

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การศึกษาหาพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีคุณลักษณะเหมาะสม
ในการส่งเสริมเชิงพาณิชย์

Study on Flowering and Ornamental Plant Cultivars as Suitable
Characters for Commercial Promotion

คณะผู้วิจัย

รศ. สุมาลี เหลืองสกุล

ดร. สนอง ทองปาน

นายพนม สุทธิศักดิ์โสภณ

นางสาววลินี ไชว์พันธุ์

หัวหน้าโครงการ

ผู้ร่วมวิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

ผู้ร่วมวิจัย

635.9095

93

ก522ก

ยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากโครงการจัดตั้งศูนย์วิจัยและการจัดการความรู้
ทางพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์

พ.ศ. 2550

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การศึกษาหาพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีคุณลักษณะเหมาะสม
ในการส่งเสริมเชิงพาณิชย์

Study on Flowering and Ornamental Plant Cultivars as Suitable
Characters for Commercial Promotion

คณะผู้วิจัย

รศ. สุมาลี เหลืองสกุล	หัวหน้าโครงการ
ดร. สมอง ทองปาน	ผู้ร่วมวิจัย
นายพนม สุทธิศักดิ์โสภณ	ผู้ร่วมวิจัย
นางสาววสินี ไชว์พันธุ์	ผู้ร่วมวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทุนสนับสนุนการวิจัยจากโครงการจัดตั้งศูนย์วิจัยและการจัดการความรู้
ทางพฤกษศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์

พ.ศ. 2550

S346216

บทคัดย่อ

การศึกษาหาพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีคุณลักษณะเหมาะสมในการส่งเสริมเชิงพาณิชย์ บริเวณตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ๆ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพฯ, หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15 จ. นครนายก, ตลาดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับนนทบุรี (ซอยช้าง) เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภค จำนวน 154 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 50 คน รวมทั้งสิ้น 204 คน โดยใช้การสำรวจและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 15-25 ปี และเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา (52.6%) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (43.5%) งบประมาณในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับในแต่ละครั้งเฉลี่ย 101-500 บาท โดยความถี่ในการซื้อไม่ค่อยแน่นอน ขึ้นอยู่กับโอกาสที่จะอำนวย แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ คือ ตลาดนัดสวนจตุจักรในวันพุธและพฤหัสบดี ตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ใกล้บ้านทั่วๆ ไป และแหล่งอื่นๆ คิดเป็น 57.5, 20.5 และ 22 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ ผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ เพื่อการประดับตกแต่งอาคารสถานที่มากที่สุด (66%) โดยการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับแต่ละครั้งผู้บริโภคจะพิจารณาจาก ความสวยงาม (56.7%) รองลงมาคือ ชนิดของพืช (20%) ความแปลกและหายาก (8%) รูปทรงของต้น (4.7%) ความยากง่ายในการดูแลรักษา (4%) และอื่นๆ (6.6%) ตามลำดับ สอดคล้องกับคุณลักษณะเบื้องต้นของไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ มีสีสันสวยงาม (29.1%) ดูแลรักษาง่าย (17.4%) มีความแข็งแรงคงทนต่อการใช้งาน (12.3%) มีกลิ่นหอม (9.2%) และรูปทรงต้นสวยงาม (7.8%) ตามลำดับ

การสำรวจในตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่างๆ พบว่า มีไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ๆ หมุนเวียนเข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ จะเป็นกลุ่มที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าเองมากที่สุด (37%) รองลงมาเป็น กลุ่มพ่อค้าคนกลาง (33%) กลุ่มที่ทำการผลิตเองและรับซื้อมาจากนายตอ (26%) และกลุ่มอื่นๆ (4%) สำหรับการผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นพันธุ์ไม้ใหม่ พบว่าผู้ประกอบการมักจะไม่มีปัญหาในด้านการผลิตและการตลาดแต่อย่างใด

การวิเคราะห์ SWOT ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากผู้บริโภคและผู้ประกอบการ สรุปได้ว่ามีไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ 4 กลุ่ม ได้แก่ แก้วกาญจนา ลีนมังกร สับปะรดสี และหม้อข้าวหม้อแกงลิง มีความเหมาะสมในการส่งเสริมการผลิตในเชิงพาณิชย์มากที่สุด เนื่องจากมีคุณลักษณะตรงตามที่ต้องการมากที่สุด และมีศักยภาพในการผลิตเชิงพาณิชย์สูง เนื่องจากสามารถขยายพันธุ์ได้ง่าย จะทำได้หลายวิธี การปลูกเลี้ยงดูแลรักษาทำได้ง่ายในสภาพแวดล้อมของประเทศไทย โดยไม่ต้องลงทุนสร้างโรงเรือน เพื่อปรับสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมมากนัก

Abstract

The study on flowering and ornamental plant cultivars as suitable characters for commercial promotion was explored in importantly flowering and ornamental plant markets of Chatuchak market, Bangkok; Moobaan maidokmaipradap Klong 15, Nakhonnayok province; and Nonthaburi ornamental plants Market (Soi Chang), Nonthaburi province. The research sampling groups were totally 204 peoples which comprised of 154 consumers and 50 entrepreneurs. The data were corrected by using field survey and questionnaires.

The results showed that mostly consumers were 15-25 years old, and were students (43.5 %) and had a bachelor's degree in education (43.5%). The budget for purchase flowering and ornamental plants of those consumers were average 101-500 baths per time. The frequency of consumers for purchasing was changeable as occasion serves. The most favorite flowering and ornamental market of consumers were 57.5, 20.5 and 22.0 percent, respectively, for the Chatuchak market (Wednesday and Thursday), local ornamental plant markets where located adjacent to consumer's home and elsewhere. The consumer was purposed to purchase the flowering and ornamental plants for decoration their houses mostly (66%). Each decision to buy those plants of the consumers were considered from loveliness (56.7%) followed by kind of plants (20%), queerness rarity (8%), tree shape (4.7%), maintainability (4%) and other (6.6%), respectively. These corresponded with elementary characteristics of flowering and ornamental plants that the consumers mostly wanted in the 5 order primes; beautiful color (29.1%), easy to maintenance (17.4%), vigorous and long shelf life periods (12.3%), fragrant (9.2%) and beautiful of tree shapes (7.8%), respectively.

On the survey in a variety of plant markets revealed that there were various new plant varieties or cultivars take turns to the markets continually. Thus, almost of the entrepreneurs were the groups of producer combined with merchandiser (37%), followed by the group of middlemen (33%), group of producer combined with retailers (26%) and others (4%), respectively. The producer did not problem to production and marketing for new plants varieties or cultivars.

The SWOT analysis cooperated with the information from consumers and entrepreneurs could classified into 4 groups of flowering and ornamental plants; Aglaonema, Sansevieria, Bromeliads and Nepenthes which were mostly profitable to commercial promotions. Since, they had some characteristics that the consumers mostly

wanted and highly potential for the commercial productions. Moreover, those of them were easily propagate, grow and maintenance in environmental conditions of Thailand which were no necessary to invest for a greenhouse.



สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	(1)
บัญชีตาราง	(2)
บัญชีภาพประกอบ	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย	2
ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	2
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	8
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	9
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	28
บทที่ 6 บรรณานุกรม	31
ภาคผนวก	33

บัญชีตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ชนิดและพันธุ์ของไม้ประดับที่เหมาะสมสำหรับผลิตเพื่อการค้า	4
2	ชนิดของไม้ตัดใบที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเพื่อการค้า	5
3	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับ	10
4	แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับบ่อยที่สุด	12
5	วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ	13
6	เหตุผลที่เกี่ยวกับพืชในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ	14
7	เหตุผลด้านอื่น ๆ ในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ	14
8	ชนิดและพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคชอบหรือต้องการนำมาปลูกเลี้ยงมากที่สุด	15
9	คุณลักษณะของพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภครต้องการมากที่สุด	16
10	ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่	18
11	การวิเคราะห์สภาพของไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์ โดยวิธี SWOT Analysis	19
ตารางผนวกที่		
1	ไม้ดอกไม้ประดับชนิดพันธุ์ใหม่ที่พบจากการสำรวจในตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่าง ๆ	

บัญชีภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 ไต่อะแกรมการวิเคราะห์ SWOT	7
ภาพผนวกที่	
1 ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการผลิตเชิงพาณิชย์ที่ สำรวจพบในตลาดจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ	
2 การสัมภาษณ์เกษตรกรในแหล่งผลิตและจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ	



บทนำ

ในสังคมวัตถุนิยมไม้ดอกไม้ประดับมิได้ถูกใช้แต่เพียงเพื่อความสวยงามตามธรรมชาติเท่านั้น หากแต่ยังถูกใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคม จึงทำให้ผู้ที่มีฐานะทางสังคม หรือมีฐานะทางการเงินที่ดี มักมีความปรารถนาและแสวงหาพันธุ์ไม้ที่มีลักษณะพิเศษที่ผู้อื่นไม่มีหรือหาได้ยาก โดยยินดีจ่ายค่าตอบแทนต่อผู้ที่สนองความปรารถนาในราคาที่สูงกว่าพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับทั่วไป (พิสิษฐ์, 2536) ปัจจุบันความต้องการไม้ดอกไม้ประดับทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น ซึ่งเหตุผลประการหนึ่งอาจเนื่องมาจากสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนในเมืองใหญ่ที่แออัด และนับวันจะหาพื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจนั้นยากและน้อยลงทุกวัน จึงทำให้ไม้ดอกไม้ประดับเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยความต้องการพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีความสวยงาม หรือมีความแปลกใหม่มากขึ้นทุกปี ส่งผลทำให้การวิจัยเกี่ยวกับการปรับปรุงพันธุ์ เพื่อให้ได้พันธุ์ที่มีลักษณะตามความต้องการของผู้บริโภค ไม่สามารถที่จะทำได้ทัน เนื่องจากต้องใช้เวลาอันยาวนาน ลงทุนสูง และทรัพยากรบุคคลทางด้านนี้ยังมีอยู่น้อย แม้ในต่างประเทศซึ่งมีทรัพยากรอย่างครบครัน ก็ยังใช้เวลาในการปรับปรุงพันธุ์ตลอดทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การพัฒนาพันธุ์ การคัดเลือก การทดสอบลูกผสม ตลอดจนการทดสอบตลาด เป็นเวลาอย่างน้อย 6-8 ปี ดังนั้นงานทางด้านการปรับปรุงพันธุ์ทั้งในและต่างประเทศ ส่วนใหญ่บริษัทเอกชนจะเป็นผู้ดำเนินการ โดยเมื่อได้พันธุ์ใหม่แล้ว จะมีกฎหมายสิทธิบัตรพันธุ์พืชคุ้มครองยาวนาน ประมาณ 17- 20 ปี เพื่อที่บริษัทเจ้าของพันธุ์ขยายพันธุ์เหล่านั้น จำหน่ายให้คุ้มค่าในการลงทุน ส่งผลให้การติดตามพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับใหม่ ๆ ที่นิยมในตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ประเทศที่เจริญแล้ว เช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ผลิดออกมาทุก ๆ ปี และหลาย ๆ พันธุ์ เพื่อมาคัดเลือกเฉพาะที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของไทย และทำการขยายพันธุ์เพื่อใช้เป็นพันธุ์ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกต่อไป ก็ไม่สามารถทำได้อยู่แล้ว เนื่องจากงบประมาณวิจัยไม่เพียงพอ (สมเพียร, 2536) ดังนั้นแนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหา คือ การสำรวจผลิตภัณฑ์ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ ๆ ที่มีจำหน่ายตามตลาดภายในประเทศอยู่แล้ว ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นพันธุ์นำเข้ามาจากต่างประเทศ หรือพันธุ์ที่เกษตรกรในประเทศปรับปรุงขึ้นมาเอง แต่มีการผลิตและจำหน่ายยังไม่แพร่หลายมาประเมินศักยภาพ และคุณลักษณะที่เหมาะสมในการส่งเสริมการผลิตเชิงพาณิชย์ ร่วมกับการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของพันธุ์พืชใหม่ ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจที่จะเลือกลงทุนทำการผลิตไม้ดอกไม้ประดับแก่เกษตรกรต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจหาพันธุ์ไม้ที่มีคุณลักษณะเหมาะสมในการส่งเสริมการผลิตเชิงพาณิชย์
2. เพื่อสร้างเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของพันธุ์ไม้ใหม่ ๆ ที่เหมาะสมในการผลิตเชิงพาณิชย์แก่เกษตรกร

ขอบเขตของโครงการวิจัย

ทำการสำรวจพันธุ์ไม้ใหม่ชนิดต่าง ๆ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคในตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพฯ, ตลาดนัดจตุจักร 2 (มีนบุรี) กรุงเทพฯ, บริเวณหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15 จ. นครนายก, ตลาดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ จ. นนทบุรี, ตลาดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ อ. หนองแค จ. สระบุรี และ อ. กลางดง จ. นครราชสีมา



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในยุคโลกาภิวัตน์เช่นในปัจจุบัน การแข่งขันทุก ๆ ด้านมีขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลผลิตด้านการเกษตรของประเทศไทย ซึ่งต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่มีผลผลิตและผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้นการที่มีกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาสิทธิบัตรพันธุ์พืช ทำให้มีโอกาสในการแข่งขันลดลง (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ ศูนย์วิจัยปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืน มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2547) โดยเฉพาะทางด้านไม้ดอกไม้ประดับที่ส่วนใหญ่ มักเป็นพันธุ์ลูกผสมที่ผลิตโดยภาคเอกชนเกือบทั้งหมด ดังนั้นการวิจัยที่สามารถสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับมากยิ่งขึ้น จะส่งผลทำให้มีโอกาสได้เปรียบในเชิงการค้ามากตามไปด้วย

ไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอีกกลุ่มหนึ่ง ที่ทำรายได้สูงที่สุดต่อหน่วยพื้นที่ปลูก เมื่อเทียบกับการปลูกพืชชนิดอื่น ๆ ซึ่งหลายชนิดเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีการผลิตและการตลาดขยายตัวเพิ่มขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เช่น กล้วยไม้ปทุมมา เบญจมาศ ไม้ตัดดอกเมืองร้อนชนิดต่าง ๆ เป็นต้น โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อนที่มีความหลากหลายทางชีวภาพของพรรณพืชมากมาย รวมทั้งยังมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของไม้ดอกไม้ประดับ จึงไม่ต้องลงทุนในการซื้อปัจจัยเหล่านี้เหมือนกับประเทศในเขตนหนาวที่ต้องสร้างโรงเรือนกระจกที่ควบคุมสภาพแวดล้อมให้แก่พืช

สถานการณ์และความสำคัญของไม้ดอกไม้ประดับ

ไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากกลุ่มหนึ่ง ที่มีการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนี้ ในปี พ.ศ. 2537 มีพื้นที่ปลูก 41,390 ไร่ ปี พ.ศ. 2543 มีพื้นที่ปลูก 54,000 ไร่ โดยมีปริมาณการส่งออกรวม ในปี พ.ศ. 2545 รวม 55,812 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,085.708 ล้านบาท มีการนำเข้า 14,171 ตัน มูลค่า 183.49 ล้านบาท ประเทศที่มีการส่งออกสูงสุดได้แก่ เนเธอร์แลนด์ รองลงมาเป็น โคลัมเบีย อิตาลี เดนมาร์ก เบลเยียม ตามลำดับ ส่วนไทย อยู่อันดับที่ 16 ซึ่งเป็นอันดับหนึ่งของทวีปเอเชีย เนื่องจากไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชที่ตลาดมีความต้องการสูงและทำรายได้แก่ผู้ปลูกมาก เมื่อเทียบกับพืชอื่นอีกหลายชนิด (ทรงพล, 2548)

สำหรับการซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับภายในประเทศนั้น ปิยาภา (2548) ได้รายงานไว้ว่าการซื้อไม้ดอกไม้ประดับของผู้บริโภคบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ไม้ดอกไม้ประดับรวมถึงราคา ซึ่งสัมพันธ์กับความพอใจของผู้บริโภค โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย มีอายุระหว่าง 16-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 6,501-12,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ในด้านพฤติกรรม การซื้อ พบว่ามีการมาใช้บริการซื้อไม้ดอกไม้ประดับบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักรจำนวน 1-8 ครั้งต่อ

เดือน มีค่าใช้จ่าย 30-5,000 บาทต่อครั้ง จำนวนต้นในการซื้อแต่ละครั้ง 1-300 ต้น และจะใช้เวลาในการเลือกซื้อ 2-300 นาที

ชนิดและพันธุ์ไม้ประดับที่เหมาะสมสำหรับผลิตเพื่อการค้า

ประเทศไทยมีการผลิตไม้ประดับเป็นจำนวนมากมายหลายชนิด ทั้งที่เป็นพันธุ์พื้นเมืองหรือได้จากการปรับปรุงพันธุ์ในประเทศไทยเอง และที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ แต่ก็มีเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเพื่อการค้า โดยเฉพาะการค้าขนาดใหญ่และเพื่อการส่งออก นอกจากนั้นมีเพียงไม่กี่พันธุ์เท่านั้นที่เป็นที่นิยมผลิตกัน โดยเฉพาะการผลิตเพื่อการส่งออกที่ต้องพิถีพิถันทั้งในเรื่องพันธุ์ ตลอดจนคุณภาพ และปริมาณด้วย นอกจากนี้พันธุ์ที่มีความนิยมในตลาดต่างประเทศ อาจแตกต่างไปจากของตลาดในประเทศอย่างสิ้นเชิง โดยกลุ่มงานไม้ดอกไม้ประดับ กรมส่งเสริมการเกษตร ได้รายงานชนิดและพันธุ์ไม้ประดับที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเพื่อการค้า จำนวน 16 ชนิด ได้แก่ วาสนา เข็มสามสี อ้อลาย กวนอิม ชองออฟอินเดีย หมากผู้หมากเมีย สาวน้อยประแป้ง เขียวหมื่นปี ไทรย้อย ยางอินเดีย หมากเหลือง หมากแดง จิ้ง เต่าร้าง ลิบสองปันนา และโกสน (งานไม้ดอกไม้ประดับ, 2534) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ชนิดและพันธุ์ของไม้ประดับที่เหมาะสมสำหรับผลิตเพื่อการค้า

ชื่อไทย	ชื่อสามัญ	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์ที่นิยมปลูก
วาสนา	Cornstalk plant	<i>Dracaena fragrans</i>	'Masangeana'
			'Victoriae'
เข็มสามสี	-	<i>Dracaena marginata</i>	'Tricolor'
			'Sunset'
อ้อลาย	-	<i>Dracaena sanderiana</i>	ไม้แบ่งพันธุ์
กวนอิม	-	<i>Dracaena sanderiana</i>	'Gold'
ชองออฟอินเดีย	Song of India	<i>Dracaena reflexa</i>	'Song of India'
หมากผู้หมากเมีย	Cordyline	<i>Cordyline fruiticosa</i>	'Kiwi' (เพชรไพลิน)
		<i>C. terminalis</i>	'Amabilis' (เพชรชมพู)
สาวน้อยประแป้ง	Dumbcane	<i>Dieffenbachia amoena</i>	'Tropic Snow'
			'Snow Drop'
			'Cornpacta'
เขียวหมื่นปี	Chinese Evergreen	<i>Aglaonema nitidum</i>	'Curtisii', 'Variegatum'
		<i>A. crispum</i>	'Silver Queen'
ไทรย้อย	Weeping Fig	<i>Ficus benjamina</i>	ไม้แบ่งพันธุ์
ยางอินเดีย	Indian Rubber Plant	<i>Ficus elastica</i>	'Decora', 'Variegata'

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อไทย	ชื่อสามัญ	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์ที่นิยมปลูก
หมากเหลือง	Yellow Palm	<i>Chrysalidocarpus lutescens</i>	ไม่แบ่งพันธุ์
หมากแดง	Sealing Wax Palm	<i>Cyrtostachys lakka</i>	ไม่แบ่งพันธุ์
จิ้ง	Lady Palm	<i>Rhapis excelsa</i>	ไม่แบ่งพันธุ์
เต่าร้าง	Fishtail Palm	<i>Caryota mitis</i>	ไม่แบ่งพันธุ์
ลิบสองปันนา	Dwarf Date Palm	<i>Phoenix roebelenii</i>	ไม่แบ่งพันธุ์
โกสน	Croton	<i>Cordiaum variegatum</i>	'Norma', 'Excellent'

ที่มา: ดัดแปลงจากงานไม้ดอกไม้ประดับ (2534)

ชนิดของไม้ตัดใบที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเพื่อการค้า

ไม้ตัดใบ หมายถึง ส่วนประกอบของใบพืชไม่ว่าจะเป็นกิ่ง ก้าน ใบ หรือส่วนอื่นๆ ที่นำมาใช้ประโยชน์ร่วมกับไม้ดอกชนิดอื่น ๆ เพื่อใช้ในการจัดสถานที่ จัดแจกัน หรือพวงหรีด ใบไม้ที่นำมาเสริมหรือตกแต่งนั้น มีส่วนเพื่อทำให้สิ่งของที่เรากำลังดูสวยงามยิ่งขึ้น ในปัจจุบันการปลูกไม้ประดับเพื่อตัดใบจำหน่ายมีแนวโน้มสูงขึ้น นอกจากจะใช้ภายในประเทศแล้วยังมีการส่งไม้ตัดใบชนิดต่างๆ ออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศกันมากขึ้น สำหรับประเทศไทยนั้น สามารถปลูกไม้ตัดใบได้ทุกภาค โดยชนิดของไม้ตัดใบที่เหมาะสมในการปลูกเพื่อการค้าได้ดีและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ ไม้ฟิลิปปินส์ หมากผู้หมากเมีย โปรงฟ้า ปริก เฟินนาคราช เฟินใบมะขาม เฟินใบหนัง สาวน้อยประแป้ง หมากเหลือง เตย และ โกสน (งานไม้ดอกไม้ประดับ, 2534) (ตารางที่ 2)

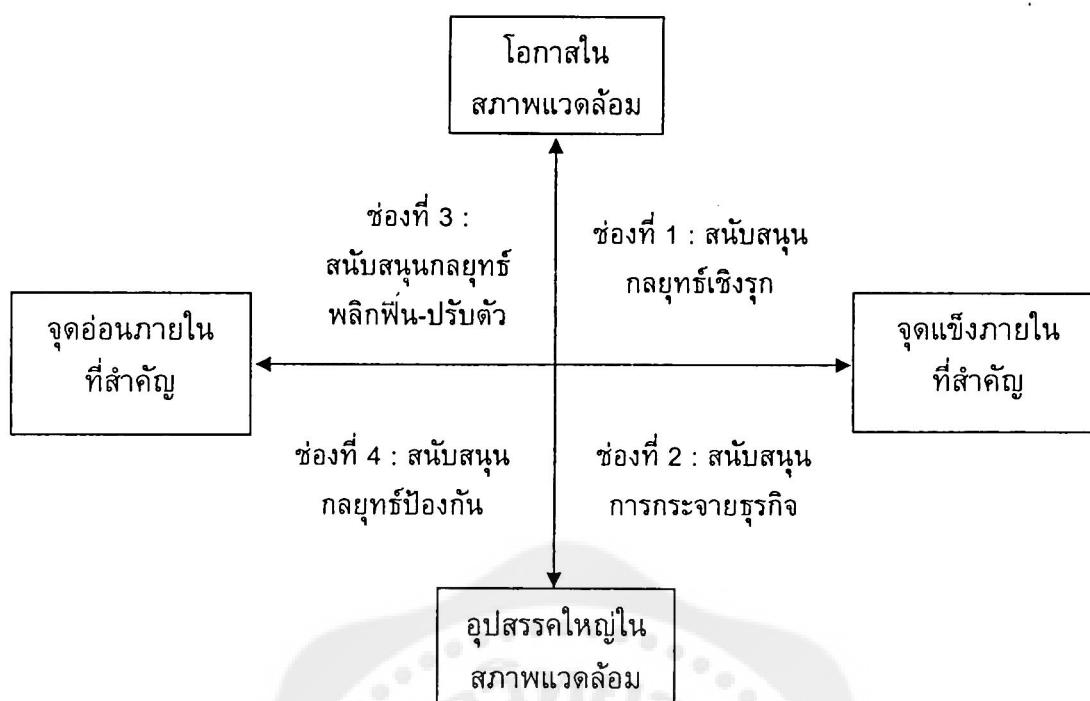
ตารางที่ 2 ชนิดของไม้ตัดใบที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเพื่อการค้า

ชื่อไทย	ชื่อสามัญ	ชื่อวิทยาศาสตร์
ไม้ฟิลิปปินส์	Golddust-Dracaena	<i>Dracaena surculosa</i>
หมากผู้หมากเมีย	Cordyline	<i>Cordyline terminalis</i>
โปรงฟ้า	Feather Fern	<i>Asparagus plumosa</i>
ปริก	Sprengeri	<i>Asparagus sprengeri</i>
เฟินนาคราช	Davallia	<i>Davallia solida</i>
เฟินใบมะขาม	Tuber Sword Fern	<i>Nephrolepis cordifolia</i>
เฟินใบหนัง	Leatherleaf Fern	<i>Rumohra adiantiformis</i>
สาวน้อยประแป้ง	Dumbcane	<i>Dieffenbachia amoena</i>
หมากเหลือง	Yellow Palm	<i>Chrysalidocarpus lutescens</i>
เตย	Pandanus	<i>Pandanus sp.</i>
โกสน	Croton	<i>Cordiaum variegatum</i>

การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT (อ่านว่า “สวอท”) เป็นเครื่องมือเชิงบริหารหรือจัดการที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพื่อการบริหารจัดการองค์กร การวางแผนธุรกิจ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นรูปแบบของการบริหารหรือการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยคำว่า SWOT เป็นคำย่อมาจาก strengths (จุดแข็ง), weaknesses (จุดอ่อน), opportunities (โอกาส) และ threats (อุปสรรค หรือ ข้อจำกัด) (พรชัย, 2539; นิวัต, 2544) เป็นการรวบรวมจากข้อมูลปฐมภูมิ ทูติภูมิ และสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการสัมภาษณ์ หรือได้พบเห็นมา แล้วนำมาวิเคราะห์ประเมินภาพรวม (อดิศักดิ์, 2547)

หลักการสำคัญของการวิเคราะห์ SWOT ตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า strengths และ opportunities คือปัจจัยเสริมศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ threats และ weaknesses คือปัจจัยบั่นทอนศักยภาพของผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยทั้ง 4 จึงเหมือนขั้วบวกขั้วลบ ที่ปะปนคละเคล้าอยู่ด้วยกัน หากสามารถเพิ่มปัจจัยบวกและลดปัจจัยลบให้ได้มากที่สุด ก็จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพเพิ่มขึ้น จากไดอะแกรม (ภาพที่ 1) แสดงให้เห็นว่า จะทำการวิเคราะห์ SWOT เพื่อช่วยวิเคราะห์กลยุทธ์นั้น โอกาสและอุปสรรคภายนอกที่สำคัญ ๆ ถูกนำมาเปรียบเทียบกับทรัพยากรและความสามารถภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อนในวิธีการวางโครงสร้าง วัตถุประสงค์ก็เพื่ออธิบายลักษณะของ 1 ใน 4 รูปแบบที่แตกต่างกัน ในการผสมผสานระหว่างทรัพยากรภายใน และสถานการณ์ภายนอก ช่องที่ 1 คือ สถานการณ์ที่น่ายินดีที่สุด นั่นคือ มีการเผชิญกับโอกาสของสภาพแวดล้อมที่หลากหลายและมีจุดแข็งหลายประการซึ่งคอยสนับสนุนให้เชื่อว่าโอกาสเหล่านั้น สถานการณ์นี้แนะนำกลยุทธ์การเติบโต-ปรับตัว (growth-oriented) เพื่อใช้ประโยชน์จากการผสมผสานที่เหมาะสม ช่องที่ 4 คือ สถานการณ์ที่น่ายินดีน้อยที่สุด เนื่องจากต้องเผชิญอุปสรรคใหญ่ในสภาพแวดล้อมจากทรัพยากรที่อ่อนแอ สถานการณ์นี้เห็นได้ชัดว่า จะต้องใช้กลยุทธ์ที่ลดหรือเปลี่ยนทิศทางที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ หรือตลาดใหม่ด้วยการวิเคราะห์ SWOT ในช่องที่ 2 ได้แสดงหลายจุดแข็งที่สำคัญในการเผชิญหน้ากับสภาพแวดล้อมที่ไม่พึงปรารถนา ในสถานการณ์นี้กลยุทธ์การแสวงหาการโยกย้ายทรัพยากรและความสามารถที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างโอกาสในระยะยาวในตลาดผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสมากกว่า ในช่องที่ 3 เป็นการเผชิญหน้ากับตลาดที่น่าประทับใจ แต่ถูกจำกัดด้วยทรัพยากรที่อ่อนแอ ดังนั้นจึงควรมุ่งเน้นการลดจุดอ่อนภายใน เพื่อจะทำให้การติดตามโอกาสของตลาดมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สารโธมส์, 2546)



ภา.ที่ 1 ไดอะแกรมการวิเคราะห์ SWOT (สาโรจน์, 2546)

เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เป็นเทคนิคที่พัฒนาขึ้นเพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (External environment) เพื่อจะได้ทราบถึงสถานะอันแท้จริงของสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและการคาดคะเนสภาวะแวดล้อมที่อาจเป็นไปได้ในอนาคตได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ (นลินี, 2545)

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal environment) เพื่อเป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การผลิต การตลาด สินค้า (ไม้ดอกไม้ประดับ) การเงิน เป็นต้น

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก ((External environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงการสร้างโอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ภายนอก เช่น ด้านเศรษฐกิจ และสังคม ด้านการเมืองและหน่วยงานของรัฐ ด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้านการตลาดและการแข่งขันภายใน และด้านสิ่งแวดล้อม (จุฑาทิพย์, 2543)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สํารวจพรรณไมในแหล่งจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่สำคัญในเขตพื้นที่ภาคกลาง ได้แก่ ตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพฯ, ตลาดนัดจตุจักร 2 (มีนบุรี) กรุงเทพฯ, บริเวณหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15 จ. นครนายก, ตลาดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ จ. นนทบุรี, ตลาดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ อ. หนองแค จ. สระบุรี และ อ. กลางดง จ. นครราชสีมา
2. สัมภาษณ์ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคในตลาดจำหน่ายพรรณไม้ โดยวิธีการสุ่มสัมภาษณ์ จำนวน 204 คน เพื่อหาข้อมูล ได้แก่ ชนิด และพันธุ์ไม้ที่เป็นพันธุ์ใหม่ หรือเพิ่งมีการนำเข้ามาใหม่จากต่างประเทศ ศักยภาพและลักษณะที่เหมาะสมสำหรับการผลิตเชิงการค้า การผลิต การตลาด ปัญหาที่พบ รวมทั้งความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับพันธุ์ไม้ชนิดนั้นๆ เป็นต้น
3. การถ่ายภาพ ทำการถ่ายภาพพันธุ์ไม้ที่สำรวจพบ เพื่อบันทึกรายละเอียดส่วนต่าง ๆ เช่น ทรงต้น เปลือกต้น ใบ ดอก ผล
4. หาข้อมูลทางพฤกษศาสตร์ของชนิดและพันธุ์ไม้ใหม่ต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการผลิตเชิงพาณิชย์ที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ ชื่อวิทยาศาสตร์ ชอสามัญ ชื่อท้องถิ่น ถิ่นกำเนิด ลักษณะรูปร่างของลำต้น ใบ ดอก ผล การปลูกดูแลรักษา และการขยายพันธุ์
5. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค ของลักษณะพันธุ์ไม้ที่สำรวจจากแหล่งจำหน่าย เพื่อประเมินคุณลักษณะที่เหมาะสมในการส่งเสริมเชิงพาณิชย์
6. จัดทำรายงานสรุปผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก เป็นผู้บริโภคที่มามีเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ เพื่อต้องการทราบพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ผู้บริโภคชอบและต้องการไม้ดอกไม้ประดับชนิดใด มีลักษณะอย่างไร เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาการผลิตไม้ดอกไม้ประดับให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด อันเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น และกลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ ที่เข้าสำรวจ เพื่อต้องการทราบว่าในปัจจุบันมีไม้ดอกไม้ประดับชนิดพันธุ์ใหม่ ๆ อะไรบ้าง และชนิดพันธุ์ใดที่มีศักยภาพในการส่งเสริมเพื่อพัฒนาให้มีการผลิตในเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น โดยการสำรวจในครั้งนี้ ได้สัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 154 คน และผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย จำนวน 50 คน รวม 204 คน ผลที่ได้จากการสำรวจ มีดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับ

ข้อมูลทั่วไป

การสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับ จำนวน 154 คน สามารถแบ่งได้เป็นเพศชาย 77 คน (50%) และเพศหญิง 77 คน (50%) ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 15-25 ปี และยังเป็น นักเรียน นิสิต และนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่มากที่สุด (52.6%) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง ทำธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ ตามลำดับ สำหรับระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (43.5%) รองลงมาคือ กลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ (23.4%) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) (13.6%) ระดับสูงกว่าปริญญาตรี (12.3%) ระดับประถมศึกษา (5.2%) และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) (1.9%) ตามลำดับ ผู้บริโภคส่วนมากมีงบประมาณในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับโดยเฉลี่ยครั้งละ 101-500 บาท (48.7%) และส่วนใหญ่มีความบ่อยในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับที่ไม่ได้กำหนดแน่นอน จะซื้อก็ต่อเมื่อมีโอกาสเท่านั้น (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ซื้อไม้ดอกไม้ประดับ

รายการ	ผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับ	
	จำนวน (ราย)	เปอร์เซ็นต์ (%)
1. เพศ		
ชาย	77	50
หญิง	77	50
รวม	154	100
2. อายุ		
15-25 ปี	82	53.2
26-35 ปี	39	25.3
36-45 ปี	14	9.1
มากกว่า 46 ปี	19	12.3
รวม	154	100
3. อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	81	52.6
พนักงานบริษัท	13	8.4
ลูกจ้าง	22	14.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	7.8
ทำธุรกิจส่วนตัว	15	9.7
อาชีพอื่น ๆ	11	7.1
รวม	154	100
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	8	5.2
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) หรือเทียบเท่า	3	1.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือเทียบเท่า	21	13.6
ปริญญาตรี	67	43.5
สูงกว่าปริญญาตรี	19	12.3
กำลังศึกษาอยู่	36	23.4
รวม	154	100

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับ	
	จำนวน (ราย)	เปอร์เซ็นต์ (%)
5. งบประมาณในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับ		
น้อยกว่า 100 บาท/ครั้ง	32	20.8
101-500 บาท/ครั้ง	75	48.7
501-1000 บาท/ครั้ง	24	15.6
1001-1500 บาท/ครั้ง	4	2.6
1501-2000 บาท/ครั้ง	7	4.5
มากกว่า 2000 บาท/ครั้ง	9	5.8
ไม่ตอบ	3	1.9
รวม	154	100
6. ความบ่อยในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับ		
น้อยกว่า 1 เดือน/ครั้ง	42	27.3
1-2 เดือน/ครั้ง	41	26.6
3-4 เดือน/ครั้ง	17	11.0
4-5 เดือน/ครั้ง	2	1.3
มากกว่า 6 เดือน/ครั้ง	2	1.3
แล้วแต่โอกาส	46	29.9
อื่น ๆ	4	2.6
รวม	154	100

แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับบ่อยที่สุด

แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อต้นไม้บ่อยที่สุด ได้แก่ ตลาดนัดสวนจตุจักร (57.5%) ตลาดนัดทั่วไป (20.5%) ตลาดไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จ. นครนายก (8%) นอกจากนั้นเป็นตลาดต้นไม้อื่น ๆ ซึ่งบางแห่งก็เป็นตลาดเก่าแก่และบางแห่งก็เพิ่งเริ่มเป็นที่รู้จักกัน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แหล่งที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับบ่อยที่สุด

ลำดับที่	รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
1	ตลาดนัดสวนจตุจักร	57.5
2	ตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ใกล้บ้านทั่วๆ ไป	20.5
3	ตลาดไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 จ. นครนายก	8.0
4	ตลาดพันธุ์ไม้บางใหญ่	3.5
5	ตลาดพันธุ์ไม้บางบัวทอง	3.0
6	ตลาดนัดสนามหลวง 2	2.5
7	ตลาดปากคลองตลาด	2.0
8	ตลาดนัดพันธุ์ไม้ มก. (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน)	1.5
	ตลาดพันธุ์ไม้กรมทหารราบที่ 11 รักษาพระองค์	
9	ตลาดพันธุ์ไม้เทเวศน์ ตลาดพันธุ์ไม้จังหวัดปทุมธานี	1.0
	ตลาดนัดจตุจักร 2 (มีนบุรี)	
10	ตลาดไท ฟาร์มกล้วยไม้ ตลาดพันธุ์ไม้ดั่งลิ้งค์ ตลาดพันธุ์ไม้พระราม 5 ตลาดพันธุ์ไม้พระราม 6 ตลาดกลางดง ศูนย์ไม้ดอกไม้ประดับนนทบุรี (ชอยช้าง) ตลาดสี่มุมเมือง งานเกษตรแฟร์ ตลาดคำเที่ยง (เชียงใหม่) ตลาดสามย่าน	0.5
	ตลาดพันธุ์ไม้บางกรวย	
รวม		100

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ เพื่อนำไปตกแต่งอาคารและสถานที่ (66%) รองลงมาคือ มอบให้ผู้อื่น (16%) การสะสมพันธุ์ (7.1%) และซื้อมาเพื่อการขยายพันธุ์ (3.8%) นอกจากนี้ยังซื้อมาเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ (7.1%) (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ

รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
1. เพื่อประดับตกแต่งอาคาร สถานที่	66.0
2. เพื่อมอบให้ผู้อื่น	16.0
3. เพื่อสะสมพันธุ์	7.1
4. เพื่อขยายพันธุ์	3.8
5. อื่น ๆ เช่น เพื่อปลูกเป็นงานอดิเรก คลายเครียด และเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ทดลองเลี้ยง นำมาใช้เนื่องในโอกาสต่าง ๆ เพื่อปลูกเป็นแหล่งศึกษาของนักศึกษา ฯลฯ	7.1
รวม	100

ความคิดเห็นของผู้บริโภคในการพิจารณาคุณลักษณะของพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับก่อนเลือกซื้อ

ผู้บริโภคมีเกณฑ์ในการพิจารณาคุณลักษณะของไม้ดอกไม้ประดับก่อนการเลือกซื้อ โดยมีเหตุผลดังนี้

1) เหตุผลที่เกี่ยวกับพืช พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความสวยงามของไม้ดอกไม้ประดับที่จะซื้อมากที่สุด (56.7%) รองลงมาคือ ชนิดของพืช (20.0%) ความแปลกหรือหายาก (8%) รูปทรงต้น (4.7%) ความยากง่ายในการดูแลรักษา (4.0%) ขนาดของพืชและความแข็งแรงสมบูรณ์ของต้นพืช (2%) และความใหม่ของพันธุ์ (1.3%) (ตารางที่ 6)

2) เหตุผลในด้านอื่นๆ พบว่า ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกซื้อจากความชอบส่วนตัวก่อนเป็นลำดับแรก (69.7%) รองลงมาคือ ราคา (27%) ตามกระแสความนิยม (0.7%) และอื่น ๆ (2.6%) (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 เหตุผลที่เกี่ยวกับพืชในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ

รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
1. ความสวยงาม	56.7
2. ชนิดพืช	20.0
3. ความแปลกหรือหายาก	8.0
4. รูปทรงของต้น	4.7
5. ความยากง่ายในการดูแลรักษา	4.0
6. ขนาดของพืช	2.0
7. ความแข็งแรงสมบูรณ์ของต้นพืช	2.0
8. ความใหม่ของพันธุ์	1.3
9. อื่น ๆ เช่น มีความหมายหรือเป็นสัญลักษณ์แทน บางสิ่งบางอย่าง	1.3
รวม	100

ตารางที่ 7 เหตุผลด้านอื่น ๆ ในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ

รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
1. ความชอบในตัวพืชชนิดนั้นๆ เป็นกรณีพิเศษ	69.7
2. ราคา	27.0
3. ตามกระแสความนิยม	0.7
4. อื่น ๆ เช่น ความเหมาะสมกับสภาพที่อยู่อาศัย การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจในตัวผู้ขาย เพื่อการ สะสม เป็นไม้มงคล	2.6
รวม	100

ชนิดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคมองและต้องการนำมาปลูกเลี้ยงมากที่สุด

การสำรวจในครั้งนี้ พบว่า ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคมองและต้องการนำมาปลูกเลี้ยงมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ กล้วยไม้ (34.6%) กุหลาบ (12.8%) มะลิ (11.8%) เฟิร์น (9%) และชวนชม (5.7%) (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ชนิดและพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคมองหรือต้องการนำมาปลูกเลี้ยงมากที่สุด

ลำดับที่	รายการ	เปอร์เซ็นต์ (%)
1	กล้วยไม้	34.6
2	กุหลาบ	12.8
3	มะลิ	11.8
4	เฟิร์น	9.0
5	ชวนชม	5.7
6	แคคตัส	4.7
7	ลีลาวดี	4.3
8	บัว	3.8
9	ปาล์ม ไม้หอมไทย	3.3
10	บรอมีเลีย	2.8
11	เข็ม ไม้พุ่ม ไม้ดอกไม้ประดับทุกชนิด ไม้หน้า	2.4
12	ชาอากีเยน ปรัง แพงพวย โมก ไม้ยืนต้น	1.9
13	แก้ว แก้วกาญจนา (อโกลนีมา) คล้า ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ใบทุกชนิด ว่าน หูกระจง หม้อข้าวหม้อแกงลิง เฮลิโคเนีย ไฮยา	1.4
14	โกสน ชิงแดง ชบา เดป ตีนตุ๊กแก ทานตะวัน ไทร บอนไซ พุด พุดน้ำบุศย์ พุทธชาติสามสี ฟิลิเดนดรอน เฟื่องฟ้า ราตรี	0.9
15	กลีอกซีเนีย กาบหอยแครง การเวก คาร์เนชั่น คุณนายตื่นสาย เงินไหล จันทน์เทศ จามจุรี จิบโซฟิลล่า ซาราซีเนีย ดาวเรือง เดซี่ เดหลี ทิวลิป เทียนบ้าน บีโกเนีย บุนนาค ประดู่ ผีเสื้อ พญาไม้ พิทูเนีย แพนซี ฟ้ามุข ไม้เมืองหนาวต่างๆ ไม้เลื้อยต่างๆ ราชพฤกษ์ ฤาษีผสม ลำแพน ลิ้นมังกร ลิปสติก วาสนา แววมยุรา สน สุพรรณิการ์ แสงจันทร์ กล้วยประดับ หนวด ปลาตุ๊ก หน้าวัวใบ เหลืองปรีดิยาธร อโศกสะบัน ออมเงินอมทอง เอื้องหมายนา แอฟริกันไวโอเล็ต ไฮเดรนเยีย	0.5
รวม		100

คุณลักษณะของไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคร้องการมากที่สุด

จากการสำรวจ พบว่าคุณลักษณะของไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคร้องการมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ต้องมีสีสดใสสวยงาม (29.1%) ดูแลรักษาง่าย (17.4%) มีความแข็งแรงคงทนต่อการใช้งาน (12.3%) มีกลิ่นหอม (9.2%) และมีรูปทรงต้นสวยงาม (7.8%) (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 คุณลักษณะของพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่ผู้บริโภคร้องการมากที่สุด

ลำดับที่	คุณลักษณะของพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ	เปอร์เซ็นต์ (%)
1	มีสีสดใสสวยงาม	29.1
2	ดูแลรักษาง่าย	17.4
3	มีความแข็งแรงคงทนต่อการใช้งาน	12.3
4	มีกลิ่นหอม	9.2
5	รูปทรงต้นสวยงาม	7.8
6	มีราคาถูก	6.4
7	มีความแปลก	5.6
๘	หายาก	3.1
9	ออกดอกดก	2.5
10	เจริญเติบโตเร็ว ออกดอกเร็ว	2.0
11	ขยายพันธุ์ง่าย	1.7
12	เป็นสิริมงคล หาซื้อได้ง่าย	1.1
13	มีความหลากหลายของพันธุ์ มีคุณสมบัติทางยา	0.8
14	ตามความนิยม มีราคาแพง	0.6
15	ใบร่วงน้อย ไม่มีการพื้ตัว ไม่สามารถแพร่พันธุ์ได้เอง มีความเหมาะสมกับสถานที่	0.3
รวม		100

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ

ข้อมูลทั่วไป

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดพันธุ์ไม้ต่าง ๆ จำนวน 50 ราย พบว่า มีผู้ประกอบการ จำนวน 23 ราย (46%) ที่จำหน่ายพันธุ์ไม้ที่เป็นพันธุ์ดั้งเดิมที่ปัจจุบันยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วไป และผู้ประกอบการที่ผลิตหรือมีไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ๆ มาวางจำหน่าย จำนวน 27 ราย (54%) โดยสามารถจำแนกผู้ประกอบการออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายเอง (37%) รองลงมาคือ กลุ่มที่เป็นพ่อค้าคนกลาง (33%) กลุ่มที่เป็นทั้งผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลาง (26%) และกลุ่มอื่น ๆ (4%) เช่น กลุ่มนักสะสมพันธุ์ไม้ ซึ่งเมื่อพันธุ์ไม้ที่สะสมไว้มีจำนวนมากก็นำออกมาจำหน่าย กลุ่มที่จำหน่ายพันธุ์ไม้เป็นอาชีพเสริม ฯลฯ โดยรายการไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่มีวางจำหน่ายในตลาดไม้ดอกไม้ประดับต่างๆ ในช่วงเวลาไม่เกิน 1 ปี นับแต่วันที่ออกทำการสำรวจ พบว่ามีหลากหลายชนิดและพันธุ์มาก โดยไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่เหล่านี้ ส่วนใหญ่ได้มาจากการนำเข้ามาจากต่างประเทศมากกว่าที่ได้จากการปรับปรุงพันธุ์ขึ้นเองภายในประเทศ โดยประเทศผู้ประกอบการนำเข้าพันธุ์ไม้มา ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฯลฯ นอกจากนี้ยังพบว่า ไม้ดอกไม้ประดับบางชนิดหรือบางพันธุ์ซึ่งเป็นพันธุ์ไม้เก่าของตลาดหนึ่งอาจเป็นพันธุ์ไม้ใหม่ในตลาดอีกแห่งหนึ่งก็เป็นได้หากพันธุ์ไม้นั้นยังไม่เคยมีการนำเข้ามาวางจำหน่ายเลย (ตารางผนวกที่ 1) โดยภาพรวมในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นพันธุ์ใหม่ของผู้ประกอบการพบว่ามักไม่ค่อยมีปัญหาด้านการผลิตและการตลาดเท่าใดนัก โดยมีอุปสรรคในการผลิตและการดูแลรักษาบ้างในช่วงแรก เนื่องจากเพิ่งเริ่มศึกษาการปลูกเลี้ยง ทำให้ยังไม่รู้จักนิสัยของพันธุ์ไม้ดีพอ ส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด พบว่าสภาพการตลาดไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ๆ จะค่อนข้างดีในช่วงแรก แม้ว่าจะมีราคาสูงอยู่ก็ตาม เนื่องจากยังมีจำนวนการผลิตที่น้อย แต่เมื่อเริ่มมีการผลิตมากขึ้นราคาก็จะลดลงมาทำให้ผู้บริโภคทั่วไปสามารถหาซื้อมาปลูกเลี้ยงได้ และพันธุ์ไม้ใหม่ชนิดใดที่มีศักยภาพสูงก็จะทำให้อยู่ในตลาดได้นาน สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ ในประเด็นสำคัญ ๆ มีดังตารางที่ 10

ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งเสริมให้มีการผลิตในเชิงพาณิชย์

จากการสำรวจในครั้งนี้ พบว่า มีไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ ๆ วางจำหน่ายจำนวนมากมายหลายพันธุ์ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ถึงคุณสมบัติและคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ แล้ว จึงได้เลือกพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่มีความเหมาะสมในการเสริมเชิงพาณิชย์ จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ แก้วกาญจนา ลีนมังกร สับประดสี และหม้อข้าวหม้อแกงลิง โดยประเมินจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ และตรวจสอบแล้วว่าพันธุ์ไม้เหล่านี้มีคุณลักษณะเหมาะสมตามที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด นอกจากนี้ ยังได้ทำการวิเคราะห์หาจุดอ่อนจุดแข็งของไม้ดอกไม้ประดับเหล่านี้ โดยวิธีการวิเคราะห์

SWOT (ตารางที่ 11) เพื่อไว้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมต่อไป รวมถึงได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางพฤกษศาสตร์ การปลูก การดูแลรักษา และการขยายพันธุ์ ของพืชทั้ง 4 กลุ่มไว้ด้วย

ตารางที่ 10 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่

ลำดับที่	ปัญหาและอุปสรรคที่พบ	วิธีการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ
1	ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ ๆ ที่ออกสู่ตลาดในช่วงแรกจะมีจำนวนน้อยจึงส่งผลให้มีราคาแพง ดังนั้นกลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มพ่อค้าที่นำไปขยายพันธุ์เพื่อขายต่อหรือกลุ่มนักสะสมที่มีกำลังเงินในการซื้อเท่านั้น	หาวิธีการขยายพันธุ์เพิ่มจำนวนให้เร็วที่สุด (พันธุ์ไม้ใหม่ ๆ บางชนิดขยายพันธุ์ได้ยากและช้ามาก)
2	มีการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ผลิตไม้ดอกไม้ประดับชนิดเดียวกันทำให้เกิดการตัดราคากัน	รวมกลุ่มกันผลิตหรือจัดตั้งเป็นชมรมต่าง ๆ เพื่อรับจดทะเบียนพันธุ์ไม้ใหม่ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันทั้งด้านการผลิตและจำหน่าย รวมถึงการวางแผนการผลิตและการตลาด ฯลฯ
3	ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่มักจะมีปัญหาเรื่องการขาย เพราะลูกค้ามักจะไม่มั่นใจในตัวสินค้า เช่น เมื่อซื้อไปแล้วไม่แน่ใจว่าจะใช้พันธุ์ที่ต้องการหรือไม่ หรือเป็นไม้พันธุ์ใหม่จริงหรือไม่ ฯลฯ	มีการรับประกันสินค้าของร้านตัวเอง เช่น การคืนเงินหากลูกค้าได้สินค้าไปไม่ตรงกับพันธุ์ที่ต้องการ
4	ภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม โรคและแมลงระบาด	เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ต้องหาทางป้องกันเองตามประสบการณ์เพื่อลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้น
5	ปลูกเลี้ยงดูแลรักษายาก	เรียนรู้จากประสบการณ์ปลูกเลี้ยงไปเรื่อย ๆ จนชำนาญ เช่น ทำการทดลองง่าย ๆ หรือสอบถามจากเพื่อนเกษตรกรด้วยกัน ฯลฯ
6	ไม้พันธุ์ใหม่บางชนิดนำออกมาจากป่ามีจำนวนน้อย เพราะขยายพันธุ์ได้ยาก	หาวิธีการขยายพันธุ์ให้ได้จำนวนมาก ๆ ในเวลาที่รวดเร็ว
7	จำหน่ายได้เป็นช่วง ๆ หรือเป็นฤดู ๆ ไป	ผลิตหรือนำไม้ชนิดอื่น ๆ มาขายทดแทน
8	ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่นำเข้ามาบางส่วนมักจะตาย เนื่องจากไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของไทยได้	ต้องนำมาเลี้ยงปรับสภาพก่อนจึงนำออกไปจำหน่าย เพื่อที่ลูกค้านำไปเลี้ยงจะได้ไม่ตาย

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ศักยภาพของไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์ โดยวิธี SWOT Analysis

ข้อพิพาท	ผลการวิเคราะห์ SWOT			
	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)	โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
1. กลุ่มสัมปราคาสิทธิ์หรือบรอมมีเลียด (Bromeliad groups)	- มีความสวยงาม แปลกตา - มีความหลากหลายของชนิดและพันธุ์ให้เลือกปลูกเลี้ยงมาก - ปลูกเลี้ยงและดูแลรักษาได้ง่าย - ใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ทั้งตกแต่งสถานที่ จัดภูมิทัศน์ เป็นไม้กระถางประดับ ไม้ตัดดอก	- บางชนิดต้องการการดูแลเป็นพิเศษ - ยังไม่มีการปรับปรุงพันธุ์ในประเทศไทยมากนักโดยพันธุ์ผสมที่สวยงามทั้งหมดต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนมีราคาสูง	- มีตลาดในประเทศรองรับและขยายตัวได้อีกมาก เนื่องจากเป็นไม้ใหม่ที่เพิ่งเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคภายในประเทศ - บางชนิดสามารถปลูกเป็นการค้าเพื่อส่งออกได้ - เกษตรกรยังทำการผลิตน้อยราย ยังมีช่องทางการตลาดสำหรับผู้ผลิตรายใหม่อีกมาก	- ยังไม่มีการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง - คู่แข่งในต่างประเทศมีมาก และประเทศที่เป็นคู่แข่งมีเทคโนโลยีการผลิต สายพันธุ์ที่ได้เปรียบมาก
2. แก้วกาญจนาหรืออโกลีมา (Aglaonema)	- เป็นไม้ที่มีสีสันสวยงามมาก - มีการปรับปรุงพันธุ์ลูกผสมใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง - ใช้เป็นไม้ประดับภายในอาคารได้ดีมาก - เป็นไม้มงคล	- ส่วนใหญ่ต้นแม่พันธุ์ใหม่ ๆ ยังมีราคาสูง - ไม่ทนต่อสภาพอุณหภูมิต่ำ	- เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ - สามารถผลิตในปริมาณมากเพื่อการส่งออกได้ - เกษตรกรยังทำการผลิตน้อยราย ยังมีช่องทางการตลาดสำหรับผู้ผลิตรายใหม่อีกมาก	- การผลิตสินค้าคุณภาพจำนวนมากเพื่อการส่งออกยังทำได้น้อย - ตลาดส่งออกส่วนใหญ่ยังอยู่ในทวีปเอเชีย - การส่งออกไปตลาดยุโรปมักมีปัญหาเนื่องจากแก้วกาญจนาไม่ทนทานต่อสภาพอุณหภูมิต่ำ

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ SWOT				
ข้อพิพาท	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)	โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
3. ลิ้นมังกร (Sansevieria)	- มีความสวยงาม แปลกตา - มีความหลากหลายของสายพันธุ์มาก - ปลูกเลี้ยงและดูแลรักษาได้ง่าย - เป็นพืชดูดสารพิษ - มีคุณสมบัติเป็นพืชสมุนไพร โดยมีสรรพคุณแก้อาการเจ็บคอ บำรุงปอด แก้โรคติดต่อในระบบทางเดินหายใจ ฯลฯ - เป็นพืชที่มีผลต่อความเชื่อ เช่น เชื่อว่าสามารถช่วยป้องกันภัยอันตราย ป้องกันงูหรือสัตว์เลื้อยคลานเข้าบ้าน ฯลฯ - ใช้ประโยชน์ในด้านไม้ประดับได้หลากหลายทั้งไม้ประดับกระถาง ไม้ปลูกลงแปลงจัดสวน และสามารถปลูกได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารบ้านเรือน	- ชนิดพันธุ์ใหม่ ๆ หรือพันธุ์ที่หายากมีราคาแพง - บางชนิดกลายพันธุ์ได้ง่าย เมื่อขยายพันธุ์โดยการปักชำใบ - อ่อนแอต่อโรคเน่า โดยเฉพาะในแปลงปลูกที่มีความชื้นในดินมากเกินไป	- ตลาดในประเทศมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง - ตลาดต่างประเทศมีความต้องการมากและต่อเนื่อง - เกษตรกรยังทำการผลิตน้อยราย ยังมีช่องทางการตลาดสำหรับผู้ผลิตรายใหม่อีกมาก	- การขยายพันธุ์ในเชิงการค้าที่เหมาะสมในปัจจุบันมีเพียงวิธีเดียว คือวิธีการแยกหน่อ ส่วนวิธีการอื่นอาจทำให้ต้นลูกที่ได้กลายพันธุ์ไปจากต้นแม่ และมีเปอร์เซ็นต์การอยู่รอดต่ำ - ยังมีปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อการส่งออก - มีปัญหาในเรื่องการรักษาคุณภาพผลผลิต โดยเฉพาะช่วงการโยกย้ายขนถ่ายสินค้า มักก่อให้เกิดความเสียหายมากที่สุด - ประเทศจีนเป็นผู้แข่งขันทางการผลิตที่สำคัญ

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ผลก.วิเคราะห์ SWOT				
ชื่อพืช	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)	โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
4. หมออ้อยหัวหม้อแกงลิง (Nepenthes)	- มีความสวยงามและแปลก - เป็นพืชกินแมลง ทำให้ดึงดูดความสนใจ - ปลูกเลี้ยงดูแลรักษาได้ง่าย ยกเว้นชนิดที่มีถิ่นกำเนิดอยู่ในบริเวณที่สูงจากระดับน้ำทะเลมาก ๆ - มีชนิดและพันธุ์ลูกผสมมากมายให้ผู้บริโภคได้เลือก - บางชนิดมีคุณสมบัติเป็นยาสมุนไพร	- เป็นพืชที่ต้องการสภาพความชื้นสูง ดังนั้นการปลูกในสภาพทั่วไปอาจต้องทำการหล่อน้ำเพื่อช่วยเพิ่มความชื้น - พันธุ์ลูกผสมที่เกษตรกรผลิตออกมานั้นมีอยู่มาก แต่ไม่ได้รับการคัดเลือกหาพันธุ์ที่มีลักษณะดีที่สุดที่สุดออกมาทำปริมาณเพื่อจำหน่ายสู่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ - ทำการขยายพันธุ์ได้ช้า เนื่องจากเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อทำได้เพียงบางชนิด บางพันธุ์เท่านั้น ต้องอาศัยการปักชำ ซึ่งจะได้ปริมาณที่น้อยมาก	- แนวโน้มความต้องการของการตลาดภายในประเทศมีมาก เนื่องจากเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคแพร่หลายมากขึ้น - ตลาดต่างประเทศมีความต้องการ - สามารถขยายพันธุ์ด้วยวิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ทำให้มีศักยภาพในการผลิตเพื่อส่งออกซึ่งต้องการปริมาณมากได้ - สามารถใช้ประโยชน์จากการที่เป็นพืชออร์แกนิกของประเทศไทยได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า - เกษตรกรยังทำการผลิตน้อยราย ยังต้องพึ่งพาการตลาดสำหรับผู้ผลิตรายใหม่อีกมาก	- หมออ้อยหัวหม้อแกงลิงทุกชนิด เป็นพืชออร์แกนิก ในบัญชีที่ 1 และ 2 ของใช้เกษตรกรรมยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการผลิตพืชออร์แกนิกเพื่อการส่งออก - การส่งออกไปขายในต่างประเทศ บางประเทศยังทำได้ยาก เนื่องจากมีความเข้มงวดในการนำเข้าพืชประเทศมาก เช่น ออสเตรเลีย เป็นต้น - ยังขาดข้อมูลทางวิชาการ งานวิจัย และการส่งเสริมให้ผลิตเชิงการค้าอย่างจริงจัง - มีประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย

ข้อมูลทางพฤกษศาสตร์ของไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์

กลุ่มสับปะรดสี (Bromeliad groups)

ชื่อวงศ์: Bromeliaceae

ชื่อวิทยาศาสตร์: พืชในวงศ์สับปะรดสี (Bromeliaceae) มีความหลากหลายสูงมาก มีประมาณ 60 สกุล จำนวนมากกว่า 2,000 ชนิด มีพันธุ์ลูกผสมมากมาย พืชวงศ์นี้แบ่งได้เป็น 3 วงศ์ย่อย คือ วงศ์ย่อย Pitcairnioideae วงศ์ย่อย Tillandsioideae และ วงศ์ย่อย Bromelioideae



ชื่อท้องถิ่น: สับปะรดสี, สับปะรดประดับ

ถิ่นกำเนิด: ทวีปอเมริกา

ลักษณะทั่วไป: บรอมีเลียด เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว ซึ่งมีทั้งที่เป็นพืชบนดิน และพืชอิงอาศัย คล้ายกล้วยไม้ ส่วนใหญ่เจริญเป็นกอ มีลำต้นสั้น ๆ ใบเวียนรอบต้นช่งน้ำได้ตามกาบใบและส่วนยอด ดอกออกเป็นช่อที่ส่วนยอดลำต้น ใบประดับ(bract) ของบรอมีเลียดส่วนใหญ่มีสีสดจุดฉาด เวลาออกดอก ใบอาจมีสีสันทดลางดงาม มีขนาดแตกต่างกันตั้งแต่เล็กเพียงไม่กี่เซนติเมตร จนสูงใหญ่หลายเมตร พืชตระกูลนี้มีหลากหลายสายพันธุ์ มากกว่า 2,500 ชนิด ในปัจจุบันได้มีการผสมสายพันธุ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และมีการค้นพบสายพันธุ์ ใหม่จากในป่ามากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันได้รับความสนใจและเพิ่มความนิยมไม้ประดับชนิดนี้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะเป็นพันธุ์ไม้ที่มีความทนทาน ใช้การดูแลน้อย ทั้งยังมีความหลากหลายในลักษณะรูปทรง สีสันท และขนาด

หากแบ่งตามสกุล จะมีลักษณะ เช่น

สกุล *Dyckia*, *Hechtia*, *Cryptanthus*, *Pitcairnia*, *Ananias* บรอมีเลียดกลุ่มนี้ลักษณะคล้ายกุหลาบหินหรือกระบองเพชร

สกุล *Aechmea*, *Guzmania*, *Neoregelia*, *Nidularium*, *Vriesea* บรอมีเลียดกลุ่มนี้มีความหลากหลายสูงมาก พบในธรรมชาติที่แตกต่างกันไปตั้งแต่ระดับน้ำทะเลถึงยอดเขาสูง

สกุล *Tillandsia* บรอมีเลียดกลุ่มนี้จะมีขน (trichome) สีเทาเงินปกคลุม และชอบใบเรียบไม่มีหนาม

การปลูกดูแลรักษา:

พืชในกลุ่มสับปะรดสีมีความหลากหลายในสายพันธุ์มากกว่า 2,000 ชนิด การปลูกและดูแลรักษา จึงแตกต่างกันตามแต่ละสายพันธุ์ แบ่งได้ดังนี้

1. Bromeliads พวกพืชบนดิน - ทนแล้ง (Terrestrial Xeric Bromeliads) พวกที่เป็นไม้ อวบน้ำ พบตามพื้นดินทราย ตามแนวป่าใกล้ทะเล เช่นสกุล *Dyckia*, *Hechita*, *Cryptanthus*, *Pitcairnia*, *Ananus* ควรปลูกในวัสดุที่มีส่วนผสมของทรายหยาบ ใบไม้ขุ บ่อยอินทรีย์ และกาบมะพร้าว

2. Bromeliads พวกพืชอิงอาศัย - ต้องการความชื้นสูง (Epiphytic-Mesic Bromeliads หรือ Tank type) ได้แก่สกุล *Aechmea*, *Guzmania*, *Neoregelia*, *Nidularium*, *Vriesea* พืชกลุ่มนี้ต้องการ วัสดุปลูกที่ระบายน้ำและอากาศได้ดี นิยมปลูกกับกิ่งไม้ หรือปลูกด้วยกาบมะพร้าวสับ ถ่านหิน หรือ อิฐมอญทุบขนาดเล็ก ต้องการความชื้นสูง

3. Bromeliads พวกพืชอากาศแท้ (Epiphytic Atmospheric type, True air plants, Xeric type) มีสกุลเดียว คือ *Tillandsia* มีลักษณะเด่นคือ จะมี trichome เป็นขุยสีเทาเงินปกคลุม ระบบ รากไม่พัฒนามากนัก มีหน้าที่ยึดเกาะแหล่งอาศัยเท่านั้น เช่น มอสสเปน (*T. usneoides*) ซึ่งปลูก โดยการเกาะติดกับกิ่งไม้

การขยายพันธุ์: เพาะเมล็ด, แยกหน่อ, เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ

แก้วกาญจนา หรือ อโกลนีมา

ชื่อวงศ์: Araceae

ชื่อวิทยาศาสตร์: *Aglaonema* Hybrids

ชื่อสามัญ: -

ชื่อท้องถิ่น: แก้วกาญจนา อโกลนีมา เขียวหมื่นปี

ถิ่นกำเนิด: พบในหลายพื้นที่ ได้แก่ เอเชีย

ตะวันออกเฉียงใต้ อินเดีย จีน นิวกีนิ และ ออสเตรเลีย

ลักษณะทั่วไป:

พืชใบเลี้ยงเดี่ยว มีระบบรากเป็นรากฝอย รากฝอยเหล่านี้จะแผ่กระจายอยู่ใต้ดิน แก้วกาญจนาบางชนิดสามารถที่จะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีน้ำท่วมขังได้ดี ในขณะที่บางชนิดก็มีการ พัฒนาระบบรากให้สะสมน้ำและอาหารเพื่อให้สามารถอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมที่แห้งแล้งได้

ลำต้น เป็นไม้พุ่มขนาดเล็ก เป็นไม้เนื้ออ่อน ลำต้นกลมเป็นข้อๆ ตั้งตรง มีข้อถี่ บางชนิดที่ ลำต้นทอดเลื้อยไปตามผิวดิน แตกรากได้ทุกข้อของลำต้น

ใบ ปลายใบเรียวแหลม ผิวใบเป็นมัน แดกใบอ่อนตรงส่วนยอดของลำต้นที่ละใบ ใบมี รูปรางยาวเรียวคล้ายใบพาย บางชนิดมีใบป้อมคล้ายใบโพธิ์ พื้นใบมีสีเขียวอ่อนถึงเขียวเข้ม ต่างสี ขาว ครีมี เหลือง หรือแดงต่างกันไป

ดอก ดอกมีลักษณะคล้ายดอกของไม้ในวงศ์บอนทั่วไป ประกอบด้วย กาบหุ้มดอกหรือ กาบหุ้มปลี รูปไข่หรือค่อนข้างกลม สีเขียวอ่อน และช่อดอกหรือปลีมีลักษณะเป็นแท่งทรงกระบอก มีเกสรเพศผู้อยู่ส่วนบนและเกสรเพศเมียจะอยู่ส่วนล่าง

ผล ผลอ่อนจะมีสีเขียว ผลสุกสีเหลืองอ่อนและสีแดงสด



การปลูกดูแลรักษา:

แสง แก้วกาญจนาไม่ชอบแสงแดดจัด ควรพรางแสงให้เหลือเพียง 30-40 เปอร์เซนต์ หากไม่พรางแสงจะทำให้เกิดอาการใบไหม้และมีสีส้มไม่สดใส

เครื่องปลูก ดินควรมีส่วนผสมของอินทรีย์วัตถุ ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก มีความโปร่ง และระบายน้ำดี

การให้น้ำ ควรให้น้ำเครื่องปลูกแค่พอชื้นเท่านั้น

การใส่ปุ๋ย ปุ๋ยเม็ดละลายช้า หรือปุ๋ยสูตรเสมอ เช่น 10-10-10, 15-15-15 ให้ในปริมาณน้อย ๆ

การขยายพันธุ์: เพาะเมล็ด, ปักชำกิ่ง, ตอนกิ่ง, เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ

ลิ้นมังกร (Sansevieria)

ชื่อวงศ์: Dracaenaceae

ชื่อวิทยาศาสตร์: *Sansevieria* spp.

ชื่อสามัญ: Mother - in - law's Tongue

ชื่อท้องถิ่น: ลิ้นมังกร

ถิ่นกำเนิด: แถบภูมิประเทศเขตร้อน แห้งแล้ง

อย่างแอฟริกาใต้ อินเดีย มาดากัสการ์ คาบสมุทรอาหรับ ทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ เอเชียใต้ และแถบเมดิเตอร์เรเนียน

ลักษณะทั่วไป:

ลิ้นมังกรเป็นพืชที่มีความหลากหลายชนิดพันธุ์มากมาย โดยมีลักษณะทั่วไป ดังนี้

ลำต้น เป็นหัวหรือเหง้าอยู่ในดิน

ใบ เกิดจากหัวโผล่ออกมาพื้นดินประกอบกันเป็นกอ ลักษณะใบเป็นแท่งกลมยาว หรือใบแบนกว้าง ปลายแหลม แข็ง หนาเป็นมัน ขอบใบเรียบ โคนงอเล็กน้อยหรือเป็นเกลียว ใบกว้างประมาณ 4-7 ซม. และสูงประมาณ 30-60 ซม. อาจจะมากหรือน้อยกว่าตามแต่ละสายพันธุ์ สีสันของใบลิ้นมังกรจะมีสีเขียวซีดจนถึงเขียวเข้ม บางสายพันธุ์ใบมีสีเขียวเข้มขอบใบมีสีเหลืองทอง หรือใบมีสีเหลืองและมีสีขาวเป็นเส้นตามแนวขอบใบ สีขาวประ สีเขียวอมเหลือง เขียวอมดำ สีฟ้า และลักษณะมีลวดลายของใบที่แตกต่างกันและสวยงามอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละสายพันธุ์

ดอก ลิ้นมังกรมักจะออกดอกในช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม ดอกจะมีสีขาวหรือสีเขียวย่อมนและมีกลิ่นหอม ดอกมี 5 กลีบ ขนาดเล็กประมาณ 1.5 ซม. เรียงเป็นแนวตามชั้นของก้านดอก สามารถจำแนกการออกดอกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. Spike-like raceme ลักษณะการออกดอกเรียงเป็นแนวตามชั้นของก้านดอก ขนานกับใบ



2. Panicle raceme ลักษณะการออกดอกเรียงเป็นแนวตามการแตกกิ่งที่แผ่ออกของก้านดอก

3. Capitata raceme ลักษณะการออกดอกยื่นสูงเป็นพุ่มเดี่ยวที่ปลายก้านดอก

การปลูกดูแลรักษา:

แสง แสงสว่างที่เพียงพอ สามารถปลูกได้ทั้งภายในอาคารบ้านเรือนและกลางแจ้ง

อุณหภูมิ อุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการปลูกลิ้นมังกร ต้องไม่ต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียส

การปลูกลงแปลง ขุดหลุมปลูกขนาดพอเหมาะใส่ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมักผสมกับดินร่วนอัตราส่วนเท่า ๆ กัน

การปลูกในกระถาง วัสดุปลูกที่ใช้ควรเป็นดินร่วนซุยหรือวัสดุอื่น ๆ ที่มีการระบายน้ำได้ดี เนื่องจากเมื่อได้รับความชื้นมากเกินไปจะส่งผลให้เกิดใบเน่าและทำให้ใบเน่าได้ นำปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมักผสมดินร่วนในอัตราส่วนเท่า ๆ กัน จากนั้นจึงนำดินล้นมังกรลงปลูกก็เป็นเสร็จเรียบร้อย และควรเปลี่ยนกระถางทุก 1-2 ปี เพื่อรองรับการขยายตัวของรากและหน่อที่มีเพิ่มขึ้น

การขยายพันธุ์: เพาะเมล็ด, แยกหน่อ, ปักชำใบ, เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ

หม้อข้าวหม้อแกงลิง

ชื่อวงศ์: Nepenthaceae

ชื่อวิทยาศาสตร์: *Nepenthes* spp.

ชื่อสามัญ: Tropical pitcher plant

ชื่อท้องถิ่น: หม้อข้าวหม้อแกงลิง เขนงนายพราน

น้ำเต้าลม หม้อแกงลิง

ถิ่นกำเนิด: เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ลักษณะทั่วไป:

ลำต้น ไม้เลื้อยเนื้อแข็ง หรือไม้พุ่มขนาดเล็ก ไม้อิงอาศัย หรือเลื้อยไปตามพื้นดิน ลำต้นทรงกระบอก หรือเป็นรูปทรงที่มีเหลี่ยม 2-4 เหลี่ยม หรือเป็นปีก

ใบ เป็นใบเดี่ยว ไม่มีหูใบ ออกตามลำต้นแบบเรียงสลับ หรือเวียนสลับ เมื่อใบเหี่ยวจะแห้งคาต้น เนื้อใบบางชนิดบางคล้ายกระดาษ บางชนิดมีลักษณะหนาค่อนข้าง มีทั้งชนิดที่มีก้านใบและไม่มีก้านใบ

หม้อดักแมลง (pitcher) หรืออาจเรียก “กระบอกดักแมลง” ก็ได้ เป็นส่วนที่สำคัญของพืชสกุลนี้เนื่องจากเป็นส่วนที่ใช้ดักจับแมลง เป็นส่วนที่พัฒนามาจากเส้นกลางใบที่ยื่นออกมาเป็นมือจับ (tendrill) โดยส่วนปลายของเส้นกลางใบจะพัฒนาต่อไปเป็นหม้อดักจับแมลง ซึ่งมี 2 แบบ คือ หม้อที่อยู่ด้านบน และหม้ออยู่ด้านล่าง

หม้อที่อยู่ด้านล่าง (lower pitcher) หรือ อาจเรียกสั้น ๆ ว่า “หม้อล่าง” เป็นหม้อที่เกิดจากใบที่เป็นกระจุกแน่น หรือลำต้นสั้น ๆ ซึ่งจะอยู่ติดกับพื้นดิน ลักษณะหม้อจะเป็นรูปไข่หรือ



ทรงกลม ปากจะหันไปด้านลำต้น ด้านข้างของหม้อดักแมลงจะมีครีบ 2 ครีบ จากฐานไปจนถึงปากหม้อ

หม้อที่อยู่ด้านบน (upper pitcher) หรือ อาจเรียกสั้น ๆ ว่า “หม้อบน” จะอยู่บนลำต้นที่เลื้อยรูปทรงกระบอก ลักษณะของหม้อจะยาวกว่าหม้อล่าง ปากจะหันออกจากลำต้น และครีบด้านข้างของหม้อจะลดรูปจนเห็นเป็นเพียงแฉริ้ว หรืออาจไม่พบเลยก็ได้

บริเวณปากหม้อ จะม้วนเป็นขอบ เรียกว่า เพอริสโตม (peristome) ขอบด้านในของหม้อข้าวหม้อแกงลิงบางชนิด มีลักษณะเป็นจักซี่ฟัน ด้านหลังเป็นแนวยกมีลักษณะเหมือนกับฝาปิด (lib) อยู่เหนือปากหม้อ บริเวณรอยเชื่อมต่อระหว่างปากกับฝาหม้อนี้ จะมีต่อมน้ำหวาน (nectar glands)

ดอก หม้อข้าวหม้อแกงลิงเป็นพืชที่มีดอกแยกเพศต่างต้น (dioecious) ดอกออกเป็นช่ออยู่ที่ปลายยอด มีทั้งประเภทช่อแยกแขนงเป็นกระจุก (panicoids thyrese) และแบบช่อกระจจะ (raceme) แต่ละช่อจะมีดอกประมาณ 6-300 ดอก ช่อแขนงย่อยจะมีดอก 1-2 ดอก บางครั้งอาจพบถึง 3 ดอก

ผล ผลเป็นฝัก มีทั้งชนิดที่มีก้าน และไม่มีก้าน เมื่อแก่ฝักจะแตกออกเป็น 4 พู ใน 1 ฝัก มีเมล็ดจำนวน 50-500 เมล็ด เมล็ดรูปรียาว มีความยาว 3-25 มิลลิเมตร

การปลูกดูแลรักษา:

แสง โดยทั่วไปหม้อข้าวหม้อแกงลิงชอบแสงค่อนข้างแรงประมาณ 60-80% อย่างน้อย 3-4 ชั่วโมง แต่ไม่ควรให้โดนแดดเที่ยงโดยตรง

ความชื้น ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยอยู่ราว 80 % หม้อข้าวหม้อแกงลิงเป็นพืชที่ไวต่อความชื้นมากและต้องการความชื้นคงที่สม่ำเสมอตลอดทั้งปี ฤดูหนาวเป็นช่วงที่ความชื้นในอากาศต่ำสุด ถ้าไม่ดูแลหม้อจะกรอบแห้ง เช่นเดียวกับฤดูร้อนคือลมแล้งพัดโกรกต้นไม้แห้งตายได้ จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องรักษาความชื้นไว้ให้คงที่ วิธีหนึ่งที่ทำได้คือการใช้พลาสติกคลุมบริเวณที่ปลูกทั้ง 3 ด้าน และบนหลังคาหรือใช้อิฐมอญหรือทรายหรือวัสดุดูดน้ำได้ปุ้ที่พื้นและรดน้ำให้ชุ่มเสมอ อีกวิธีหนึ่งคือ ปลูกใต้ไม้ใหญ่หรือวางเสมอพื้นความชื้นที่สูงมากก็อาจจะเป็นอันตรายต่อหม้อข้าวหม้อแกงลิงได้ โดยมีโอกาสติดเชื้อแบคทีเรียหรือโรคอื่นๆ ได้ง่าย ในช่วงกลางวันแดดจัดควรอยู่ราว 50-70% และเพิ่มเป็น 100 % ในตอนกลางคืน (ความชื้น 100% ก็เหมือนกับนำต้นหม้อข้าวหม้อแกงลิงใส่ไว้ในถุง) อย่างไรก็ตามถ้าความชื้นในเครื่องปลูกมีเพียงพอและปลูกหม้อข้าวหม้อแกงลิงแน่นพอ ความชื้นจากเครื่องปลูกก็จะระเหยขึ้นมาทำให้มันอยู่ได้อย่างแข็งแรง

เครื่องปลูก หม้อข้าวหม้อแกงลิงสามารถใช้เครื่องปลูกหรือดินผสมได้หลากหลาย เช่น สแฟกนัมมอสเพียงอย่างเดียว กาบมะพร้าวหรือขุยมะพร้าวเพียงอย่างเดียว ขุยมะพร้าวผสมทรายอัตราส่วน 1:1 ฯลฯ จึงไม่มีสูตรตายตัว และขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการหาวัสดุที่จะนำมาผสมเป็นเครื่องปลูก โดยมีหลักสำคัญคือ เครื่องปลูกจะต้องโปร่งเพื่อให้การถ่ายเทอากาศดี เก็บรักษาความชื้นได้ดี มีน้ำหนักเบา ฯลฯ

การให้น้ำ เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับหม้อข้าวหม้อแกงลิงที่จะต้องให้ดินเปียกชื้นอยู่เสมอ ในบางสวนจะใช้น้ำที่กั้นกระถาง

การให้ปุ๋ย ปกติแล้วไม่จำเป็นต้องใส่ปุ๋ย แต่ถ้าต้องการให้ปุ๋ยเสริมก็สามารถให้ได้ โดยให้อัตราต่ำกว่าที่ระบุในฉลาก โดยทั่วไปนิยมใส่ปุ๋ยละลายช้า เช่น ออสโมโค้ท สูตร 3 เดือน หรือ สูตร 6 เดือน ใส่ครั้งละประมาณ 5 -8 เม็ด หรืออาจปุ๋ยทางใบก็ได้

การป้องกันกำจัดโรคและแมลง มีโรคและแมลงศัตรูรบกวนน้อยมาก อาจพบบ้าง เช่น หนอนแป้ง หอยทาก ฯลฯ ส่วนโรคที่พบ เช่น โรคราสนิม ฯลฯ

การขยายพันธุ์: เพาะเมล็ด, ปักชำกิ่ง, เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาหาพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่มีคุณลักษณะเหมาะสมในการส่งเสริมเชิงพาณิชย์ พบว่ามีไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ 4 ชนิด ได้แก่ แก้วกาญจนา ลั่นมังกร สับปะรดสี และ หม้อข้าวหม้อแกงลิง มีความเหมาะสมในการส่งเสริมการผลิตในเชิงพาณิชย์มากที่สุด โดยมีคุณลักษณะตรงตามที่คุณบริโภคต้องการทุกประการ ได้แก่ มีสีสันสวยงาม ดูแลรักษาง่าย แข็งแรง ทนทานต่อการใช้งาน และมีรูปทรงต้นดี และมีศักยภาพในการผลิตเชิงพาณิชย์สูง สามารถขยายพันธุ์ได้ง่ายและทำได้หลายวิธี การปลูกเลี้ยงและดูแลรักษาทำได้ง่ายในสภาพแวดล้อมของประเทศไทย โดยไม่ต้องลงทุนสร้างโรงเรือนเพื่อปรับสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมมากนัก ดังนั้นพืชเหล่านี้จึงมีศักยภาพเหมาะสมในการส่งเสริมให้เป็นไม้ดอกไม้ประดับเศรษฐกิจชนิดใหม่ ๆ ของไทยในอนาคต

อภิปรายผล

การสำรวจพฤติกรรมและความต้องการไม้ดอกไม้ประดับของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคตามตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 15-25 ปี และยังคงอยู่ในวัยเรียน การศึกษาของผู้บริโภคส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี งบประมาณในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับในแต่ละครั้ง ประมาณ 101-500 บาท สำหรับความบ่อยในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับพบว่า ผู้บริโภคมีช่วงเวลาการซื้อไม้ดอกไม้ประดับที่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสเอื้ออำนวย โดยสถานที่ที่ไปเลือกซื้อมักจะเป็นร้านจำหน่ายพันธุ์ไม้ใกล้บ้าน และตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่เป็นที่รู้จักและเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อไม้ดอกไม้ประดับมากที่สุด ได้แก่ ตลาดนัดสวนจตุจักร เนื่องจากเป็นตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ที่เก่าแก่ มีพันธุ์ไม้ที่หลากหลายให้เลือกซื้อ และราคาไม่แพง ส่วนตลาดพันธุ์ไม้ใกล้บ้านทั่ว ๆ ไปนั้น ผู้บริโภคให้เหตุผลในการเข้าไปเลือกซื้อต้นไม้ เพราะสะดวกต่อการเดินทาง ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่ามีความสอดคล้องและแตกต่างกับการศึกษาของ ปิยาภา (2548) ที่ได้รายงานไว้ว่า ผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับบริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าชาย มีอายุเฉลี่ย 16-29 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501-12,000 บาท/เดือน สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทห้างร้าน โดยพฤติกรรมการซื้อไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมาใช้บริการซื้อไม้ดอกไม้ประดับ 1-8 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่าย 30-5,000 บาท/ครั้ง จำนวนต้นในการซื้อแต่ละครั้ง ประมาณ 1-300 ต้น และจะมาใช้บริการกับเพื่อน โดยใช้เวลาในการเลือกซื้อ 2-300 นาที/ครั้ง ทั้งนี้เนื่องจากมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาที่แตกต่างกันนั่นเอง แต่ก็ทำให้ทราบถึงกลุ่มผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยกลางคน ซึ่งมีงบประมาณ ระยะเวลา และ

จำนวนต้นในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับแต่ละครั้งก็จะไม่มาก เนื่องจากผู้บริโภคเหล่านี้ยังอยู่ในช่วงกำลังศึกษาอยู่และยังไม่มีรายได้ จึงทำให้ไม่มีงบประมาณไปซื้อต้นไม้ในปริมาณที่มาก ๆ ได้

ดังนั้นหากจะส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับชนิดใดในเชิงพาณิชย์นั้น ควรคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มใหญ่เป็นสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยกลางคน และราคาที่จำหน่ายก็ไม่ควรสูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับเฉลี่ยอยู่ในช่วง 101-500 บาท ทั้งนี้เพื่อให้มีจำนวนผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มมากขึ้น

การผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ พบว่า ไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นกลุ่มพืชใหม่หรือพันธุ์ใหม่ ๆ ยังมีการปลูกเลี้ยงจำกัดอยู่วงแคบ ๆ เฉพาะกลุ่มนักสะสมพันธุ์และผู้ที่ยึดชอบจริง ๆ เท่านั้น เนื่องจากมีปริมาณน้อยและมีราคาสูง โดยบางชนิดพันธุ์เมื่อสามารถผลิตได้จำนวนมากขึ้นก็เริ่มที่จะกระจายไปสู่กลุ่มผู้ปลูกเลี้ยงทั่ว ๆ ไปบ้างแล้วและราคาก็เริ่มถูกลงตามหลักอุปสงค์อุปทานจากการสำรวจพบว่า ความต้องการของผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นชนิดพันธุ์ใหม่มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นจึงควรที่จะส่งเสริมการผลิตในเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปลูกเลี้ยง การดูแลรักษาที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้บริโภคซื้อไปปลูกเลี้ยงแล้วจะได้ไม่ตาย นอกจากนี้สภาพภูมิอากาศของประเทศไทย เหมาะสมในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับชนิดพันธุ์ใหม่เป็นอย่างมาก เช่น พืชกินแมลง โดยเฉพาะหม้อข้าวหม้อแกงลิง สามารถปลูกได้เกือบทุกเขตของประเทศไทย (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546)

การวิเคราะห์ SWOT โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคในตลาดจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ นั้น พบว่า พันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ ที่เป็นพันธุ์ใหม่นั้นมีออกมาสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและมากมายหลายพันธุ์ ซึ่งไม้ดอกไม้ประดับบางชนิดเป็นไม้ดอกไม้ประดับที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการปลูกในเชิงพาณิชย์อยู่แล้ว เช่น กล้วยไม้ กุหลาบ เอลิโคเนีย บัวเยอบีรา ชวนชม ลีลาวดี โกสน บอนสี เป็นต้น และไม้ดอกไม้ประดับเหล่านี้ ส่วนใหญ่ผู้บริโภครู้จักกันเป็นอย่างดีแล้ว ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ ได้เน้นไปยังกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นชนิดพันธุ์ใหม่ที่ยังมีผู้บริโภครู้จักกันน้อย หรือเพิ่งเป็นที่รู้จักกันไม่นานนัก แต่มีศักยภาพในการส่งเสริมการผลิตเชิงพาณิชย์ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ แก้วกาญจนา ลั่นมังกร สับประดาสี และหม้อข้าวหม้อแกงลิง โดยได้วิเคราะห์ SWOT เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสของพืชเหล่านี้ โดยในด้านการผลิต พบว่าไม้ดอกไม้ประดับทั้ง 4 กลุ่มนี้ มีจุดแข็งและโอกาส คือ ใช้พื้นที่ปลูกเลี้ยงไม่มาก สามารถปลูกได้ทุกพื้นที่และสภาพภูมิอากาศ การปฏิบัติดูแลรักษาทำได้ง่าย มีโรคและแมลงรบกวนน้อย และมีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งการผลิตในเชิงพาณิชย์ยังมีน้อย ทำให้เกษตรกรรายใหม่สามารถเข้ามาหาช่องทางทำการตลาดได้อีกมากทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ

ส่วนด้านที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรค มีดังนี้

ในด้านการผลิตและการขยายพันธุ์ พบว่า ยังไม่สามารถทำการผลิตในปริมาณที่มากได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการขยายพันธุ์ด้วยการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อให้ได้ปริมาณมาก ๆ ในเวลาอันรวดเร็ว นั้น ยังทำไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ได้แก่

1. สับปะรดสี เกษตรต้องอาศัยการขยายพันธุ์โดยการแยกหน่อเป็นส่วนใหญ่ทำให้ได้จำนวนต้นที่น้อย

2. ลิ้นมังกร การขยายพันธุ์ด้วยวิธีการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อยังมีปัญหาในเรื่องความสม่ำเสมอของการเจริญเติบโตและมีเปอร์เซ็นต์ความอยู่รอดต่ำ

3. หม้อข้าวหม้อแกงลิง ยังอาศัยการขยายพันธุ์โดยการปักชำและเพาะเมล็ดเป็นหลัก เนื่องจากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ยังทำประสบความสำเร็จได้เพียงบางชนิดและบางพันธุ์เท่านั้น

สำหรับในด้านการตลาดยังมีข้อจำกัดอยู่มาก เนื่องจากเป็นไม้ดอกไม้ประดับชนิดใหม่ ผู้บริโภคยังไม่ค่อยรู้จักสินค้า หรือสินค้ายังไม่แพร่หลายสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากไม้ดอกไม้ประดับทั้ง แก้วกาญจนา สับปะรดประดับ ลิ้นมังกร และหม้อข้าวหม้อแกงลิงยังถือเป็นไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่สำหรับผู้บริโภค ดังนั้นจึงควรเร่งทำการส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องราคาที่มีราคาแพงอยู่ เนื่องจากยังผลิตได้จำนวนไม่มาก ดังนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นนักสะสมพันธุ์หรือผู้ที่กำลังซื้อสูงเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปที่มีกำลังซื้อยังไม่มีโอกาสในการซื้อมาปลูกเลี้ยงมากนัก ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่องทางในการจำหน่ายพืชเหล่านี้ในประเทศยังมีน้อย เนื่องจากมีผู้จำหน่ายน้อยราย ซึ่งจะทำให้การจัดจำหน่ายเป็นการผูกขาดของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มร้านค้าในการจัดจำหน่ายให้มากกว่าในปัจจุบัน โดยเกษตรกรผู้ผลิตต้นทางอาจต้องติดต่อร้านค้าตัวแทนจัดจำหน่ายให้มากขึ้น และควรมีการรวมกลุ่มหรือตั้งเครือข่ายผู้ผลิต เพื่อควบคุมคุณภาพและปริมาณการผลิตให้ได้เพียงพอเมื่อผู้จัดจำหน่ายมีความต้องการสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้จัดจำหน่ายได้ทราบปริมาณผลิตผลที่พร้อมจำหน่ายในแต่ละวันอย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อหาข้อมูลทั่วไปของไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการส่งเสริมเชิงพาณิชย์เท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรวิจัยหรือวิเคราะห์เจาะลึกลงไปไม้ดอกไม้ประดับชนิดพันธุ์ใหม่ทั้ง 4 ชนิด ได้แก่ แก้วกาญจนา ลิ้นมังกร สับปะรดสี และหม้อข้าวหม้อแกงลิง ทั้งในเรื่องของการผลิตและการดูแลรักษา การปรับปรุงพันธุ์ วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวและบรรจุภัณฑ์ การส่งออก การขนส่ง การวิจัยตลาดและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาส่งเสริมและพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับเหล่านี้ให้เป็นเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยต่อไป

บทที่ 6

บรรณานุกรม

- งานไม้ดอกไม้ประดับ. (2534). สถานการณ์การผลิตและการค้าไม้ประดับและไม้ตัดใบ, น. 3-11. ใน
ณรงค์ โฉมเฉลา (บรรณาธิการ). เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพฯ: สมาคม
ไม้ประดับแห่งประเทศไทย.
- จุฑาทิพย์ ภัทรวาท. (2543). การจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์. กรุงเทพฯ: ภาควิชา
สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทรงพล สมศรี. (2548). การปรับปรุงพันธุ์พืชสวนอดีต ปัจจุบันอนาคต (ตอนที่ 1) (ออนไลน์).
นสพ. กสิกร 78 (3) กรกฎาคม-สิงหาคม. แหล่งที่มา
<http://www.doa.go.th/th/ShowArticles.aspx?id=1759>. วันที่สืบค้น 6 มีนาคม 2550.
- นลินี ชาดะรูปานนท์. (2545). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินในการลงทุนแปรรูป
ผลผลิตเกษตรของกลุ่มแม่บ้านคลองพระอุดม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์
ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์เกษตร). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิวัต โชติวงศ์. 2544. เครื่องมือและแนวคิดทางการบริหาร/จัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: บริษัท
รอยัลเพรส แอนด์ แพลค จำกัด.
- ปิยาภา มีแสง. (2548). ทศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับของผู้บริโภคที่
บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครี
นทรวิโรฒ.
- พรชัย องค์วงศ์สกุล. (2549 มีนาคม). เครื่องมือทางการบริหารสมัยใหม่: กลยุทธ์การวางแผนธุรกิจ
ตอนที่ 6 S-W-O-T Matrix and Action Plan. Engineering Today 4(39):114-123.
- พิบูล ทีปะปาล. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิสิษฐ์ วรอุไร. (2536). ทำไมจึงต้องผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอุตสาหกรรม, น. 4-5. ใน เกษ
การเกษตร. อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพฯ: วารสารเคหการเกษตร.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2546). แผนยุทธศาสตร์ 5 ปี ด้านการวิจัยและพัฒนาไม้ดอกไม้
ประดับ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. รายงานการวิจัย.
- สมเพียร เกษมทรัพย์. (2536). เทคโนโลยีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับในทศวรรษหน้า, น. 57-76. ใน
เคหการเกษตร. อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ. กรุงเทพฯ: วารสารเคหการเกษตร.
- สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน (แปลและเรียบเรียง). (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
ท้อป จำกัด.

- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และ ศูนย์วิจัยปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืน
มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2547). สัมมนาวิชาการเรื่อง การนำผลงานวิจัยไปสู่การปฏิบัติเชิง
พาณิชย์ (ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://kmag.ku.ac.th/technical/vegetable/Contents.html>.
วันที่สืบค้น 6 มีนาคม 2550.
- สุกัญญา แพทย์ปฐม. (2546). เสวนาเกษตร: การวิจัยและพัฒนา ไม้ดอกไม้ประดับของไทย ทำ
อย่างไรจึงจะโกอินเตอร์. เกษตรเกษตร 27(10): 141-146.
- อดิศักดิ์ ไชยยศ. (2547). การวิเคราะห์การผลิต จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของสินค้ารูป
หล่อทองเหลืองในจังหวัดลพบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์ ศศ.
ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.





ภาคผนวก

ตารางผนวกที่ 1 ไม่ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่พบจากการสำรวจในตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่าง ๆ

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมให้มีการส่งเสริมในเชิงการค้า
กล้วยไม้							
- แคทลียา	Cattleya Hybrids	จงกู่, ลูกผสมญี่ปุ่นดอกหอม, ฯลฯ	กล้วยไม้	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- ออนซีเดียม	Oncidium 'Baipai'	ออนซีเดียมใบพาย, ฯลฯ	กล้วยไม้	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
- กล้วยไม้ลูกผสมแอสโคเซนดร้า	Ascocentrum Hybrids	คาลิเวอร์, คาร์ฟอริก, ม่วงบลูแบล็ค, ปีกผีเสื้อ	กล้วยไม้	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ง่าย	ปานกลาง	มาก
- กล้วยไม้หวายลูกผสม	Dendrobium Hybrids	ชีซาร์หุกระด่าย, อาทิคัยอัลดง, ฯลฯ	กล้วยไม้	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ง่าย	ปานกลาง	มาก
- ช้างลูกผสม	Rhynchosylis Hybrids	ช้างไออิชิ, ช้างโกกิ, ช้างอาซิด้า	กล้วยไม้	-	ง่าย	ปานกลาง	ปานกลาง
แก้วกาญจนา	Aglaionema Hybrids	อัญมณี, เลกาซี, วาเลนไทน์, สยามออรา, มั่งมี ศรีสุข, พารัวร์วาย, อก ลก ชิว, ทับทิมสยาม, แดงสยาม, เพชรน้ำหนึ่ง, สามเณร, ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ปานกลาง	มาก	มาก
โกสนลูกผสม	Codiaeum Hybrids	มีลูกผสมใหม่ ๆ ที่ยังไม่มียี่ห้อจำนวนมาก	ไม้พุ่ม	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ง่าย	ปานกลาง	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	..สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมให้มีการส่งเสริมในเชิงการค้า
แคดดีส์และพืชอวบน้ำ	หลายสกุลมีทั้งพันธุ์แท้และลูกผสม เช่น Aloe spp.; <i>Astrophytum</i> spp.; <i>Lobivia</i> spp.; <i>Gymnocalycium</i> spp.; <i>Mammillaria</i> spp.; <i>Pachypodium</i> spp. ฯลฯ	มีทั้งไม่นำเข้าและลูกผสมใหม่ๆ จำนวนมาก	ไม้ล้มลุก	นำเข้า	ปานกลาง	มาก	มาก
จำปี	<i>Michelia alba</i> 'Variegata'	จำปีศรีเกษม (ต่าง)	ไม้ต้น	เกิดจากการกลายพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ชวนชมลูกผสม	<i>Adenium</i> Hybrids	เหลืองมหาเมฆคล, แหวนเพชร, บลูฮาวาย, มังกรแดง, ลีเกิ้ล ลีเกิ้ล, ลีเกิ้ล ฟิงค์, ดาวมงคล, แดงยูไร, หงษ์แดง, ละอองทิพย์, ขาวหัสดี, ปลาดาว, ไฟไซดอน ฯลฯ	ไม้พุ่มอวบน้ำ	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
ซาราริเนีย	<i>Sarracenia</i> spp. & Hybrid	S. 'Scarlet Belle' S. <i>flava</i> S. <i>psittacina</i> S. x <i>courtii</i> S. x <i>psittacina</i> S. x <i>purpurea</i> ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากมาเลเซียและออสเตรเลีย	ยาก	น้อย	ปานกลาง
ต้นขวด	<i>Brachychiton rupestris</i>	-	ไม้ต้น	นำเข้าจากออสเตรเลีย ปี 2548	ง่ายที่สุด	ปานกลาง	น้อย
ตีนตุ๊กแกออสเตรเลีย	<i>Tidax procumbens</i>	ซีทักส์	ไม้เถาเลื้อย	นำเข้าจากออสเตรเลีย	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมในการส่งเสริมในเชิงการค้า
บับบับ	<i>Adansonia digitata</i>	-	ไม้ต้น	นำเข้าจากออสเตรเลีย	ง่าย	ปานกลาง	น้อย
บีโกเนีย	<i>Begonia</i> spp. and Hybrids	-	ไม้ล้มลุก	นำเข้า	ยาก	ปานกลาง	ปานกลาง
บุกกระรอก	<i>Amorphophallus</i> sp. (1)	-	ไม้ล้มลุก	พันธุ์ป่าที่ถูกพัฒนาจนเป็นการค้า	ง่าย	ปานกลาง	ปานกลาง
บุกกำมะหยี่	<i>Amorphophallus</i> sp. (2)	-	ไม้ล้มลุก	พันธุ์ป่าที่ถูกพัฒนาจนเป็นการค้า	ง่าย	ปานกลาง	ปานกลาง
แบล็คบอย	<i>Xanthorrhoea glauca</i>	-	ไม้ต้น	นำเข้าจากออสเตรเลีย ปี 2548	ง่ายที่สุด	ปานกลาง	น้อย
ฟีโลเดนดรอน	<i>Philodendron angustifolia</i> <i>Philodendron</i> Hybrids	ฟีโลเดนดรอน ฟีโลเดนดรอนผสม	ไม้เถาเลื้อย ไม้เถาเลื้อย	นำเข้าจากต่างประเทศ ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศไทย	ง่ายที่สุด	ปานกลาง	ปานกลาง
เฟินแวปิกแมลงกัทั้	<i>Microsorium thailandicum</i> <i>M. siamensis</i>	-	เฟิน	พันธุ์ป่าที่ถูกพัฒนาจนเป็นการค้าเก็บจากป่าทางใต้ของไทยและมาเลเซีย	ง่าย	ปานกลาง	มาก
มณฑาญ	<i>Magnolia sirindhorniae</i>	-	ไม้ต้น	พันธุ์ป่าที่ถูกพัฒนาจนเป็นการค้า	ยาก	มาก	ปานกลาง
ยูโอนันท์สด่าง	<i>Euonymus fortunei</i>	-	ไม้พุ่ม	นำมาจากนครปฐม	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย
ลิ้นมังกร	<i>Sansevieria</i> spp. and hybrids	พิกุล (ต่าง, ไม่ต่าง), ซาบูไร (ต่าง, ไม่ต่าง), ดาบนารายณ์, ไหมไทย (ต่าง, ไม่ต่าง), ครีส์มฤทธี (ต่าง, ไม่ต่าง), ครีบลาวา (ต่าง, ไม่ต่าง), เขียวหมู (ต่าง, ไม่ต่าง), บัลเลสต์, ซาอีเนียน, เหลืองส้มเขียว, twist sister tsunami, solid gold, plastic oil ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ และปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ง่ายที่สุด	ปานกลาง	มาก
ลิลลี่	<i>Lilium</i> spp.	-	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากเขียงรายและเขียงใหม่	ยาก	มาก	น้อย

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะนิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมให้มีการส่งเสริมในเชิงการค้า
ลิลาวดี	<i>Plumeria</i> hybrid	เกรนนี่โรรอง, แคทลียา, มายวาเลนไทน์, ม่วงองครักษ์, ชมพูองครักษ์, แดงองครักษ์, เหลืององครักษ์, มายา (ต่าง), อัญมณี (ต่าง), กนิษฐา (ต่างองครักษ์), ทองทวีโชค, เพชรน้ำเอก, ชมพูชนากานต์, เบนท์, ฯลฯ	ไม้ต้น	ปรับปรุงพันธุ์และพัฒนาขึ้นภายในประเทศ และนำเข้าจากต่างประเทศ	ง่าย	มาก	มาก
สับปะรดสี/บรอมิเลียด							
- สกุลงอกแซมเนย	<i>Guzmania</i> spp. & Hybrids	<i>Guzmania</i> Hybrids	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากเขียงรายและเขียงใหม่/นำเข้าจากต่างประเทศ	ง่าย	มาก	มาก
- สกุลงอกพแอ่นทาส	<i>Cryptanthus</i> spp. & Hybrids	Cryp. 'Ariety' Cryp. 'Cascade' Cryp. 'Coster's Favorite' Cryp. <i>burle-marxii</i> Cryp. 'Elaine' Cryp. 'Menescal' Cryp. 'Pink Starlite' ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ/ปรับปรุงและพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ง่าย	มาก	มาก

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมให้มีการส่งเสริมในเชิงการค้า
สับปะรดสี/ บรอมิเลียด (ต่อ) - สกุลทิลแลนเซีย							
	<i>Tillandsia</i> spp. & Hybrids	<i>T. balbisiana</i> 'Large form' <i>T. hildae</i> <i>T. ionantha</i> var. <i>maxima</i> <i>T. ionantha</i> 'Zebrina' <i>T. recurvifolia</i> <i>T. subterres</i> ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
- สกุลนีโอรีเจลยา	<i>Neoregelia</i> spp. & Hybrids	<i>Neo. carcharodon</i> <i>Neo. 'Oh No'</i> <i>Neo. carcharodon</i> 'Tiger' <i>Neo. 'Fandango'</i> <i>Neo. 'Governor's Plea'</i> <i>Neo. 'Hannibal Lector'</i> <i>Neo. 'Norman Bates'</i> <i>Neo. olens</i> 'Select' X 'Mocha Mint' <i>Neo. pendula</i> <i>Neo. 'Bam!'</i> <i>Neo. 'Roy's Special'</i> ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ	ง่าย	มาก	มาก

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมในการส่งเสริมในเชิงการค้า
สับปะรดสี (ต่อ)							
- สุกุลบิลเบ็กเยีย	<i>Billbergia</i> spp. & Hybrids	<i>Bill.</i> 'Bellesima' <i>Bill.</i> <i>horrida</i> var. <i>tigrina</i> <i>Bill.</i> <i>horrida</i> var. <i>horrida</i> <i>Bill.</i> 'Georgia' <i>Bill.</i> 'Rosea' ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ	ง่าย	มาก	มาก
- สุกุลรีซี	<i>Vriesea</i> spp. & Hybrids	<i>Vriesea</i> 'Aztec Gold' <i>Vriesea</i> 'Red Chestnut'	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ	ง่าย	มาก	มาก
- สุกุลแอคเมีย	<i>Aechmea</i> spp. & Hybrids	<i>Ae.</i> 'Malva' <i>Ae.</i> 'Alaya' <i>Ae.</i> <i>victoriana</i> <i>Ae.</i> <i>chantinii</i> <i>Ae.</i> 'Ensign' <i>Ae.</i> 'Fosteriana' <i>Ae.</i> 'MEND' <i>Ae.</i> <i>Mulfordii</i> <i>Ae.</i> <i>nudicaulis</i> <i>Ae.</i> <i>pineliana</i> var. <i>minata</i> <i>Ae.</i> <i>rubroilacina</i> <i>Ae.</i> 'Valencia' ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าจากต่างประเทศ	ง่าย	มาก	มาก

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมให้มีการส่งเสริมในเชิงการค้า
หน้าวัวแคระ	Anthurium Hybrids	-	ไม้ล้มลุก	-	ง่าย	ปานกลาง	ปานกลาง
หม้อข้าวหม้อแกงลิง	Nepenthes spp. and Hybrids	N. 'Viking' x N. <i>rafflesiana</i> N. 'Viking' x <i>ampullaria</i> N. 'Viking' x <i>bicalcarata</i> N. <i>ampullaria</i> N. 'Viking' N. <i>bicalcarata</i> N. <i>coccinea</i> N. <i>gracilis</i> N. <i>mirabilis</i> N. <i>rafflesiana</i> N. <i>reinwardiana</i> N. <i>thorelii</i> 'Tiger' N. <i>ventricosa</i> N. x <i>hookeriana</i> N. x <i>kuchingensis</i> N. x <i>trichocarpa</i> ฯลฯ	ไม้เถาเลื้อย	นำเข้าจากต่างประเทศ/นำมาจากป่า/ปรับปรุงและพัฒนาขึ้นภายในประเทศ	ง่ายที่สุด	ปานกลาง	มาก
หยาดน้ำค้าง	Drosera spp. and Hybrids	D. 'Paradoxa' D. <i>adelsae</i> D. <i>capensis</i> D. <i>spathulata</i> ฯลฯ	ไม้ล้มลุก	นำเข้าและนำมาจากป่า	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ชื่อพืช	ชื่อวิทยาศาสตร์	พันธุ์	ลักษณะวิสัย	สถานภาพของพืช/แหล่งที่มา	การผลิตและดูแลรักษา	ปริมาณที่จำหน่ายได้	ความเหมาะสมในการส่งเสริมในเชิงการค้า
หูกระจงแคระ	<i>Terminalia ivoriensis</i>	-	ไม้พุ่ม	-	ง่ายที่สุด	ปานกลาง	ปานกลาง
หูกระจงแคระต่าง	<i>Terminalia ivoriensis</i>	-	ไม้พุ่ม	นำเข้า และนำมาจากป่า	ยาก	มาก	มาก

หมายเหตุ ข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏอยู่ในนี้ ได้จากการสำรวจพบในตลาดจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่างๆ โดยข้อมูล สถานภาพของพืช แหล่งที่มา การผลิตและดูแลรักษา ปริมาณที่จำหน่ายได้ และความเหมาะสมให้มีการส่งเสริมในเชิงการค้า ได้จากการประเมินของผู้ผลิตและจำหน่ายในตลาดเป็นหลัก

ภาพผนวกที่ 1 ไม้ดอกไม้ประดับพันธุ์ใหม่ที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการผลิตเชิงพาณิชย์ที่
สำรวจพบในตลาดจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ

ก) แก้วกาญจนา หรือ อโกลนีมา (*Aglaonema*)



แก้วกาญจนาหลากหลายพันธุ์ที่พบวางจำหน่าย



มั่งมีศรีสุข



พารัวร์วย



ทับทิมสยาม



อัญมณี



สยามออร่า

ข) ลิ้นมังกร (*Sansevieria*)



ดาบนารายณ์



ดาบนายพล



สั้มฤทธิ (*Sansevieria kirkii*)



ครีปปลาวาฬ (*S. masoniana*)



ครีปปลาวาฬ (*S. masoniana*)



พังกุย (*S. Pinguiclla*)

ค) สับปะรดประดับ (Bromeliads)



ร้านจำหน่ายสับปะรดประดับ ในตลาดไม้ดอกไม้ประดับนนทบุรี (ซอยช้าง)



Neoregelia 'Norman bats'



Neo. 'BAM!'



Neo. carcharodon



Aechmea 'Valencia'



Pitcairnia sanguinae สับปะรดประดับใบสวยที่นำเข้ามานานแล้วราคาเริ่มถูกลงทำให้ผู้บริโภคทั่วไปสามารถหาซื้อปลูกเลี้ยงได้

ง) หม้อข้าวหม้อแกงลิง (*Nepenthes*)



ร้านจำหน่ายหม้อข้าวหม้อแกงลิง
ณ ตลาดนัดธนบุรี (สนามหลวง2)



หม้อข้าวหม้อแกงลิงพันธุ์ลูกผสมไทย
N. 'Viging' x rafflesiana



หม้อข้าวหม้อแกงลิงพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ
N. clipeata x ventricosa



หม้อข้าวหม้อแกงลิงพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ
N. 'Marbled Dragon'



หม้อข้าวหม้อแกงลิงพันธุ์แท้ นำเข้าจากต่างประเทศ
N. truncata



N. globosa 'Viking' หม้อข้าวหม้อแกงลิงพันธุ์แท้
ของไทย ถือเป็นแม่พันธุ์ดีในการผลิตพันธุ์ลูกผสม
ใหม่ ๆ ที่สวยงาม

ภาพผนวกที่ 2 การสัมภาษณ์เกษตรกรในแหล่งผลิตและจำหน่ายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ



การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ผลิตพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ



สัมภาษณ์เกษตรกรผู้ผลิตสับปะรดประดับ ในตลาด
ไม้ดอกไม้ประดับนนทบุรี (ชอยช้าง)



สัมภาษณ์เกษตรกรผู้ผลิตแคคตัส ในจังหวัดสระบุรี



เกษตรกรสาธิตการขยายพันธุ์ชวนชม



เกษตรกรสาธิตการปลูกและการย้ายปลูก
แก้วกาญจนา



สภาพแปลงปลูกแก้วกาญจนาเพื่อการค้าของ
เกษตรกร