



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัว
ของบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

A study on Production and Marketing of Anthurium
of Phu Rua Flower Center Co.,Ltd.

ของ
นางสาวอมรศิริ กลีบผึ้ง

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2545

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

เกษินี หมั่นไธสง 5 / 3 / 45

(อาจารย์เกษินี หมั่นไธสง)

กรรมการปัญหาพิเศษ

อรุณ อดิเรก 5 / 3 / 45

(อาจารย์อภิจิตตรา อภิราชจิตร์)

หัวหน้าภาควิชาฯ

อภิสิทธิ์ แก้วฉา 5 / 3 / 45

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัว
ของบริษัทฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

A Study On Production and Marketing of Anthurium
of Phu Rua Flower Center Co.,Ltd.

โดย



T097181

นางสาวอมรศิริ กليبฝั่ง

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

๑๗. คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

๑๒๘๑ ก เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

2544

พ.ศ. 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีผู้ใดฝ่าฝืนจะถือว่าผิดกฎหมายและมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
วัน...เดือน...ปี.....

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัททิวเรื่อ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

โดย: นางสาวอมรศิริ กลีบผึ้ง

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: เกสณี หมั่นไธสง/...../.....45

(เกสณี หมั่นไธสง)

ปัจจุบันกระแสการตื่นตัวทางด้านไม้ดอกไม้ประดับในประเทศไทยมีมากขึ้น จึงทำให้มีการปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศของไทยเพิ่มมากขึ้น และไม้ดอกไม้ประดับที่เริ่มมีบทบาทเป็นที่น่าสนใจของตลาดในปัจจุบัน คือ ดอกหน้าวัว ซึ่งตลาดไม้ดอกไม้ประดับทั้งในและต่างประเทศได้ให้ความสนใจดอกไม้ชนิดนี้เป็นอย่างมาก สวนบริษัททิวเรื่อ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัดจึงได้เริ่มทดลองปลูกดอกหน้าวัวโดยนำเข้าพันธุ์มาจากประเทศเนเธอร์แลนด์ทั้งหมด และได้มีการทดลองส่งดอกหน้าวัวที่ปลูกเข้าตลาดประมูลในญี่ปุ่น เป็นการเปิดตลาดในต่างประเทศ โดยหวังว่าดอกหน้าวัวที่ปลูกในประเทศไทยจะเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ เช่นดอกหน้าวัวที่มาจากฮาวายและเนเธอร์แลนด์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัททิวเรื่อ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดพบว่าดอกหน้าวัวของทางบริษัทมีคุณภาพตามที่ตลาดต้องการ ทั้งสีและขนาด ซึ่งจะมีการปรับปรุงพันธุ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ ต้นพันธุ์ที่ใช้ก็นำเข้าทั้งหมดจึงมั่นใจได้ในเรื่องคุณภาพ ด้านราคาจะกำหนดตามขนาดของดอก ไม่ใช่สีเป็นตัวกำหนด ด้านการจัดจำหน่ายจะมีตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลางมารับไปจำหน่ายต่อไปกับ โรงแรมและร้านดอกไม้ต่างๆ และมีการส่งเสริมการตลาดโดยจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์บริษัทพร้อมทั้งมีรูปพันธุ์หน้าวัวที่ปลูกอีกทั้งมีการออกแบบกล่องบรรจุให้มีชื่อบริษัทอยู่ข้างกล่องด้วยและจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พบว่าจุดแข็งของบริษัท คือ บริษัทมีสวนเป็นของตัวเองและมีขนาดใหญ่ มีการจัดการด้านการผลิตอย่างดี พันธุ์ดอกหน้าวัวของบริษัทมีความหลากหลาย ขนาดของดอกที่บริษัทจัดส่งมีการกำหนดเป็นมาตรฐานที่แน่นอน จุดอ่อนที่เกิดขึ้น คือ บริษัทขาดการวางแผนในเรื่องการควบคุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุณหภูมิด้านโอกาสทางการตลาด คือ ตลาดที่ต้องการดอกหน้าวัวมากได้แก่ ตลาดโรงแรม ซึ่งดอกหน้าวัวของทางบริษัทได้คุณภาพตามที่ตลาดต้องการ ดอกมีสีสดใส ขนาดใหญ่ แต่ก็มีอุปสรรคในเรื่องของคู่แข่งในตลาดต่างประเทศมีมากและปัญหาในด้านการขนส่งระยะทางไกลๆ

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าทางบริษัทควรมีการจัดระบบควบคุมในเรื่องอุณหภูมิจนให้มีประสิทธิภาพ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการผลิตและควรมีการจัดแสงให้เหมาะสมกับหน้าวัวแต่ละพันธุ์ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรมีวิธีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นเพื่อเป็นการขยายตลาดของทางบริษัท เช่น ทางบริษัทควรมีการติดต่อหาลูกค้าเองด้วย ไม่ผ่านทางพ่อค้าคนกลางอย่างเดียว ซึ่งจะทำให้การกระจายดอกหน้าวัวของทางบริษัทประสบผลสำเร็จได้มากขึ้น ทางด้านการส่งเสริมการตลาดควรปรับปรุงกล่องบรรจุให้เป็นที่สะดุดตาสวยงามมากขึ้น และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากอาจารย์เกสินี หมั่นไธสง อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษและอาจารย์อภิจิตตรา อภิราชจิตร กรรมการปัญหาพิเศษ ที่คอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษารวมทั้งตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณคุณพระพงษ์ สาคริก กรรมการบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ที่ได้กรุณา สละเวลาและให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องคอมพิวเตอร์ทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือในการพิมพ์ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และคนใกล้ชิดที่คอยช่วยเหลือทั้ง ทุนทรัพย์และกำลังใจที่มีให้ในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในภาคบริหารทุกคน รวมทั้งเพื่อนๆ ที่พระจอมเกล้าธนบุรีที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา

อมรศิริ กลีบผึ้ง

มีนาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
วิธีการศึกษา	6
การเก็บรวบรวมข้อมูล	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดทางทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน	11
การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด	11
ผลิตภัณฑ์	11
ราคา	12
การจัดจำหน่าย	12
การส่งเสริมการตลาด	13
การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด	13
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	14
บทที่ 3 สภาพการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัว	16
ลักษณะทั่วไป	16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พันธุ์ดอกหน้าวัว	17
สภาพที่เหมาะสมสำหรับการปลูกดอกหน้าวัว	17
การปลูก	18
การให้น้ำ	19
การให้ปุ๋ย	19
การขยายพันธุ์	20
ศัตรูที่สำคัญ	21
การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	23
สถานการณ์ด้านการตลาด	23
สถานะการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัท	25
ประวัติบริษัท	25
พันธุ์	26
วิธีการปลูก	26
วิธีการดูแลรักษา	27
การเก็บเกี่ยวผลผลิต	27
ปริมาณการผลิต	28
ราคาขายผลผลิต	28
ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตดอกหน้าวัว	28
แนวทางในการแก้ไขปัญหา	29
สถานะการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัท	29
ตลาดภายในประเทศ	29
ตลาดต่างประเทศ	29
ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด	29
แนวทางในการแก้ไขปัญหา	30
บทที่ 4 ผลการศึกษา	31
ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน	31
การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด	32
การวิเคราะห์SWOT	35

	(3)
	หน้า
บทที่ 5 สรุปรูปและข้อเสนอแนะ	38
สรุป	38
ข้อเสนอแนะ	39
เอกสารอ้างอิง	40



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 พื้นที่เพาะปลูกหน้าวัว ผลผลิต และตลาดที่สำคัญแยกตามประเทศ ผู้ผลิตหน้าวัวรายใหญ่	2
2 สีของดอกหน้าวัวและร้อยละที่ตลาดยุโรปต้องการ	3
3 ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ ดอกไม้สด และต้นไม้อื่นๆทำพันธุ์	4
4. พันธุ์ดอกหน้าวัวที่นำเข้าจากประเทศเนเธอร์แลนด์ของศูนย์ส่งเสริมและ ผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่	25
5 ต้นทุนการปลูกดอกหน้าวัวเฉลี่ยต่อไร่ของบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ปีการเพาะปลูก 2543/44	34
6. ปริมาณผลผลิต ราคา ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกดอกหน้าวัว เฉลี่ยต่อไร่ของบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ปีการเพาะปลูก 2543/44	35

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัททิวรีโอ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

33



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

กระแสมะเดื่อดอกไม้ประดับในประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มเป็นที่จับตามองมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม้ดอกไม้ประดับเมืองร้อนที่มีชื่อเสียงแต่เดิม คือ กล้วยไม้ ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญแต่ยังมีดอกไม้ชนิดที่เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น คือ ดอกหน้าวัว ซึ่งดอกหน้าวัวได้เข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2440 และนับว่าเป็นไม้ประดับที่น่าสนใจมากที่สุดหนึ่งในด้านความสวยงามของไม้ประดับสกุลหน้าวัวจะอยู่ที่สีสันและผิวสัมผัสของใบ ดอก และผล จึงทำให้นิยมนำมาทำเป็นไม้ประดับ แต่ที่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายจะอยู่ในรูปไม้ตัดดอกที่มีสีสดใส และมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน โดยประมาณ 35-40 วันถ้าได้มีการจัดการที่ดี หรือถ้าไม่ทำอะไรเลยก็สามารถอยู่ได้ประมาณ 15 วัน อีกทั้งยังสามารถปลูกในประเทศไทยได้ เนื่องจากมีถิ่นกำเนิดในเขตร้อนชื้นของทวีปอเมริกาเหนือ ไม้ประดับสกุลนี้จึงมีความทนทานต่อสภาพอากาศที่ร้อนชื้นในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

ปัจจุบันดอกหน้าวัวก็กำลังได้รับความนิยม และมีบทบาทความสำคัญมากขึ้นในตลาดไม้ดอกไม้ประดับ ในปี พ.ศ. 2540 มีการซื้อขายดอกหน้าวัวผ่านตลาดประมูลในประเทศเนเธอร์แลนด์ ประมาณ 49 ล้านดอก มูลค่า 1,179.8 ล้านบาท อยู่ในลำดับที่ 13 ของไม้ดอกไม้ประดับที่มีการซื้อขายมากที่สุดในตลาดประมูล และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นประมาณ ร้อยละ 12 ของมูลค่าการซื้อขายในปี พ.ศ. 2540 จึงเป็นไม้ตัดดอกเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ซึ่งคาดประมาณว่าพื้นที่ปลูกหน้าวัวในแหล่งปลูกที่สำคัญของโลกในปัจจุบันนั้นมีรวมกันไม่น้อยกว่า 3,000 ไร่ หรือ 25-30 ล้านต้น และสามารถให้ผลผลิตในแต่ละปีไม่น้อยกว่า 150 ล้านดอกต่อปี (โอพาร์, 2543) สำหรับส่วนแบ่งตลาดของไม้ตัดดอกเมืองร้อนในตลาดโลกมีเพียงร้อยละ 3 หรือประมาณว่าขนาดตลาดหน้าวัวมีประมาณ 500 ล้านบาทต่อปีแต่ถ้าเทียบกับไม้ตัดดอกบางชนิด เช่น กล้วยไม้ กุหลาบและเยอบีร่าแล้วยังน้อยอยู่ เนื่องจากพันธุ์หน้าวัวที่มีจำหน่ายอยู่นั้นน้อยชนิด การปลูกไม้ประดับสกุลหน้าวัวในลักษณะของการเป็นไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออกจึงเป็นเรื่องที่สามารถเป็นจริงได้เพราะดอกหน้าวัวกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดโลกเพิ่มขึ้น ซึ่งขณะนี้ตลาดส่วนใหญ่อยู่แถบประเทศในเมืองหนาว โดยสหรัฐอเมริกาจะมีพื้นที่เพาะปลูกดอกหน้าวัวมากที่สุดจำนวน 607 ไร่ สามารถให้ผลผลิตได้ประมาณปีละ 10 ล้านดอก ส่งไปยังตลาดที่สำคัญ คือ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศที่มีพื้นที่เพาะปลูกดอกหน้าวัวรองลงมา คือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีพื้นที่เพาะปลูกดอกหน้าวัวจำนวน 600 ไร่ ซึ่งจะสามารถให้ผลผลิตได้ประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปีละ 30 ล้านดอกต่อปี ส่งตลาดที่สำคัญ ได้แก่ เยอรมัน อิตาลี ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และฮ่องกง อีกประเทศที่มีพื้นที่ปลูกดอกหน้าวัวรองจากสหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ คือ มอริเชียส ส่วนผู้ผลิตดอกหน้าวัวรายใหญ่ของเอเชีย ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 35 ไร่ ทำการส่งไปยังตลาดญี่ปุ่น ซึ่งถือเป็นตลาดดอกหน้าวัวที่สำคัญและเป็นตลาดใหญ่ในเอเชีย (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 พื้นที่เพาะปลูกหน้าวัว ผลผลิต และตลาดที่สำคัญแยกตามประเทศผู้ผลิตหน้าวัวรายใหญ่

ประเทศ	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	ผลผลิต (ล้านดอก)	ตลาดที่สำคัญ
สหรัฐอเมริกา	607	10	ญี่ปุ่น
เนเธอร์แลนด์	600	30	เยอรมัน อิตาลี ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ฮ่องกง
มอริเชียส	450	ไม่แน่นอน	ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น
ฟิลิปปินส์	35	ไม่แน่นอน	ญี่ปุ่น

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2543)

นอกจากนี้ยังพบว่า สีของดอกหน้าวัวที่ตลาดนิยมในแต่ละประเทศจะแตกต่างกันไป เช่น ในอิตาลี นิยมดอกหน้าวัวที่มีสีส้มและแดงส้มมากที่สุด ขณะที่สัดส่วนของสีดอกในการจำหน่ายดอกหน้าวัวในตลาดประมูลของเนเธอร์แลนด์นั้น ดอกหน้าวัวที่มีสีแดงจะเป็นที่นิยมมากที่สุดร้อยละ 40.3 รองลงมาเป็นสีชมพูร้อยละ 15.3 สีขาวร้อยละ 12.8 สีส้มร้อยละ 11.7 และโอบาเกอร์ร้อยละ 8.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) ส่วนในตลาดญี่ปุ่น จะนิยมดอกหน้าวัวสีแดง ชมพูและสีขาว ตามลำดับ และการที่ดอกหน้าวัวทำรายได้สูงกว่าไม้ดอกชนิดอื่นๆ ที่ปลูกในพื้นที่เท่ากันสามารถทำรายได้ต่อหน่วยพื้นที่ในอัตราที่สูงที่สุดนี้เอง ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตดอกหน้าวัวเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ แม้ว่าจะต้องใช้เงินลงทุนในระยะแรกค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างนานก็ตาม และมีปัญหาในการขนส่งไประยะทางไกล ๆ การบรรจุหีบห่อทำได้ยาก ส่วนทางด้านราคาดอกหน้าวัวนั้นในปัจจุบันยังไม่มีความแน่นอนขึ้นอยู่กับตลาดแต่ละราย ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วราคาดอกหน้าวัวจะอยู่ประมาณ 20-30 บาทต่อดอก ถือเป็นราคาที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับราคาขายในตลาดโลกที่ขายเพียงราคา 12-15 บาทต่อดอก (โอฬาร, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 สีของดอกหน้าวัวและร้อยละที่ตลาดยุโรปต้องการ

สี	ร้อยละ
แดง	40.3
ชมพู	15.3
ขาว	12.8
ส้ม	11.7
โอบาเกะ	8.1
อื่นๆ	8.8

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2543)

ซึ่งประเทศไทยมีโอกาสที่จะผลิตป้อนตลาดได้ โดยเฉพาะตลาดในแถบประเทศเอเชียที่ยังมีการปลูกไม่มากนักและยังนำเข้าอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ ฮองกง ซึ่งเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อแต่ยังไม่มีประเทศใดเข้าไปเปิดตลาด ส่วนใหญ่จึงต้องนำเข้าจากแถบแคริบเบียน อีกประเทศคือ ญี่ปุ่น ซึ่งถือเป็นตลาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย ทำให้หลายประเทศหวังที่จะเจาะตลาดดอกหน้าวัวของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้ที่ผลิตป้อนตลาดญี่ปุ่นอยู่ในขณะนี้ คือ ฮาวาย หมู่เกาะแคริบเบียน และฟิลิปปินส์ แต่การแทรกตัวของไทยก็ยังยังสามารถทำได้เนื่องจากศักยภาพในการผลิตของไทยนั้นมีประสิทธิภาพ ดอกหน้าวัวที่ได้จึงมีสีเข้มผิวเป็นมัน จานรองดอกมีสีสดและมีขนาดใหญ่ ไม่แพ้กับดอกหน้าวัวที่ปลูกในต่างประเทศ และในขณะนี้การเปิดตลาดดอกหน้าวัวในต่างประเทศก็เริ่มไปบ้างแล้วโดยผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้บางรายเริ่มส่งดอกหน้าวัวไปกับดอกกล้วยไม้ เช่น ในปี พ.ศ. 2539 มีมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้ 675,270 พันบาท ในปี พ.ศ. 2540 มีมูลค่า 744,679 พันบาท และเพิ่มขึ้นสูงในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่า 1,046,626 พันบาท (ตารางที่ 3) ทำให้ในปัจจุบันตลาดโลกเริ่มรู้ว่าประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ปลูกดอกหน้าวัว เนื่องจากดอกกล้วยไม้เป็นไม้ประดับส่งออกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย การส่งออกดอกหน้าวัวร่วมไปกับดอกกล้วยไม้จึงเป็นการประชาสัมพันธ์ดอกหน้าวัวของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยุ้จกอย่างรวดเร็ว ซึ่งคาดว่าพื้นที่ปลูกดอกหน้าวัวในประเทศไทยที่เป็นการค้าในปัจจุบันจะมีอยู่ประมาณ 100 ไร่ ให้ผลผลิตแล้วประมาณ 70 ไร่ หรือ 560,000 ต้น ให้ผลผลิตทั้งหมดประมาณ 3 ล้านดอกต่อปี พื้นที่เพาะปลูกดอกหน้าวัวมักจะมีกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี เชียงใหม่ เชียงราย ชุมพร พังงา กระบี่ และภูเก็ต (โอฬาร, 2543) โดยส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากหน้าวัวพันธุ์ลูกผสมพันธุ์ใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ที่มาจากประเทศเนเธอร์แลนด์และสหรัฐอเมริกา เนื่องจากดอกหน้าวัวที่มาจากสองแหล่งนี้จะมีความหลากหลายของพันธุ์มากขึ้น คุณภาพดอกดีขึ้น ซึ่งถ้าเทียบกับพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ กุหลาบนั้นยังน้อยอยู่แต่ในอนาคตคาดว่าพื้นที่เพาะปลูกหน้าวัวจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ขณะเดียวกันปริมาณการใช้ในตลาดก็มีความต้องการเพิ่มขึ้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2543)

ตารางที่ 3 ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ ดอกไม้สด และต้นไม้อื่นๆทำพันธุ์

รายการสินค้า	2539		2540		2541	
	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (พันบาท)	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (พันบาท)
ดอกไม้สด	14	647	13	624	19	798
ต้นไม้อื่นๆทำพันธุ์	6,564,840	19,955	8,032,801	22,984	9,497,342	29,219
ดอกกล้วยไม้สด	10,620	675,270	10,471	744,679	11,680	1,046,626

ที่มา: (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541)

ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษาการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัททิวเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจการปลูกดอกหน้าวัว ทั้งในด้านการผลิตที่สามารถผลิตดอกหน้าวัวได้อย่างมีคุณภาพและได้มาตรฐานและยังมีสวนปลูกหน้าวัวที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 20 ไร่ จากพื้นที่ทำการเพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดในจังหวัดซึ่งมี 97 ไร่ โดยแยกปลูกดอกหน้าวัวประมาณ 3 ไร่ (ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่, 2542) โดยพื้นที่สวนอยู่บนดอย อ.ภูเรือ จ.เลย ซึ่งภูมิอากาศเหมาะสมกับการเพาะปลูกอย่างยิ่ง ทำให้ดอกหน้าวัวที่ได้มีสีสันสวยงาม สดใส ดอกมีขนาดใหญ่ และในด้านการตลาดที่ทางบริษัทได้เริ่มมีการส่งไปยังตลาดต่างประเทศบ้างแล้ว ที่สำคัญ คือ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเกษตรกรรายอื่น ๆ ปลูกเพียงเพื่อจำหน่ายภายในประเทศเท่านั้น บริษัทจึงเป็นผู้บุกเบิกในการส่งดอกหน้าวัวเข้าสู่ตลาดประมูลต่างประเทศ โดยจะทำการศึกษาทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ตลอดจนปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขรวมทั้งศึกษาในเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกดอกหน้าวัวด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาสภาพการตลาดดอกหน้าวัวโดยทั่วไปของไทยในปัจจุบัน
2. ศึกษาด้านการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัททิวเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงการตลาดดอกหน้าวัวโดยทั่วไป
2. ทราบถึงการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัททิวเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวโดยรวมและของ บริษัททิวเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด โดยเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตจะใช้ข้อมูลการเพาะปลูกของบริษัทช่วงปี2543/44

นิยามศัพท์

จานรองดอก หมายถึง ส่วนที่มีลักษณะคล้ายใบติดที่โคนปลีมีขนาดของส่วนยาวมากกว่า ส่วนกว้าง มีสีน้ำตาลหลาย

ปลีหรือช่อดอก หมายถึง ส่วนที่แท้จริงของดอก ซึ่งมีลักษณะโคนใหญ่ปลายเรียวเล็ก มีโคนติดกับจานรองดอก

ร่องน้ำตา หมายถึง ร่องระหว่างเส้นใบหรือความขุ่นของจานรองดอก

ต้นทุนผันแปร หมายถึง ค่าใช้จ่ายซึ่งแปรผันโดยตรงกับปริมาณการผลิต ค่าใช้จ่ายประเภทนี้ได้แก่ ค่าแรงงาน ค่าวัสดุและปัจจัยในการผลิตต่างๆและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ต้นทุนคงที่ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตคงที่ในการทำสวนดอกหน้าวัว โดยที่ค่าใช้จ่ายชนิดนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต

ตลาดประมุขญี่ปุ่น หมายถึง ตลาดกลางในญี่ปุ่นที่รับดอกหน้าวัวที่ได้คุณภาพมาตรฐานจากหลายๆ ประเทศเข้ามาประเมินราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กรรมการบริษัท ภูเรือ ฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (คุณพีระพงษ์ สาคริก) โดยครอบคลุมในเรื่องการผลิตและการตลาด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีของผู้ปลูกเลี้ยงหน้าวัว รวมทั้งรวบรวมจากบทความ เอกสาร วารสาร งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ คุณพีระพงษ์ สาคริก มาอธิบายโดยแสดงเป็นตารางโดยอาศัยค่าทางสถิติในรูปของอัตราส่วนหรือร้อยละเพื่อให้ทราบถึงปัญหาทางด้านการผลิตและการตลาดรวมทั้งวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดของบริษัท ภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด
2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนสุทธิจากการผลิตดอกหน้าวัวของบริษัท ภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องดอกหน้าวัวและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ในด้านการผลิตและด้านการตลาด รวมถึงการวิเคราะห์ ส่วนประสมทางการตลาด และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

สมเพียร เกษมทรัพย์ (2532) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเพาะปลูกดอกหน้าวัว พบว่าดอกหน้าวัวเป็นไม้ดอกหลายฤดู ออกดอกตลอดปีแต่ดอกจะตกในเฉพาะฤดูฝน การปลูกจะนิยมปลูกในโรงเรือน ซึ่งจะต้องมีการควบคุมความชื้นและแสง ผลผลิตดอกหน้าวัวจะสูงที่สุดที่แสงประมาณ 2,000 – 2,500 ฟุตแคนเดิล ความชื้นในอากาศร้อยละ 80–85 ถ้าแสงน้อยเกินไปดอกจะน้อย อุณหภูมิกลางวันไม่ควรต่ำกว่า 65 องศาฟาเรนไฮต์ และกลางคืนประมาณ 85 องศาฟาเรนไฮต์ จะเหมาะสมที่สุด และศึกษาเรื่องราคาและผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งต้นทุนในการผลิตมีการเปรียบเทียบต้นทุนการปลูกหน้าวัวในโรงเรือน 2 แบบ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การปลูกหน้าวัวในโรงเรือน ไม้ใฝ่พื้นซีเมนต์ในกรณีรวมค่าเสียโอกาสมีต้นทุนเท่ากับ 1,168,354.26 บาท เฉลี่ยดอกละ 2.54 บาท ส่วนในกรณีไม่รวมค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนเท่ากับ 888,973.02 บาท เฉลี่ยดอกละ 1.93 บาท ส่วนการปลูกหน้าวัวในโรงเรือน ไม้ใฝ่พื้นดินกรณีรวมค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน มีต้นทุนเท่ากับ 973,032.84 บาท เฉลี่ยดอกละ 2.75 บาท ส่วนในกรณีไม่รวมค่าเสียโอกาสมีต้นทุนเท่ากับ 746,707.02 บาท เฉลี่ยดอกละ 2.11 บาท เพราะฉะนั้นการปลูกหน้าวัวในโรงเรือน ไม้ใฝ่ซีเมนต์ให้ผลผลิตและผลตอบแทนที่ดีกว่า

ณรงค์ โฉมเฉลา (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่องไม้ตัดดอก พบว่าดอกหน้าวัวมีคุณสมบัติเป็นไม้ตัดดอกที่ดีได้ เนื่องจากมีสีสด มีอายุการปักแจกันค่อนข้างนาน การดูแลรักษาไม่ยุ่งยาก สภาพดินฟ้าอากาศของไทยก็เหมาะสมนับตั้งแต่ภาคเหนือ ไปจนจรดภาคใต้ ในด้านการลงทุนจะสิ้นเปลืองในเรื่องเกี่ยวกับโรงเรือนและพันธุ์หน้าวัว เพราะดอกหน้าวัวไม่สามารถทนต่อแสงแดดที่ส่องลงมาโดยตรงได้ จึงมีความจำเป็นต้องมีวัสดุบังแสงแดด ส่วนพันธุ์หน้าวัวที่ดีและเป็นที่ยอมรับของตลาดมักมีราคาค่อนข้างสูง แต่เมื่อสามารถตัดดอกขายได้แล้วก็จะคุ้มค่ากับการลงทุน ซึ่งความต้องการและราคาตลาดภายในประเทศยังมีอยู่มากด้านความนิยมตลาดต่างประเทศ หน้าวัวก็ยังเป็นไม้ตัดดอกที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกริใช้งานเพื่อการศึกษานาน เมืออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในความนิยมและราคาขายกันค่อนข้างสูง ซึ่งแหล่งปลูกหน้าวัวชั้นนำในปัจจุบัน ได้แก่ ฮาวายอิ สหรัฐอเมริกา และเนเธอร์แลนด์ นอกจากนี้ทางแอฟริกาที่ปลูกหน้าวัวเป็นไม้ตัดดอกเช่นกัน แต่ถ้าพิจารณาในด้านการแข่งขันกันในการปลูกดอกหน้าวัวแล้วจะอยู่ในวงแคบจำกัด เพราะสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมในการปลูกหน้าวัวในโลกมีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย นับว่ามีความเหมาะสมสามารถขยายตลาดดอกหน้าวัวให้เพิ่มมากขึ้นได้

สุรวิษ วรรณไกรโรจน์ (2534) ได้ทำการศึกษาวิธีการตลาดดอกหน้าวัว พบว่าตลาดต่างประเทศทั้งยุโรปและญี่ปุ่นมีความต้องการดอกไม้สกุลนี้จำนวนมากในแต่ละปีโดยตลาดญี่ปุ่นต้องการดอกหน้าวัวสีแดง ชมพู ขาว ตามลำดับ ส่วนตลาดยุโรปต้องการดอกสีส้มมากกว่า พันธุ์ที่นิยมได้แก่ พันธุ์ดวงสมร การรักษาคุณภาพของดอกก่อนบรรจุหีบห่อต้องจุ่มยากำจัดแมลง อุณหภูมิที่เหมาะสมในการเก็บรักษา 12 –13 องศาเซลเซียส ซึ่งการปลูกดอกหน้าวัวไม่ยากอย่างที่เกษตรกรส่วนใหญ่คิด การลงทุนครั้งแรกค่อนข้างสูงแต่เมื่อพันธุ์ระยะคืนทุนแล้วอุตสาหกรรมการผลิตไม้ตัดดอกชนิดนี้ จะทำกำไรให้แก่ผู้ปลูกเลี้ยงในอัตราที่สูง

กรมส่งเสริมการเกษตร (2543) ได้ศึกษาถึงแหล่งผลิตหน้าวัวและพันธุ์ที่นิยมพบว่า แหล่งผลิตหน้าวัวที่สำคัญของไทย มักอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี เชียงใหม่ เลย ชุมพร กระบี่ และภูเก็ต ประเภทของดอกหน้าวัวแบ่งได้ 3 ประเภท คือ ดอกสแตนดาร์ด เป็นลูกผสม *Anthurium andraeanum* กับพืชสกุลหน้าวัวชนิดอื่นมีลักษณะผิดปกติดังที่พบเห็นอยู่ทั่วไป ส่วนมากดอกมักมีสีเขียว ประเภทที่สองคือดอกเปลวเทียนหรือทิวลิปเป็นลูกผสมข้ามชนิดมีลักษณะของหน้าวัวน้อยมาก โดยจานรองดอกมีลักษณะตั้งขึ้นในแนวเดียวกับก้านช่อดอกและปลี และประเภทโอบาเกะ เป็นหน้าวัวที่มีขนาด สี และรูปทรงหลากหลายมาก จานรองดอกมักมี 2 สีมีสีหลักอยู่ตรงกลางและพันธุ์หน้าวัวที่แบ่งตามแหล่งพันธุ์ ได้แก่ สายพันธุ์ไทย สายพันธุ์ฮาวาย และสายพันธุ์เนเธอร์แลนด์ ลักษณะของพันธุ์หน้าวัวที่ดี จะต้องมีการรองดอกกว้าง ด้านซ้ายขวาเท่ากัน ก้านดอกยาวตรง และยังศึกษาวิธีการขยายพันธุ์การปลูกและการจัดการ การให้ปุ๋ย การตัดแต่ง การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว ซึ่งดอกที่ตัดแล้วควรแช่ในน้ำสะอาด และวางในที่ร่ม สำหรับการขนส่ง ในการขนส่งระยะไกลๆควรคัดขนาดดอกมักรวมเป็นกำโดยไม่ให้จานรองดอกมีโอกาสเสียดสีกัน แล้วแช่ในถังพลาสติกบรรจุน้ำสะอาด เพื่อขนส่งต่อไปส่วนการขนส่งระยะไกลจะต้องบรรจุดอกลงในกล่องอย่างระมัดระวังเพื่อลดการเสียหายจากการขนส่งหากปลีสัมผัสกับจานรองดอกระหว่างขนส่งจะทำให้ส่วนนั้นช้ำและทำให้เกิดเป็นรอยสีดำคุณภาพดอกจะลดลง วิธีการปฏิบัติควรสวมถุงพลาสติกที่จานรองดอกโดยเจาะรูให้ปลีแทงออกมา นำเรียงในกล่องกระดาษไม่ให้จานรองดอกซ้อนกัน แล้วยึดด้วยเทปเพื่อไม่ให้ดอกยับเขยื้อนหรือใส่ฟอยกระดาษที่พื้นน้ำให้ชื้นเพื่อให้ดอกได้รับความชื้นและป้องกันไม่ให้บอบช้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไพศาล โรจน์สรารุณย์ (2543) ได้ทำการศึกษาและทดลองปลูกดอกหน้าวัว พบว่า พันธุ์ดอกหน้าวัวที่นำเข้ามาจากประเทศเนเธอร์แลนด์มีคุณภาพ ทนต่อโรคและแมลงได้ดี ซึ่งพันธุ์ที่ให้ผลผลิตดอกดี 5 อันดับแรก ได้แก่ พันธุ์ทรอปิคอล พันธุ์เมอเรงเก พันธุ์คาเว่ พันธุ์ไซเนท และพันธุ์แฟนตาเซีย ซึ่งการปลูกที่มีการดูแลที่ดี มีการตัดแต่งใบให้โปร่งพอควรจะทำให้ดอกหน้าวัวโตดี และให้ดอกดีขึ้นส่วนการให้น้ำระบบแบบมินิสปริงเกลอร์ข้างบนควรจะให้วันละ 2 ครั้งในช่วงปกติ หากช่วงแล้งจัดเพิ่มเป็นวันละ 3 ครั้ง ๆ ละ 15 นาที โดยต้องให้เพื่อรักษาความชื้นให้อยู่ที่ร้อยละ 70 – 80 และอุณหภูมิเฉลี่ยที่ 22 – 25 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นสภาวะที่เหมาะสมกับการปลูกดอกหน้าวัว ด้านแปลงปลูกดอกหน้าวัวที่ใช้ตาข่ายพลาสติกและโครงที่ทำจากเหล็กเป็น้ำจะดีกว่าการใช้อิฐบล็อก เพราะสามารถระบายน้ำได้ดีกว่า

โอฬาร พิทักษ์ (2543) ศึกษาสภาวะการตลาดดอกหน้าวัว ผลการศึกษาสรุปได้ว่าศักยภาพของดอกหน้าวัวในตลาดโลก ซึ่งถ้าเทียบกับไม้ดอกที่มีในตลาดแล้ว ดอกหน้าวัวยังไม่กว้างขวางมากนักแต่ความต้องการของตลาดยังมีอยู่โดยตลอด พื้นที่เพาะปลูกในเชิงการค้าควรมีเพียง 3,200 ไร่เท่านั้น นับเป็นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับไม้ดอกเมืองหนาว ปัจจุบันดอกหน้าวัวอยู่ในอันดับที่ 12 ในตลาดประมุลเนเธอร์แลนด์รวมทั้งตลาดภายในประเทศส่วนใหญ่ผู้ที่ต้องการจะเป็นโรงเรือนใหญ่ ๆ เนื่องจากดอกหน้าวัวมีสี่สันสดใส และมีอายุการปักแจกันค่อนข้างนาน

นิรนาม (2544) ได้ศึกษาเรื่องการตลาดดอกหน้าวัว พบว่า การปลูกดอกหน้าวัวในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความต้องการของตลาดที่มีความต้องการเพิ่มขึ้น จึงกลายเป็นไม้ตัดดอกที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งอีกทั้งการดูแลรักษาก็ไม่ยุ่งยากเหมาะกับภูมิอากาศของไทย ซึ่งขณะนี้ทางราชการได้ให้การสนับสนุนการปลูกดอกหน้าวัวมากกว่าแต่ก่อน มีการนำพันธุ์ดอกหน้าวัวจากต่างประเทศมาทดลองปลูกถ้าประสบความสำเร็จก็จะเผยแพร่แก่เกษตรกรผู้สนใจ

แนวคิดทางทฤษฎี

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นในการเพาะปลูกจนถึงการเก็บผลผลิตเพื่อจำหน่าย ซึ่งองค์ประกอบต้นทุนการผลิตนั้นจะหมายถึง ส่วนประกอบของต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายต่อหน่วยการผลิตสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) และต้นทุนคงที่ (Fixed Cost)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ต้นทุนผันแปร หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการผลิตซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ซึ่งถ้าไม่มีการผลิตจะไม่มีค่าใช้จ่ายส่วนนี้เกิดขึ้น ต้นทุนผันแปรนี้มีทั้งต้นทุนที่เป็นเงินสดและต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด

1.1 ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสด หมายถึง ต้นทุนผันแปรที่ผู้ผลิตได้จ่ายไปจริงเป็นเงินสด จากการใช้จ่ายผันแปรต่าง ๆ

1.2 ต้นทุนผันแปรที่ไม่เป็นเงินสด หมายถึง ต้นทุนผันแปรที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายออกไปเป็นเงินสดจริง เป็นค่าใช้จ่ายที่คิดให้ปัจจัยการผลิตผันแปรต่าง ๆ

2. ต้นทุนคงที่ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตจะต้องจ่ายไม่ว่าจะมีการทำการผลิตหรือไม่ เพราะค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ซึ่งแบ่งได้เป็น ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสด และต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด

2.1 ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสด หมายถึง ค่าใช้จ่ายคงที่ที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปจริงเป็นเงินสด เช่น ค่าภาษีที่ดิน ค่าวัสดุอุปกรณ์การเกษตร เป็นต้น

2.2 ต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน เป็นเพียงค่าใช้จ่ายประเมินเท่านั้น เช่น ค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน ค่าใช้ที่ดินในกรณีเป็นที่ดินของตนเอง เป็นต้น

สำหรับค่าเสื่อมราคาของทรัพย์สิน จะใช้วิธีการคำนวณแบบเส้นตรง (Straight line method) ดังสมการ

$$\text{ค่าเสื่อมโรงเรือนหรืออุปกรณ์} = \frac{\text{ราคาทุนของโรงเรือนหรืออุปกรณ์} - \text{มูลค่าซาก}}{\text{อายุการใช้งาน}}$$

รายได้ หมายถึง รายได้ทั้งหมดที่ผู้ผลิตได้รับจากการผลิตชนิดหนึ่งต่อหนึ่งฤดูกาลที่ผลิตหรือต่อปี ซึ่งจะเท่ากับผลคูณของปริมาณผลผลิตกับราคาที่ผู้ผลิตได้รับ

กำไร หมายถึง ผลต่างระหว่างรายได้และต้นทุน

ซึ่งการวิเคราะห์ผลตอบแทนจะใช้สมการดังต่อไปนี้ในการวิเคราะห์

$$\text{ต้นทุนผันแปรทั้งหมด} = \text{ค่าแรงงาน} + \text{ค่าวัสดุอุปกรณ์การเกษตร} + \text{ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การเกษตร} + \text{ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนหมุนเวียน}$$

$$\text{ต้นทุนทั้งหมด} = \text{ต้นทุนผันแปรทั้งหมด} + \text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด}$$

$$\text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด} = \text{ค่าเช่าหรือค่าใช้ที่ดิน} + \text{ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์การเกษตร} + \text{ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในการซื้ออุปกรณ์การเกษตร}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned}
 \text{รายได้ทั้งหมด} &= \text{จำนวนผลผลิตทั้งหมด} \times \text{ราคาผลผลิตที่ได้รับ} \\
 \text{กำไรสุทธิ} &= \text{รายได้ทั้งหมด} - \text{ต้นทุนทั้งหมด} \\
 \text{กำไรสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร} &= \text{รายได้ทั้งหมด} - \text{ต้นทุนผันแปรทั้งหมด} \\
 \text{กำไรสุทธิเหนือต้นทุนที่เป็นเงินสด} &= \text{รายได้ทั้งหมด} - \text{ต้นทุนทั้งหมดที่เป็นเงินสด} \\
 \text{ผลผลิตคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนทั้งหมด}}{\text{ราคาผลผลิต}}
 \end{aligned}$$

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ 4 ประการ ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริษัทต้องคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Target market) ซึ่งเป็นกลุ่มของลูกค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบด้วยทุกสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความต้องการซื้อในผลิตภัณฑ์แต่โดยทั่วไปจะนิยมแบ่งออกเป็น ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ประการอาจเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps (The four Ps of The Marketing Mix) โดยทั้ง 4 ตัวนี้จะมีความสัมพันธ์กันมาก จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว และประสานงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้กลยุทธ์ทางการตลาดดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งจะประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ อาจเป็นทั้งวัตถุที่เป็นรูปร่างและต้องได้และไม่ต้องไม่ได้เป็นบริการ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบุคคล สถานที่ ความคิด หรือองค์กร ซึ่งจะมีความสำคัญมากในทางการตลาด โดยส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์นั้นจะประกอบไปด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ตรายี่ห้อ สายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการพิจารณาในเรื่องของผลิตภัณฑ์นี้อาจแตกต่างกันไปในหมู่ของผู้ซื้อและผู้ขายแต่เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการทางการตลาดจึงควรพิจารณาในรูปลักษณะดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (the tangible product) คือส่วนที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงตราหือและหีบห่อ
2. สิ่งที่มีผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้จากตัวผลิตภัณฑ์ (the generic product) เป็นความนึกคิด หรือความหวังที่มีผู้บริโภคคิดว่า ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปนั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการอย่างหนึ่งอย่างใดของเขาได้
3. บริการหรือสิ่งอื่น ๆ ที่อาจขายพ่วงไปพร้อมกับผลิตภัณฑ์ (the extended product) เช่นการรับประกัน การบริการซ่อมแซม การให้คำแนะนำในเรื่องการใช้และการบำรุงรักษาอื่น ๆ

ราคา (Price)

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆในการกำหนดราคา ซึ่งราคาถือเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือทางการตลาดหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด ราคาสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อคูณกับปริมาณขายของสินค้าชนิดนั้น จะทำให้เกิดรายได้จากการขาย ราคาจึงเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้จากการขาย และนำไปสู่การสร้างกำไรในที่สุด

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายเป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะการพิจารณาสถานที่จำหน่ายอย่างเดียว แต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผ่านคนกลางต่างๆอย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร ดังนั้นในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายจะประกอบด้วย 2 ส่วน ซึ่งเราเรียกว่า ส่วนประสมในการจัดจำหน่าย (Distribution Mix) ดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution หรือ Distribution Channel) หมายถึง กลุ่มของสถาบันหรือบุคคลที่ทำหน้าที่หรือกิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ ในส่วนนี้เป็นเรื่องพิจารณาว่าจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยผ่านคนกลางต่างๆอย่างไร กล่าวคือ พิจารณาถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า
2. การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการ และเวลาที่เหมาะสม ในส่วนนี้จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบด้วยการขนส่ง การเก็บรักษาตัวสินค้าภายในองค์การธุรกิจของตนและในระบบช่องทาง การคลังสินค้า และการควบคุมสินค้าคงคลัง

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังลูกค้าเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ตนมีขายอยู่ในตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการแจ้งข่าวสารนั้นอาจทำในรูป การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal) โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา กิจกรรมการโฆษณาประกอบด้วยการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์

2. การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งการขายโดยใช้บุคคลก็คือ การขายโดยใช้พนักงานขายนั่นเอง

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค และประสิทธิภาพของผู้ขาย ตัวอย่างการส่งเสริมการขายได้แก่ การลดราคา แลกซื้อ แคมเปญสินค้าฟรี เป็นต้น

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการแบบไม่ใช้บุคคล โดยที่องค์กรที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆจากการเสนอข่าวนั้น

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์กร เพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Analyzing Marketing Opportunities)

เป็นการศึกษาถึงข้อได้เปรียบต่างๆจากตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดและ โอกาสต่างๆที่จะเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการตลาดต่อไป ซึ่งสามารถแบ่งสิ่งแวดล้อมได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมืออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สิ่งแวดล้อมจุลภาค (Microenvironment) ประกอบด้วยกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลอย่างใกล้ชิดต่อความสามารถในการให้บริการลูกค้าและระบบงานการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต สิ่งแวดล้อมภายในบริษัท คนกลางทางการตลาด ลูกค้า คู่แข่งขันและกลุ่มสาธารณะในท้องถิ่น

2. สิ่งแวดล้อมมหภาค (Macroenvironment) ประกอบด้วยปัจจัยในวงกว้างในสังคมส่วนรวมของประเทศหรือระหว่างประเทศ ได้แก่ ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ซึ่งเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์พื้นฐานทางการตลาดโดยทั่วไปจะทำให้เกิดความเข้าใจในการศึกษาเรื่องสภาพแวดล้อมทางการตลาดอันประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกบริษัท ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สรุปได้ 4 ประเด็น คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งเรียกการวิเคราะห์แบบนี้ว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) ซึ่ง SWOT ได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางการตลาดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการพิจารณาปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆภายในธุรกิจ ซึ่งก็คือ ปัจจัยด้านการตลาด การเงิน การผลิต และองค์ประกอบต่างๆภายในธุรกิจ หรือกล่าวอย่างง่ายก็คือ การวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (strength) คือ การพิจารณาข้อดีเด่นหรือจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ หรือของบริษัท หรือ 4Ps ของบริษัท จากสิ่งแวดล้อมภายในบริษัท การวิเคราะห์จุดแข็งจึงพิจารณาจาก 4Ps ฐานะทางการเงิน ความแข็งแกร่งด้านการผลิต การบุคลากร และชื่อเสียงของบริษัท ซึ่งถ้าหากเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ย่อมได้เปรียบในเรื่องของฐานะทางการเงินที่เข้มแข็ง และชื่อเสียง เป็นต้น ทำให้การแข่งขันย่อมได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่เป็นบริษัทขนาดเล็กกว่า

1.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (weakness) คือ การพิจารณาข้อเสียเปรียบ ซึ่งเป็นความสามารถที่ด้อยกว่าคู่แข่ง อาจเป็นปัญหาที่ธุรกิจจะต้องทำการแก้ไขให้ได้หรือต้องลดความเสียเปรียบนี้ให้ลดต่ำลงที่สุด ซึ่งจุดอ่อนนี้จะมิอยู่ในธุรกิจเสมอ

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ โดยวิเคราะห์ทั้งถึงแวดลอมจุลภาคและถึงแวดลอมมหภาค ซึ่งก็คือการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคการดำเนินงานของบริษัทนั่นเอง

2.1 การวิเคราะห์โอกาส (opportunity) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้ออำนวยจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ลูกค้า คนกลาง ผู้ขายปัจจัยการผลิต คู่แข่งขันและถึงแวดลอมมหภาค

2.2 การวิเคราะห์อุปสรรค (threat) คือ การวิเคราะห์ข้อจำกัดหรือข้อเสียเปรียบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ประชากรศาสตร์ เทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรม การเมืองและกฎหมาย



บทที่ 3

สภาพการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัว

ในบทนี้จะกล่าวถึงสภาวะการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวโดยทั่วไปและของบริษัททิวเรือฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะทั่วไป

หน้าวัวและเปลวเทียนเป็นไม้ดอกสกุลหน้าวัวเพียง 2 ชนิดเท่านั้นที่มีการปลูกเป็นการค้าในเขตร้อนชื้น โดยเป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยวที่มีเนื้อไม้อ่อนและมีอายุยืน ลำต้นตั้งตรง ความยาวของปล้องจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับชนิดหรือพันธุ์

ดอกหน้าวัว เกิดจากตาเหนือก้านใบ ประกอบด้วยปลี(ช่อดอก) และจานรองดอก จานรองดอกมีลักษณะคล้ายใบติดที่โคนปลี แต่สีต้นสวยงามจนมักเข้าใจผิดคิดว่าจานรองดอกหน้าวัวเป็นดอกหน้าวัว จานรองดอกหน้าวัวมักมีส่วนยาวมากกว่าส่วนกว้าง และจานรองดอกจะมีขนาดเล็กใหญ่ขึ้นกับอายุและขนาดของต้น ชนิดของพันธุ์และการเลี้ยงดู นอกจากนี้ความสวยงามของ จานรองดอกจะอยู่ที่สีต้นต่างๆกันแล้ว ยังอยู่กับความขมของจานรองดอก ซึ่งรู้จักกันว่า ร่องน้ำตาซึ่งในเมืองไทยมักนิยมร่องน้ำตาสีๆ เช่น พันธุ์ดวงสมร แต่ถ้าในต่างประเทศมักนิยมจานรองดอกค่อนข้างเรียบ จานรองดอกที่สีควรจะมีรูปร่างรูปหัวใจ และได้สัดส่วนจากโคนมาถึงปลายด้านซ้ายและขวาจะต้องเท่ากัน โดยไม่มีรอยแห้วของค้ำนใดด้านหนึ่ง ความหนาของจานรองดอกไม่บางเกินไป ในเมืองไทยนิยมให้โคนของจานรองดอกตั้ง หรือที่เรียกว่า หูแนบ แต่ในต่างประเทศไม่ถือเป็นเรื่องสำคัญ

ส่วนช่อดอกหน้าวัวหรือที่เรียกว่าปลี คือส่วนที่แท้จริงของดอก ประกอบด้วยก้าน ช่อ ซึ่งมีดอกย่อยเล็กเรียงอัดแน่นบนปลี ดอกย่อยนี้จะเป็นดอกสมบูรณ์เพศที่มีทั้งเกสรตัวผู้และเกสรตัวเมีย อยู่ในดอกเดียวกัน ดอกมีกลีบดอก 4 กลีบ สีของกลีบดอกมักจะเปลี่ยนไปเมื่อดอกบาน ดอกที่อยู่บนก้านดอกนี้เองจะมีสีต่างๆกัน เมื่อจานรองดอกเริ่มคลี่ปลีมักจะมียี่สีเหลืองอ่อนหรือสีปนแดงแล้วแต่ชนิดพันธุ์ สำหรับจานรองดอกซึ่งมีสีต้นที่สวยงามแท้จริง คือใบประดับที่ติดอยู่กับโคนช่อดอกหรือปลี จานรองดอกอาจมีสีขาว ส้ม ชมพู แดง ม่วง และสีเขียวหรือบางครั้งอาจพบจานรองดอกที่มีสีเขียวและสีอื่นปนกันก็ได้ ปกติจานรองดอกจะมีอายุการใช้งานได้ไม่ต่ำกว่า 7 วัน

โดยจานรองดอกจะมีคุณภาพทั้งในด้านสีและอายุการใช้งานดีที่สุดเมื่อตัดในขณะที่ดอกจริงบานได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครึ่งปติ สำหรับงานรองดอกของหน้าวัวที่เหมาะสมสำหรับตัดดอกเพื่อการส่งออกนั้น ควรมีร่องน้ำตาด้าน หูดอกซ้อนกันเพียงเล็กน้อย และขอบงานรองดอกต้องไม่มีวงงอ เนื่องจากลักษณะดังกล่าวจะช่วยป้องกันไม่ให้งานรองดอกหักในระหว่างการบรรจุและการขนส่ง อนึ่งงานรองดอกและปติ ควรชี้ไปในแนวเดียวกัน

พันธุ์ดอกหน้าวัว

แหล่งผลิตพันธุ์ดอกหน้าวัวขนาดใหญ่และขึ้นชื่อของโลก คือ ฮาวายและเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีความก้าวหน้าอย่างมากในเรื่องของการพัฒนาพันธุ์ พันธุ์หน้าวัวที่ปลูกในประเทศไทยก็นำเข้าจาก 2 แหล่งนี้ ซึ่งดอกหน้าวัวเป็นไม้ดอกเมืองร้อนก็จริงแต่การพัฒนาพันธุ์ทำกันในประเทศเมืองหนาว ดังนั้นจึงไม่ใช่ทุกพันธุ์ที่สามารถปลูกได้ในสภาพแวดล้อมของประเทศไทย จึงต้องมีการทดสอบพันธุ์ก่อน ซึ่งทางกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ดูแลดำเนินการในส่วนนี้ โดยพันธุ์ที่นิยมในตลาดโลกหลายพันธุ์สามารถปลูกได้ดีในประเทศไทย เช่น พันธุ์สีแดง ได้แก่ ทโรปปีคอลล และคาเร พันธุ์สีขาว ได้แก่ อะครอโพลิส และเมอแรงเก พันธุ์สีชมพู ได้แก่ โซเนท พันธุ์สีครีม ได้แก่ เฟินตาเซีย พันธุ์สีส้ม ได้แก่ คาสีโนและแซมบา พันธุ์สีม่วง ได้แก่ ราฟิโด พันธุ์สีเขียว ได้แก่ มิโคริ พันธุ์โอบาเกะ ได้แก่ สุลต่าน เป็นต้น

สภาพที่เหมาะสมสำหรับการปลูกดอกหน้าวัว

1. พื้นที่ปลูก ควรมีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีน้ำพอเพียง น้ำสะอาด ไม่มีเกลือแรมมากและน้ำไม่ท่วมขัง
2. อุณหภูมิ ดอกหน้าวัวเป็นไม้ตัดดอกที่ปลูกได้ดีในช่วงอุณหภูมิที่กว้างมาก ซึ่งอุณหภูมิต่ำสุดที่ไม่มีผลกระทบต่อการผลิตดอกหน้าวัว คือ 15 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิสูงสุดที่ดอกหน้าวัวสามารถทนได้ คือ 35 องศาเซลเซียส อุณหภูมิกลางวันที่เหมาะสมอยู่ที่ 26 – 32 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิกกลางคืนที่เหมาะสมคือช่วง 21 – 24 องศาเซลเซียส นอกจากนี้อุณหภูมิที่ต่ำเกินไป เช่น ต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียสเป็นเวลานานก็จะมีผลกระทบต่อต้นหน้าวัวเช่นกัน
3. ความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศ ความชื้นสัมพัทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการปลูกดอกหน้าวัวตัดดอกประมาณร้อยละ 75 – 85 ความชื้นสัมพัทธ์ไม่ควรต่ำกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากดอกหน้าวัวเป็นพืชระบบรากอากาศ (aerial root) ซึ่งรากสามารถดูดน้ำและความชื้นจากอากาศได้ ดังนั้น หาก

ความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศต่ำ อาจทำให้ดินแกระแกร็น ขาดน้ำ ไม่เจริญเท่าที่ควร นอกจากนี้ความชื้นสัมพัทธ์ไม่ควรสูงกว่าร้อยละ 95

4. ความเข้มแสง ซึ่งดอกหน้าวัวมีความต้องการความเข้มแสงในการเจริญเติบโตประมาณ 16,000 – 27,000 ลักซ์ หรือต้องการการพรางแสง ประมาณร้อยละ 70 – 80 เนื่องจากถ้าแสงมากเกินไปจะทำให้ดอกและใบสีซีดหรือไหม้

5. การระบายอากาศหรือการหมุนเวียนอากาศภายในโรงเรือน มีความสำคัญมากในการผลิตดอกหน้าวัว เนื่องจากการระบายอากาศหรือการหมุนเวียนอากาศภายในโรงเรือนจะมีผลต่ออุณหภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์และการระบาดของโรคภายในโรงเรือนได้ บริเวณรอบๆ โรงเรือนจึงไม่ควรปล่อยให้มิดชิด ไม้ใหญ่ขึ้นปกคลุมเพราะจะทำให้การหมุนเวียนของอากาศลดลง นอกจากนี้การติดตั้งพัดลมระบายอากาศภายในโรงเรือนเป็นช่วงๆก็สามารถช่วยให้การหมุนเวียนของอากาศดีขึ้น ส่วนพื้นที่ที่มีลมพัดตลอดเวลา ควรปิดด้านข้างของโรงเรือนเพื่อลดการสูญเสียความชื้น

6. โรงเรือน ธรรมชาติของดอกหน้าวัวต้องการสภาพที่มีความชื้นสูงมีแสงแดดรำไร และการถ่ายเทอากาศ ดังนั้นโรงเรือนควรมีความสูง 3.5 – 4 เมตร หลังคาคลุมด้วยซาแรนที่พรางแสงร้อยละ 70 – 80 หรืออาจคลุมด้วยพลาสติกใสกันฝนอีกชั้นหนึ่ง เพื่อป้องกันโรคใบไหม้ การคลุมซาแรนที่หลังคาอาจดัดแปลง โดยใช้ซาแรน 2 ชั้น คือ ชั้นบนแบบถาวรด้วยซาแรนพรางแสงร้อยละ 40 – 60 ส่วนชั้นล่างซึ่งซาแรนพรางแสงร้อยละ 60 แบบเลื่อนเปิดปิดได้ โดยช่วงกลางวันที่มีแสงแดดจัดจะปิดซาแรนทั้งสองชั้น ซึ่งจะพรางแสงได้ร้อยละ 76 – 84 ส่วนในช่วงเช้าและเย็นจะเปิด ซาแรนชั้นล่างเพื่อให้ต้นหน้าวัวได้รับแสงเต็มที่

7. วัสดุปลูก ควรมีลักษณะ โปร่งระบายน้ำได้ดี ไม่แข็งแฉะ เก็บความชื้นได้ดีสามารถยึดรากและลำต้นได้ไม่ย่อยสลายง่ายเพราะต้นหน้าวัวสามารถอยู่ได้เป็นเวลานานอย่างน้อย 4 – 6 ปี เครื่องปลูกที่นิยมใช้โดยทั่วไป ได้แก่ ถ่าน อิฐมอญทุบขนาด 1.5 – 3 เซนติเมตร กาบมะพร้าวสับ ถ่านกาบมะพร้าวโอเอซิสหัก (polyphenol foam) หรือเลือกใช้วัสดุอื่นที่มีคุณสมบัติข้างต้นที่มีอยู่ในท้องที่และราคาไม่แพง เช่น กรวดภูเขาไฟ นิยมใช้ในมตรัฐฮาวาย เปลือกสนใช้ปลูกหน้าวัวในโครงการพัฒนาออยตุง จังหวัดเชียงราย เป็นต้น

การปลูก

การปลูกดอกหน้าวัวที่นิยมสามารถปลูกได้ 2 แบบ คือ

1. ปลูกในกระถาง ใช้กระถางขนาด 8 – 12 นิ้ว ใส่เครื่องปลูกสูงประมาณ 1 ใน 3 ของ

ความสูงกระถาง จากนั้นวางโคนต้นบนวัสดุปลูกโดยให้ต้นอยู่กลางกระถางและรากกระจายโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รอบ แล้วจึงใส่วัสดุปลูกเพื่อให้เหลือปลายยอดอยู่เหนือวัสดุปลูกประมาณ 2 เซนติเมตร หรือเต็ม กระจก ในกรณีต้นสูงกว่ากระจก หากโรงเรือนตั้งอยู่ในที่ที่มีสภาพอากาศค่อนข้างแห้ง อาจใส่ โยมะพร้าวขูดหั่นเป็นชิ้นเพื่อเพิ่มความชื้น

2. ปลูกในแปลง แปลงปลูกควรกว้าง 1.2 เมตร ยกขอบสูง 30 เซนติเมตร โดยใช้อิฐบล็อก หรือลวดกรงไก่และเว้นทางเดิน 80 เซนติเมตร พื้นแปลงอาจทำเป็นสันนูนคล้ายหลังเต่าเพื่อการระบายน้ำที่ดี หรือทำเป็นรูปตัววี แต่วิธีหลังนี้จะต้องใส่ท่อสำหรับระบายน้ำในร่องด้วย และควรใช้ ผ้าพลาสติกปูพื้นเพื่อป้องกันไส้เดือนฝอย จากนั้นใส่เครื่องปลูกสูงประมาณ 20 เซนติเมตร ปลูก 4 แถว สลับพื้นปลูกใช้ระยะปลูก 30×30 เซนติเมตร อย่าปลูกให้แน่นเกินไป ยอดจะต้องโผล่พ้นวัสดุ ปลูก หลังปลูกควรให้สารเคมีป้องกันรากเน่า หลังปลูกควรเติมวัสดุปลูก หากพบว่าวัสดุปลูกยุบตัว แต่อย่าให้กลบยอดควรขึงลวด 2 ข้างแปลงเพื่อป้องกันไม่ให้ต้นล้ม เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน

การให้น้ำ

การให้น้ำอาจใช้ระบบสปริงเกอร์ฝน โพรยหรือระบบน้ำเหนือสูงเหนือใบดอกหน้าวัวเพื่อ เป็นการเพิ่มความชื้นในอากาศอีกด้วย ปกติจะให้วันละ 2 ครั้ง ช่วงอากาศแห้งอาจให้วันละ 3 ครั้ง โดยแต่ละครั้งจะให้น้ำนาน 10 – 15 นาที อัตราการให้น้ำประมาณ 1.5 ลิตรต่อตารางเมตรต่อครั้ง และควรแบ่งทยอยเปิดน้ำในโรงเรือนเป็นส่วนตัวเพื่อรักษาความชื้นในโรงเรือน หากพบว่ามี การระบาดของโรคใบไหม้ไม่ควรให้น้ำระบบสปริงเกอร์สูงเหนือใบดอกหน้าวัวเพราะจะส่งผลให้เชื้อ แพร่กระจายเร็วขึ้น

การให้น้ำอีกวิธีหนึ่ง คือ การให้น้ำระบบสปริงเกอร์ระดับใกล้เคียงพื้นวิธีนี้จะไม่ทำให้ใบเปียก อาจให้น้ำวันละ 2 – 4 ครั้งและเสริมด้วยระบบพ่นหมอก

การให้ปุ๋ย

กรณีปลูกในแปลงควรให้ปุ๋ยเม็ดสูตรเสมอ เช่น สูตร 15-15-15 โรยรอบชายพุ่มอัตรา 20 กรัมต่อต้น เดือนละครั้งหรือใช้ปุ๋ยละลายช้าสูตรเสมอ ส่วนกรณีปลูกในกระจกให้ใส่ปุ๋ยเม็ดสูตร เสมอ กระจกละ 20 กรัมเดือนละครั้งหรือใส่ปุ๋ยละลายช้ากระจกละ 20 กรัมทุก 3 เดือนและฉีดพ่น ด้วยปุ๋ยเกล็ดอัตรา 20 – 40 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร

การขยายพันธุ์

การขยายพันธุ์หน้าวัวสามารถทำได้หลายวิธี คือ

1. การตัดยอด ซึ่งการขยายพันธุ์แบบนี้นิยมทำกันมาก โดยทำเมื่อต้นสูงขึ้นมาจากระดับเครื่องปลูก และมีราก 2-3 ราก วิธีการปฏิบัติควรทำการขยายพันธุ์แบบนี้เมื่อยอดที่จะถูกตัดนั้นมีรากยาวพอ หรือมีปริมาณพอเหมาะกับจำนวนใบที่จะถูกตัดให้ติดไปกับยอดนั้น เพื่อให้ยอดที่ถูกตัดนั้นเมื่อถูกนำไปปลูกลงดินและเจริญเติบโตเร็ว ไม่ชะงักการเจริญเติบโตนานไปนัก เพราะรากสามารถยึดเกาะติดกับเครื่องปลูกเพื่อพยุงลำต้นและหาอาหารให้กับหน้าวัวได้เลย การตัดแบบนี้ควรเหลือใบไว้ที่ต้นตอเดิมประมาณ 1-2 ใบเป็นอย่างน้อยเพื่อให้ได้เกิดหน่อใหม่ได้เร็วและมีหน่อสมบูรณ์ ถ้าต่อไม่มีใบเหลืออยู่จะเกิดหน่อมากแต่การเจริญช้ามากการตัดยอดไปปลูกลงดินควรทายกัณราที่รอยแผลที่ถูกตัดทั้งยอดและตอเพื่อป้องกันไม่ให้ราเข้าทำลายได้
2. การแยกหน่อ หน้าวัวบางพันธุ์มีหน่อมาก เช่น พันธุ์ดาราทอง หรือหน่อที่เกิดจากตอเดิมที่ถูกตัดยอดไป เมื่อหน่อเหล่านี้มีรากก็ดึงหน่อนำไปปลูกลงดินขยายพันธุ์ต่อไปได้เช่นเดียวกัน
3. การตัดต้นชำ บางพันธุ์หน้าวัวไม่ได้ขยายพันธุ์โดยการตัดยอด นานเข้าหน้าวัวจะเจริญเติบโตเรื่อยๆ ก็จะมีลำต้นยาว หลังจากถูกตัดยอดไปปลูกลงดินแล้วยังมีลำต้นเหลืออยู่มากก็อาจจะขยายพันธุ์ต้นได้อีกโดยการตัดต้นที่ยาวนี้เป็นท่อนๆ แต่ละท่อนควรมีข้ออยู่ประมาณ 2-3 ข้อ นำท่อนพันธุ์ไปชำในทรายหรืออิฐทุบก้อนเล็กๆ ที่ขึ้นอยู่เสมอจะเกิดต้นใหม่ขึ้นมาตามข้อปล้องนั้น เมื่อรากเกิดขึ้นที่ต้นใหม่นั้นก็แยกไปปลูกลงดินต่อไป
4. การขยายพันธุ์โดยการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เป็นวิธีการขยายพันธุ์แบบใหม่ สามารถขยายพันธุ์ต้นพันธุ์ที่ดีมีจำนวนจำกัดให้ได้เป็นจำนวนมากในระยะเวลานับ การขยายพันธุ์แบบนี้มีปัญหาในระยะของการทำความสะอาดชิ้นส่วนเท่านั้น เพราะหน้าวัวอยู่ที่ขึ้นจะมีเชื้อรา และเชื้อแบคทีเรียอยู่ตามต้นพันธุ์มาก จึงล้างทำความสะอาดยกแต่หลังจากได้เนื้อเยื่อที่ปลอดเชื้อและยังมีชีวิตอยู่ก็ไม่มีปัญหาของการเจริญเติบโตต่อไป การขยายพันธุ์โดยวิธีนี้เมื่อต้นเจริญในหลอดอาหาร และเมื่อเจริญเติบโตเพียงพอก็ให้ย้ายจากหลอดนำมาปลูกลงในโรงเรือนที่ขึ้นสม่ำเสมอ ในระยะนี้ดอกหน้าวัวต้องการความเอาใจใส่มีจะนั้นต้นอาจจะตายได้ง่ายโดยเฉพาะถ้าขาดความชื้น
5. การขยายพันธุ์ด้วยเมล็ด การขยายพันธุ์วิธีนี้จะทำเพื่อผสมพันธุ์ให้ได้พันธุ์ใหม่ หรือใช้ขยายพันธุ์สำหรับพันธุ์ที่ขยายโดยเมล็ดแล้วไม่กลายพันธุ์

ศัตรูที่สำคัญ

ปกติดอกหน้าวัวมีศัตรูรบกวนน้อยเนื่องจากมีใบที่หนาและมีไขเคลือบใบ แต่หากสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม อาจพบโรคและแมลงได้ดังนี้

1. โรคใบไหม้ (*Anthurium blight*) สาเหตุเกิดจากเชื้อแบคทีเรีย *Xanthomonas campestris* pv. *dieffenbachiae*

ลักษณะการทำลาย เชื้อจะเริ่มเข้าบริเวณขอบ และได้ใบ(บริเวณที่มีปากใบเป็นจำนวนมาก) ทำให้เกิดจุดน้ำแฉะๆ ไม่มีรูปร่างที่แน่นอนกระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งอาการจะเด่นชัดด้านหลังใบ บริเวณรอบรอยแผลจะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองและตายในที่สุด หากใบที่เป็นโรคไม่ถูกตัดทิ้งในระยะเริ่มต้น เชื้อจะแพร่กระจายไปทั้งต้นผ่านทางท่อน้ำและท่ออาหาร โรคนี้มีกระบาดในที่มี ความชื้น และอุณหภูมิสูง

การป้องกันกำจัด โรคใบไหม้เป็นโรคที่กำจัดได้ยากเพราะเชื้อจะกระจายอยู่ในดินพืช และแพร่กระจายได้รวดเร็ว ทางที่ดีที่สุดคือ การป้องกันไม่ให้เกิดเชื้อ ซึ่งทำได้โดยใช้ต้นพันธุ์ที่ปลอดโรค รักษาตัวคนงานและเครื่องมือเครื่องใช้ให้อยู่ในสภาพปลอดเชื้อเสมอ และควรป้องกันไม่ให้ใบเปียก เป็นการลดการแพร่กระจายของเชื้อ ซึ่งทำได้โดยปลูกใต้หลังคาพลาสติกและให้น้ำในระดับผิวดิน หากมีเชื้อในแปลงจะต้องเก็บต้นที่เป็นโรคใส่ถุงพลาสติกนำออกจากแปลงและเผาไฟหรือฝัง เชื้อนี้จะอยู่นอกดินพืชได้ไม่นาน การใช้สารเคมีควรฉีดพ่นด้วยสารเคมี ฟอสเอทธิล-อลูมิเนียม เพื่อให้เชื้อเข้าทำลายยากขึ้น

2. โรคแอนแทรกโนส (*Anthraco*se, black nose, spadix rot) สาเหตุเกิดจากเชื้อรา *Colletotrichum gloeosporiodes*

ลักษณะการทำลาย หากเกิดที่ปลี อาการเริ่มแรกจะสังเกตเห็นจุดสีเข้มเล็กๆบนปลี จากนั้นจะขยายเป็นรูปทรงเหลี่ยมตามรูปทรงของคอกย่อย รอยเข้าทำลายมักไม่เป็นวงกว้าง หากมีเชื้อมาก อาจทำให้ปลีเน่าได้ สภาพที่เหมาะสมในการระบาดเมื่ออุณหภูมิสูงและความชื้นสูง การแพร่ของ เชื้อมักเกิดจากการกระเซ็นของหยดน้ำฝนหรือการให้น้ำ

การป้องกันกำจัด ฉีดพ่นด้วยสารเคมีกำจัดเชื้อราต่างๆไป เป็นระยะๆ

3. โรคใบแห้ง (*leaf blight*) สาเหตุเกิดจากเชื้อรา *Phytophthora* sp.

ลักษณะการทำลาย อาการเป็นจุดขั้วมีสีเขียวหม่น แผลจะขยายออกไปอย่างรวดเร็วจนเป็นแผลใหญ่แผลอาจจะเน่าเป็นสีน้ำตาล หรืออาจแห้งกรอบถ้าอากาศชื้นไม่พอ สภาพที่เหมาะสมในการระบาดจะระบาดในช่วงฤดูฝน ที่มีความชื้นสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การป้องกันกำจัด หนิพ่นสารเคมีกำจัดเชื้อรา เช่น เบนเลท ออโรโซไซด์ ฟาสแมน หนิพ่นทุก 7 – 10 วัน อย่างสม่ำเสมอจะช่วยควบคุมโรคนี้ได้

4. โรคใบจุด (Yellow spots) สาเหตุเกิดจากเชื้อแบคทีเรีย *Septoria anthuri*

ลักษณะการทำลาย ด้านหลังใบจะมีจุดสีเหลืองกระจายอยู่ทั่วไป อาการจะปรากฏทั้งใบอ่อนและใบแก่ ด้านล่างที่ตรงกับจุดสีเหลืองเมื่อเกิดแผลใหม่ๆ เป็นรอยบวมขนาดเล็กนานๆ ไปแผลจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลอ่อนไม่ขยายลุกลามออกไป สภาพที่เหมาะสมในการระบาดจะเป็นฤดูฝน ความชื้นสูง

การป้องกันกำจัด หนิพ่นสารเคมีกำจัดเชื้อแบคทีเรีย เช่น แคนเกอร์-X หรือสเตรปโตมัยซิน เพื่อป้องกันและกำจัดเชื้อโรคได้

5. โรครากเน่า (Root rot) สามารถเกิดได้ 2 กรณี คือ

5.1 เกิดจากเชื้อรา *Marasmius* sp.

ลักษณะการทำลาย ใบล่างๆ เหลืองและขอบใบแห้งเล็กน้อย ใบอ่อนจะเล็กลงในกระถางจะสังเกตเห็นใยราสีขาว หรืออาจขึ้นเป็นกลุ่มจะแพร่ออกไปตามวัสดุปลูก จับที่รากทำให้โคนต้นและรากผุเปื่อยเป็นสีน้ำตาล สภาพที่เหมาะสมในการแพร่ระบาดคือ สภาพอากาศที่ชื้น

การป้องกันกำจัด เมื่อพบให้รีบแยก หรือเปลี่ยนเครื่องปลูกใหม่ โดยตัดเอารากสีขาวออกให้มากที่สุดหรือตัดรากเน่าทิ้ง แล้วจุ่มในน้ำยาคลอโรกซ์ (ไฮเตอร์) : น้ำ ในอัตราส่วน 1:10 ประมาณ 5 – 10 นาที จึงนำไปปลูกใหม่ ถ้ามีปริมาณมาก ใช้ยาป้องกันเชื้อรา เช่น เมตาแลกซิล หรือ เทอราคลอร์ ราดลงไปใ้ในกระถาง ประมาณ 4 – 5 ครั้งห่างกัน 5 – 7 วัน

5.2 เกิดจากเชื้อ *Phitium splendens*, *Calonectria crotalariae* โดยเชื้อเหล่านี้ไม่ใช่สาเหตุหลัก แต่จะเกิดขึ้นเมื่อมีปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมร่วมด้วย

ลักษณะการทำลาย ความสูงของต้นลดลง ใบและดอกเล็ก ไม่มีความมันและไม่แข็งแรง บางกรณีเครื่องปลูกอาจจะเหม็น ซึ่งเกิดจากการเข้าทำลายในระยะที่สองของแบคทีเรีย สภาพที่เหมาะสมในการระบาด มาจากการระบายน้ำไม่ดี หรือใส่เดือนฝอย

การป้องกันและการกำจัด ทำเครื่องปลูกให้มีการระบายน้ำ และปรับ pH ของเครื่องปลูก หรือใช้สารเคมี เช่น เมตาแลกซิล เทอราคลอร์ เป็นต้น

6. เพลี้ยไฟ (Thrips) เพลี้ยไฟเป็นแมลงที่ทำความเสียหายให้แก่ดอกหน้าวัวเป็นอย่างมาก ทำให้ดอกมีตำหนิ

ลักษณะการทำลาย เพลี้ยไฟจะใช้ปากเจาะดูดน้ำเลี้ยงดอกที่ยังไม่คลี่เริ่มตั้งแต่เมื่อดอกเริ่มโผล่จากโคนใบ ทำให้ดอกเมื่อบานจะบิดงอ รอยแผลเป็นทางสีขาวหรือน้ำตาล สภาพที่เหมาะสมในการระบาดก็เมื่อมีอุณหภูมิสูงและความชื้นต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การป้องกันและการกำจัด ใช้สารเคมีกำจัดแมลงประเภทดูดซึม ได้แก่ เม็ทโรนิล หรือ อะบาเม็คติน ติดต่อกัน 3 ครั้งแต่ละครั้งห่างกัน 5 วัน

7. ไรแดงและไรขาว (Sqider mite, mite)

ลักษณะการทำลาย ใช้ปากดูดน้ำเลี้ยง ไรแดงทำให้ใบเป็นจุดสีขาวและจะชักใบอยู่ใต้ใบ ไรขาวทำให้ใบและดอกสีจาง และยังทำให้ผิวใบและจานรองดอกด้าน

การป้องกันและการกำจัด ใช้สารเคมีไดโคโทฟล ฉีดพ่นทุก 5 - 7 วัน

การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว

ดอกหน้าวัวมีอายุการใช้งานค่อนข้างนานโดยเฉลี่ย 15 - 20 วัน ระยะที่จานรองดอกเริ่มคลี่ จะมีสีสดใส และซีดลงเมื่ออายุมากขึ้น ระยะที่เหมาะสมที่สุดในการตัดดอก คือ ระยะที่ปลีเปลี่ยนสี แล้ว 3 ใน 4 ซึ่งเป็นระยะที่ดอกแข็งแรงดอกมีสีสดใสและปักแจกันได้นาน การตัดดอกหน้าวัว นิยมตัดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตัดให้ก้านดอกเหลือติดกับต้นประมาณ 4 - 5 เซนติเมตร เพื่อไม่ให้เชื้อโรคเข้าสู่ต้นได้ง่าย เมื่อตัดดอกแล้วควรจุ่มมิดในน้ำยาฆ่าเชื้อทุกครั้งเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อแบคทีเรีย และไวรัส ดอกที่ตัดแล้วควรแช่ในน้ำสะอาด และวางในที่ร่ม

สำหรับการขนส่ง ในการขนส่งระยะไกลๆควรตัดขนาดดอกมักรวมเป็นกำ โดยไม่ให้จานรองดอกมีโอกาสเสียดสีกัน แล้วแช่ในถังพลาสติกบรรจุน้ำสะอาด เพื่อขนส่งต่อไป ส่วนการขนส่งระยะไกลจะต้องบรรจุดอกลงในกล่องอย่างระมัดระวังเพื่อลดการเสียหายจากการขนส่ง หากปลีสัมผัสกับจานรองดอกระหว่างขนส่งจะทำให้ส่วนนั้นช้ำและทำให้เกิดเป็นรอยสีดำคุณภาพดอกจะลดลง วิธีการปฏิบัติควรสวมถุงพลาสติกที่จานรองดอก โดยเจาะรูให้ปลีแทงออกมา แล้วเรียงในกล่องกระดาษไม่ให้จานรองดอกซ้อนกัน ชิดด้วยเทปเพื่อไม่ให้ดอกขยับเขยื้อนหรือใส่ฝอยกระดาษที่พ่นน้ำให้ชื้นเพื่อให้ดอกได้รับความชื้นและช่วยยึดให้ดอกอยู่กับที่ ป้องกันไม่ให้เกิดความบอบช้ำระหว่างการขนส่งไม่ควรให้อุณหภูมิต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียสเกิน 1 วัน ไม่เช่นนั้นจะทำให้เกิดความเสียหายจากความเย็น โดยเกิดจุดสีน้ำตาลบนจานรองดอกและปลี อีกทั้งไม่ควรให้ดอกอยู่ในกล่องนานเกิน 4 วัน ซึ่งจะทำได้

สถานการณ์ด้านการตลาด

ตลาดโดยรวมของดอกหน้าวัวมีอัตราเจริญเติบโตสูง ลักษณะของตลาดดอกหน้าวัวสามารถแบ่งอย่างกว้างๆได้ 2 ประเภท คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ตลาดภายในประเทศ แต่เดิมดอกหน้าวัวจะเป็นที่นิยมในงานศพ คนส่วนใหญ่จึงไม่นิยมนำมาใช้ในงานอื่นๆ แต่ด้วยความที่ดอกมีลักษณะสวยงามคล้ายรูปหัวใจและสีสดใสทำให้ตอนนี้ดอกหน้าวัวเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่มีแนวโน้มความต้องการมาก รองลงมาจะเป็นร้านดอกไม้ที่เริ่มมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันคุณสมบัติเฉพาะของดอกหน้าวัวด้านสี และอายุการใช้งานเป็นที่ยอมรับมากขึ้น จึงเริ่มมีผู้นำไปใช้จัดตามงานต่างๆ แม้กระทั่งในงานมงคล นั้นแสดงว่าตลาดภายในประเทศยังสามารถขยายตัวได้อีกมาก

2. ตลาดต่างประเทศ ประเทศที่มีความต้องการดอกหน้าวัวส่วนใหญ่จะเป็นแถบยุโรป ซึ่งดอกหน้าวัวที่ส่งไปขายจะเป็นดอกหน้าวัวที่มาจากเนเธอร์แลนด์เป็นส่วนมาก ด้านตลาดเอเชียประเทศที่นิยมดอกหน้าวัวมากคือ ญี่ปุ่นแต่ในปัจจุบันเริ่มมีหลายประเทศที่ได้หันมาสนใจไม้ดอกชนิดนี้เช่น สิงคโปร์ จีน เป็นต้น ซึ่งการส่งออกดอกหน้าวัวในปัจจุบันยังไม่มากนัก เนื่องจากสวนที่ปลูกดอกหน้าวัวส่วนใหญ่เป็นสวนขนาดเล็ก ขนาดกลาง ซึ่งมีกำลังผลิตเพียงพอต่อความต้องการของตลาดภายในประเทศ เท่านั้นและคุณภาพของดอกหน้าวัวที่ผลิตได้ก็ยังคงด้อยกว่าดอกหน้าวัวของทางฮาวาย และเนเธอร์แลนด์ มีเป็นส่วนน้อยที่เป็นสวนขนาดใหญ่ที่สามารถผลิตดอกหน้าวัวที่มีคุณภาพทัดเทียมกับของทางยุโรป

การตลาดดอกหน้าวัวของไทยในปัจจุบันจึงมักเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ยังไม่ค่อยมีเกษตรกรที่มุ่งผลิตเพื่อการส่งออกโดยเฉพาะ แต่การนำเข้าดอกหน้าวัวนั้นยังคงมีอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้ามาเพื่อเพาะปลูกขยายพันธุ์ เพราะพันธุ์ดอกหน้าวัวของทางประเทศเนเธอร์แลนด์มีคุณภาพที่ดี ทนต่อโรคได้ดี สีสดใสสวยงามเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก แต่ในตอนนี้ทางหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องได้ให้การสนับสนุนมากขึ้นสังเกตได้จากการที่ศูนย์ส่งเสริมและผลิตภัณฑ์พืชสวนกระบี่ได้นำเข้าพันธุ์ดอกหน้าวัวจากประเทศเนเธอร์แลนด์มาให้เกษตรกรปลูกโดยพันธุ์ที่นิยมปลูกมากที่สุด คือ พันธุ์คาร์เน เนื่องจากให้ผลผลิตเฉลี่ยในเกณฑ์สูงถึง 5.8 ดอกต่อต้นต่อปี รองลงมาเป็นพันธุ์อะครอโพลิส จะให้ผลผลิตเฉลี่ย 5.3 ดอกต่อต้นต่อปี ส่วนพันธุ์อวานติ เมอเรนเก แพนทาเซีย มิโคริ โซเนท ที่นิยมปลูกรองลงมา จะให้ผลผลิตเฉลี่ย 4 ดอกต่อต้นต่อปี 4.2 ดอกต่อต้นต่อปี 3.7 ดอกต่อต้นต่อปี 4.3 ดอกต่อต้นต่อปี และ 3.6 ดอกต่อต้นต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 พันธุ์ดอกหน้าวัวที่นำเข้าจากประเทศเนเธอร์แลนด์ของศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่

พันธุ์	ความกว้างจานรองดอกเฉลี่ย (ซ.ม.)	ผลผลิตเฉลี่ย (ดอก/ต้น/ปี)	อายุการปักแจกัน (วัน)
Acropolis (อะครอโพลิส)	10.7	5.3	10
Avanti (อวานติ)	8.6	4	16
Carre (คารเร)	10.6	5.8	15
Fantasia (แฟนทาสี)	10.3	3.7	13
Merengue (เมอเรงเก)	11.1	4.2	16
Midori (มิโดริ)	10.8	4.3	23
Samba (แซมบา)	10.5	4.6	18
Sonate (โซเนท)	9.6	3.6	21
Tropical (ทรอปิคอล)	9.7	4.8	14

ที่มา: (ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่, 2542)

สภาวะการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัท

ประวัติบริษัท

บริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นมาโดยคุณพีระพงษ์ สาคริก ตั้งอยู่ที่ตำบลสถานคม อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ซึ่งสวนมีพื้นที่ประมาณ 20 ไร่ ซึ่งถือเป็นสวนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแบ่งปลูกไม้ดอกไม้ประดับหลายชนิดเนื่องจากคุณพีระพงษ์เป็นผู้ที่มีความหลงใหลในไม้ดอกไม้ประดับอย่างมากดังจะเห็นได้จากพันธุ์ไม้ที่ปลูกจะมีมากมายหลายชนิด มีทั้งกล้วยไม้ สัปปะรดสี คริสมาสต์ เป็นต้น เดิมทางสวนจะเป็นผู้ที่ส่งออกคริสมาสต์รายใหญ่ของประเทศ และพื้นที่ที่ปลูกดอกหน้าวัวในปัจจุบันเดิมเคยเป็นพื้นที่เพาะปลูกคริสมาสต์มาก่อน มีเนื้อที่ประมาณ 3 ไร่ แต่เมื่อปี 2540 ได้เริ่มทำการทดลองปลูกดอกหน้าวัว และได้ขยายอย่างจริงจังในปี 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พันธุ์

พันธุ์ของดอกหน้าวัวที่สวนกุฎีปลูกไว้มีมากกว่า 30 สายพันธุ์ ซึ่งเป็นพันธุ์ที่นำเข้ามาจากประเทศเนเธอร์แลนด์ทั้งหมด โดยจะนำเข้ามาเป็นต้นพันธุ์ขนาด 6 เซนติเมตร ซึ่งดอกหน้าวัวที่สวนมีทั้งพันธุ์มาตรฐานหรือพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมานานในตลาดโลกและพันธุ์ที่เข้าสู่ตลาดโลกได้ไม่นานนัก ซึ่งสามารถแบ่งแยกตามสีได้ดังนี้ พันธุ์สีแดง ได้แก่ Avanti , Cancan , Carre , Lucifer Spirit , Cardinal , President พันธุ์สีชมพู ได้แก่ Cumbia , Fair Lady , Passion , Rosa , Sante , Scorpion , Sonate , Aphrodite , Premier , Regina พันธุ์สีขาว ได้แก่ Acropolis , Bianco , Carnival , Merengue , Pierrot , Lambada พันธุ์สีเขียว ได้แก่ Laguna , Midori พันธุ์สีม่วง ได้แก่ Rapido พันธุ์สีส้ม ได้แก่ Casino , Farao พันธุ์สีน้ำตาล ได้แก่ Choco พันธุ์สีชมพูอมส้ม ได้แก่ Samba พันธุ์สีขาวชมพู ได้แก่ Paradiso พันธุ์สีครีม ได้แก่ Fantasia

วิธีการปลูก

1. การเตรียมพื้นที่ พื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกดอกหน้าวัวควรเป็นที่ที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ไม่มีน้ำท่วมขัง ซึ่งทางสวนบริษัทกุฎีเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ได้ใช้พื้นที่เดิมที่เคยปลูกคริสมาสมาปลูกดอกหน้าวัวแทน โดยที่โครงเรือนใช้เหล็กทั้งหมด ส่วนพื้นจะเป็นสโลปขึ้นบันไดปูด้วยซีเมนต์ทั้งหมด หลังคาโครงเรือนพรางแสงซาเลน 2 ชั้น ชั้นบนพรางแสงร้อยละ 75 ชั้นล่างใช้ซาเลนร้อยละ 50 พรางแสงสลับเป็นช่วงๆ พอช่วงฤดูฝนจะดึงซาเลนชั้นล่างออกเพราะแสงจะทึบเกินไป ด้านข้างปิดรอบด้านด้วยซาเลนร้อยละ 75

2. การปลูก ดอกหน้าวัวที่ปลูกภายในสวนจะต่างจากสวนอื่นที่ส่วนใหญ่จะนิยมปลูกลงแปลง แต่ที่นี่จะปลูกลงกระถางขนาดใหญ่ทั้งหมดโดยจะเลือกใช้กระถางพลาสติกขนาด 12 – 15 นิ้ว ตัวกระถางเองก็ควรมีรูระบายน้ำทั้งที่ก้นและรอบๆกระถางเพราะค่อนข้างสะดวกในการเคลื่อนย้ายที่สำคัญก็คือ สามารถควบคุมการแพร่ของโรคได้เป็นอย่างดี ถ้าหากต้นไหนเป็นโรคก็จะใช้วิธียกกระถางออกไปทำลายนอกโรงเรียนได้เลย การปลูกจะปลูก 1 ต้นต่อกระถาง ซึ่งจะคัดเลือกพันธุ์มาจากประเทศเนเธอร์แลนด์เท่านั้น โดยนำเข้ามาเป็นต้นพันธุ์ขนาด 6 เซนติเมตร เมื่อเริ่มปลูกใหม่จะปลูกให้วัสดุปลูกสูงเพียงครึ่งหนึ่งของกระถาง จะไม่ปลูกเต็มกระถางในครั้งแรก เพราะจะไม่สามารถเสริมวัสดุปลูกได้เมื่อต้นหน้าวัวเจริญเติบโตขึ้น วัสดุที่ใช้ปลูกทางสวนจะใช้กะลาปาล์มล่วนจากทางภาคใต้ ซึ่งใช้ได้ดีเนื่องจากเป็นวัสดุที่โปร่ง ระบายน้ำดี ไม่สลายและยุบตัวเร็ว ใช้งานได้ค่อนข้าง

ข้างนาน ปลูกเสร็จนำไปวางไว้ในโรงเรือน ซึ่งโรงเรือนจะเป็นโรงเรือนเดิมที่เคยปลูกไม้ดอกชนิดอื่นมาก่อน แต่สามารถนำมาใช้ปลูกหน้าวัวได้

วิธีการดูแลรักษา

การดูแลรักษาต้นหน้าวัวเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะช่วยลดอัตราการตาย ลดการระบาดของโรค อัตราการเจริญเติบโตจะดีและสม่ำเสมอ

การให้น้ำ จะให้น้ำสัปดาห์ละ 2 ครั้ง เป็นน้ำที่กรองแล้วรดทางดิน ใช้สูตรตัวหน้าตัวท้ายสูง (12-7-28) ซึ่งจะให้บริษัทผลิตและจำหน่ายปุ๋ยผสมสูตรให้เป็นพิเศษตามความต้องการ และจะสลับด้วยการพ่นปุ๋ยทางใบที่มีส่วนผสมของธาตุอาหารเสริม คือ แคลเซียม แมกนีเซียมและโบรอน ซึ่งจะทำให้ต้นหน้าวัวมีการแตกยอดดี ให้ดอกดกและคุณภาพดอกดี แต่ถ้าเป็นช่วงฤดูฝนจะเปลี่ยนจากปุ๋ยเกร็ดละลายน้ำมาใช้ปุ๋ยละลายช้าแทนเพื่อไม่ให้เครื่องปลูกแฉะเกินไป สำหรับการให้น้ำจะให้ทางโคนต้น เพราะหน้าวัวมีใบขนาดใหญ่ ถ้าให้น้ำเหนือต้นจะทำให้ได้รับน้ำไม่เต็มที่ แต่ก็มีวิธีการติดตั้งระบบน้ำด้านบนไว้ด้วยซึ่งจะให้เฉพาะเพิ่มความชื้น ในช่วงที่ความชื้นต่ำ

สำหรับเรื่องโรคและแมลง ต้นหน้าวัวของทางสวนมักไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องนี้ แมลงส่วนใหญ่มักจะเป็นหนอนผีเสื้อที่กัดกินจานรองดอกซึ่งมีระบาดช่วงฤดูฝน ถ้าพบจะใช้สารเคมีกำจัด ส่วนโรคระบาดการควบคุมจะใช้สารเคมีป้องกันในกลุ่ม คาร์เบนดาซิม แมนโคเซ็บและสเตรปโตมัยซิน พ่นสลับกันไป ถ้าฝนชุกมากๆ ก็พ่นถี่หน่อยอาจจะสัปดาห์ละครั้ง ช่วงอื่นๆ จะห่างขึ้นบางช่วงนานถึง 1 – 2 เดือนครั้ง นอกจากนี้ยังป้องกันเชื้อโรคที่จะเข้าสู่โรงเรือน โดยมีอ่างบรรจุน้ำยาฆ่าเชื้อจุ่มเท้าก่อนที่จะเข้าโรงเรือนอีกด้วย

การเก็บเกี่ยวผลผลิต

ด้านการเก็บเกี่ยวผลผลิตก็จะใช้หลักโดยทั่วไป ซึ่งอายุของดอกหน้าวัวที่เหมาะสมสำหรับการตัดดอกมีความสำคัญมาก หากตัดดอกที่อ่อนเกินไปดอกหน้าวัวอาจจะไม่บานต่อ แต่ถ้าตัดดอกที่แก่เกินไปก็จะทำให้อายุการใช้งานสั้น ดอกหน้าวัวที่ตัดนี้จะต้องตัดขณะที่จานรองดอกมีการบานหรือขยายตัว 2 ใน 3 แต่ถ้าในฤดูร้อนควรจะต้องตัดดอก เมื่อจานรองดอกบานหรือขยายตัวได้ครึ่งหนึ่ง นอกจากนี้ยังใช้การเปลี่ยนสีของปลีเป็นตัววัด โดยทั่วไปมักตัดดอกเมื่อปลีเป็นสีร้อยละ 40 – 50 ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ ช่วงเวลาที่ตัดดอกก็สำคัญ จะไม่ตัดดอกในช่วงที่มีอุณหภูมิสูง เพราะจะทำให้ดอกหน้าวัวเหี่ยวเร็ว ช่วงเวลาที่เหมาะสมคือ ช่วงเช้า หรือเย็น เมื่อตัดแล้วจะนำดอกหน้าวัวแช่ในน้ำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทันทีเพื่อให้คุณน้ำชดเชยกับส่วนของน้ำที่สูญเสียไปโดยการคายน้ำ และต้องรีบเคลื่อนย้ายไปยังโรงเรือนคั้บบรรจุโดยเร็วและไม่ควรใช้กระดาษที่ดูความชื้นได้ดีห่อดอกหน้าวัว ทางสวนจะใช้พลาสติกเจาะรูเล็กน้อยห่อกลีบดอกหน้าวัวก่อนการบรรจุหีบห่อ

ปริมาณการผลิต

ดอกหน้าวัวที่ทางสวนปลูก มีประมาณ 40,000 ต้น เมื่อพิจารณาปริมาณดอกหน้าวัวที่สามารถตัดขายได้จะสามารถส่งขายในตลาดต่างประเทศได้อาทิตย์ละ 500-1000 ดอก และขายในประเทศอีก 2000-3000 ดอก (เฉพาะดอกขนาดใหญ่) ซึ่งดอกหน้าวัวที่สวนนี้จะให้ดอกประมาณ 7 – 10 ดอกต่อต้นต่อปีสำหรับพันธุ์ปกติ ถ้าเป็นพันธุ์ที่ให้ดอกคอกอย่าง ราฟิโด สปีริต จะให้ดอกเพิ่มขึ้นเป็น 14 – 15 ดอกต่อต้นต่อปี

ราคาขายผลผลิต

ราคาขายทางสวนจะกำหนดโดยใช้ขนาดของดอก ไม่ได้กำหนดโดยใช้สีของดอกเหมือนในตลาดต่างประเทศ ดอกขนาดใหญ่จากรองดอกกว้าง 7-9 นิ้ว ราคาดอกละ 50 บาทรองลงมาราคา 30-35 และ 20-25 ตามลำดับส่วนดอกขนาดเล็กจะราคาดอกละ 10- 15 บาท ยิ่งส่งเข้าตลาดประมูล ญี่ปุ่นราคาจะสูงประมาณ 3 เท่าของราคาในประเทศ

ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตดอกหน้าวัว

จากการสัมภาษณ์คุณพิระพงษ์ สาคริก กรรมการบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ทำให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านการผลิต ดังนี้

1. ปัญหาด้านสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากอุณหภูมิที่ลดต่ำลงสภาพอากาศที่หนาวเย็นมากๆจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการเจริญเติบโตของต้นหน้าวัว ซึ่งอาจทำให้ดอกแห้งดำและตายได้ ซึ่งที่ผ่านมาต้นหน้าวัวได้รับความเสียหายมากกว่าร้อยละ 30
2. ปัญหาด้านโรคระบาด ซึ่งต้นหน้าวัวที่ปลูกลงแปลงเมื่อเกิดโรคระบาดจะติดต่อกันอย่างรวดเร็ว จึงยากแก่การควบคุม ทำให้ต้นหน้าวัวถูกทำลายเสียหายเป็นจำนวนมาก

แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต

การแก้ไขปัญหาด้านการผลิตดอกหน้าวัวของบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์เซ็นเตอร์จำกัด มีดังนี้

1. ทางสวนได้จัดให้มีคนงานคอยวัดอุณหภูมิในช่วงกลางคืนและพ่นน้ำล้างต้นเพื่อเป็นการลดอุณหภูมิหากอุณหภูมิสูงเกินไป
2. ทางสวนได้ย้ายจากการปลูกลงแปลงเป็นการปลูกลงในกระถางแทนเพื่อสะดวกในการขนย้ายและเป็นการป้องกันโรคที่จะระบาดติดต่อกัน

สถานการณ์ตลาดดอกหน้าวัวของบริษัท

ตลาดภายในประเทศ

บริษัทมีปริมาณการผลิตที่เพียงพอกับความต้องการของตลาดในประเทศโดยจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางพ่อค้าคนกลางไปยังตลาดโรงแรมต่าง ๆ เป็นหลัก รองลงมาเป็นร้านดอกไม้ต่าง ๆ ซึ่งความต้องการของตลาดในประเทศนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ทำให้การตลาดภายในประเทศของบริษัทยังก้าวไปได้อีกไม่เกิดปัญหาเรื่องผลผลิตล้นตลาด

ตลาดต่างประเทศ

ปัจจุบันทางบริษัทได้ทำการส่งออกดอกหน้าวัวไปตลาดต่างประเทศเป็นจำนวนมากประมาณอาทิตย์ละ 500 – 1000 ดอก ที่เป็นดอกขนาดใหญ่ ซึ่งประเทศที่บริษัทได้ส่งดอกหน้าวัวไปจำหน่ายได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นเป็นหลัก เนื่องจากดอกหน้าวัวที่เข้าสู่ตลาดประมุขในญี่ปุ่นจะมีราคาสูง โดยประเทศญี่ปุ่นจะชอบดอกหน้าวัวที่มีสีเขี้ยว รองลงมาเป็น จีน ฮองกง และอิตาลี

ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด

จากการสัมภาษณ์คุณพิระพงษ์ สาคริก ทำให้ทราบปัญหาทางการตลาดดังนี้

1. มีคู่แข่งในตลาดต่างประเทศมาก เพราะประเทศไทยก้าวเข้าสู่ตลาดดอกหน้าวัวของโลกได้ไม่นาน ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ในด้านการขนส่งจะมีปัญหาอีกหากเป็นการขนส่งในระยะทางไกลๆ มักจะทำให้ดอกไม้ได้รับความเสียหายรวมทั้งดอกไม้ที่มีขนาดใหญ่จะใช้เนื้อที่มากทำให้ต้องเสียค่าระวางมากตามไปด้วย

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด

1. บริษัทต้องทำการประชาสัมพันธ์มากขึ้น เพื่อให้ตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่รู้ว่าหน้าวัวของทางบริษัทมีคุณภาพไม่ด้อยไปกว่าของทางตลาดยุโรป
2. ด้านการขนส่ง ได้มีการออกแบบกล่องบรรจุขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อป้องกันการเสียหายเมื่อขนส่งไประยะทางไกลๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน

จากการศึกษาพบว่า ต้นทุนการปลูกดอกหน้าวัว เท่ากับ 340,634.71 บาทต่อไร่ เป็นต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสดเฉลี่ย 70,129.71 บาทต่อไร่ ต้นทุนที่เป็นเงินสดเฉลี่ย 270,505 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 20.59 และ 79.41 ของต้นทุนทั้งหมดตามลำดับ และยังสามารถแยกการพิจารณาออกได้เป็นต้นทุนผันแปรเฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 305,648.05 บาทต่อไร่ ต้นทุนคงที่เฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 34,986.66 บาทต่อไร่หรือคิดเป็นร้อยละ 89.73 และ 10.27 ของต้นทุนทั้งหมดตามลำดับ สำหรับต้นทุนผันแปรทั้งหมดประกอบด้วยต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด 35,163.05 บาทต่อไร่ ต้นทุนที่เป็นเงินสด 270,485 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 10.32 และ 74.40 ของต้นทุนทั้งหมดตามลำดับ ซึ่งต้นทุนผันแปรยังจำแนกออกได้เป็น ค่าแรงงาน ค่าวัสดุปัจจัยต่างๆและค่าใช้จ่ายอื่นๆ จะพบว่าเป็นต้นทุนที่เป็นค่าวัสดุปัจจัยต่าง ๆ มากสุด 253,135 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 74.31 ของต้นทุนทั้งหมด โดยมีค่าต้นทุนสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 240,000 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 70.46 เนื่องจากต้นทุนที่ใช้เป็นต้นทุนที่ทำการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อจากประเทศเนเธอร์แลนด์ทำให้มีราคาค่อนข้างสูง ลำดับต่อมาคือค่าวัสดุสิ้นเปลืองจำนวน 7,500.00 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.20 และค่าวัสดุปัจจัยต่างๆน้อยสุดคือ ค่าสารกำจัดศัตรูพืชจำนวน 1,875.00 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.55 ส่วนต้นทุนผันแปรในส่วนของค่าแรงงาน จะประกอบด้วย ค่าแรงงานการปลูก การใส่ปุ๋ย ให้น้ำ และบรรจุหีบห่อและขนส่ง ซึ่งค่าแรงงานรวมเท่ากับ 16,650 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.89 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนคงที่ทั้งหมดซึ่งมีค่าเท่ากับ 34,986.66 บาทต่อไร่ ประกอบด้วย ค่าภาษีที่ดิน ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ โดยแบ่งเป็นต้นทุนที่เป็นเงินสดเฉลี่ย 20 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.01 ของต้นทุนทั้งหมด และต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสดเท่ากับ 34,966.66 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 10.27 ของต้นทุนทั้งหมด (ตารางที่ 5)

ปริมาณผลผลิตดอกหน้าวัวที่ปลูกเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 25,200.00 ดอกต่อไร่ ซึ่งราคาเฉลี่ยที่ขายได้จะเท่ากับ 15 บาทต่อดอก ดังนั้นทางสวนจะมีรายได้ทั้งหมดจากการปลูกดอกหน้าวัวเท่ากับ 378,000.00 บาทต่อไร่ เมื่อหักต้นทุนทั้งหมดในการปลูกซึ่งเท่ากับ 340,634.71 บาทต่อไร่หรือ 13.51 บาทต่อดอก แล้วจะได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 37,365.29 บาทต่อไร่ สำหรับกำไรสุทธิเหนือต้นทุนผันแปรและกำไรสุทธิเหนือต้นทุนที่เป็นเงินสดที่ทางสวนได้รับเท่ากับ 72,351.95 และ 107,495

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บาทต่อไร่ตามลำดับ และปริมาณผลผลิตคຸ້ມทุນจะเท่ากับ 22,708.98 ดอกต่อไร่ หมายความว่า เป็นปริมาณผลผลิตเฉลี่ยอย่างน้อยที่สุดที่ทางบริษัทจะต้องผลิตและขายให้ได้จึงจะไม่ขาดทุนจากการขายในราคาดอกละ 15 บาท ปรากฏว่าทางบริษัทสามารถผลิตดอกหน้าวัวได้มากกว่าผลผลิตคຸ້ມทุนเฉลี่ยเท่ากับ 2,491.02 ดอกต่อไร่ (ตารางที่ 6)

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

หน้าวัวของบริษัทมีให้เลือกมากมายหลายพันธุ์ ทั้งพันธุ์มาตรฐาน เช่น พันธุ์ Avanti Carre Spirit และพันธุ์ใหม่ ๆ เช่น พันธุ์ Paradiso Choco เป็นต้น ซึ่งดอกหน้าวัวที่สวนนี้จะได้คุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของตลาด ด้านการบรรจุหีบห่อ (Packaging) มีการออกแบบให้เป็นที่ดึงดูด ข้างกล่องจะมีชื่อของบริษัทเพื่อให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งขนาดของดอกก็ได้มาตรฐาน

ราคา (Price)

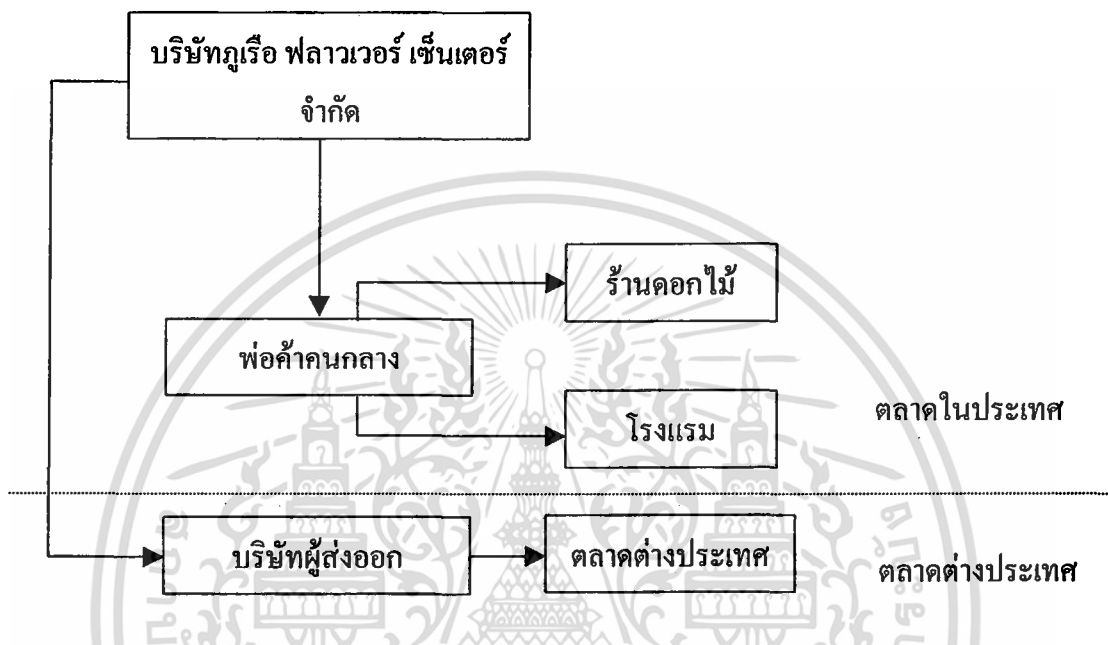
ด้านราคาทางบริษัทจะมีการกำหนดราคาตามขนาดของดอกโดยไม่ได้ใช้สีหรือพันธุ์มา กำหนดราคาเหมือนในตลาดต่างประเทศ ซึ่งดอกสีเขียวยและโอบาเกะราคาจะสูงกว่าปกติ ในประเทศดอกสีเขียวยก็เป็นที่ยอมรับเช่นกันแต่ราคาก็ไม่ต่างจากสีอื่น ดอกหน้าวัวที่มีขนาดใหญ่ลักษณะจานรองดอกจะกว้างประมาณ 7-9 นิ้วราคาอยู่ที่ 50 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มโอบาเกะ ส่วนขนาดรองลงมาเป็นขนาด 5-6 นิ้วและ 4-5 นิ้วตามลำดับ ราคาประมาณ 30-35 บาท และ 20-25 บาท ส่วนดอกขนาดเล็กจะมีแม่ค้ามารับไปส่งร้านดอกไม้อีกจำนวนหนึ่งราคาดอกจะประมาณ 10-15 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สูง

ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)

ธุรกิจการปลูกดอกหน้าวัวนี้ สวนที่ได้มาตรฐานมักจะมีพ่อค้าคนกลางมารับถึงสวน ซึ่งช่องทาง (Channels) ของบริษัทจะมีตัวแทนพ่อค้าคนกลางมารับไป ซึ่งจะมีการจัดส่งไปยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านดอกไม้กับส่งให้แก่โรงแรมขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งที่ปากคลองตลาดและมีบริษัท ส่งออกมารับเพื่อส่งไปยังตลาดในต่างประเทศประเทศ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทผู้ส่งออก ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด

ด้านการขนส่งจะมีการขนส่งที่มีการระมัดระวังอย่างดีจึงทำให้มีค่าระวางสูง ซึ่งค่าระวางจะเฉลี่ยต่อกองละ 12- 15 บาทต่อดอกโดยเฉพาะการส่งออกจะทำการจัดส่งไปพร้อมกับกล้วยไม้ซึ่งจะทำการส่งอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (500 – 1000 ดอก)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

บริษัทผู้ส่งออก ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัดมีการจัดทำเอกสารแนะนำเกี่ยวกับบริษัทและมีรูปพันธุ์ของดอกหน้าวัวของบริษัทแนบไปกับกล่องบรรจุเพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการตลาดให้ตลาดต่างประเทศได้รู้จักมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการแนบไปกับหน้าวัวที่ได้เข้าตลาดประมูล รวมทั้งมีอีเมลล์เพื่อสะดวกในการติดต่อเนื่องมาจากในปัจจุบันคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทมากเป็นการช่วยร่นระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารกันด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ต้นทุนการปลูกหน้าวัวเฉลี่ยต่อไร่ของบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซนเตอร์ จำกัด ปีการเพาะปลูก
2543-2544 (บาท)

รายการ	ต้นทุนที่เป็นเงิน	ต้นทุนที่ไม่เป็นเงิน	รวม	ร้อยละ
	สด	สด		
ต้นทุนผันแปร	270,485.00	35,163.05	305,648.05	89.73
	(79.40)	(10.32)		
ค่าแรงงาน	16,650.00	-	16,650.00	4.89
ปลูก	5,637.40	-	5,637.40	1.65
ใส่ปุ๋ย	2,800.00	-	2,800.00	0.82
ให้น้ำ	3,650.00	-	3,650.00	1.07
บรรจุหีบห่อและขนส่ง	4,562.60	-	4,562.60	1.34
ค่าวัสดุปัจจัยต่างๆ	253,135.00	-	253,135.00	74.31
ต้นพันธุ์	240,000.00	-	240,000.00	70.46
วัสดุสิ้นเปลือง	7,500.00	-	7,500.00	2.20
ปุ๋ย	3,760.00	-	3,760.00	1.10
สารกำจัดศัตรูพืช	1,875.00	-	1,875.00	0.55
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	700.00	35,163.05	35,863.05	10.53
ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน	-	35,163.05	35,163.05	10.32
ต้นทุนคงที่	20	34,966.66	34,986.66	10.27
	(0.01)	(10.27)		
ค่าภาษีที่ดิน	20	-	20.00	0.01
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	-	34,966.66	34,966.66	10.27
รวม	270,505.00	70,129.71	340,634.71	100.00
	(79.41)	(20.59)		

หมายเหตุ¹ ตัวเลขในวงเล็บแสดงร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 ปริมาณผลผลิต ราคา ต้นทุน และผลตอบแทนจากการปลูกดอกหน้าวัวเฉลี่ยต่อไร่
ของบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ปีการเพาะปลูก 2543/44

รายการ	จำนวน
(1) ปริมาณผลผลิต(ดอกต่อไร่)	25,200
(2) ราคาผลผลิต (บาทต่อดอก)	15.00
(3) รายได้ทั้งหมด (บาทต่อไร่) = (1) * (2)	378,000.00
(4) ต้นทุนผันแปรทั้งหมด (บาทต่อไร่)	305,648.05
(5) ต้นทุนคงที่ทั้งหมด (บาทต่อไร่)	34,986.66
(6) ต้นทุนการผลิตทั้งหมด (บาทต่อไร่) = (4)+(5)	340,634.71
(7) ต้นทุนการผลิตทั้งหมดเฉลี่ยต่อผลผลิต (บาทต่อดอก)	13.51
(8) ต้นทุนที่เป็นเงินสดทั้งหมด (บาทต่อไร่)	270,505.00
(9) กำไรสุทธิ (บาทต่อไร่) = (3)-(6)	37,365.29
(10) กำไรสุทธิเหนือต้นทุนผันแปร (บาทต่อไร่) = (3)-(4)	72,351.95
(11) กำไรสุทธิเหนือต้นทุนที่เป็นเงินสด (บาทต่อไร่) = (3)-(8)	107,495.00

การวิเคราะห์SWOT (Strengths , Weaknesses , Opportunities and Threats)

เป็นการวิเคราะห์ที่ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการตลาดของบริษัทดังนี้

จุดแข็ง

เป็นความแข็งแกร่งที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายใน ซึ่งบริษัทภูเรือ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด มีจุดแข็งดังนี้

1. เป็นบริษัทที่มีสวนเป็นของตัวเองและมีขนาดใหญ่ และพื้นที่ปลูกมีอากาศหนาวเย็นทำให้ดอกหน้าวัวที่ได้มีสีเข้ม
2. มีการจัดการด้านการปลูกและการดูแลหลังการเก็บเกี่ยวที่ดี หน้าวัวที่สวนจึงมีคุณภาพได้มาตรฐานตรงตามความต้องการ เนื่องจากปลูกในพื้นที่อากาศหนาวเย็นทำให้ดอกมีขนาดใหญ่สี

สิ้นเข้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. พันธุ์หน้าวัวของบริษัทมีความหลากหลาย ทั้งพันธุ์มาตรฐานและพันธุ์ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด ได้ไม่นานนัก

4. ขนาดของดอกที่บริษัทจัดส่งมีการกำหนดที่เป็นมาตรฐานแน่นอน

จุดอ่อน

เป็นปัญหาที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในด้านต่าง ๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทต้องหาวิธีแก้ปัญหาเหล่านั้น ซึ่งมีดังนี้

1. บริษัทมีนโยบายในการปรับปรุงพันธุ์ให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด มีการกำหนดสูตรปุ๋ยที่ใช้โดยเฉพาะจึงทำให้มีค่าใช้จ่ายสูง
2. บริษัทขาดการวางแผนด้านการควบคุมอุณหภูมิที่ดีเมื่อเกิดปัญหาจึงไม่สามารถแก้ไขได้ทัน

โอกาส

เป็นข้อได้เปรียบที่วิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ซึ่งดอกหน้าวัวของบริษัทมีโอกาสดังนี้

1. ในปัจจุบันความเชื่อเริ่มเปลี่ยนไปจากที่เคยใช้ดอกหน้าวัวเฉพาะในงานศพ ก็เริ่มมีผู้นำมาใช้ในงานต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากความสวยงามและคงทนของดอกทำให้ดอกหน้าวัวกลายเป็นดอกไม้ที่มีผู้นิยมมากขึ้น โดยเฉพาะโรงแรมต่างๆ ที่มักนิยมนำดอกหน้าวัวมาประดับตกแต่ง ซึ่งจำนวนลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็น โรงแรมจึงมีความต้องการในปริมาณมาก
2. คู่แข่งภายในประเทศยังมีไม่มากบริษัทจึงยังมีโอกาสเติบโตขยายได้อีก

อุปสรรค

เป็นข้อจำกัดหรือข้อเสียเปรียบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมนอกซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและแก้ปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งอุปสรรคของบริษัทมีดังนี้

1. มีคู่แข่งในตลาดต่างประเทศมากเพราะส่วนใหญ่ดอกหน้าวัวที่มีชื่อมักจะเป็นดอกหน้าวัวที่มาจากเนเธอร์แลนด์ ฮาวายจะเป็นส่วนใหญ่
2. ในฤดูหนาวมีโอกาสที่จะเกิดความเสียหายได้สูงถ้าอุณหภูมิต่ำลงมาก
3. ปัญหาค่าขนส่งมีมากเนื่องจากดอกที่มีขนาดใหญ่จะใช้เนื้อที่มากทำให้มีค่าระวางสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Analyzing marketing opportunities)

แนวโน้มการตลาดดอกหน้าวัวในปัจจุบันยังมีความต้องการทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงถือเป็นโอกาสสำหรับทางบริษัท เนื่องจากบริษัทมีส่วนเป็นของตนเองขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ที่อำเภอ ภูเรือ จังหวัดเลย ซึ่งมีสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็น ดอกหน้าวัวที่นี้จึงมีข้อได้เปรียบตรงที่ ดอกจะมีสีสดใส ผิวเป็นมัน ดอกมีขนาดใหญ่ และเมื่อวิเคราะห์ดูแล้วจะพบว่า ตามโรงแรมต่างๆมักจะนิยมใช้ดอกหน้าวัวเพิ่มมากขึ้นเหตุผลเพราะดอกหน้าวัวมีอายุการใช้งานค่อนข้างนาน จึงทำให้ปริมาณความต้องการดอกหน้าวัวของตลาดมีมากขึ้น



บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในสถานการณ์ปัจจุบันไม้ดอกสกุลหน้าวัวได้เข้ามามีบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้น เนื่องมาจากคุณสมบัติของตัวดอกหน้าวัวเองที่มีความสวยงามมีสีสันสดใส ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นิยมนำมาทำเป็นไม้ประดับอีกทั้งอายุการใช้งานก็ยาวนานถ้ามีการดูแลอย่างดีสามารถอยู่ได้หลายสัปดาห์ ยิ่งในโรงแรมใหญ่ๆยังมีความต้องการในปริมาณที่มากขึ้นจึงมีเกษตรกรหลายรายหันมาสนใจไม้ดอกชนิดนี้ เพราะฉะนั้นจึงได้ทำการศึกษาการผลิตและการตลาดดอกหน้าวัวของบริษัทจูเวอ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ อีกทั้งยังเป็นสวนขนาดใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งสภาพภูมิอากาศเหมาะสมดอกหน้าวัวที่ปลูกจะมีขนาดใหญ่สีสันสดใส และในด้านการตลาดก็มีการจัดการด้านการตลาดที่เหมาะสม รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาทั้งด้านการผลิตและการตลาดเพื่อหาแนวทางแก้ไขและพัฒนาปรับปรุงต่อไปในอนาคต

จากผลการศึกษาพบว่า ข้อได้เปรียบของทางบริษัทคือมีสวนขนาดใหญ่ปริมาณการผลิตจึงเพียงพอต่อความต้องการของตลาด รวมทั้งทางสวนมีการจัดการด้านการผลิตและการตลาดอย่างดี มีการใช้สูตรปุ๋ยเฉพาะ ดอกหน้าวัวที่ได้จึงมีสีสด ดอกใหญ่ได้มาตรฐาน ส่วนข้อเสียเปรียบของทางบริษัทคือ คู่แข่งขันในตลาดต่างประเทศมีมาก ยิ่งประเทศในแถบยุโรปซึ่งมีการเพาะปลูกดอกหน้าวัวกันมาก ที่เป็นที่รู้จักได้แก่ประเทศเนเธอร์แลนด์ อีกทั้งเทคโนโลยีในการเพาะปลูกก็ก้าวหน้าและทันสมัยกว่ามาก สำหรับปัญหาที่พบจะในด้านการผลิตในเรื่องอุณหภูมิ หากอุณหภูมิต่ำลงมากจะทำให้ดอกหน้าวัวได้รับความเสียหาย และปัญหาในเรื่องการขนส่งดอกขนาดใหญ่ยิ่งทำให้ทางบริษัทต้องเสียค่าระวางในการขนส่งสูงตามไปด้วย และการขนส่งระยะทางไกล ๆ จะทำให้ดอกหน้าวัวบอบช้ำ

ถ้าสำหรับเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนจะเห็นได้ว่าต้นทุนการปลูกดอกหน้าวัวของบริษัทจูเวอ ฟลาวเวอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด จะมีต้นทุนในเรื่องต้นทุนสูงสุด เพราะเป็นการนำต้นทุนเข้ามาจากประเทศเนเธอร์แลนด์ทั้งหมด ซึ่งจะคิดเป็นต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 340,634.71 บาทต่อไร่ ราคาขายเฉลี่ยดอกละ 15 บาท ปริมาณผลผลิตที่ได้เฉลี่ยต่อไร่เท่ากับ 25,200 ดอก เมื่อหักต้นทุนทั้งหมดในการปลูกแล้วจะได้รับกำไรสุทธิเท่ากับ 37,365.29 บาทต่อไร่

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแนวโน้มของบริษัทยังมีโอกาสอีกมาก เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกหน้าวัวในประเทศไทยมีประมาณ 100 ไร่ ที่ให้ผลผลิตแล้วประมาณ 70 ไร่ แต่พื้นที่ที่ทางบริษัททำการเพาะปลูกหน้าวัวมีขนาดเพียง 3 ไร่ รวมทั้งความต้องการดอกหน้าวัวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ การผลิตก็ได้มาตรฐานทั้งในเรื่องคุณภาพของขนาด สี และคู่แข่งภายในประเทศก็ยังมีไม่มากทำให้การตลาดของทางบริษัทยังสามารถขยายออกไปได้อีก

ข้อเสนอแนะ

1. ทางบริษัทควรมีการวางแผนการจัดการด้านการผลิต ในเรื่องอุณหภูมิให้เหมาะสมในแต่ละฤดูและความต้องการของดอกหน้าวัวในแต่ละพันธุ์ โดยให้บุคคลที่มีความรู้ความชำนาญมาทำการฝึกอบรมคนงานที่มีหน้าที่ดูแลในเรื่องของการควบคุมอุณหภูมิ และทางบริษัทควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยควบคุมอุณหภูมิร่วมกับการทำงานของคนงานด้วย
2. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการออกแบบกล่องบรรจุให้มีความแข็งแรงสามารถป้องกันการบอบช้ำของดอกให้ดีกว่าเดิม
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทางบริษัทควรขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยทำการติดต่อหาลูกค้าเอง ไม่ผ่านทางพ่อค้าคนกลางเพียงอย่างเดียว เพื่อเป็นการกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางบริษัทควรจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น การจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับดอกหน้าวัวของทางบริษัทให้กระจายไปสู่กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น
5. ในการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่า การส่งออกดอกหน้าวัวของบริษัทมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น หากมีผู้สนใจจะทำการศึกษาในครั้งต่อไปควรหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับทางด้านตลาดต่างประเทศและมาตรฐานของดอกหน้าวัวที่จะทำการส่งออก เพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาดการส่งออกของธุรกิจดอกหน้าวัวต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2540. หน้าวัว. กรุงเทพมหานคร.(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2543. ไม้ตัดดอก. กรุงเทพมหานคร.(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

ณรงค์ โฉมเฉลา. 2534. เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมไม้ประดับแห่งประเทศไทย.

นิรนาม. 2544 ก. การปลูกไม้ดอกสกุลหน้าวัว. <http://www.thai.net/cpflower/Anthurium.htm>.

ไพศาล โรจน์สรานุรักษ์. 2543. รวมกลยุทธ์อาชีพไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพมหานคร.(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2538. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์พืชสวนกระบี่. 2542. กลยุทธ์อาชีพไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพมหานคร.(ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สมเพียร เกษมทรัพย์. 2522. การปลูกไม้ตัดดอก. กรุงเทพมหานคร: คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมเพียร เกษมทรัพย์. 2532. เทคโนโลยีการผลิตและธุรกิจไม้ตัดดอก. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาพืชสวน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุรวิช วรรณไกรโรจน์. 2534. “เทคโนโลยีการผลิตไม้ตัดดอกสกุลหน้าวัว”. น.59-63. เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมไม้ประดับแห่งประเทศไทย.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2541. สถิติการเกษตรของประเทศไทยปีเพาะปลูกปี 2539/40. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอ็น.ที.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2543. สถิติการค้าสินค้าเกษตรกรรมไทยกับต่างประเทศปี 2542. กรุงเทพมหานคร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

โอฬาร พิทักษ์. 2543. “หน้าวัวไม้ดอกอนาคตไกลที่ไทยน่าจะพัฒนาสู่ตลาดโลก”. เลขาธิการเกษตร. 24 (12): น.57-76.

