

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตกล้วยไม้ กลยุทธ์การตลาดและปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการประกอบธุรกิจฟาร์มกล้วยไม้เพื่อการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มกล้วยไม้เพื่อการท่องเที่ยวในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มกล้วยไม้เพื่อการท่องเที่ยวในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 ราย แต่สามารถเก็บข้อมูลได้จากผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการพรรณนาในการสังเคราะห์และใช้ฐานนิยมนร่วมด้วยในการวัดผล โดยงานวิจัยเป็นเชิงพรรณนา จากการศึกษาพบว่ากิจการส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินกิจการตั้งแต่ 1-10 ปี ส่วนใหญ่เป็นกิจการร่วมทุน พื้นที่ของกิจการมีตั้งแต่ 4-10 ไร่ ลักษณะการดำเนินการส่วนใหญ่มีการจัดแสดงกล้วยไม้ จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยไม้ จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม พนักงานเป็นพนักงานประจำทั้งหมดมีจำนวน 10-30 คน ลูกจ้างส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ รายได้หลักของกิจการมีรายได้จากการขายกล้วยไม้และผลิตภัณฑ์ การขายของที่ระลึก และการขายอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านกระบวนการผลิตกล้วยไม้และผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่ได้ผลิตของที่ระลึกแปรรูปจากดอกกล้วยไม้เอง สำหรับการผลิตกล้วยไม้มีผู้ประกอบการที่ไม่ผลิตกล้วยไม้เองและผู้ประกอบการที่ผลิตและขยายพันธุ์กล้วยไม้เองตั้งแต่เริ่มต้น พันธุ์กล้วยไม้ที่นิยมนำมาจัดแสดง ได้แก่ กล้วยไม้สกุลหวาย แวนด้า คัทลียา มีฟาร์ม 2 แห่งที่ดำเนินการด้านการปรับปรุงสายพันธุ์กล้วยไม้ สำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผลผลิตกล้วยไม้มีไม่มาก ความเสียหายส่วนใหญ่เกิดจากโรคตามฤดูกาล

สำหรับพนักงานด้านการผลิต ส่วนมากมีไม่เกิน 10 คน ซึ่งจะทำหน้าที่ดูแลกล้วยไม้ ป้องกันการเกิดโรคและจัดตกแต่งให้สวยงาม พนักงานส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นต่ำในระดับประถมศึกษาและเป็นคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เน้นจ้างงานผู้ที่มีวุฒิ

การศึกษาสูงเนื่องจากมีปัญหาการลาออกบ่อย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการควบคุมการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตด้วยตัวเอง ไม่มีการวางแผนด้านการพัฒนาบุคลากร

ด้านฟาร์มมีพื้นที่ตั้งแต่ 4-10 ไร่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการวางแผนผังฟาร์มและการจัดฟาร์มให้สวยงามร่มรื่นเป็นธรรมชาติที่สุด พื้นที่ฟาร์มส่วนใหญ่ร้อยละ 70 เป็นพื้นที่จัดแสดงกล้วยไม้ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพื้นที่ฟาร์มจะทำอยู่เสมอ เพื่อสร้างความแปลกใหม่มาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ

ด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยการผลิตที่สำคัญได้แก่ พันธุ์กล้วยไม้และต้นกล้าส่วนใหญ่มาจากแหล่งในจังหวัดเชียงใหม่ โรงเรือน การลงทุนเริ่มแรกประมาณ 300,000-400,000 บาท ปัจจัยสำคัญในการผลิตอื่นๆ ได้แก่ ปุ๋ย ยาป้องกันและกำจัดศัตรูพืชและวัชพืช วัสดุปลูก และน้ำ

สำหรับระบบการวางแผนและการควบคุมการผลิต ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการขยายกิจการโดยนำกิจกรรมอื่นๆเข้ามาผนวก การจัดแสดงกล้วยไม้จะจัดแสดงแยกตามพันธุ์กล้วยไม้ ระยะเวลาจัดแสดงกล้วยไม้จะผลิตเปลี่ยนไปตามฤดูกาลที่กล้วยไม้พันธุ์นั้นผลิตออก

สำหรับการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านคุณสมบัติของบุคลากรในการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน การจัดตกแต่งภูมิทัศน์ฟาร์มให้ดึงดูดและสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการของลูกค้า และสุดท้ายการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและภาพลักษณ์ของกิจการ

สำหรับการศึกษาด้านปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการดำเนินงาน

The objective of this research was to study the orchid production process, marketing strategy, problems, obstacles and solutions in managing orchid farms for tourism of the entrepreneurs in Mae Rim District, Chiang Mai Province. The data – from 4 out of 6 entrepreneurs - were gathered by means of interview and analyzed by using judgement and mode.

It was found that most businesses had been carrying out for 1 – 10 years and were registered as partnership. The size of the farm was from 4 to 10 Rai. Most business operations were displaying orchids and selling products transformed from orchids, food and drinks. There were 10 – 30 permanent employees and most customers were foreigners. The main income was from selling orchids and their products, souvenirs, food and drinks.

On the orchid production process and their products, it was found that some entrepreneurs propagated orchid species themselves while the others did not. In addition, most entrepreneurs did not make souvenirs from orchid themselves. The famous orchid species that most farms chose for displays were Wai (*Dendrobium* species), Vanda species, and Cattleya species. There were two farms operating the improvement of orchid species and there were not many damages on the orchid production; most were from orchid diseases occurring in season.

On the employees concerning the orchid production process, it was found that there were not more than 10 persons for maintaining the orchids, protecting orchids' diseases and trimming. Most employees who were locals had primary education and most entrepreneurs did not employ the persons who got high education level because of the problem of resignation. Also, they controlled the employees' performance without plan on labor development.

Furthermore, most entrepreneurs thought that planning farm's layout and setting beautiful and natural landscape were the most important and 70 percent of the farm area was orchid display. There was always farm improvement in order to attract the tourists to visit the farms.

On the production factors, it was found that the important factors were orchid species and baby stems; most were from source of production in Chiang Mai and then orchid nursery which was invested around 300,000 – 400,000 baht. The others were fertilizer, pesticide, weed killer, planting materials and water.

On planning and controlling system, most entrepreneurs needed to enlarge their farms by combining with other activities. Orchids' displays were separately set depending on their species. In addition, orchid's display time was changed according to the blooming season of each species.

On marketing strategies, it was found that most entrepreneurs thought that the important issues were the employee qualification when the recruitment was done, the landscape management for attracting and being convenient for tourists and last physical evidence and business image.

On the problems, obstacles and solutions, it was found that there were three main problems: production, marketing and operation.