

การยอมรับมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออก: กรณีศึกษา
เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้พื้นที่ตำบลหนองนกไข่ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัด
สมุทรสาคร

Adoption on Orchid Marketing Standard for Export: A Case Study of
Orchid Cultivators in Nong Nok Kai Subdistrict Area, Krathum Baen District,
Samut Sakhon Province

ปวีณา คนยงค์^{1*} เอมอร อังสุรัตน์¹ จุฬารัตน์ วัฒนะ² เสริมศิริ จันทร์เปรม³ และวัชรลี เลิศมงคล⁴
Paveena Konyong^{1} Am-on Aungsuratana¹ Jurarat Watana² Sermsiri Chanprame³
and Vatcharee Lertmongkol⁴*

ABSTRACT

The objectives of the study were to determine 1) the adoption of farmers on orchid marketing standard for export, 2) the relationship between some background of orchid cultivators and their adoption on orchid marketing standard for export and 3) their constraints and recommendations in orchid marketing standard for export improvement. Studied samples were 64 orchid cultivators resided in Nong Nok Kai subdistrict areas, Krathum Baen district, Samut Sakhon province through completely random sampling technique. Interview schedule was used to collect data. Descriptive statistics used for analysis were frequency, percentage, arithmetic mean, and standard deviation. Inferential statistics for testing hypothesis was Pearson product moment correlation coefficient.

The findings revealed that more than half of the respondents grade orchid flowers according to the standard for export including by number of flower bloomed and flower bud, length of inflorescence, pest contamination eradication and inflorescence quality. Most respondents sold their products to export companies only. Concerning their adoption on 3 main orchid marketing standard for export

¹ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 73140
Department of Agricultural Extension and Communication, Faculty of Agriculture at Kamphaengsaen, Kasetsart university,
Kamphaengsaen campus, Kamphaengsaen, Nakhon Pathom 73140, Thailand.

²ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จ.กรุงเทพฯ 10900
Department of Vocational Education, Faculty of Education, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand.

³ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 73140
Department of Horticulture, Faculty of Agriculture at Kamphaengsaen, Kasetsart university, Kamphaengsaen campus,
Kamphaengsaen, Nakhon Pathom 73140, Thailand.

⁴ภาควิชาพืชไร่ คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จ.กรุงเทพฯ 10900
Department of Agronomy, Faculty of Agriculture, Kasetsart university, Bangkok 10900, Thailand.

*Corresponding author: Tel. 0-85246-4464, E-mail address: agmy62@hotmail.com

items including 4 sub items in orchid flowers standard, 1 sub item in packaging standard and 7 sub items in purchasing standard. It revealed that more than half of the respondents agreed and accepted all quality standard requirements in order to implement them in the future. Orchid flowers standard requirements were orchid flowers quality before packaging, number of flowers per inflorescence, length of inflorescence and the number of flower bloomed per inflorescence. Packaging and ordering standard were also required. Purchasing standard requirements were preservation before exportation, transportation, risk assurance, grading, financial administration, price payment and marketing channel. Major constraints in production, marketing and orchid marketing standard for export adoption were high cost of chemical fertilizer, lack of power to bargain and limitation of private sectors coordination, respectively. Testing hypothesis indicated that factors affecting adoption on orchid marketing standard for exportation were total land tenure, experiences in orchid marketing standard for exportation perception, orchid cultivation land tenure, number of farm labor force, supports by government agencies and aged of the cultivators, respectively.

Key words: orchid marketing, marketing standard, orchid exportation, Samut Sakhon Province

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาถึง 1) การยอมรับมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออกของเกษตรกร 2) ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังบางประการของเกษตรกรกับการยอมรับมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออกของเกษตรกร และ 3) ปัญหา และข้อเสนอแนะในการพัฒนามาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออกของเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ในเขตพื้นที่ตำบลหนองนกไข่ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 64 คน ที่ได้จากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มตลอดทั่วกัน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรเกินครึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีการคัดเกรดกล้วยไม้ตามมาตรฐานดอกที่ส่งออก ประกอบด้วย ตามจำนวนดอกบานและดอกตูม ตามความยาวช่อดอก คัดช่อดอกที่มีโรคและแมลงทิ้ง และคัดตามคุณภาพช่อดอก เกษตรกรทั้งหมดมีการจำหน่ายกล้วยไม้ให้บริษัทส่งออก เมื่อพิจารณาถึงการยอมรับต่อมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออกแบ่งได้ 3 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1) มาตรฐานดอก มี 4 ประเด็นย่อย 2) มาตรฐานการบรรจุ มีเพียงประเด็นเดียว และ 3) มาตรฐานการจำหน่าย มี 7 ประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรเกินครึ่งของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยและยอมรับที่จะนำมาตรฐานการส่งออกทุกประเด็นไปปฏิบัติในอนาคต ทั้ง 12 ประเด็นย่อย คือ มาตรฐานดอกด้านคุณภาพดอกก่อนการบรรจุหีบห่อ ด้านจำนวนดอกต่อช่อ ด้านความยาวช่อดอก และด้านจำนวนดอกบานต่อช่อ มาตรฐานด้านการบรรจุและการจัดเรียง และมาตรฐานการจำหน่าย ประกอบด้วย มาตรฐานด้านการเก็บรักษาก่อนส่งออก ด้านการขนส่ง ด้านการป้องกันความเสี่ยง ด้านการจัดชั้น มาตรฐานกล้วยไม้ ด้านการบริหารการเงิน ด้านการกำหนดราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการยอมรับมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออกที่สำคัญ คือ ปุ๋ยเคมีมีราคา

แพง ขาดอำนาจในการต่อรองราคา และขาดการประสานงานที่ดีจากเจ้าหน้าที่ภาคเอกชน ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ประกอบด้วย พื้นที่ทั้งหมด ประสบการณ์ในการเรียนรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการตลาดกล้วยไม้เพื่อการส่งออก พื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงานทางการเกษตร การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และอายุของผู้ปลูก ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตลาดกล้วยไม้ มาตรฐานการตลาด การส่งออกกล้วยไม้ จังหวัดสมุทรสาคร