

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดค้าเพียงจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็นประเด็นดังนี้

1. ความสำคัญของไม้ดอกไม้ประดับ
2. แนวทางในการพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย
3. สถานการณ์การผลิตและการค้าไม้ดอกไม้ประดับในประเทศ
4. การผลิตไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่
5. การตลาดไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความสำคัญของไม้ดอกไม้ประดับ

ไม้ดอกไม้ประดับมีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันและกลายเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นวัฒนธรรมประจำชาติ เช่น ประเพณีการเกิด ทำขวัญ โคนผมไฟ ทำบุญ บวชพระ เข็ม คนไข้ ขึ้นปีใหม่ เปิดร้านค้า แม้กระทั่งงานศพ ฯลฯ มักจะมีไม้ดอกไม้ประดับ เข้ามาเกี่ยวข้อง อยู่เสมอ ตั้งแต่สมัยก่อนจนถึงปัจจุบันชาวชนบทรู้จักนำดอกไม้ต่างๆ มาใช้ประกอบอาหารและยัง เอาดอกไม้หลายชนิดมาตากแห้งแล้วผสมกับสมุนไพรอื่นๆ บดเป็นผงใช้เป็นยารักษาโรค นอกจากอาหาร ยารักษาโรค และสิ่งที่จำเป็นอื่นๆ ในชีวิตแล้ว ไม้ดอกไม้ประดับยังเพิ่มความสุข ความเพลิดเพลินเจริญใจ ความงดงามตามธรรมชาติของพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิดอีกด้วย ความสวยงามตามธรรมชาติของพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับนั้น หากนำมาใช้ประดับตกแต่งจัดให้ ถูกวิธีมีศิลปะบ้างแล้วก็จะยิ่งเพิ่มความสวยงามมากขึ้น ให้ความสุขความเพลิดเพลินเจริญใจ แก่เจ้าของและผู้ที่ได้พบเห็น ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับสามารถทำรายได้ให้แก่ผู้ปลูกเลี้ยงอย่างงาม ในประเทศเรามีความเหมาะสมในการปลูกเลี้ยง นอกจากนั้นไม้ดอกไม้ประดับยังเป็นวิชาสำคัญที่ บรรลุไว้ในหลักสูตรและจัดสวนในระดับชั้นต่างๆ ทั่วไปในเมืองไทย (สุนทร, 2522)

ชีวิตมนุษย์เราทุกวันนี้ จะขาดต้นไม้ ไม้ดอกไม้ประดับไปไม่ได้ จึงพยายามเข้าหา ต้นไม้ในธรรมชาติหรือนำเอาเข้ามาไว้ใกล้ชิดกับตัว เพื่อสร้างความรื่นรมย์ ความสวยงาม ความร่มรื่นสดชื่นมีชีวิตชีวาที่น่าอยู่ และที่สำคัญก็คือ ความพึงพอใจของตนเองและคนใน ครอบครัวที่มีความรักความพอใจกับต้นไม้ประดับเหล่านั้น (ศิริพร, 2535)

การปลูกไม้ดอกไม้ประดับให้สวยงามจึงมีความสำคัญต่อมนุษย์มากมายหลายประการ เป็นอาหารทางจิตใจ มีสีสันทที่สวยงามทำให้ผู้คนพบเห็นสบายตา มีความสุขใจ ผ่อนคลาย ความเครียด ช่วยปรับสภาพทางอากาศให้ดีมีความสดชื่น ช่วยฟอกอากาศที่เสียให้อากาศดีได้ ณ กลางวันจะช่วยฟอกก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และปลดปล่อยก๊าซออกซิเจนในการหายใจ เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ เพราะมนุษย์ต้องการออกซิเจนในการหายใจ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดอาชีพ การผลิตไม้ดอกไม้ประดับ อาชีพปรับตกแต่งอาคารสถานที่ ตกแต่งภายในและภายนอกอาคาร ซึ่งเป็นอาชีพหนึ่งที่ทำให้รายได้ดี ส่งเสริมการจ้างแรงงานมีการหมุนเวียนสลับเปลี่ยนต้นไม้อยู่ ตลอดเวลา และนิยมการใช้ไม้ดอกไม้ประดับมาประดับอาคารต่างๆ (วิมลภ, 2543)

มนุษย์ทุกคนต้องการจะมีบ้านเป็นที่อยู่อาศัยของตนเองเพราะบ้านเป็นที่อยู่หลับนอนและ ให้ความสุขสบายแก่คนเรามากที่สุด การที่จะทำให้บ้านน่าอยู่อาศัยนั้น จะต้องเป็นบ้านที่ตั้งใน สถานที่เหมาะสม ตั้งถูกทิศทางและมีการออกแบบที่ถูกต้อง แต่ถึงกระนั้นก็ตามสิ่งสำคัญอีกอย่าง หนึ่งที่จะทำให้บ้านน่าอยู่อาศัยยิ่งขึ้นก็คือ สวนภายในบริเวณบ้าน สวนนอกจากจะส่งเสริมให้บ้าน น่าอยู่อาศัยแล้ว ยังทำความร่มเย็นแก่บริเวณบ้านและทำให้อากาศในบริเวณบ้านบริสุทธิ์อีกด้วย ทั้งนี้เพราะต้นไม้จะคายอากาศออกซิเจนซึ่งเป็นอากาศที่มนุษย์ต้องการ ในเรื่องสวนไม้ดอกนั้น การจัดสวนไม้ดอกคงอยู่กับคนไทยเสมอและไม้ดอกนั้นก็คงจะเป็นดอกไม้หอมปลูกประดับ และการจัดสวนนั้นคงจัดตกแต่งให้ล้อเลียนกับธรรมชาติ การจัดสวนแบบธรรมชาติประกอบด้วย สระน้ำ พันธุ์ไม้ใหญ่เล็กต่าง ๆ ใช้ไม้ดอกไม้ใบและไม้ยืนต้นพร้อมทั้งการบำรุงรักษา อันเป็น สิ่งสำคัญ (ชวลิต, 2542)

ความต้องการในการใช้ไม้ดอกไม้ประดับภายในประเทศและต่างประเทศ เพิ่มมากขึ้น อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกไปตลาดต่างประเทศในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมามี มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี (รายงานการประชุมทางวิชาการไม้ดอกไม้ประดับแห่งชาติ ครั้งที่ 2, 2539) ส่งผลให้ความรู้ทางวิชาการและความก้าวหน้าทางด้านการศึกษาด้านไม้ดอกไม้ประดับต้อง ปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ และในปัจจุบันการปลูกไม้ดอกไม้ประดับได้ก้าวหน้าถึงขั้นผลิตเพื่อการค้า มีธุรกิจเกี่ยวเนื่องมากมายตั้งแต่ผู้ปลูก ผู้ขยายพันธุ์ ผู้จำหน่ายต้นและดอก ตลอดจนถึงผู้ผลิตประดิษฐ์ตกแต่งให้อยู่ในรูปแบบจำหน่ายเพื่อใช้ ประโยชน์เฉพาะด้านก่อให้เกิดอาชีพแก่ผู้คนนับไม่ถ้วน เกษตรกรไทยกลุ่มหนึ่งได้ยึดอาชีพผลิต ไม้ดอกไม้ประดับมาช้านาน และได้ขยายตัวมาถึงปัจจุบันและยังคงความสำคัญต่อไปควบคู่สังคม มนุษย์ (นกเขาไฟ, 2531)

2.2 แนวทางในการพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทย

ไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชกลุ่มซึ่งถูกกำหนดในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ให้เป็นพืชส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก ไม้ดอกไม้ประดับเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนสูงใช้พื้นที่น้อย ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสูง เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านสภาพพื้นที่ปลูก ภูมิอากาศ และการส่งออกสูง การพัฒนาการผลิตไม้ดอกไม้ประดับขึ้นอยู่กับความพร้อมของประเทศ ประกอบกับความต้องการใช้ ไม้ดอกไม้ประดับในตลาดโลกที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ ศักยภาพการผลิตไม้ดอกไม้ประดับในประเทศไทยในปัจจุบันสามารถผลิต ไม้ดอกไม้ประดับได้มาทุกชนิดและมีคุณภาพสูงขึ้น และสิ่งสำคัญที่ควรทำในลำดับต่อไปคือ การพัฒนาให้บังเกิดผลและควรได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงานรวมทั้งงบประมาณและบุคลากร (ณรงค์, 2534)

นโยบายเศรษฐกิจทางการเกษตรของรัฐตามที่กำหนด ได้เน้นการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออกไว้ชัดเจน ทำให้ทุกหน่วยงานทุกกระทรวงทบวงกรมทั้งภาครัฐและเอกชนขนานรับนโยบายนี้โดยพร้อมเพรียงกัน มีการตั้งงบประมาณเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการผลิตพืชสวนการส่งออกอย่างกว้างขวาง ได้รับการดูแลเอาใจใส่ส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ จึงนับเป็นโอกาสทองของชาวพืชสวน โดยเฉพาะในเรื่องของไม้ดอกไม้ประดับ ด้านการผลิตไม้ดอกไม้ประดับประเทศไทยมีทุกสิ่งทุกอย่างครบถ้วนอยู่แล้วในธรรมชาติ สภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เอื้ออำนวยให้สามารถผลิตไม้ดอกไม้ประดับได้แทบทุกชนิด ทั้งไม้ดอกเมืองร้อน ไม้ดอกเมืองหนาว และไม้ดอกเมืองหนาว เพียงแต่เลือกทำเลปลูกให้ถูกต้องเหมาะสมและจัดหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ให้เหมาะสมกับไม้ดอกแต่ละชนิด รวมทั้งถึงการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบและปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ

แนวทางในการพัฒนาการผลิต ควรมีหลักการและ การดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดชนิด เป้าหมายในการผลิตเพื่อการส่งออกหรืออย่างน้อยที่สุดการนำเข้า กำหนดประเภทของไม้ดอกไม้ประดับ กำหนดให้ชัดเจนลงไปว่าควรจะเป็นประเภทไหน
2. กำหนดพันธุ์ตามความนิยมของผู้บริโภคแปรเปลี่ยนเร็วมาก เกษตรกรจึงต้องทราบว่า จะปลูกพันธุ์ไหนจึงจะจำหน่ายได้ดี จึงเป็นหน้าที่ของผู้ค้าหรือของรัฐ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะติดตามดูความเคลื่อนไหวของตลาดโลกอย่างใกล้ชิด แล้วนำพันธุ์เหล่านั้นเข้ามาปลูกทดสอบ คัดเลือกพันธุ์ที่ให้ผลดีที่สุด ซึ่งอาจจะไม่ครบทุกพันธุ์ เพื่อขยายพันธุ์ส่งให้เกษตรกรปลูกต่อไป
3. กำหนดเขตปลูก เพื่อให้ได้ไม้ที่มีคุณภาพดีตามความต้องการ โดยคำนึงถึงสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ และการคมนาคม
4. กำหนดมาตรฐานและราคา เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นภายหลัง จึงควรทำความตกลงระหว่างเกษตรกรและผู้ค้าในเงื่อนไขต่างๆ กล่าวคือผู้ค้าต้องกำหนดมาตรฐานสินค้าพร้อมทั้ง

กำหนดราคาขั้นต่ำไว้เพื่อเกษตรกรจะได้รู้ล่วงหน้าและปฏิบัติตามเงื่อนไขถูกต้อง กำหนดปริมาณการผลิต ซึ่งควรจะสัมพันธ์สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจึงจะยังบังเกิดผลดีกับกิจการนั้น ผู้ปลูกหรือเกษตรกรจะได้วางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

5. กำหนดปริมาณการผลิต ปริมาณการผลิตควรจะสัมพันธ์สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจึงจะบังเกิดผลดีกับกิจการนั้น ผู้ปลูกหรือเกษตรกรควรวางแผนการผลิตให้ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

6. กำหนดโปรแกรมการผลิต เพื่อให้ปริมาณและคุณภาพของดอกไม้พอดีกับความต้องการของตลาดตรงตามเวลาที่ต้องการ

7. กำหนดเทคโนโลยีการผลิต เริ่มตั้งแต่การเตรียมพื้นที่ การเตรียมดิน การปลูก การปฏิบัติรักษา และการปฏิบัติการบางอย่างที่จำเป็นกับพืชแต่ละชนิด ตลอดจนการบรรจุหีบห่อและขนส่งต่างๆ ขั้นตอนจะต้องใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมทั้งสิ้น (สมเพียร, 2532)

แนวทางการพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับของไทยเราควรมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ขายผลผลิตได้คุ้มค่ากับการลงทุน การที่ผลผลิตจะได้มาซึ่งคุณภาพนั้นอาจเริ่มต้นจากโครงสร้างการผลิตที่เน้นการรวมกลุ่มมากขึ้น และศักยภาพไม้ดอกไม้ประดับของไทยจะเติบโตได้เร็วแค่ไหนนั้นต้องขึ้นอยู่กับความร่วมมือระดับประเทศ (สุรวิช, 2548)

การพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับของไทย ทุกหน่วยงานต้องมีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดการร่วมกันผลิตให้ได้ปริมาณมากสำหรับการส่งออกรวมถึงการผลิตต้นไม้ให้ได้ต้นที่สม่ำเสมอและมีความสวยงามเหมือนกันด้วย นอกจากนี้ต้องพัฒนาสายพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับอย่างต่อเนื่อง (จารุพันธ์, 2548)

ในอนาคตต้องให้ความสำคัญในการตลาดให้มากขึ้น ก่อนจะผลิตสินค้าชนิดใดเข้าไปในตลาดต่างๆต้องคำนึงถึงการทำวิจัยตลาด (Marketing research) เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจว่า ตลาดแต่ละตลาดมีความต้องการสินค้าอะไร รูปแบบไหน แล้วจึงค่อยมาขยายฐานการผลิตเพื่อการส่งออก เพราะจริงๆ แล้วคนไทยเป็นคนมีฝีมือในการผลิตอยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่ยังไม่เก่งในด้านการตลาด การทำวิจัยตลาดนั้นสามารถทำได้อย่างง่าย ๆ ในวันนี้เกษตรกรไทยต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต เพื่อให้สามารถต่อสู้กับนานาประเทศได้ในตลาดที่มีการแข่งขันมากขึ้น (โอฬาร, 2547)

2.3 สถานการณ์การผลิตและการค้าไม้ดอกไม้ประดับในประเทศ

การผลิตและการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทยโดยทั่วไปสามารถแยกได้ 3 ลักษณะ คือ

1. การผลิตเป็นอาชีพเพื่อการส่งออก การผลิตในลักษณะนี้เกษตรกรจะทำการผลิตโดยมุ่งหมายที่จะจำหน่ายให้กับผู้ส่งออกเป็นหลัก เมื่อมีผลผลิตเหลือหรือไม่ได้คุณภาพเพียงพอที่จะส่งออก จึงจะนำมาจำหน่ายกับตลาดภายในประเทศ ในการผลิตและจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับไปต่างประเทศ มีสิ่งสำคัญอยู่ 5 ประการที่เกษตรกร ควรคำนึงถึงคือ

1.1 ชนิดในการผลิต เกษตรกรต้องการเลือกพืชให้ชนิดและพันธุ์ตรงกับความต้องการของตลาด กล่าวคือ ต้องทราบว่า ตลาดเป้าหมายของผู้ผลิตต้องการไม้ดอกไม้ประดับชนิดใด และมีรสนิยมอย่างไร

1.2 ปริมาณ เกษตรกรต้องทราบปริมาณการผลิตว่า ตลาดมีความต้องการเป็นปริมาณเท่าไร และเมื่อไร ในแต่ละฤดูกาล สาเหตุที่สำคัญที่ทำให้การส่งออกไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรคือ การผลิตมีปริมาณไม่เพียงพอ และการผลิตมีปริมาณไม่สัมพันธ์กับความต้องการของตลาด ดังนั้นในการผลิตเพื่อการส่งออกเกษตรกรควรจะทำการผลิตให้มีปริมาณเพียงพอ หากไม่สามารถทำได้เนื่องจากต้นทุนสูงอาจจะดำเนินการได้โดยการรวมกลุ่มกันทำการผลิตและจำหน่าย

1.3 คุณภาพ มีความสำคัญมากเป็นพิเศษ เนื่องจากระดับคุณภาพของดอกไม้ตลาดต่างประเทศต้องการ คุณภาพที่วุ่นวายรวมทั้ง ขนาด ดอก สี สัน ความยาว จำนวนดอก จำนวนใบ ความสะอาดสดใส ปราศจากตำหนิ ซึ่งทุกอย่างต้องเป็นไปตามผู้สั่งซื้อกำหนด

1.4 ราคา ในการผลิตเพื่อการส่งออกให้ประสบความสำเร็จนั้นเกษตรกรควรหาวิธีการผลิตให้ได้ ผลผลิต ราคาถูก แต่ปริมาณการผลิตมากขึ้น ซึ่งก็จะทำให้เกษตรกรมีรายได้และผลผลิตคุ้มค่าได้

1.5 เวลา ผู้ผลิตและผู้ส่งออกจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีเพื่อให้ทันกับเวลา

2. การผลิตเป็นอาชีพ เพื่อจำหน่ายภายในประเทศโดยปกติการปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อจำหน่ายในท้องถิ่นนั้นเกษตรกรมักจะใช้เฉพาะแรงงานในครัวเรือน และมีพื้นที่ปลูกตั้งแต่ 1 งานขึ้นไป ในการผลิต ควรคำนึงถึง

2.1 พันธุ์ดี และพันธุ์ที่เหมาะสมกับท้องถิ่น ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับในท้องถิ่นเกษตรกรมักประสบปัญหาเกี่ยวกับปัญหาต้นพันธุ์ที่หาได้ยาก และขาดข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์ที่เหมาะสมกับท้องถิ่น การที่จะปรับปรุงให้ตลาดในท้องถิ่นมีผลผลิตพันธุ์ใหม่ที่ดีเข้าสู่ตลาดซึ่งจะช่วยให้

ตลาดต้นตัว และขยายตัวมากขึ้นจึงเกิดขึ้นน้อย เกษตรกรหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจึงควรเสาะหาพันธุ์ไม้ที่ดีจากท้องถิ่นอื่นเข้าไปปลูกในท้องถิ่นตนเองดูบ้าง

2.2 ขาดแหล่งสนับสนุนความรู้ทางวิชาการ ทั้งนี้เนื่องจากในระดับท้องถิ่นยังขาดวิทยากรผู้ชำนาญ ซึ่งเป็นปัญหาที่จะต้องเร่งแก้ไขต่อไป

2.3 ขาดปัจจัยทางการผลิตที่เหมาะสม ปัจจัยการผลิตบางชนิด เช่น ปุ๋ย ยาเคมี สารเคมี หรืออุปกรณ์การเกษตรบางอย่างอาจหาซื้อได้ยากในบางท้องถิ่น

2.4 ตลาด เรื่องการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการอาชีพนี้จะต้องรู้ให้มากที่สุด

3. การผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นรายได้เสริม หมายถึง ลักษณะของสวนที่เจ้าของปลูกไม้ดอกไม้ประดับไว้เป็นอาชีพเสริม โดยที่ตัวเองมีอาชีพหลักอย่างอื่นอยู่แล้ว การผลิตในลักษณะนี้เหมาะกับการส่งเสริมการปลูกไม้ดอกไม้ประดับในแหล่งที่มีขนาดเล็กหรือส่งเสริมกับเกษตรกรรายใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการปลูกมาก่อน (กรมส่งเสริมการเกษตร,2539)

สถานการณ์การผลิตไม้ดอกไม้ประดับในรอบปีที่ผ่านมาและแนวโน้มในอนาคตในมุมมองของกลุ่มส่งเสริมการผลิตไม้ดอกไม้ประดับกรมส่งเสริมการเกษตร มูลค่าการส่งออกประมาณ 150 ล้านบาท โดยมูลค่าการส่งออกในภาพรวมลดลงจากปีที่ผ่านมา (ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณความต้องการในประเทศขยับตัวเพิ่มขึ้น) ชนิดไม้ประดับที่มีศักยภาพได้แก่ กวนอิม โป๊ยเซียน หยก โสยา ลิบสองปีนนา ชวนชม เฟื่องฟ้า ฯลฯ ตลาดส่งออกไม้ประดับของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นได้แก่ จีน บังคลาเทศ อินเดีย ฮองกง เยอรมันและเดนมาร์ก (สุกัญญา,2548)

ไม้ดอกไม้ประดับก็เป็นพืชอีกชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญ สามารถนำเงินตราต่างประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท สำหรับไม้ดอกไม้ประดับในตลาดต่างประเทศนั้นมีการซื้อขายกันเป็นจำนวนมาก สำหรับการผลิตไม้ดอกไม้ประดับในประเทศไทย ปัจจุบันได้มีผู้สนใจผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอาชีพกันมาก โดยมีแหล่งผลิตอยู่ที่ จังหวัดนนทบุรี กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และเชียงใหม่ ปัจจุบันนี้นิยมนำไม้ดอกไม้ประดับมาประดับตกแต่งตามอาคารบ้านเรือนและสถานที่ต่าง ๆ ดังนั้นความต้องการของตลาดภายในประเทศจึงยังมีอยู่มาก นอกจากตลาดในประเทศที่นับวันจะมีความต้องการมากขึ้นตามความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจแล้ว กรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้ส่งเสริมให้มีการผลิตเพิ่มเป็นรายได้ไม่ว่าจะเป็นรายได้หลักหรือรายได้เสริมตลอดจนพบการปลูกเลี้ยงไว้ดูเล่นเพื่อความสวยงาม (ณรงค์, 2534)

สถานการณ์การค้าดอกไม้และไม้ประดับของโลกช่วงหลังปี พ.ศ. 2529 ยังไม่มีข้อมูลที่สมบูรณ์เพียงพอ โดยทั่วไปแล้วการค้าดอกไม้และไม้ประดับมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับประเทศไทยได้มีการปลูกไม้ดอกเพื่อจำหน่ายอย่างกว้างขวางและขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของไทยขยายตัวมากขึ้นทั้งฐานะทางเศรษฐกิจของไทยกระเตื้องขึ้นเป็นลำดับ ประชาชนมีความนิยมใช้ไม้ดอกไม้ประดับมากยิ่งขึ้นและมีกำลังซื้อสูงขึ้นด้วยนอกจากนั้นยังมีการนำเข้าไม้ดอกจากต่างประเทศมากขึ้น ผู้บริโภคบางกลุ่มหันไปนิยมซื้อดอกไม้จากนอกมากกว่าดอกไม้ในไทยแม้ว่าจะเป็นดอกไม้ชนิดเดียวกันแต่ราคาแพงกว่า ทั้งนี้คุณภาพโดยเฉพาะอายุการใช้งานยาวนานกว่า จึงเป็นเหตุจูงใจให้เกษตรกรไทยกระตือรือร้นที่จะผลิตดอกไม้ให้ได้คุณภาพเฉกเช่นดอกไม้นอกบ้าง (นิธิยา, 2537)

การซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับโดยทั่วไป ปริมาณความต้องการของประชาชนจะผันแปรไปตามปัจจัยเหล่านี้ รายได้ของประชาชน ราคาของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน ค่านิยมในสังคม ถ้าเศรษฐกิจทั่วไปดี และราคาของไม้ดอกไม้สูงมาก ปริมาณความต้องการของประชาชนน่าจะดีขึ้น แต่ปัจจุบันเหตุการณ์ไม่ได้เป็นเช่นนั้น เศรษฐกิจตกต่ำลง ทำให้การซื้อขายอยู่ในภาวะตึงเครียด อนาคตได้แต่คาดหวังให้เศรษฐกิจโดยทั่วไปดีขึ้น (ไพบุลย์, 2526)

2.4 การผลิตไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่

ในปัจจุบันจะพบว่า การจัดการระบบธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นจะต้องอาศัยความร่วมมือหรือการทำงานที่สอดคล้องกันระหว่างการผลิตและการจัดการทางการตลาดปรัชญาทางการตลาดที่นับว่าประสบความสำเร็จอย่างสูงในปัจจุบันคือ marketing concept ซึ่งแนวคิดพื้นฐานของ marketing concept ก็คือ การศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคว่ามีแนวโน้มที่จะต้องการสินค้าในรูปแบบหรือลักษณะใด ในระยะเวลาใดแล้วจึงทำการวางแผน การผลิตให้ตรงตามความต้องการนั้น ๆ ซึ่งในกรณีของไม้ดอกไม้ประดับนั้นก็ยังสามารถนับได้ว่ามีขีดจำกัดอยู่บ้างในทางปฏิบัติ เนื่องจากต้องอาศัยระยะเวลาในการวางแผนในการผลิต และช่วงเวลาของการผลิตนานพอสมควร จึงอาจปรับตัวไม่ทันต่อความต้องการของตลาด ดังนั้นการศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการผลิต ตลอดจนขั้นตอนต่างๆ ของการตลาด รวมถึงลักษณะการขยายตัวของธุรกิจนี้จะสามารถช่วยได้มากในด้านการวางแผนการผลิต และการตลาด รวมทั้งการจัดระบบธุรกิจเพื่อรองรับการขยายตัวของความต้องการของตลาดไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่และของประเทศด้วย

จังหวัดเชียงใหม่ นับว่า เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับมากจังหวัดหนึ่ง และมีการผลิตมายาวนาน แต่จากมาตรการการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งปัจจุบันได้จัดเก็บจริง ร้อยละ 30 ในขณะนี้ (2547) อยู่ระหว่างทำการตกลงกับประเทศจีน ในเรื่องของไม้ดอกไม้ประดับ ซึ่งจะทำให้อัตราภาษีนำเข้าเป็น ร้อยละ 0 คาดว่าภายใน 3 ปี ดังนั้นไม้ดอกไม้ประดับของไทย อาจได้รับผลกระทบจากมาตรการนี้ เนื่องจากประเทศจีนมีต้นทุนการผลิตต่ำ

กว่า ดังนั้น หากไม่มีการเตรียมการเพื่อหามาตรการรองรับในเรื่องนี้ เกษตรกรจะได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเหตุว่าในปัจจุบันแรงงานเกษตรกรหายาก มีค่าแรงสูงขึ้น และปัจจัยการผลิตมีราคาสูง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ยากต่อการแข่งขัน ผลกระทบคาดว่า จะมีการนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากราคาต่ำกว่าจะทำให้เกษตรกรต้องแข่งขันด้านราคา จะมีรายได้ต่ำลง แต่ถ้าหากแข่งขันไม่ได้ จะทำให้ต้องเปลี่ยนชนิดพืชที่ผลิตต่อไป สำหรับการปลูกไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่ เกษตรกรมีการรวมกลุ่มในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับกันเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศเหมาะสมในการปลูก โดยมีอากาศค่อนข้างเย็นสบายเกือบทั้งปี ฤดูหนาวค่อนข้างหนาว ความชื้นสัมพัทธ์ตลอดปี มีแหล่งน้ำจากชลประทานหลายโครงการ ทำให้ไม้ดอกไม้ประดับเจริญเติบโตได้ดี (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2548) ด้านการค้าได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกไม้ดอกไม้ประดับเป็นการค้า และจังหวัดเชียงใหม่ได้ต้นตัวเปลี่ยนอาชีพมาปลูกไม้ดอกไม้ประดับกันมาก ยิ่งขึ้น มีการพัฒนาเทคโนโลยีการปลูกเลี้ยงตลอดจนชวนชาวหาพันธุ์ใหม่ๆ มาปลูก ปัจจุบันนี้จึงปรากฏว่าพื้นที่เพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงรายมากขึ้นหลายร้อยไร่ (สมเพียร, 2530)

2.5 การตลาดไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่

การตลาดของไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าระบบการตลาดของไม้ดอกไม้ประดับได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ เน้นการบริการ และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค (พัฒนาและสากันย์, 2538)

วิธีการตลาด (marketing channel) หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลผลิตหรือสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เป็นการแสดงให้เห็นเส้นทางการค้าไม้ดอกไม้ประดับ ทั้งให้เห็นโครงสร้างการตลาดไม้ดอกไม้ประดับ

วิถีทางตลาดของไม้ดอกไม้ประดับ เน้นแบบแผนการกระจายไม้ดอกไม้ประดับ ระบบการกระจายของไม้ดอกไม้ประดับมีความสำคัญมากในการส่งออกไปขาย ในการซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ปลูกที่ทำกิจการในชุมชน มักจะขายสินค้าของตนให้แก่ผู้ซื้อหรือร้านขายปลีกโดยตรง แต่ถ้าแหล่งผลิตอยู่ห่างไกลจำเป็นต้องมีพ่อค้าคนกลางรับจากแหล่งผลิต เพื่อนำไปจำหน่ายตามย่านชุมชนอีกทอดหนึ่ง

ระบบการซื้อขายโดยตรงจากผู้ผลิตสู่ผู้ซื้อ จะมีมากในชนบทหรือตามชานเมืองใหญ่ ที่แหล่งการผลิตอยู่ห่างไกล ทำให้ผู้ปลูกมีพื้นที่ในการกระจายสินค้าได้มาก ผู้ปลูกเหล่านี้จะไม่ขาย

เฉพาะสินค้าของตนเอง แต่จะทำตัวเป็นพ่อค้าคนกลางด้วย โดยซื้อจากพ่อค้าคนกลางแหล่งอื่น และจากเพื่อนบ้าน

ระบบการซื้อขายจากผู้ผลิตส่งให้แก่ร้านขายปลีกก่อนถึงมือผู้ใช้ เป็นระบบการซื้อขายที่มีมากตามเมืองมากกว่าชนบท โดยผู้ผลิตจะไปตั้งร้านแผงลอยในตลาดชั่วคราวเพื่อขายให้แก่ผู้ขายปลีก หรือผู้ผลิตรายใหญ่ๆ อาจจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ขายปลีกในเมือง หรือชานเมือง หรือตามชานเมืองโดยรถบรรทุก โดยไปติดตามการขาย 1 -2 สัปดาห์ หรือถ้ากิจการขยายมากขึ้นอาจจัดตั้งองค์การร่วมในการกระจายสินค้าสู่ผู้ขายปลีก

ระบบการซื้อขายที่มีการขนส่งระยะไกล การซื้อขายในระบบนี้จำเป็นต้องอาศัยพ่อค้าคนกลางในด้านการส่งออกและการส่งเข้าโดยทางอากาศ หรือทางด้านการกระจายสินค้าให้แก่ร้านขายปลีก พ่อค้าคนกลางจะส่งซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตรายใหญ่หรือซื้อผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาด จะมีการกระจายสินค้าตามระบบการซื้อขายโดยส่งร้านขายปลีกก่อน ไม้ดอกที่มีการสั่งซื้อเข้ามาทุกวัน จะเห็นได้ว่าการซื้อขายในระบบนี้จะถูกจำกัดโดยพ่อค้าคนกลางแต่ก็บางบริษัทที่จัดร่วมกันหลาย ๆ ประเทศ ทำการซื้อขายกันเอง และการซื้อขายกันเองนี้มีมูลค่ามากกว่า

ระบบการซื้อขายที่ผ่านศูนย์การค้า เป็นการซื้อขายผ่านศูนย์การค้าที่มีทั้งอาหาร ผักสด และผลไม้ จำหน่ายรวมกัน การขายจะเกิดการแข่งขันเรื่องราคาระหว่างศูนย์การค้า ร้านขายปลีก ร้านขายตามริมถนน แต่โดยคุณภาพและชนิดของไม้แล้ว ตามร้านดังกล่าวอาจไม่มีคุณภาพเท่ากับร้าน โดยเฉพาะระบบนี้จะทำหน้าที่ส่งสินค้าตามต้องการจากผู้ผลิต โดยจะกำหนดคุณภาพ ปริมาณ และราคาให้ เมื่อผู้ผลิตนำมาส่งก็ทำการบริการด้านจัดบรรจุ จัดการส่ง ฯลฯ แก่พ่อค้าคนกลางต่อไป

ระบบการซื้อขายแบบการรวมเฉพาะ เป็นระบบตลาดที่สำคัญ ซึ่งเป็นการรวมของบริษัทผู้ผลิตบางบริษัทเข้าด้วยกัน ในประเทศอื่น ๆ ก็จะทำคล้ายๆ กันแต่จะรวมเฉพาะบริษัทที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน การกระจายสินค้าบริษัทผู้ผลิตอาจส่งตรงไปยังร้านเลยก็ได้ (ไพบูลย์, 2526)

ตลาดเป็นสิ่งที่ผู้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับเป็นอาชีพจำเป็นต้องรู้ให้มากที่สุดก่อนที่จะปลูกไม้ดอกไม้ประดับชนิดนั้นผลิตไปขายนั้นต้องการชนิดใด ปริมาณเท่าไร คุณภาพเป็นอย่างไร และการขายให้กับตลาดท้องถิ่นในจังหวัดนั้นมีสิ่งที่จะต้องคำนึง คือ ตลาดในท้องถิ่นมีขนาดเล็ก ความต้องการมีไม่สม่ำเสมอ ตลาดในท้องถิ่นมีลักษณะ การจัดจำหน่ายไม่ชวนให้ซื้อ ราคาไม่แน่นอน ผู้ใช้ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นคุณค่า ราคาถูก

การตลาดไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นตลาดท้องถิ่น กล่าวคือ ในตลาดท้องถิ่น พ่อค้ายังคงมีบทบาทในการเก็บรวบรวมผลผลิต ไม้ดอกจากชาวสวนท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อ

จำหน่ายให้แก่ผู้ค้าปลีกในตลาดใหญ่ประจำจังหวัด จากนั้นผู้ค้าปลีกจะจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภคท้องถิ่น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2539)

การตลาดส่วนใหญ่เกษตรกรเชียงใหม่จะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางจำหน่ายภายในประเทศ โดยเฉพาะจะส่งจำหน่ายที่กรุงเทพมหานคร รวมทั้งต่างจังหวัด ราคาผลผลิตไม่ค่อยแน่นอน เมื่อมีปริมาณมากราคามักตกต่ำ พ่อค้าคนกลาง การรวมกลุ่มเกษตรกรไม่แน่นอน ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2548) สำหรับไม้ดอกไม้ประดับที่ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ภายใต้ความดูแลนิคมโครงการหลวงนั้นจะมีการตลาดที่แยกไปต่างหากแตกต่างจากการตลาดของเกษตรกรทั่วไป คือผู้ผลิตซึ่งเป็นเกษตรกรในโครงการจะทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตและรวบรวมผลผลิตส่งแก่เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของโครงการ (พัฒนาและสาکنย์, 2538)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีดังนี้

นภาพรณ์ (2529) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่เพาะปลูกไม้ตัดดอกประเภทกุหลาบทั้งประเทศพบว่ามีจำนวน 3,500 ไร่ เบญจมาศมีพื้นที่ปลูกจำนวน 420 ไร่ และดาวเรืองมีพื้นที่ปลูกจำนวน 680 ไร่ นอกจากนี้สุขชัย (2537) พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกกุหลาบ และผลิตกุหลาบเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่ มีขนาดพื้นที่ปลูกกุหลาบเฉลี่ย 2.97 ไร่

ประมวล (2542) ได้ศึกษาพบว่า การผลิตกุหลาบเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้แรงงานในครัวเรือน มีการจ้างแรงงานบ้าง ส่วนมากเป็นการจ้างแรงงานชั่วคราว เกษตรกรเรียนรู้การปลูกกุหลาบจากกลุ่มผู้ปลูกกุหลาบ พื้นที่ปลูกกุหลาบของเกษตรกรเฉลี่ย 2.09 ไร่ แต่มีพื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตเฉลี่ย 1.83 ไร่ และมีปริมาณผลผลิตกุหลาบเฉลี่ย 300-500 ดอกต่อวัน โดยมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 92,341 บาทต่อไร่ การขายกุหลาบเฉลี่ยดอกละ 1.17 บาท กุหลาบจะขายได้ดีในช่วงฤดูหนาว และเป็นที่ยอมรับอย่างสูงในช่วงวาเลนไทน์ ปัญหาอุปสรรคในการผลิตกุหลาบเชิงพาณิชย์ของเกษตรกร คือ โรคและแมลงศัตรูกุหลาบ เงินทุนในการปลูกและราคาปัจจัยการผลิตเช่น ปุ๋ย ยาเคมี และฮอร์โมน รวมทั้งปัญหาการตลาด ข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรมีการวางแผนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ มีการปรับปรุงพันธุ์ให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รัฐควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านปัจจัยการผลิต และความรู้เรื่องการดูแลรักษาป้องกันและกำจัดโรคแมลงศัตรูกุหลาบแก่เกษตรกรอย่างถูกต้องและถูกวิธีเพิ่มศักยภาพการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกกุหลาบ

วิไลลักษณ์ (2532) ได้ศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกเขอร์บีร่าสายพันธุ์ยุโรป บริเวณ เชียงใหม่มีต้นทุนการปลูกทั้งสิ้นเฉลี่ยไร่ละ 58,276.33 หรือเฉลี่ยดอกละ 0.79 บาท โดยแยกเป็น ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยไร่ละ 57,002.52 บาท และต้นทุนคงที่เฉลี่ยไร่ละ 1,273.81 บาท

จุไรรัตน์ (2544) ได้ศึกษาพบว่า ในการผลิตปทุมมาเกษตรกรเรียนรู้ด้วยตนเอง มีพื้นที่ ปลูกเฉลี่ย 6.69 ไร่ มีรายได้ในภาคเกษตรต่อปีเฉลี่ย 52,771.28 บาท มีรายได้นอกภาคเกษตรต่อ ปีเฉลี่ย 32,240.42 บาท ด้านการผลิตและการจำหน่ายปทุมมา เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ ในการปลูกเฉลี่ย 3.45 ปี โดยมีพื้นที่ปลูกเฉลี่ย 2.21 ไร่ เกษตรกรได้รับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ ของหน่วยงานราชการและเคยได้รับการฝึกอบรมด้านเทคนิคในการเก็บเกี่ยว เกษตรกรส่วนใหญ่ ใช้แรงงานคนในการเก็บเกี่ยว มีพ่อค้ามารับซื้อถึงที่ มีการคัดเกรดก่อนจำหน่าย เกษตรกรจะ จำหน่ายปทุมมาใช้ราคาแพงที่สุดในช่วงเดือนธันวาคม-มกราคม และขายได้ราคาต่ำสุดในช่วง กุมภาพันธ์ มีนาคม ส่วนใหญ่เกษตรกรไม่พอใจกับราคาที่จำหน่ายได้ ต้นทุนการผลิตปทุมมา 1 ไร่ต่อฤดูกาล มีต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 23,460.97 บาท ปัญหาอุปสรรคมากเกี่ยวกับเรื่อง การตลาดและสถานที่จำหน่าย ราคาของปทุมมาต่ำมาก คุณภาพของหัวปทุมมาโรคของหัวพันธุ์ และเกษตรกรมีความต้องการฝึกอบรมจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เกี่ยวกับการปลูกในทุกด้านให้ มากขึ้นเพื่อให้ได้ปทุมมาที่มีคุณภาพ

พรทิพย์ (2543) ได้ศึกษาพบว่า เกษตรกรจำหน่ายดาวเรือง โดยการส่งร้านขายดอกไม้ ทั้งดอกใหญ่มีก้านและดอกเล็กร้อยมาลัย ช่วงที่ได้ขายดีที่สุด คือ ช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน ในราคาดอกละ 1-1.50 บาท เกษตรกรบรรจุหีบห่อดาวเรืองโดยการใส่ถุงพลาสติกและใช้รถยนต์ ปิคอัพในการขนส่ง โดยมีผู้รับซื้อเป็นผู้กำหนดราคา ปัญหาอุปสรรคในการผลิตดาวเรืองของ เกษตรกรพบว่า มีปัญหาด้านปัจจัยการผลิต เมล็ดพันธุ์ดาวเรือง ศัตรูพืช ราคาผลผลิต แล่ง ความรู้ การตลาด และการขนส่ง ซึ่งปัจจุบันปัญหาดังกล่าวเกษตรกรต้องการให้รัฐเข้ามา ช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

มานพ (2538) ได้ศึกษาพบว่า การจัดจำหน่ายกุหลาบตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่ได้แยก การจัดจำหน่ายออกเป็นช่องทาง การจัดจำหน่ายและกิจกรรมของการกระจายตัวสินค้าโดยช่องทาง การจัดจำหน่ายของเกษตรกรส่วนใหญ่จะจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าปลีกและผู้บริโภคโดยตรง รองลงมาคือ พ่อค้าส่งและตัวแทน ส่วนใหญ่พ่อค้าปลีกจะเป็นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดจังหวัด เชียงใหม่ และผู้บริโภคจะเป็นบุคคลทั่วไป ถ้าเป็นพ่อค้าส่งส่วนใหญ่จะนำไปจำหน่ายที่กรุงเทพฯ ในการขนส่งส่วนใหญ่จะใช้พาหนะ คือ รถกระบะและรถจักรยานยนต์

พัฒนาและสากันย์ (2538) ได้ศึกษาพบว่า ตลาดของไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัด เชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดระดับท้องถิ่นซึ่งพบว่าผลผลิตประมาณร้อยละ 90 ถูกส่งเข้าไป

ขายยังตลาดท้องถิ่น โดยชาวสวนจะทำการเก็บรวบรวมผลผลิตและจำหน่ายให้แก่พ่อค้าในตลาดท้องถิ่นได้แก่พ่อค้าในตลาดค้าเทียบ ซึ่งพ่อค้าในตลาดก็จะทำหน้าที่จำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับไปยังผู้บริโภคเพื่อนำไปจัดตกแต่งสถานที่หรือจัดสวน

ศิริรัตน์ (2540) ได้ศึกษาพบว่า การตลาดของเกษตรกรพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกไม้ดอกส่วนใหญ่จะขายให้กับพ่อค้าคนกลางซึ่งเป็นพ่อค้าในท้องถิ่น จำนวนผู้ซื้อมากกว่า 1 ราย เหตุผลในการขายเพราะเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ สถานที่ทำการซื้อขายส่วนใหญ่เป็นที่สวนของเกษตรกร โดยมีพ่อค้ามารับที่บ้านหรือที่ในสวนของเกษตรกร พาหนะคือ รถบรรทุก เกษตรกรจะรับเงินสด ราคาและแหล่งข่าวสารการตลาดของไม้ดอกส่วนใหญ่เกษตรกรจะได้รับทราบจากพ่อค้าคนกลางในขณะที่ขาย ปัญหาการผลิตพบว่าโรคและแมลงและสารเคมีที่ใช้ในการกำจัดโรคและแมลง สำหรับปัญหาการตลาดมีบ้างแต่ไม่มากนัก

เพียงจันทร์ (2535) ได้ศึกษาพบว่า การจัดเทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ ผลประโยชน์ส่วนใหญ่จากการจัดงานจะตกกับธุรกิจขนาดใหญ่มากกว่าธุรกิจขนาดกลางและเล็ก และเกษตรกรผู้ปลูกไม้ดอกขาย