสูง 1-3 ฟุต จนถึงขนาดใหญ่ทรงพุ่ม ลักษณะใบแตกต่างกัน เช่น ใบกลมริมขอบใบหยัก ขลิบด้วยสีขาวใบยาวรีเป็นรูปไข่กว้างริมขอบใบยกใบเรียวยาวเป็นฝอย ๆ ริมใบหยักสีเขียวอ่อนบางชนิดใบต่าง พันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่ เล็บครุฑจาว (*P.balfouriana*) เล็บครุฑกระจก (*P.balfouriana marginata*) เล็บครุฑบริพัตร (*P.filicifolia*) เป็นต้น ส่วนการขยายพันธุ์ สามารถทำได้ด้วยวิธีการปักชำ โดยตัดแต่งกิ่งที่ไม่อ่อนจนเกินไป หรือกิ่งที่ไม่แก่จนเกินไป

โกสน

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Codiaeum* spp. โกสนเป็นพันธุ์ไม้พุ่ม ใบมีสีสดสวยงดงาม มีหลายสีอยู่ในใบเดียวกันหรือต้นเดียวกันคือ เขียว เหลือง แสด ชมพู และแดงใบมีลักษณะหนา แข็ง ผิว ใบมันเป็นเงา รูปร่างของใบมีลักษณะแตกต่างกันออกไปหลายรูป

แบบ เช่นรูปยาวเรียวรูปกลมรี รูปกลมบิดเป็นเกลียว ส่วนการขยายพันธุ์ด้วยวิธีปักชำและการตอนซึ่งเป็นวิธีที่นิยมมาก เพราะสะดวกและรวดเร็ว

วาสนา

มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Dracaena Fragrans* เป็นไม้พุ่มที่มีความสูงตั้งแต่ 30 เซนติเมตร จนถึง 4-5 เมตร มีอายุอยู่ได้นานหลายปี วาสนามีชื่อเรียกอีกหลายชนิดตามสีและลายของใบเช่น วาสนาเรือนใน วาสนาเรือนนอก มังกรหยก มังกรเขียว เป็นต้น ส่วนการขยายพันธุ์นิยม ใช้วิธีตัดชำโดยตัดลำต้นหรือยอดออกเป็นท่อน ๆ ให้ได้ตามความยาวที่ต้องการ

เครื่องปลูก

เครื่องปลูกแต่ละชนิดมีคุณสมบัติต่างกันและมีความเหมาะสมกับต้นไม้ไม่เหมือนกัน เช่น คุณสมบัติในการยึดลำต้น การอุ้มน้ำ การถ่ายเทอากาศและการเปิดโอกาสให้รากไซไซซอนไปได้โดยสะดวกสิ่งเหล่านี้ไม้กระถางแต่ละชนิดต้องการแตกต่างกันการเจริญเติบโตของไม้กระถางแต่ละชนิดต้องการแตกต่างกันด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลูกต้นไม้ในกระถาง รากของต้นไม้จะถูกจำกัดขอบเขตอยู่เฉพาะภายในกระถางเท่านั้น

ฉะนั้นเครื่องปลูกหรือดินที่ปลูกจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก ถ้าหากเป็นดินที่มีแร่ธาตุอาหารหรือปุ๋ยน้อย ไม่นานไม้กระถางต้นนั้นก็จะเป็นโรคขาดอาหารหรือแคระแกร็นจนตายได้ในที่สุด หากมีปุ๋ยหรืออาหารมากไปก็อาจงามมากเกินไปจนไม่งดงามและได้สัดส่วนกับกระถาง หรืออาจงามมากเกินไปจนไม่มีดอกเลย โดยเฉพาะไม้กระถางที่เป็นไม้ดอก

ดังนั้นเพื่อให้ไม้กระถางเจริญเติบโตตามความต้องการเครื่องปลูกที่นำมาปลูกจะต้องมีความอุดมสมบูรณ์ มีคุณภาพที่ดีด้วย ซึ่งเครื่องปลูกไม้กระถางที่ดีควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. มีความแน่นพอที่จะยึดให้ต้นไม้ทรงตัวอยู่ได้
2. มีความร่วนโปร่งซึ่งจะช่วยให้มีการระบายน้ำ ถ่ายเทอากาศดี เก็บความชื้นได้ดี และค่อนข้างจะละเอียดไม่หยาบเกินไป
3. มีธาตุอาหารต่างๆ เพียงพอสำหรับการเจริญเติบโต
4. มีความเป็นกรดเล็กน้อย
5. ปราศจากสารพิษ เมล็ดวัชพืช โรค แมลง ตลอดจนศัตรูพืชชนิดอื่นๆ
6. มีน้ำหนักเบา สามารถจะหีบขยักเคลื่อนที่ได้โดยง่าย
7. เป็นวัสดุที่หาได้ง่ายและราคาถูก

การปรับปรุงเครื่องปลูกให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นนั้น อาจทำได้ด้วยการเติมพวกวัสดุปรุงดินชนิดต่างๆ ลงไป ซึ่งมีอยู่มากมายหลายชนิดเช่น ทรายหยาบ ปุ๋ยคอก ขุยมะพร้าว ชั่งข้าวโพด ฟางข้าว แกลบ เปลือกถั่ว ชี้เลื่อย ชักบ และอื่นๆ ซึ่งแต่ละอย่างก็มีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่ช่วยในการปรุงดินแตกต่างกันออกไป แต่ก็ควรให้ดินหลังปลูกมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่ได้กล่าวแล้วให้ได้มากที่สุด

สำหรับส่วนผสมของเครื่องปลูกที่ใช้ในการผสมดินปลูกไม้กระถางโดยทั่วไป
ขึ้น ดังนี้

สูตรที่ 1	ดินร่วน	1	ส่วน
	ทรายหยาบ	1	ส่วน
	ใบไม้ผุ	1	ส่วน
	ถ่านปน	1/4	ส่วน
สูตรที่ 2	ดินร่วน	1	ส่วน
	ทรายหยาบ	1	ส่วน
	ใบไม้ผุ	1	ส่วน
	ปุ๋ยคอก	1/4	ส่วน

ภายหลังคลุกเคล้าส่วนผสมนี้แล้วให้เพิ่มเปลือกถั่ว แกลบ ชักบ หรือชี้เลื่อย
อย่างใดอย่างหนึ่งกับปูนขาวลงไปด้วยอีกเล็กน้อย

สูตรที่ 3	ดินร่วน	1	ส่วน
	ขี้เถ้าแกลบ	1	ส่วน
	แกลบ	1	ส่วน
	ขี้กบ	1	ส่วน
	ปุ๋ยคอก	1	ส่วน

ส่วนผสม 1 ลูกบาศก์เมตร ควรเพิ่มปุ๋ยผสมสูตรเสมอ เช่น 15-15-15 อีก 1 กิโลกรัม และปูนขาว 1/2 กิโลกรัม

หลักสำคัญประการหนึ่งก็คือ การใช้ดินผสมปลูกไม้กระถางนั้นไม่ควรจะมีปุ๋ยมากนัก แต่เมื่อปลูกไปนานๆ เข้าก็ใช้วิธีเพิ่มปุ๋ยในกระถางให้โดยใช้ปุ๋ยน้ำรด หรือให้ปุ๋ยทางใบภายหลังจะดีกว่า

การดูแลรักษาไม้กระถาง

ในการปลูกเลี้ยงไม้กระถางก่อนการนำไปขาย หรือระหว่างทำการขายของผู้เลี้ยง มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปฏิบัติดูแลรักษาเป็นอย่างดีและสม่ำเสมอ ทั้งนี้ เพื่อให้ไม้กระถางมีคุณภาพ มีอายุยืน คงความสวยงามไว้ได้นานเพื่อให้ขายได้ราคาดี โดยการดูแลรักษาไม้กระถางควรปฏิบัติดังนี้

การให้น้ำ

หลักการให้น้ำ คือรดน้ำดินให้พอชุ่ม แต่อย่าให้น้ำและขังต้องคำนึงถึงการถ่ายเทอากาศควบคู่ไปด้วย(ยกเว้นไม้พวกกก บัว บอน หรือไม้ที่ที่ต้องการน้ำมาก) วิธีปฏิบัติทั่วไป คือให้น้ำแก่ต้นไม้พอที่จะไม่ถึงกับไหลออกจากกันกระถางโดยเฉาะเมื่อให้ปุ๋ยเคมี การให้น้ำน้อยไปจะทำให้ปุ๋ยเข้มข้นจนเป็นอันตรายแก่ไม้กระถาง แต่ถ้าให้มากเกินไปน้ำจะละลายน้ำปุ๋ยออกจากกระถางเป็นการสูญเสียปุ๋ยโดยเปล่าประโยชน์

ในฤดูแล้ง ต้นไม้จะมีโอกาสขาดน้ำได้มากเพราะต้นไม้คายน้ำเร็วกว่าที่น้ำในดินรอบๆ รากจะเคลื่อนที่ไปถึงรากได้ เพราะฉะนั้นควรช่วยลดการคายน้ำของใบด้วยการฉีบน้ำเป็นฝอยหรือรดน้ำบนพื้นที่ข้างเคียงจะช่วยลดความร้อนและเพิ่มความชื้นให้แก่อากาศรอบๆ ไม้กระถางได้

นอกจากนี้หลักการให้น้ำมากหรือน้อยเพื่อให้เกิดความพอดีนั้น ต้องอาศัยการสังเกตของผู้ปลูกเลี้ยง โดยเฉพาะทั้งนี้ขึ้นอยู่กับส่วนประกอบอื่น ๆ อีกหลายประการด้วยกันคือ

1. ชนิดของกระถาง ในกระถางดินเผามีรูพรุนช่วยการระเหยน้ำ ทำให้เครื่องปลูกแห้งเร็วกว่าพวกกระถางพลาสติก แก้วหรือโลหะ ดังนั้นไม้กระถางดินเผาที่ควรให้น้ำบ่อยและมากกว่าพวกที่ปลูกในกระถางพลาสติก แก้วหรือโลหะ

2. ขนาดของต้นไม้กับขนาดของกระถาง ไม้ขนาดใหญ่ที่ปลูกในกระถางเล็กจำเป็นต้องรดน้ำให้บ่อยขึ้น เพราะปริมาณน้ำในดินน้อยซึมซับไปใช้มากกับระเหยแห้งเร็ว

3. พื้นผิวใบที่ต้นไม้ใช้คายน้ำทั้งหมด คิดจากการนำเอาพื้นที่ใบของแต่ละจำนวนใบในต้น ไม้ที่มีพื้นใบมากจะคายน้ำจากต้นไม้มากกว่าพวกที่มีพื้นที่ใบน้อย ดังนั้นพันธุ์ไม้ที่มีใบใหญ่จำนวนมากก็ต้องให้น้ำบ่อยครั้งกว่าพวกที่มีใบเล็กจำนวนใบน้อย

4. ชนิดของเครื่องปลูก เครื่องปลูกที่หีบจะมีช่องว่างภายในดินเล็กจำนวนมากน้ำซึมลงช้า แต่อุ้มน้ำเก็บความชื้นไว้ได้มากทำให้เครื่องปลูกแห้งช้าลงด้วย ในทางกลับกันเครื่องปลูกร่วนโปร่งช่องว่างภายในดินใหญ่จำนวนมาก น้ำซึมลงในดินเร็วเก็บความชื้นไว้ได้น้อยกว่า ทำให้เครื่องปลูกแห้งเร็วขึ้นก็ควรจะให้ให้น้ำน้อยกว่า ซึ่งเครื่องปลูกจะโปร่งหีบมากน้อยจะขึ้นอยู่กับวัสดุต่างๆที่ใช้ผสม

5. สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับ แสง อุณหภูมิ ความชื้นและลม สิ่งเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับการให้น้ำด้วย เพราะมีส่วนทำให้พืชสูญเสียน้ำจากต้นด้วยการคายน้ำกับระเหยไปจากเครื่องปลูกด้วยเช่นกัน

6. ชนิดของพันธุ์ไม้ พันธุ์ไม้ชนิดต่างกันก็ย่อมต้องการน้ำมากน้อยต่างกันไป

การใส่ปุ๋ย

การใส่ปุ๋ยควรจะต้องพิจารณา ถึงความอุดมสมบูรณ์ของเครื่องปลูกประกอบกันไปด้วย เครื่องปลูกที่มีดินใบไม้หรือปุ๋ยคอกผสมอยู่ด้วยในปริมาณที่มากพอสมควรอาจไม่ต้องมีการใส่ปุ๋ยเพิ่มหรือเสริมให้บ้างเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนเครื่องปลูกที่มีสิ่งต่างๆ เหล่านี้ผสมอยู่น้อยมากหรือไม่มีเลย ถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใส่ปุ๋ยเพิ่มให้เพียงพอสำหรับการเจริญเติบโตของไม้กระถาง ซึ่งปุ๋ยที่วางขายอยู่ในตลาดปัจจุบันก็มีมากมายหลายสูตรสามารถเลือกใช้กับไม้ในแต่ละสภาพเช่น การเจริญเติบโตของไม้เล็ก เร่งการออกดอกหรือบำรุงต้นไม้แข็งแรง เป็นต้น

ข้อควรระวังในการใส่ปุ๋ยก็คือ ถ้าหากเมื่อใส่ปุ๋ยไปแล้วพบว่าต้นไม้ในกระถางแห้งปุ๋ยเพราะใส่ปุ๋ยมากเกินไป ให้แช่กระถางในน้ำเพื่อให้ปุ๋ยในกระถางเจือจางลง หรือจะใช้วิธีรดน้ำมากๆ เป็นการล้างปุ๋ยก็ได้ นอกจากนั้นต้องคอยตรวจดูความชุ่มชื้นในกระถางอยู่เสมอ เพราะไม้กระถางบางชนิดหากไม่รดน้ำเพียงวันเดียวก็จะเหี่ยวเฉาหรือตายได้

การป้องกันกำจัดศัตรูพืช

การป้องกันกำจัดศัตรูพืช ถือเป็นความจำเป็นอันหนึ่งที่จะต้องกระทำหลังจากการปลูกไม้กระถาง เพราะศัตรูพืชมีส่วนที่จะบั่นทอนการเจริญเติบโตลดจนความสวยงามของไม้กระถางได้ วิธีในการกำจัดศัตรูพืชหากจำเป็นต้องใช้ยาซึ่งเป็นสารเคมีต่างๆ แล้วควรเลือกใช้ยาให้ถูกต้องตรงกับศัตรูพืชที่ต้องการกำจัด พร้อมศึกษารายละเอียดตลอดจนข้อควรปฏิบัติในการใช้ยาให้ถี่ถ้วนเสียก่อนเพราะยาป้องกันกำจัดศัตรูพืชโดยทั่วไปมักมีอันตรายต่อคนไม่มากนักน้อยหากใช้ไม่ถูกวิธี

ศัตรูพืชที่มักพบเห็นเข้ามาทำลายไม้กระถางโดยทั่วไป เช่น เพลี้ยอ่อน เพลี้ยหอย เพลี้ยไป แมงมุมแดง หนอนกัดกินใบ เป็นต้น ทางด้านโรคที่พบเสมอๆ ได้แก่ โรคโคนเน่า โรคนี้มักชอบเกิดกับพืชในระยะเป็นต้นกล้าที่อ่อนแอ ลักษณะอาการแสดงออกที่

บริเวณโคนต้นระดับผิวดิน จะเน่าต้นล้มตายไปในที่สุด ทางป้องกันหรือวิธีช่วยลดความเสียหายที่เกิดจากโรคนี้นี้ก็โดยพยายามถอนแยกต้นกล้าออกเสียบ้าง และพยายามรดน้ำให้น้อยลง รักษาผิวดินอย่าให้ชื้นและ

การกำจัดวัชพืช

การทำลายวัชพืชเป็นการกันไม่ให้เกิดการแย่งธาตุอาหารที่มีอยู่ในเครื่องปลูก ทั้งยังเป็นการช่วยให้เครื่องปลูกดูดน้ำและธาตุอาหาร ต้นไม้เด่นชัด ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นการกันไม่ให้เป็นที่อยู่อาศัย หรือแหล่งสะสมของพวกโรคแมลงบางชนิดอีกด้วย การกำจัดวัชพืชควรจะกระทำในขณะที่วัชพืชยังเป็นต้นเล็กๆ หรือเพิ่งงอกจากเมล็ดซึ่งจะกำจัดได้สะดวกกว่า ไม่ควรปล่อยให้วัชพืชเริ่มออกดอกติดเมล็ด เพราะเมล็ดแก่อาจหล่นลงในเครื่องปลูกงอกเป็นต้นอ่อนได้ ทำให้ต้องเสียเวลากำจัดต่อไปอีก

ลักษณะของการผลิตไม้กระถาง

ปัจจุบันได้มีผู้สนใจเข้ามาผลิตไม้กระถางเป็นอาชีพกันมากโดยมีแหล่งผลิตอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี เป็นต้น ทั้งนี้เพราะความต้องการของตลาดภายในประเทศและภายนอกประเทศโดยทั่วไป นิยมใช้ไม้กระถางเป็นไม้ประดับในการตกแต่งอาคาร สถานที่ ซึ่งเป็นค่านิยมที่มีกันมานานแล้ว โดยแนวโน้มความต้องการใช้ไม้กระถางภายในประเทศนี้พิจารณาได้จากการเติบโตทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของบ้านจัดสรร การสร้างอาคารและสำนักงานต่างๆ ซึ่งปัจจุบันโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร กำลังเจริญเติบโตมีการขยายกิจการเหล่านี้เป็นอย่างมาก ดังนั้นกรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้ส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อเป็นรายได้ ไม่ว่าจะเป็นรายได้หลักหรือรายได้เสริม ตลอดจนการปลูกเลี้ยงไว้ดูเล่นเพื่อความสวยงามก็ตาม

14561

โดยลักษณะการผลิตไม้กระถางนั้น จะมีการผลิตอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. เป็นอาชีพหลัก มีการทำเป็นอาชีพอย่างจริงจัง มีรายได้ส่วนใหญ่จากการประกอบอาชีพนี้
2. เป็นอาชีพเสริม มีผลพลอยได้จากการขายพันธุ์พืช
3. เป็นงานอดิเรก เพื่อเป็นการพักผ่อนหรือเพื่อความสวยงาม ไม่หวังจะมีรายได้จากการปลูกลี้นอกจากความเพลิดเพลิน

การผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่มีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ โดยใช้แรงงานภายในครอบครัว ยังไม่มีการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมเหมือนในต่างประเทศ หากมีการพัฒนาการผลิตให้เป็นระบบ มีผลผลิตออกมาอย่างสม่ำเสมอ มีปริมาณและมาตรฐานเดียวกันก็จะสามารถส่งไปขายต่างประเทศได้มากขึ้น

โดยในการผลิตไม้กระถางเพื่อการจำหน่ายนั้น ผู้ผลิตควรคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ชนิดของพันธุ์ไม้ โดยผู้ผลิตต้องเลือกผลิตไม้กระถางให้ชนิดและพันธุ์ตรงกับความต้องการของตลาด
2. จำนวนและขนาด ให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน มีคุณภาพ มีปริมาณมากเพียงพอในการส่งจำหน่ายได้
2. ราคา ไม่ควรมีราคาแพงนัก เพราะปัจจุบันมีการแข่งขันกันมาก การตั้งราคาที่สูงเกินไปก็อาจทำให้ขายไม่ได้และควรตั้งราคาให้สมกับคุณภาพของไม้กระถาง
3. ตลาด การผลิตไม้กระถางแต่ละชนิด ต้องคำนึงถึงตลาดเป็นหลัก ว่าไม้กระถางที่ผลิตนั้นตลาดมีความต้องการมากน้อยเพียงใดและเป็นที่นิยมของผู้ซื้อหรือไม่ซึ่งเป็นเรื่อง que ผู้ผลิตจะต้องติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดอยู่เสมอ ซึ่งผู้ที่ให้ข่าวสารแก่ผู้ผลิตได้คือผู้จำหน่ายที่ซื้อขายไม้กระถางกับผู้ผลิตนั่นเอง หรือหาข่าวเพิ่มเติมจากภาครัฐบาล เช่นกรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร
กองส่งเสริมการเกษตร
เชียงใหม่

4. เงินทุน ในการผลิตสินค้าต่างๆ เงินทุนเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง ในการผลิตไม้กระถางนั้นต้องอาศัยเวลากว่าที่จะขายได้ ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในระหว่างการผลิตด้วย

5. การจัดการ ผู้ผลิตต้องเข้าใจถึงลักษณะการเจริญเติบโตของไม้กระถางแต่ละชนิด รวมถึงระยะเวลาในการเจริญเติบโต เพื่อให้สามารถบริหารงานการผลิตไม้กระถางให้ตรงกับความต้องการของตลาดนอกจากนั้นยังรวมถึงการจัดการด้านแรงงานและการขนส่งจากแหล่งผลิตไปยังตลาดอีกด้วย

แหล่งจำหน่ายไม้กระถาง

แหล่งจำหน่ายไม้กระถางในเขตกรุงเทพมหานครมีอยู่หลายแห่งด้วยกัน ทั้งที่เป็นแหล่งใหญ่และย่อย ซึ่งพอจะจำแนกได้ดังนี้

1. ตลาดต้นไม้ที่จตุจักร โดยมีการเปิดบริการให้มีการซื้อขายทุกสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และจัดตลาดนัดค้าส่งในวันพฤหัสบดีและวันศุกร์ โดยมีการวางจำหน่ายตามถนนในบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ผู้ค้าส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรหรือเจ้าของสวนมาขายเอง

2. ตลาดต้นไม้ที่ย่านสินค้าพลโยธิน ตลาดต้นไม้ที่นี่มีการเปิดขายกันทุกวัน ต้นไม้นำมาขายในตลาดนี้ พ่อค้าแม่ค้าจะรับมาจากแหล่งปลูกต้นไม้ขาย เช่น จากฝั่งธนบุรี พุทธมณฑล นครชัยศรี นนทบุรี มีนบุรี ปราชญ์บุรี เชียงใหม่ เชียงราย เป็นต้น หรือมีพ่อค้าคนกลางมาส่งถึงที่ โดยบรรทุกใส่รถมาขายตามแผงต้นไม้ หากพ่อค้าแม่ค้าสนใจซื้อไว้โดยไม่สนใจว่าจะมาจากที่ใดบ้างหรือจะสั่งต้นไม้ในชนิดหรือพันธุ์ที่ต้องการกับพ่อค้าคนกลางก็ได้ ตลาดที่มาของต้นไม้ที่สำคัญ คือ จากตลาดขายส่งต้นไม้จตุจักรในวันพฤหัสบดี และวันศุกร์

3. ตลาดต้นไม้ที่เทเวศน์ เป็นตลาดเก่าแก่กับบริเวณคลองปากน้ำเทเวศน์ มีมานานหลายสิบปีแต่ก่อนเป็นแหล่งขายต้นไม้แหล่งใหญ่ของชาวกรุงเทพฯ ที่เดียว ในปัจจุบัน ชะเลาะลงไปก็เนื่องมาจากมีตลาดคู่แข่งใหญ่ๆ เช่น จตุจักรที่คนรุ่นใหม่รู้จักกันดี พ่อค้าแม่ค้าตลาดนี้จะรับต้นไม้มาขายอีกทอดหนึ่งส่วนใหญ่มักจะรับจากตลาดนัดจตุจักรในวันขายส่ง ราคา

ต้นไม้ออกจะสูงกว่าที่อื่นเล็กน้อย ต้นไม้ที่มีขายกันส่วนใหญ่เป็นไม้ดอกไม้ประดับใน กระจกขนาดเล็กถึงขนาดที่ไม่ใหญ่นัก สามารถขนย้ายได้สะดวก เช่น กุหลาบ ดาวเรือง กล้วยไม้ เฟื่องฟ้า โป๊ยเซียน ไม้ใบประเภทต่างๆ เช่น วาสนา เฟิร์น และอื่น ๆ อีกหลาย ชนิด

4. ตลาดต้นไม้ในค่ายทหาร. ซึ่งอยู่ที่กองพันทหารราบที่ 11 อ.บางบัวทอง ถนนพหลโยธิน เป็นการให้ทหารชั้นผู้น้อยได้มีรายได้จากอาชีพเสริมโดยใช้เวลานอกราชการมาดูแลและขายต้นไม้ เป็นตลาดต้นไม้ที่คึกคักพอสมควร โดยเฉพาะในวันเสาร์-อาทิตย์

5. ร้านจำหน่ายทั่วไปตามริมถนนต่างๆ ซึ่งเป็นร้านรายย่อยจำหน่ายในราคา ขาปลีกจำหน่ายเหล่านี้จะเป็นการรับซื้อมาจากแหล่งใหญ่มาขายหรือบางชนิดก็ผลิตเอง ราคาจึงค่อนข้างแพงกว่าการไปหาซื้อตามแหล่งจำหน่ายใหญ่

ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

ปัญหาในการผลิตไม้กระถาง

1. ขาดการส่งเสริมอย่างจริงจังหรืออย่างแท้จริงจากรัฐบาลในการผลิตไม้ กระจกส่วนใหญ่เกษตรกรทำกันเอง
2. ขาดพันธุ์ไม้ที่ดี ที่ได้มาจากการขยายพันธุ์อย่างถูกวิธี เนื่องจากผู้ผลิตทำ การผสมพันธุ์ บำรุงพันธุ์กันเองผลที่ได้ออกมาช้าและไม่มีความทนเท่าที่ควร
3. ขาดเงินทุนสำหรับหมุนเวียน เนื่องมาจากการการปลูกไม้กระถาง จะ ต้องใช้เวลาจึงจะเห็นผล
4. ผู้ผลิตขาดความรู้ ประสบการณ์ และเทคนิคใหม่ที่จะนำมาใช้
5. อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีราคาแพง เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง จะมีราคา สูงกว่าผลผลิตที่ได้ในการลงทุนต่อหน่วย ซึ่งเป็นปัญหาในการผลิตไม้กระถางส่งออกขายใน ต่างประเทศ

ปัญหาในการจำหน่ายไม้กระถาง

1. ขาดการติดต่อประสานงานร่วมมือกับผู้จำหน่าย โดยปกติแล้วผู้ผลิตจะทำได้ตามกำลังความสามารถของตน ไม่ได้มีการวางแผนการผลิตให้ตรงกับผู้จำหน่าย เพราะส่วนใหญ่ในการขายไม้กระถางนี้ผู้ขายไม่ได้เป็นผู้ที่ทำการผลิตไม้กระถางเองแต่เป็นผู้รับมาจำหน่ายอีกทอดหนึ่งเท่านั้น
2. การจำหน่ายมีคนกลางมากเกินไป
3. ต้นทุนในการผลิตสูง เนื่องจากราคาอุปกรณ์ในการผลิต ทำให้มีราคาแพง
4. ขาดการนำเข้าของพันธุ์ไม้ใหม่ ๆ เนื่องจากพันธุ์ไม้ใหม่ ๆ เป็นที่ต้องการของตลาดสูง ถ้าหากมีการติดต่อแลกเปลี่ยนกันระหว่างประเทศผู้จำหน่ายจะเป็นผลดีอย่างยิ่ง

บทที่ 3

ผลการศึกษา

การศึกษานฤติกรรมการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคทั้งหมด 120 ตัวอย่าง ทั้งนี้ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบ โควต้า กล่าวคือ สอบถามจากผู้บริโภคที่มีที่อยู่อาศัยใน 4 ประเภทนี้ คือบ้านเดี่ยว ตึกแถว/ห้องแถว ทาวน์เฮาส์ และ ห้องชุด อย่างละ 30 ตัวอย่าง

ในการเสนอผลการศึกษามีอยู่ด้วยกัน 4 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค
- ตอนที่ 2 นฤติกรรมการซื้อไม้กระถาง
- ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

จากการศึกษาทางด้านข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคไม้กระถางเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพ ประเภทที่อยู่อาศัย อาชีพ รายได้ต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

เพศ

ผู้บริโภคที่ศึกษามีจำนวน 120 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายกล่าวคือ เป็นเพศหญิงจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 69.17 ส่วนเพศชายมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.83 (ตารางที่ 1)

อายุ

ผู้บริหารส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในวัยของคนทำงานระดับต้นกล่าวคือ มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 มีมากรองลงมา ส่วน อายุต่ำกว่า 21 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุในวัยศึกษา มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 5 คนเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 4.17 ของผู้บริหารทั้งหมด (ตารางที่ 2)

การศึกษา

เมื่อเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้บริหารแล้วพบว่า ผู้บริหารตัวอย่างมีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือมีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระดับอาชีวศึกษา มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และผู้บริหารมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุดคือมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 3)

สถานภาพ

ผู้บริหารส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คือมีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 สมรสแล้วมีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 และมีสถานภาพหย่าร้างกับเป็นหม้าย จำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	83	69.17
ชาย	37	30.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 2 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21ปี	16	13.33
21-30 ปี	54	45.00
31-40 ปี	25	20.83
41-50 ปี	20	16.67
50ปีขึ้นไป	5	4.17
รวม	120	100.00

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	7.50
มัธยมศึกษา	30	25.00
อาชีวศึกษา	21	17.50
ปริญญาตรี	52	43.33
สูงกว่าปริญญาตรี	8	6.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 4 สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	74	61.67
แต่งงาน	44	36.67
หย่าร้าง	1	0.83
หม้าย	1	0.83
รวม	120	100.00

ประเภทที่อยู่อาศัย

ผู้บริโภครายอย่างมีที่อยู่อาศัยแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ บ้านเดี่ยว ทาวเฮาส์ ตึกแถว/ห้องแถว และห้องชุด (อพาร์ทเมนต์ แฟลต คอนโดมิเนียม) โดยมีจำนวนอย่างละ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ประเภทที่อยู่อาศัย

ที่อยู่อาศัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	30	25.00
ตึกแถว/ห้องแถว	30	25.00
ทาวเฮาส์	30	25.00
ห้องชุด	30	25.00
รวม	120	100.00

อาชีพ

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภครายงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ คือมี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษาซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 และรับราชการเป็นจำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 12.50 และทำงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทเอกชน	35	29.17
นักเรียน/นักศึกษา	31	25.83
รับราชการ	15	12.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	12	10.00
แม่บ้าน	11	9.17
รับจ้าง	9	7.50
รัฐวิสาหกิจ	7	5.83
รวม	120	100.00

รายได้ต่อเดือน

ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 3,000 บาท คือมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้บริโภครายได้มากกว่า 15,000ขึ้นไป มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 มีรายได้ 9,001-12,000บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และกลุ่มผู้บริโภครายได้ 3,001-6,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 14 คน เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 11.67 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ระดับรายได้

ระดับรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	28	23.33
3,001-6,000 บาท	14	11.67
6,001-9,000 บาท	19	15.83
9,001-12,000 บาท	20	16.67
12,001-15,000 บาท	17	14.17
15,000 ขึ้นไป บาท	22	18.33
รวม	120	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อไม้กระถาง

พฤติกรรมการซื้อไม้กระถางของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้ทำศึกษา ได้แก่ ประเภทของไม้กระถางที่ซื้อมากที่สุด ราคาสีไม้กระถางที่ซื้อ รูปแบบของไม้กระถาง การกำหนดพันธุ์ไม้ ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อในแต่ละครั้ง จำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง เวลาที่ใช้ในการซื้อ สถานที่ที่ซื้อไม้กระถางบ่อยครั้งที่สุดและสาเหตุที่เลือกซื้อไม้กระถาง ในสถานที่ดังกล่าว

ประเภทของไม้กระถางที่ผู้บริโภครู้จักมากที่สุด

ไม้กระถางที่ซื้อส่วนใหญ่นั้น ผู้บริโภคซื้อไม้กระถางประเภทไม้ดอกมากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 74.17 และซื้อไม้กระถางประเภทไม้ใบมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ประเภทของไม้กระถางที่ผู้บริโภครู้จักมากที่สุด

ประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม้ดอก	89	74.17
ไม้ใบ	31	25.83
รวม	120	100.00

รายชื่อไม้กระถางประเภทไม้ดอก

รายชื่อของไม้กระถางประเภทไม้ดอกที่ผู้บริโภครู้จักมากที่สุดเป็น อันดับแรก คือ กุหลาบ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 32.39 รองลงมาคือ โป๊ยเซียน มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 21.02 มขลิ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45 กล้วยไม้ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 9.66 เฟื่องฟ้า มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.82 อื่น ๆ เช่น โมก เบญจมาศ บัวหลวง มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68 และ ต้นแก้ว มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.98 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 รายชื่อไม้กระถางที่ซื้อจำแนกตามประเภทไม้ดอก ^{1/}

รายชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กุหลาบ	57	32.39
โป๊ยเซียน	37	21.02
มะลิ	36	20.45
กล้วยไม้	17	9.66
เฟื่องฟ้า	12	6.82
ต้นแก้ว	7	3.98
อื่น ๆ (โมก, เบญจมาศ บัวหลวง)	10	5.68

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รายชื่อไม้กระถางประเภทไม้ใบ

รายชื่อไม้กระถางประเภทไม้ใบที่ผู้บริโภครู้จักชื่อมากเป็นอันดับแรกคือ พวงเฟิร์น มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 24.62 รองลงมาคือพลูด่าง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 21.54 โกสน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 ปาล์ม มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.31 เล็บครุฑกับวาสนามีจำนวนเท่ากันคือ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.23 และอื่น ๆ เช่น ขอนสี ว่าน สาวน้อยประแป้ง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 รายชื่อไม้กระถางที่ซื้อจำแนกตามประเภทไม้ใบ ^{๑/}

รายชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พวกเฟิร์น	16	24.62
พลูด่าง	14	21.54
โกสน	10	15.38
พวกปาล์ม	8	12.31
เล็บครุฑ	6	9.23
วาสนา	6	9.23
อื่นๆ (บอนสี สาวน้อยประแป้ง ว่าน)	5	7.69

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รูปแบบของไม้กระถางที่ซื้อ

ผู้บริโภคมีการซื้อไม้กระถางตั้งมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 รองลงมา ซื้อทั้งไม้กระถางตั้งและแขวนจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และซื้อไม้กระถางแขวนอย่างเดียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 รูปแบบของไม้กระถางที่ซื้อ

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม้กระถางตั้ง	74	61.67
ทั้งสองแบบ	39	32.50
ไม้กระถางแขวน	7	5.83
รวม	120	100.00

การกำหนดพันธุ์ไม้กระถางที่ซื้อ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการกำหนดพันธุ์ไม้กระถางที่ซื้อไว้ล่วงหน้า จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมา ไม่กำหนดแน่นอนคือบางโอกาสก็กำหนดพันธุ์ไม้ที่ต้องการจะซื้อไว้ล่วงหน้าและบางโอกาสก็ไม่กำหนดไว้ก่อนล่วงหน้าโดยตัดสินใจขณะที่ซื้อ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และไม่ได้กำหนดพันธุ์ไม้กระถางที่จะซื้อไว้ล่วงหน้า จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 การกำหนดดัชนีต้นทุนไม้กระถางเมื่อผู้บริโภคร้องขอ

การกำหนดชนิดของพันธุ์ไม้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กำหนดล่วงหน้า	58	48.33
ไม่ได้กำหนดล่วงหน้า	36	30.00
ไม่แน่นอน	26	21.67
รวม	120	100.00

ความถี่ในการซื้อไม้กระถาง

ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ซื้อไม้กระถางนานๆ ครั้ง คือ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาซื้อเดือนละครั้ง มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 ซื้อ 2 เดือนครั้ง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ซื้อ 3 เดือนครั้ง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 ซื้อ 6 เดือนครั้ง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 และผู้บริโภคร้อยละน้อยที่สุดซื้อไม้กระถางปีละครั้งมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ความถี่ในการซื้อไม้กระถาง

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นานๆ ครั้ง	69	57.50
1เดือนครั้ง	17	14.17
2เดือนครั้ง	12	10.00
3เดือนครั้ง	11	9.17
6เดือนครั้ง	7	5.83
ปีละครั้ง	4	3.33
รวม	120	100.00

มูลค่าในการซื้อไม้กระถางแต่ละครั้ง

มูลค่าในการซื้อไม้กระถางแต่ละครั้งส่วนใหญ่นั้น ผู้บริโภคจะซื้อไม้กระถางไม่เกิน 100 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 รองลงมาจะซื้อในมูลค่า 201-300 บาท มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 มูลค่า 101-200 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 และซื้อไม้กระถางมีมูลค่า 301-400 บาท จำนวนน้อยที่สุด คือ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 มูลค่าในการซื้อไม้กระถางแต่ละครั้ง

มูลค่า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	31	25.83
101-200 บาท	26	21.67
201-300 บาท	27	22.50
301-400 บาท	6	5.00
401-500 บาท	8	6.67
500 บาทขึ้นไป	22	18.33
รวม	120	100.00

จำนวนไม้กระถางในแต่ละครั้งที่ซื้อ

ในแต่ละครั้งผู้บริโภคร้อยส่วนใหญ่ซื้อไม้กระถางในจำนวน 2 กระถางมากที่สุดคือ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 รองลงมาซื้อมากกว่า 3 กระถาง มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ซื้อ 3 กระถาง มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซื้อในจำนวนไม่แน่นอน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และซื้อ 1 กระถางเป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 จำนวนไม้กระถางที่ซื้อในแต่ละครั้ง

จำนวน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 กระถาง	11	9.17
2 กระถาง	34	28.33
3 กระถาง	28	23.33
มากกว่า 3 กระถาง	32	26.67
ไม่แน่นอน	15	12.50
รวม	120	100.00

การใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ใช้เวลาน้อยในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง คือ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 รองลงมาใช้เวลานานกว่าจะตัดสินใจซื้อไม้กระถางจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 และตัดสินใจทันทีในการซื้อไม้กระถาง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 (ตารางที่ 16)

สถานที่ซื้อไม้กระถาง

สถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปซื้อไม้กระถางบ่อยครั้งที่สุด คือตลาดนัดสวนจตุจักร มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ ร้านค้าใกล้บ้าน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.83 และที่อื่นๆ เช่นตลาดเทเวศน์ ตลาดห้วยขวาง บางใหญ่ บางบัวทอง ตลิ่งชัน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 16 เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

เวลาที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้เวลาน้อยในการตัดสินใจซื้อ	46	38.33
ใช้เวลานานในการตัดสินใจซื้อ	38	31.67
ตัดสินใจทันที	36	30.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 17 สถานที่ที่ซื้อไม้กระถาง

สถานที่ที่ซื้อไม้กระถาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดนัดสวนจตุจักร	90	75.00
ร้านค้าใกล้บ้าน	19	15.83
อื่น ๆ (เทเวศน์ ห้วยขวาง บางใหญ่ บางบัวทอง ตลิ่งชัน)	11	9.17
รวม	120	100.00

สาเหตุที่ซื้อไม้กระถางจากสถานที่นั้น

ผู้บริโภครส่วนใหญ่ ซื้อไม้กระถางจากสถานที่นั้นมีเหตุผล อันดับแรก คือ มีไม้กระถางจำนวนมาก จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 รองลงมาคือหาซื้อไม้กระถางที่ต้องการได้ง่าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.60 ส่วนเหตุผลว่าใกล้บ้าน และพันธุ์ไม้มีคุณภาพมีจำนวนเท่ากันคือ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 และการมีบริการขายเป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกน้อยที่สุด คือมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 เหตุผลที่ซื้อไม้กระถางจากสถานที่นั้น^{1/}

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีไม้กระถางจำนวนมาก	94	37.60
หาซื้อไม้กระถางได้ง่าย	54	21.60
ราคาไม่แพง	45	18.00
ใกล้บ้าน	26	10.40
พันธุ์ไม้มีคุณภาพ	26	10.40
มีบริการขาย	5	2.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภคประกอบไปด้วย มลเหตุจูงใจที่ทำให้ซื้อไม้กระถาง ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งจะมี รายได้ของผู้บริโภค ราคา ชนิดของพันธุ์ไม้ คุณภาพของไม้กระถาง ลักษณะและรูปทรง ความสวยงาม ความสะดวกในการดูแลรักษาและผู้จำหน่าย สรุปผลได้ดังนี้

มูลเหตุจูงใจในการซื้อไม้กระถาง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไม้กระถางโดยมีมูลเหตุจูงใจ เพราะมีความชอบเป็นการส่วนตัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 32.42 รองลงมาเพื่อเพิ่มความสดชื่นภายในที่อยู่อาศัย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 30.86 เพื่อประดับตกแต่งภายในที่อยู่อาศัย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.22 ไม่มีพื้นที่ปลูกต้นไม้ลงดิน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.94 มีผู้แนะนำและเป็นของฝากผู้อื่นมีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.78 (ตารางที่ 19)

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

ในการตัดสินใจซื้อไม้กระถางส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อด้วยตนเองคือ มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 84.17 รองลงมาให้เพื่อนเป็น ผู้ช่วยตัดสินใจ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และให้ผู้จำหน่ายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจน้อยที่สุดคือมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 19 มลเหตุจูงใจที่ทำให้ซื้อไม้กระถาง^{1/}

มลเหตุจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความชอบเป็นการส่วนตัว	83	32.42
เพื่อเพิ่มความสดชื่น	79	30.86
เพื่อประดับตกแต่ง	62	24.22
ไม่มีพื้นที่ปลูกลงดิน	28	10.94
มีผู้แนะนำ	2	0.78
เป็นของฝากผู้อื่น	2	0.78

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 20 ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	101	84.17
เพื่อน	8	6.67
พี่น้อง/ญาติ	7	5.83
ผู้จำหน่าย	4	3.33
รวม	120	100.00

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

รายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยทางด้านรายได้ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ปัจจัยทางด้านรายได้มีผลระดับมาก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และปัจจัยทางด้านรายได้ของผู้บริโภคมีผลในระดับน้อย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ราคา ปัจจัยทางด้านราคาของไม้กระถางส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ มีผลระดับมากจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 มีผลระดับน้อยจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และปัจจัยทางด้านราคาไม่มีผลในการตัดสินใจซื้อจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

ชนิดของพันธุ์ไม้ ปัจจัยทางด้านชนิดของพันธุ์ไม้ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภคในระดับมาก คือมีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 70.83 รองลงมาคือมีผลระดับปานกลาง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และปัจจัยทางด้านชนิดของพันธุ์ไม้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

คุณภาพของไม้กระถาง ปัจจัยทางด้านคุณภาพส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภคในระดับมากมีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 รองลงมาคือมีผลระดับปานกลาง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 และปัจจัยทางด้านคุณภาพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33

ลักษณะและรูปทรง ปัจจัยทางด้านลักษณะและรูปทรงส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภคในระดับมาก มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีผลระดับปานกลาง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และปัจจัยทางด้านลักษณะและรูปทรงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33

ความสวยงาม ปัจจัยทางด้านความสวยงามของไม้กระถางส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับมากคือมีจำนวน 94 คิดเป็นร้อยละ 78.33 รองลงมา มีผลระดับปานกลาง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และปัจจัยทางด้านความสวยงามมีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ความสะดวกในการดูแลรักษา ปัจจัยทางด้านความสะดวกในการดูแลรักษาไม้กระถางส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับมากคือมีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีผลระดับปานกลาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีผลระดับน้อย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และปัจจัยทางด้านความสะดวกในการดูแลรักษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83

ผู้จำหน่าย ปัจจัยทางด้านผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือไม่มีผลและมีผลในระดับน้อยมีจำนวนเท่ากันคือ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และปัจจัยทางด้านผู้จำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจระดับมาก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

(ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

ปัจจัย	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	รวม
รายได้ของท่าน	21 (17.50)	45 (37.50)	15 (12.50)	39 (32.50)	120 (100.00)
ราคา	44 (36.67)	52 (43.33)	14 (11.67)	10 (8.33)	120 (100.00)
ชนิดของพันธุ์ไม้	85 (70.83)	17 (14.17)	2 (1.67)	16 (13.33)	120 (100.00)
คุณภาพ	76 (63.33)	23 (19.17)	4 (3.33)	17 (14.17)	120 (100.00)
ลักษณะและรูปทรง	72 (60.00)	23 (19.17)	4 (3.33)	21 (17.50)	120 (100.00)
ความสวยงาม	94 (78.33)	14 (11.67)	2 (1.67)	10 (8.33)	120 (100.00)
การดูแลรักษา	72 (60.00)	27 (22.50)	14 (11.67)	7 (5.83)	120 (100.00)
ผู้จำหน่าย	9 (7.50)	51 (42.50)	30 (25.00)	30 (25.00)	120 (100.00)

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงร้อยละ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อไม้กระถางของผู้บริโภค

แนวใหม่

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อไม้กระถาง ซึ่งในที่นี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคทางราคา ปริมาณ ความสะดวกในการซื้อไม้กระถาง ความคิดเห็นในการซื้อไม้กระถางเพิ่มในอนาคตของผู้บริโภค การซื้อไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริง รวมทั้งความคิดเห็นที่มีต่อการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่าย สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นที่มีต่อราคาของไม้กระถางในปัจจุบัน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ คิดว่าราคาไม้กระถางที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน มีราคาที่เหมาะสม จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 และคิดว่าไม้กระถางที่มีวางจำหน่ายในปัจจุบันมีราคาไม่เหมาะสม เพราะราคาไม้ดอกบางชนิดมีราคาแพงเกินไปและมีคุณภาพไม่คุ้มราคา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 (ตารางที่ 22)

ความคิดเห็นที่มีต่อปริมาณไม้กระถางที่วางจำหน่าย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ จำนวน 95 คิดเป็นร้อยละ 79.17 คิดว่าปริมาณไม้กระถางที่วางจำหน่ายในปัจจุบันมีเพียงพอกับความต้องการ และที่คิดว่าไม้กระถางที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน ยังไม่มีเพียงพอ ควรเพิ่มพันธุ์ไม้กระถางแปลก ๆ ให้มากขึ้นกว่าที่มีอยู่ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 22 ความคิดเห็นที่มีต่อราคาไม้กระถางในปัจจุบัน

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	93	77.50
ไม่เหมาะสม	27	22.50
รวม	120	100.00

ตารางที่ 23 ความคิดเห็นที่มีต่อปริมาณไม้กระถางที่วางจำหน่าย

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพียงพอ	95	79.17
ไม่เพียงพอ	25	20.83
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นที่มีต่อความสะดวกในการหาซื้อไม้กระถางที่ต้องการ

ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่เห็นว่า ความสะดวกในการหาซื้อไม้กระถางที่ต้องการในปัจจุบันหาซื้อได้ง่าย เพราะมีแหล่งจำหน่ายไม้กระถางเป็นจำนวนมากและมีขายเป็นหลักแหล่ง มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 79.17 และเห็นว่าไม้กระถางที่ต้องการหาซื้อยากส่วนมากเป็นพันธุ์ไม้เดิม ๆ เฉพาะที่คนนิยม มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 (ตารางที่ 24)

ความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อไม้กระถางในอนาคต

ผู้บริโภคร้อยละใหญ่คิดว่า จะซื้อไม้กระถางเพิ่มขึ้นในอนาคต มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 มีความคิดว่าอาจจะซื้อหรือไม่ซื้อไม้กระถางเพิ่ม มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และคิดว่าจะไม่ซื้อกระถางเพิ่ม มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 (ตารางที่ 25)

ความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริง

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อไม้กระถางประดิษฐ์เพื่อใช้ในอนาคตทดแทนไม้กระถางจริง พบว่าผู้บริโภคไม่คิดจะซื้อไม้กระถางประดิษฐ์แทน เพราะไม่ชอบไม่เป็นธรรมชาติเหมือนไม้กระถางจริง มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 78.33 คิดจะซื้อไม้กระถางทดแทน เพราะมีความคงทนสูง ใช้ประโยชน์ได้นาน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และคิดว่าในอนาคตอาจจะซื้อหรือไม่ซื้อนั้นขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะใช้ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 24 ความคิดเห็นที่มีต่อความสะดวกในการหาซื้อไม้กระถางที่ต้องการ

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หาซื้อได้ง่าย	95	79.17
หาซื้อได้ยาก	25	20.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อไม้กระถางในอนาคต

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซื้อ	100	83.33
ไม่แน่ใจ	15	12.50
ไม่ซื้อ	5	4.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นที่มีต่อการซื้อไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริง

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่ซื้อ	94	78.33
ไม่แน่ใจ	15	12.50
ซื้อ	11	9.17
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นที่มีต่อการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่าย

ผู้บริหารส่วนใหญ่ มีความคิดว่าการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่ายมีความจำเป็น มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 90.83 และคิดว่าการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่ายไม่มีความจำเป็น เพราะไม่อยากจะยากในการทำตามคำแนะนำของผู้จำหน่าย และสามารถหาอ่านได้ตามหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องนี้ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นที่มีต่อการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของ
ผู้จำหน่าย

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จำเป็น	109	90.83
ไม่จำเป็น	11	9.17
รวม	120	100.00

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

จากจำนวนผู้บริโภคทั้งหมด 120 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากกว่าระดับอื่น ๆ และทำงานในบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาเป็นนักเรียนนักศึกษาซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันโดยนอกจากอาชีพดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคที่ทำการศึกษายังมีอาชีพอื่น ๆ อีก เช่น รับจ้างและแม่บ้าน จึงส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้อต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อไม้กระถาง

ผู้บริโภคซื้อไม้กระถางประเภทไม้ดอกมากที่สุด โดยเฉพาะกุหลาบ ส่วนไม้ใบจะซื้อพวกเฟิร์นเป็นอันดับหนึ่ง รูปแบบไม้กระถางที่ซื้อเป็นแบบตั้งมากกว่าแบบอื่น ผู้บริโภคมีการกำหนดพันธุ์ไม้กระถางก่อนการซื้อล่วงหน้า โดยจะซื้อไม้กระถางนาน ๆ ครั้ง แต่ละครั้งไม่เกิน 100 บาท จำนวนที่ซื้อคือ 2 กระถางต่อครั้งมากที่สุด ซึ่งในการซื้อไม้กระถางนั้นผู้บริโภคใช้เวลาน้อยในการตัดสินใจ สถานที่ที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ สวนจตุจักร เนื่องจากมีไม้กระถางให้เลือกเป็นจำนวนมาก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของผู้บริโภค

ผู้บริโภคซื้อไม้กระถางโดยมีมูลเหตุจูงใจอันดับแรกคือ มีความชอบเป็นการส่วนตัว และจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้

กระถางในระดับมาก ก็คือ ชนิดของพันธุ์ไม้ คุณภาพ ลักษณะรูปทรง ความสวยงามและความสะดวกในการดูแลรักษา

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

โดยทั่วไปผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคาของไม้กระถางมีความเหมาะสมอยู่แล้ว และคิดว่ามีเพียงพอกับความต้องการ นอกจากนี้ยังหาซื้อไม้กระถางได้ง่ายเพราะมีแหล่งจำหน่ายเป็นจำนวนมาก ในอนาคตผู้บริโภคคิดว่าจะซื้อไม้กระถางเพิ่มขึ้นอีก ส่วนความต้องการใช้ไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริงนั้น ผู้บริโภคคิดว่าจะไม่ซื้อไม้กระถางประดิษฐ์เนื่องจากไม่ชอบเพราะไม่เป็นธรรมชาติ สำหรับคำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่ายนั้นผู้บริโภคคิดว่ามีความจำเป็นมาก

สำหรับข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อไม้กระถางในด้านต่าง ๆ นั้น ผู้บริโภคเสนอว่าควรส่งเสริมและปรับปรุงพันธุ์ไม้กระถาง กล่าวคือ ควรมีพันธุ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ ให้เลือกมากกว่าที่มีอยู่ ส่วนทางด้านราคาของไม้กระถางโดยเฉพาะประเภทไม้ดอก มีราคาแพงเกินไปและคุณภาพไม่คุ้มกับจำนวนเงินที่ต้องจ่ายจึงควรตั้งราคาให้เหมาะสม ทางด้านผู้จำหน่ายก็เช่นกันควรมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรมในการจำหน่ายมากขึ้น โดยผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายไม่ควรมีการฉ้อโกงหรือพ่นยาให้ไม้กระถางประเภทไม้ดอกเพื่อให้สวยงาม แล้วขายในราคาสูง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษานฤติกรรมการซื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะบางประการดังต่อไปนี้ คือ ประการที่หนึ่งผู้บริโภคจะคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชนิดของพันธุ์ไม้ คุณภาพ ลักษณะและรูปทรง ความสวยงามของไม้กระถางมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้นจึงควรเน้นทางด้านการผลิตโดยมีการปรับปรุงพันธุ์ไม้กระถางเพื่อให้ได้คุณภาพและคุณลักษณะที่ดี รวมทั้งควรมีการใช้วิทยาการแผนใหม่มาช่วยในการผลิตด้วย ประการที่

สอง ทางด้านร้านจำหน่ายควรมีการจัดพิมพ์คำแนะนำที่เกี่ยวกับการแนะนำไม้กระถาง รวมทั้งการดูแลรักษาไว้บริการลูกค้าด้วย เนื่องจากลูกค้าจำนวนมากยังไม่รู้จักไม้กระถางที่มีอยู่หลายชนิดและยังไม่รู้จักวิธีการดูแลรักษาที่ถูกต้อง ประการที่สาม รัฐบาลควรเข้ามามีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือการผลิตไม้กระถางในเรื่องของการขยายชนิด และพันธุ์ไม้กระถางให้มีคุณภาพ โดยการให้ความสนับสนุนงานวิจัยทางการปรับปรุงพันธุ์ไม้กระถางอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนให้มีธุรกิจการขยายพันธุ์พืชที่ได้มาตรฐานเกิดขึ้นและมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการจัดการขยายพันธุ์ไม้กระถางที่ถูกต้องตามหลักวิชาการให้แก่เกษตรกร ประการที่สี่ ผู้ริเริ่มธุรกิจไม้กระถาง ต้องมีความกระตือรือร้น หมั่นหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับไม้กระถางที่ตนเองจะปลูกเพื่อการค้าและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดทุกขั้นตอน ประการสุดท้าย การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาเบื้องต้น ควรจะมีการศึกษาในขั้นละเอียดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ . 2534 . หนังสือเรียนวิชาชีพ ไม้ดอกไม้ประดับ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว .

➤ จารุพันธ์ ทองแถม . 2536 . "ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับและแนวทางการพัฒนาส่งออก" . น.10-14 . อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ . กรุงเทพมหานคร : เจริญการพิมพ์ .

นิรนาม . 2530 . "เล่นไม้ไผ่" . บ้านและสวน . 11(127) : น.169-172 .

✎ _____ . 2533 . "ตลาดไม้ประดับใน กทม" . เคหการเกษตร . 14(12) : น.83-86 .

_____ . 2534 . "ภาชนะสำหรับปลูกต้นไม้" . บ้านและสวน . 15(174) : น.187-188 .

✎ _____ . 2536 . "การซื้อขายไม้ประดับ ณ ตลาดขายส่งจตุจักร กทม" . เคหการเกษตร . น.111-115 . กรุงเทพมหานคร : เจริญรัฐการพิมพ์ .

ปิฎกช บุนนาค . (ไม่ระบุปีที่พิมพ์) . ไม้ดอกไม้ประดับ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่งเสริมอาชีพ .

✎ นิลิษฐ์ วรอุไร . 2536 . "ทำไมจึงต้องผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอุตสาหกรรม" . น.4-8 . อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ . กรุงเทพมหานคร : เจริญการพิมพ์ .

ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย . 2533 . ธุรกิจขายต้นไม้ . กรุงเทพมหานคร .

ภาคผนวก

ชุดที่ _____

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษานฤติกรรมการชื้อไม้กระถางภายในที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง -โปรดกาเครื่องหมาย / ลงใน () และหรือข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้
 -ไม้กระถาง หมายถึง พันธุ์ไม้ดอกหรือไม้ใบ ที่นิยมปลูกในกระถางโดยเน้น
 ลักษณะของต้น ดอกและใบให้งดงาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษา
 () 3. อาชีวศึกษา () 4. ปริญญาตรี
 () 5. สูงกว่าปริญญาตรี () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

4. สถานสภาพ

- () 1. โสด () 2. แต่งงาน
 () 3. หย่าร้าง () 4. หม้าย (ฝ่ายหนึ่งเสียชีวิต) () 5. อื่นๆ

5. ประเภทของที่อยู่อาศัย

- () 1. บ้านเดี่ยว
 () 2. ตึกแถว/ห้องแถว
 () 3. ทาวเฮาส์
 () 4. ห้องชุด(อพาร์ทเมนท์, แฟลต, คอนโดมิเนียม)

6. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา
 () 2. รับราชการ
 () 3. รัฐวิสาหกิจ
 () 4. บริษัทเอกชน
 () 5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 () 6. แม่บ้าน
 () 7. อื่นๆ(โปรดระบุ) _____

7. รายได้ต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 3,000 บาท
 () 2. 3,001-6,000 บาท
 () 3. 6,001-9,000 บาท
 () 4. 9,001-12,000 บาท
 () 5. 12,001-15,000 บาท
 () 6. 15,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อไม้กระถางของผู้บริโภค

1. ไม้กระถางที่ท่านซื้อเป็นไม้ประเภทใดมากที่สุด

- () 1. ไม้ใบ
 () 2. ไม้ดอก

2. จากข้อ 1 รายชื่อไม้กระถางที่ท่านซื้อ (ตอบได้หลายคำตอบ)

.....

.....

3. ลักษณะของไม้กระถางที่ท่านซื้อเป็นแบบใด

- () 1. ไม้กระถางตั้ง () 2. ไม้กระถางแขวน
() 3. ทั้งสองแบบ

4. ก่อนการซื้อไม้กระถางท่านกำหนดพันธุ์ไม้ที่จะซื้อล่วงหน้าหรือไม่

- () 1. กำหนดล่วงหน้า () 2. ไม่ได้กำหนดล่วงหน้า
() 3. ไม่แน่นอน

5. ท่านซื้อไม้กระถางบ่อยเพียงใด

- () 1. นานๆ ครั้ง () 2. 1 เดือนครั้ง
() 3. 2 เดือนครั้ง () 4. 3 เดือนครั้ง
() 5. 6 เดือนครั้ง () 6. ปีละครั้ง
() 3. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6. มูลค่าในการซื้อไม้กระถางในแต่ละครั้ง

- () 1. ไม่เกิน 100 บาท () 2. 101-200 บาท
() 3. 201-300 บาท () 4. 301-400 บาท
() 5. 401-500 บาท () 6. 500 บาทขึ้นไป

7. ท่านซื้อไม้กระถางในแต่ละครั้ง ประมาณกี่กระถาง

- () 1. 1 กระถาง () 2. 2 กระถาง
() 3. 3 กระถาง () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

8. ในการซื้อไม้กระถางท่านใช้เวลาในการตัดสินใจซื้ออย่างไร

- () 1. ตัดสินใจทันที
() 2. ในเวลาน้อยในการตัดสินใจซื้อ
() 3. ใช้เวลานานกว่าจะตัดสินใจซื้อ

9. สถานที่ที่ท่านไปซื้อไม้กระถางบ่อยครั้งที่สุดคือ _____

10. สาเหตุที่ท่านซื้อไม้กระถางในสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| () 1. พันธุ์ไม้มีคุณภาพ | () 2. หาซื้อไม้กระถางได้ง่าย |
| () 3. มีไม้กระถางจำนวนมาก | () 4. ราคาไม่แพง |
| () 5. มีบริการขาย | () 6. ใกล้บ้าน |
| () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถาง

1. มลเหตุจูงใจที่ทำให้ท่านซื้อไม้กระถาง คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| () 1. ไม่มีพื้นที่ปลูกต้นไม้ลงดิน |
| () 2. เพื่อเพิ่มความสดชื่นภายในที่อยู่อาศัย |
| () 3. เพื่อประดับตกแต่งภายในที่อยู่อาศัย |
| () 4. มีความชอบเป็นการส่วนตัว |
| () 5. มีผู้แนะนำ |
| () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ |

2. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของท่านมากที่สุด

- | | | |
|---------------------|-------------------|-------------------------------|
| () 1. ตัวท่านเอง | () 2. เพื่อน | |
| () 3. พี่น้อง/ญาติ | () 4. ผู้จำหน่าย | () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ |

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้กระถางของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล
1. รายได้ของท่าน	_____	_____	_____	_____
2. ราคา	_____	_____	_____	_____
3. พันธุ์ไม้	_____	_____	_____	_____
4. คุณภาพของไม้กระถาง	_____	_____	_____	_____
5. ลักษณะและรูปทรง	_____	_____	_____	_____
6. ความสวยงาม	_____	_____	_____	_____
7. ความสะดวกในการดูแลรักษา	_____	_____	_____	_____
8. ผู้จำหน่าย	_____	_____	_____	_____
9. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____	_____	_____	_____	_____

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. ท่านคิดว่าราคาของไม้กระถางในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่

- () 1. เหมาะสม () 2. ไม่เหมาะสม เพราะ _____

2. ท่านคิดว่าไม้กระถางในปัจจุบันเพียงพอกับความต้องการของท่านหรือไม่

- () 1. เพียงพอ () 2. ไม่เพียงพอ ควรเพิ่ม _____

3. ท่านคิดว่าในปัจจุบันท่านหาซื้อไม้กระถางที่ท่านต้องการง่ายหรือไม่

- () 1. หาซื้อได้ง่าย เพราะ _____

- () 2. หาซื้อได้ยาก เพราะ _____

4. ในอนาคตท่านคิดจะซื้อไม้กระถางเพิ่มหรือไม่

- () 1. ซื้อ () 2. ไม่ซื้อ () 3. ไม่แน่ใจ

5. ท่านคิดจะซื้อไม้กระถางประดิษฐ์ทดแทนไม้กระถางจริงหรือไม่

- () 1. ซื้อ เพราะ _____
 () 2. ไม่ซื้อ เพราะ _____
 () 3. ไม่แน่ใจ เพราะ _____

6. ท่านคิดว่าการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาไม้กระถางของผู้จำหน่ายจำเป็นหรือไม่

- () 1. จำเป็น () 2. ไม่จำเป็น เพราะ _____

7. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อไม้กระถาง

.....



ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือ