



แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ
ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
Guidelines for the Development of Entrepreneurial Business
Fresh Flowers in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon District,
Bangkok Metropolitan Area

จิววัฒน์ สุภักศรีทิวัดต์
JIRAWAT SUPAKSREETHIWAT


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2561

ชื่อวิทยานิพนธ์ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชน
 ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
ชื่อ นามสกุล จิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์
ชื่อปริญญา คณะกรรมการมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ กี่อารีโย

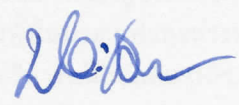
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทพนารินทร์ ประพันธ์พัฒน์)


.....กรรมการ
(ดร.ชนภาพ โสทรโยม)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ กี่อารีโย)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้รับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
(นางปิยะชิตา สีหะวัฒนกุล)

วันที่ 2 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
ชื่อ นามสกุล	จิรวุฒน์ สุภักศรีทิวัตต์
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน ทนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขาย และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 97 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายดอกไม้ในประเทศ ได้แก่ ดอกกล้วยไม้และดอกไม้อื่นๆ เช่น ดอกบานไม่รู้โรย ดอกสร้อยทอง ดอกบัว ดอกช่อนกลิน ดอกกรัก ดอกคัตเตอร์ ดอกพุด ดอกหน้าวัว ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี โดยร้านดอกไม้สดตั้งอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรกรไทย ทั้งนี้มีทุนจดทะเบียนในร้านดอกไม้สด ต่ำกว่า 1 แสนบาท มียอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อเดือน และผู้ประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม 2) ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า มีปัญหา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านพนักงาน ด้านวัตถุดิบ และน้อยที่สุดคือ ด้านการตลาดและด้านการเงิน 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน วิธีการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกันไป นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด พบว่า ผู้ประกอบการควรจัดตั้งกลุ่มธุรกิจดอกไม้สดในประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง รวมทั้งควรมีการให้ความรู้แก่พนักงาน โดยการส่งไปอบรม หรือดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ นอกจากนี้ควรบริหารการเงินอย่างระมัดระวัง เช่น บริหารให้มีหนี้เสีย (NPL) น้อยที่สุด ควรคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

คำสำคัญ: การดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด ผู้ประกอบการ ชุมชนปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร

Thesis Title	Guidelines for the Development of Entrepreneurial Business Fresh Flowers in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon District, Bangkok Metropolitan Area
Author	Jirawat Supaksreethiwat
Degree	Master of Home Economics (Home Economics)
Major Program	Home Economics
Academic Year	2018

ABSTRACT

The purposes of this research were : 1) study in business fresh flowers entrepreneurial community in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area , 2) study the problems in the business of fresh flowers entrepreneurial community in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area , 3) compare the level of difficulty business operators of fresh flowers in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area by type of fresh flowers ,available during the operation, store, location ,cost of registration ,average sales per month and how to promote ,and 4) provide guidelines for the development of entrepreneurial business fresh flowers in Pak Khlong Talat market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area. The samples entrepreneurs fresh flowers in Pak Khlong Talat market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area 97.The instrument used in research, questionnaires and interviews. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, ANOVA, one-way and data analysis was descriptive.

The results showed that: 1) The operator of the flowers sold in the country, including orchids and other flowers, such as Globe Amaranth, Solidago, Lotus, Tuberose, Dahlia, Cutter, Gardenia, Authurium. The operation for a period of 5-10 years, the flower shop in Agricultural Extension Market. There were fresh flowers in the registered capital of less than one hundred thousand baht baht with average sales of less than one hundred thousand baht per month and entrepreneurs how to promote sales by reducing promotion. 2) The problems in the business entrepreneurs of fresh flowers in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area as a whole has found problems at a high level. The first two items in order from most to least found that the side with the highest mean score. The management staff and raw materials were minimal marketing and finance. 3) Compare the problems of the business operators of fresh flowers in Pak Khlong Talat Market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area found that the duration of the operation, store location how to promote different. There were problems in the business no different and just different. The statistical significance was at level.05, and 4) The development of business entrepreneurs found that fresh flowers established flower business in the country improving the ability of operators to be strengthened. There should be educating its were employees ,sent by international or both in the country and abroad to seek new knowledge also, be careful financial management as a loan (NPL) should be minimal selection of quality fresh flowers regularly were a sustainable climate and should have a planned to make sales each year. So that the development will has been working in a better way.

Keywords: business, fresh flowers, entrepreneurial, Pak Khlong Talat market, Phra Nakhon district, Bangkok metropolitan area

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อาริโอ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า นับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทพนารินทร์ ประพันธ์พัฒน์ ประธานกรรมการสอบ ดร.ธนภพ โสทรโยธม กรรมการสอบ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ และให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ซึ่งให้ชีวิต ความรัก อบรมสั่งสอน และเป็นแรงบันดาลใจให้วันนี้ คอยให้กำลังใจ มอบโอกาสในการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวในปัจจุบัน รวมถึงเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ และมีความปรารถนาดีให้กันเสมอมา รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาและความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นที่เรียบร้อย

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา บรรพบุรุษ ญาติพี่น้อง บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดี และมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

จิรวัดน์ สุภักศศรีทิวัตต์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ตัวแปรที่ศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 สมมติฐาน	5
1.7 กรอบแนวความคิด	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการร้านดอกไม้	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการบริหาร	16
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ	20
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปากคลองตลาด	23
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	32
3.1 ขั้นตอนการวิจัย	32
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	32
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	37
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
4.2 การอภิปรายผล	72
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	81
5.1 สรุปผล	83
5.2 ข้อเสนอแนะ	86
เอกสารอ้างอิง	88
ภาคผนวก	91
ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย	93
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ ดอกไม้สดเพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์	99
ภาคผนวก ค เครื่องมือการวิจัย	105
ภาคผนวก ง ผลการคำนวณค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ	114
ภาคผนวก จ ภาพบรรยากาศชุมชนปากคลองตลาดทั้งในอดีตและปัจจุบัน	117
ภาคผนวก ฉ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ ชุมชน ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร	120
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	124

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	38
4.2	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	38
4.3	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	39
4.4	จำนวน และร้อยละ จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย	39
4.5	จำนวน และร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน	40
4.6	จำนวน และร้อยละ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน	41
4.7	จำนวน และร้อยละ จำแนกตามทุนในการจดทะเบียน	41
4.8	จำนวน และร้อยละ จำแนกตามค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน	41
4.9	จำนวน และร้อยละ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย	42
4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวม	42
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด	43
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน	44
4.13	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงิน	45
4.14	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ	46
4.15	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการ	47
4.16	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.17	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน	50
4.18	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	51
4.19	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน	52
4.20	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด ด้านการตลาด จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	53
4.21	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด ด้านพนักงาน จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	54
4.22	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการเงิน จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี ทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	55
4.23	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี ทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	56
4.24	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	57
4.25	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามทุนในการจดทะเบียน	59
4.26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน	61
4.27	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.28	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	64
4.29	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	65
4.30	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการเงิน จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	66
4.31	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	67
4.32	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)	68



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบแนวความคิด

5



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมทางการธุรกิจ จนทำให้ประชาชนในประเทศไทยสนใจที่จะลงทุนประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้ส่งผลให้ผู้ว่างงานตื่นตัวและพยายามมองหาช่องทางในการประกอบธุรกิจ โดยมองหาธุรกิจที่เป็นอิสระและมีเสถียรภาพทางการเงินที่ดี ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมจึงเป็นอีกทางเลือกที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจที่จะลงทุน ในปัจจุบันธุรกิจทางการเกษตรเป็นอาชีพสำคัญของประชาชน และธุรกิจดอกไม้ก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย จนถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจอีกอย่างหนึ่งที่ทำรายได้ดีให้แก่ชาวเกษตรกร ปัจจุบันจึงได้ผู้ประกอบการร้านดอกไม้อย่างมากมาย และจำหน่ายในตลาดต่างประเทศอีกด้วย เรื่องของการจำหน่ายดอกไม้มีมูลค่าส่งออกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะชุมชนปากคลองตลาด ซึ่งมีประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น โดยมีทั้งบริษัท หน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และมีความต้องการดอกไม้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ธุรกิจจำหน่ายดอกไม้สด จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการสนองตอบต่อความต้องการของประชากรในการที่จะนำดอกไม้ไปใช้ในงานพิธีกรรมต่างๆ จากการที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าดอกไม้มีความจำเป็นต่อมนุษย์ และมีการนำดอกไม้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่การผลิตดอกไม้ในปัจจุบันขาดความแน่นอน ไม่สามารถสนองความต้องการของลูกค้า และความต้องการของตลาดทั้งด้านปริมาณ คุณภาพ รูปแบบ ชนิดของดอกไม้ (สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านดอกไม้สด ชุมชนปากคลองตลาด เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2561, จำนวน 10 คน)

สำหรับประเทศไทยดอกไม้ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอย่างมากมาย โดยเฉพาะงานพิธีทางศาสนาต่างๆ หรือวันสำคัญของคนไทย เช่น วันมาฆบูชา วันในชวงเทศกาล วันวาเลนไทน์ เป็นต้น มีผู้นิยมใช้ดอกไม้เป็นจำนวนมากก็คือ ดอกกุหลาบ ดอกลิลลี่ ดอกเยอร์บีร่า ดอกคาร์เนชั่น ดอกทิวลิป ดอกสแตติส ฯลฯ (โสภิตา, 2554) ซึ่งประเทศไทยได้มีการนำเข้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ประเทศที่นำดอกไม้เข้า ได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ออสเตรเลีย อังกฤษ เพราะประเทศเหล่านี้มีอากาศหนาว ทำให้คุณภาพและขนาดของดอกไม้จะใหญ่กว่าในประเทศไทย ความงามของดอกไม้เหล่านั้นให้ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม สีสนของดอกไม้ให้ทั้งความรู้สึกทางด้านอารมณ์ ความสวยงาม ผู้ใช้นิยมนำดอกไม้ไปประดับตามอาคาร บ้านเรือน สถานที่ราชการต่างๆ หรือซื้อเป็นของขวัญหรือของที่ระลึก หรือการให้ในงานพิธีต่างๆ เช่น การทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่ การเปิดห้างร้าน วันเกิด วันครบรอบวันแต่งงาน งานศพ หรืออวยพรในวันต่างๆ ตามวาระและโอกาส นอกจากนี้ความงามของดอกไม้ยังสร้างความรู้สึกที่ดี และสร้างความสุขทางใจให้แก่ผู้รับได้ (รัชณี, 2558)

ธุรกิจดอกไม้สดเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจลงทุน เพราะเป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก และยังได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการที่จะลงทุนประกอบธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจดอกไม้จะต้องทำการศึกษาดังแต่เรื่อง วัตถุดิบ การจัดหน้าร้าน การบริหารบุคคล การบริหารการตลาด การจัดการในเรื่องการเงิน จึงจำเป็นจะต้องศึกษารายละเอียดของธุรกิจก่อนการลงทุน การดำเนินธุรกิจดอกไม้ในชุมชนปากคลองตลาดมีผู้ประกอบการจำนวน 129 ราย ที่มีลักษณะธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดกลาง ส่วนในด้านการแข่งขันถือได้ว่ามีความรุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ราย แนวคิดของการดำเนินธุรกิจดอกไม้ถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ดี และดำเนินอยู่ได้ เพราะทัศนคติของคนโดยทั่วไปมักนิยมใช้ดอกไม้ในกิจกรรมต่างๆ และนำไปแสดงความยินดี หรือให้แต่คนรักอยู่ตลอดเวลา ด้วยการมอบดอกไม้ให้แด่กัน กล่าวได้ว่าปัจจุบันลูกค้ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และในอนาคตจะมีลูกค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ธุรกิจดอกไม้จึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก แต่ในการประกอบธุรกิจดอกไม้ นั้นจะประสบความสำเร็จได้จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญหลายประการ อย่างเช่น การเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการ เงินทุน วัตถุดิบ การวางแผนการตลาด การบริหารงานบุคคล และการบริการ นอกจากนี้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจดอกไม้ จึงเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญที่จะวัดความสำเร็จของธุรกิจ (โชติมา, 2554)

ปัจจุบันการแข่งขันทางด้านการจัดดอกไม้มีความเข้มข้นขึ้น เนื่องจากอาชีพรับจัดดอกไม้ใช้เงินลงทุนค่อนข้างน้อย และไม่ต้องใช้ความรู้มากนัก เพียงแต่ต้องใช้ความชำนาญ ทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ขึ้นมาลงทุนในธุรกิจรับจัดดอกไม้กันมากขึ้น นอกจากปัญหาการเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งทางตลาดที่เพิ่มขึ้นแล้ว ความเจริญก้าวหน้าทางด้านสิ่งประดิษฐ์ โดยเฉพาะการทำดอกไม้ประดิษฐ์ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านดอกไม้สดเริ่มมีแนวโน้มไม่ค่อยสดใสเท่าที่ผ่านมา เพราะดอกไม้ประดิษฐ์สามารถเก็บไว้ได้นาน แต่อย่างไรก็ตามเสน่ห์ของดอกไม้สด ก็ยังคงเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาให้ดีกว่าก่อนเริ่มต้นทำธุรกิจ เพราะในขณะนี้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกสินค้าหรือบริการหลายร้าน ทำให้ร้านดอกไม้ต้องพัฒนารูปแบบของสินค้าอยู่ตลอดเวลาตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและยุคสมัย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบรายละเอียด และข้อมูลเชิงประจักษ์ สำหรับนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และผลักดันธุรกิจดอกไม้สดให้เกิดความยั่งยืน อีกทั้งเพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลในการมุ่งสู่นโยบายนวัตกรรมไทยแลนด์ 4.0 ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน ทุนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขาย

1.2.4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา

1.3.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1.3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารจัดการ

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 129 ราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1978) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 97 ราย จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด

ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เวลาในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2561

1.4 ตัวแปรที่ศึกษา

1.4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้แก่

1.4.1.1 ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย

1.4.1.2 ระยะเวลาการดำเนินงาน

1.4.1.3 ทำเลที่ตั้งร้าน

- 1.4.1.4 ทู่นในการจดทะเบียน
- 1.4.1.5 ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน
- 1.4.1.6 วิธีการส่งเสริมการขาย

1.4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือ

- 1.4.2.1 ด้านการตลาด
- 1.4.2.2 ด้านพนักงาน
- 1.4.2.3 ด้านการเงิน
- 1.4.2.4 ด้านวัตถุดิบ
- 1.4.2.5 ด้านการบริหารจัดการ

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด หมายถึง ลักษณะโดยทั่วไปของการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

1.5.2 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด หมายถึง ข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในธุรกิจดอกไม้สด ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านแรงงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการ

1.5.2.1 ด้านการตลาด หมายถึง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ซึ่งทำให้กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจดอกไม้สด ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในการส่งสินค้าผ่านจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้

1.5.2.2 ด้านพนักงาน หมายถึง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ซึ่งทำให้การวางแผน การพัฒนาแรงงานที่จะเพิ่มพูนสมรรถนะในการทำงานของธุรกิจดอกไม้สด ทำให้ไม่สามารถพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

1.5.2.3 ด้านการเงิน หมายถึง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ซึ่งทำให้การจัดการด้านการเงินของธุรกิจดอกไม้สดมีสภาพคล่องทางการเงินที่ไม่น่าเชื่อถือได้ ทั้งในรูปแบบทางการจัดหารายได้ การใช้จ่าย และขาดการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน

1.5.2.4 ด้านวัตถุดิบ หมายถึง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ซึ่งอาจเกิดจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ รวมถึงวัสดุที่ใช้ในการจัดตกแต่งให้เกิดรูปทรงไม่เพียงพอ หรือไม่มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า

1.5.2.5 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด โดยขาดการวางแผน การจัดการองค์การ การจูงใจ การควบคุม และการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาประกอบ การจัดแต่งให้เกิดรูปทรง ตามความต้องการของลูกค้า

1.5.3 ธุรกิจดอกไม้สด หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการจำหน่ายเกี่ยวข้องกับดอกไม้สด

1.5.4 ดอกไม้สด หมายถึง ไม้ตัดดอกหลากหลายสายพันธุ์ที่ตัดเฉพาะส่วนที่เป็นดอกหรือข้อเพื่อใช้ในการประดับตกแต่งเท่านั้น

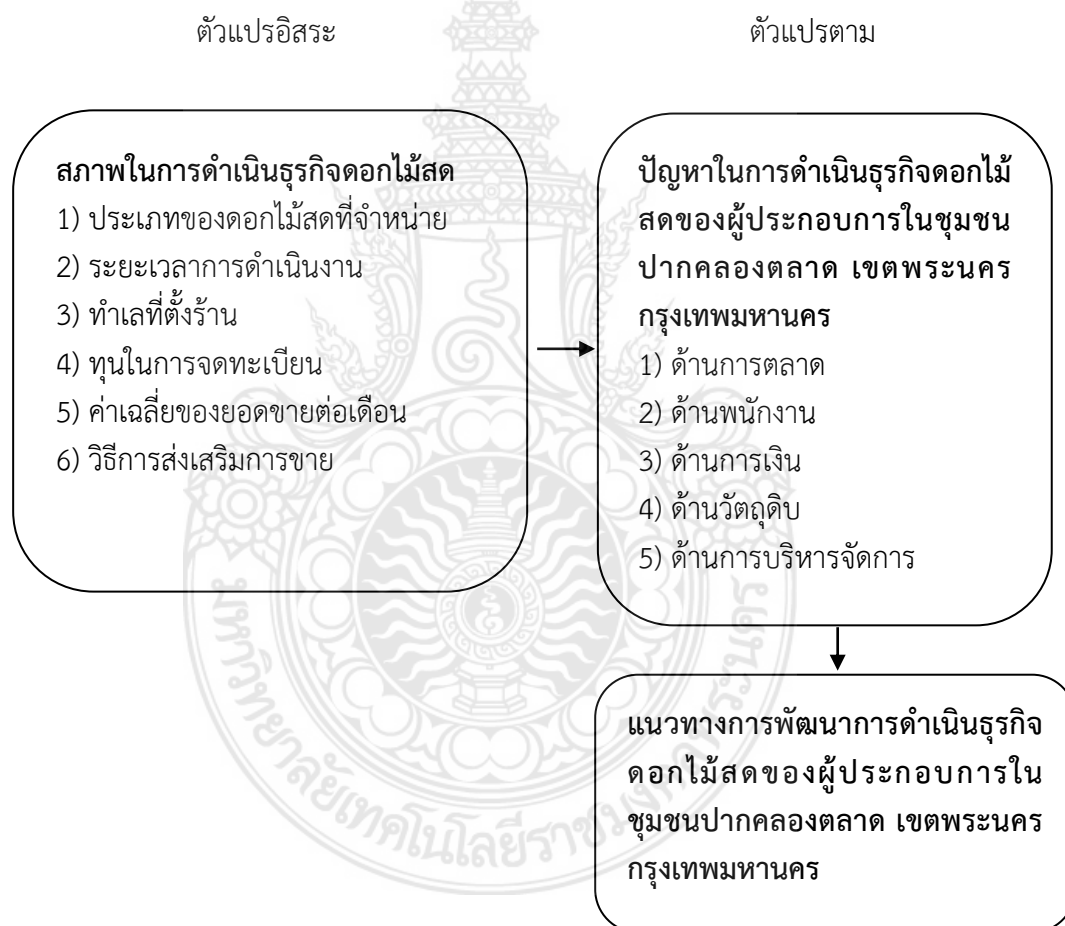
1.5.5 ปากคลองตลาด หมายถึง ย่านการค้าเก่าแก่ที่รองรับการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรขนาดใหญ่ทั้งการค้าปลีกและค้าส่งในกรุงเทพมหานคร และมีตลาดย่อยในพื้นที่ทั้ง 4 แห่ง

ได้แก่ องค์กรตลาด หรือตลาดปากคลอง ตลาดยอดพิมาน ตลาดสะพานพุทธ หรือตลาดเอ็มไพร์ และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย

1.6 สมมติฐาน

ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ได้แก่ ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน ทุนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

1.7 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวความคิด

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ซึ่งคาดว่าจะได้ประโยชน์ 3 ด้าน ดังนี้

1.8.1 ด้านผู้ประกอบการ

1.8.1.1 เป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สด สำหรับใช้เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาในการผลิต และการขยายตลาดธุรกิจดอกไม้สดของไทยต่อไป

1.8.1.2 เป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมประกอบการตัดสินใจการลงทุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ผลิต และจำหน่ายในธุรกิจดอกไม้สดรายใหม่

1.8.2 ด้านหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ

1.8.2.1 เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายของรัฐในการสนับสนุนส่งเสริม และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายดอกไม้สด

1.8.2.2 เป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบสภาพการดำเนินงานของธุรกิจดอกไม้สด เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับสถาบันการเงินและการลงทุนของภาคเอกชน

1.8.3 ด้านการศึกษา

1.8.3.1 เป็นข้อมูลให้แก่สถาบันการศึกษาที่จัดหลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการค้าและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

1.8.3.2 เป็นประโยชน์แก่สถาบันการศึกษาต่างๆ ที่ดำเนินการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อที่สามารถนำข้อมูลไปออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาดธุรกิจดอกไม้สด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาซึ่งดำเนินการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการร้านดอกไม้
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการบริหาร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปากคลองตลาด
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการร้านดอกไม้

2.1.1 ความหมายของดอกไม้

สุพิชฌาย์ (2550) กล่าวว่า ดอกไม้ หมายถึง กิ่งก้าน และใบไม้ของพืชที่ได้เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเตรียมตัวขยายพันธุ์ ซึ่งปัจจุบันดอกไม้นอกจากมีความสวยงามแล้วยังมีคนได้เปรียบเทียบดอกไม้ไปต่าง ๆ นานา ดังนี้

- 1) ดอกไม้เป็นพืชพันธุ์ที่มีคุณค่าเป็นอเนกแก่มนุษย์ทุกผู้ทุกนาม อันเป็นเครื่องหมายของความรักความสุขสดชื่น ช่วยชำระจิตใจอันขุ่นมัวเคร่งเครียดให้แจ่มใสเบิกบาน โลกของดอกไม้จึงมีผู้เปรียบเทียบกับว่า มันเป็นเหมือนโลกที่ปรากฏอยู่ในวิมานอันแท้จริง
 - 2) นักจินตกรรมและนักปราชญ์ทั้งหลาย ได้เปรียบความงามของดอกไม้ว่า ดอกไม้เหมือนผู้หญิง เพราะผู้หญิงมีความสวยงาม อ่อนช้อย มีเสน่ห์น่ารักคล้ายกับดอกไม้
 - 3) นักเกษตรศาสตร์ ให้ความหมายของดอกไม้ว่า ดอกไม้เปรียบเสมือนเครื่องเทศของพืช เปรียบเสมือนความงามของสตรี เป็นความบริสุทธิ์และเป็นธรรมชาติ
 - 4) นักจัดดอกไม้มืออาชีพ ได้กล่าวถึงความงามของดอกไม้ว่า ดอกไม้มีความงดงามตามธรรมชาติอยู่แล้ว และยังเป็นที่เจริญตาแก่ผู้พบเห็นอีกด้วย
 - 5) นักโภชนาการ ได้ให้ความงามของดอกไม้ว่า ดอกไม้เปรียบเสมือนอาหารจานโปรด ที่ได้จัดแต่งไว้อย่างสวยงาม และมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน
 - 6) นักจัดดอกไม้มืออาชีพ ได้ให้ความหมายของดอกไม้ไว้ว่า ดอกไม้ คือ ตัวพลังที่ให้ความรู้สึกและมีความหมายอยู่ในตัวเอง
- ตรีสุข (2550) ดอกไม้ หมายถึง กิ่งก้านและใบไม้ของพืชที่ได้เปลี่ยนแปลงไป เพื่อไปเตรียมตัว ขยายพันธุ์

2.1.2 ความเป็นมาของธุรกิจร้านดอกไม้

ในอดีตการใช้ชีวิตของมนุษย์ ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม การนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือ การไหว้พระในทางศาสนาของแต่ละศาสนาขึ้นอยู่กับความเชื่อ นอกจากการกราบไหว้ การบูชาด้วย รูป เทียน ของเซ่นไหว้ต่างๆ ก็ล้วนแล้วแต่ความเชื่อของบุคคล ซึ่งหนึ่งในสิ่งบูชาที่ใช้คือ ดอกไม้ ในการใช้ดอกไม้สมัยก่อนส่วนมากจะใช้ดอกบัว หรือดอกไม้ที่ปลูกตามบ้านแบบง่ายๆ ซึ่งดอกไม้ที่ใช้ แสดงถึงความอ่อนโยนของคนไทยที่อยู่ในวัฒนธรรมของความเป็นไทย (สวนสน, 2555)

การเลือกใช้ดอกไม้ในงานวาระต่างๆ เริ่มพัฒนามากขึ้น ตามความเจริญทั้งด้านสังคม วัตถุและค่านิยมของมนุษย์ จากที่เคยใช้ดอกไม้เพียงดอกเดียว หรือกิ่งเดียวมาปักในแจกัน นำไป ถวายพระ และพัฒนามาเป็นการจัดตามรูปแบบที่มนุษย์มีจินตนาการ ออกมาเป็นพัฒนามาเป็นนำ ดอกไม้หลาย ๆ ดอก หลาย ๆ ประเภท มาจัดรวม ๆ กัน เป็นรูปทรงแล้วนำไปใส่ในภาชนะที่สวยงาม เมื่อผสานเข้ากันอย่างกลมกลืน ด้วยการจัดเป็นรูปทรง ตัวดอกไม้ที่มีความสวยงาม ดูอ่อนโยนอยู่ใน ตัวของมันเองแล้ว เมื่อมีการนำมารวมกับการจัดดอกไม้ให้มีรูปแบบ ก็ยิ่งทำให้ดอกไม้ยังมีความ สวยงามมากขึ้นไปอีก

ด้วยความเป็นไทยที่มีศาสนาพุทธ เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ทำให้ประเทศไทยถือ ได้ว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดกันมาเป็นเวลานาน ตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน คนรุ่นหลังก็ยังให้ความสำคัญในประเพณีสืบทอดต่อกันมาโดยไม่ขาด นอกเสียจากจะมีการพัฒนาขึ้น ให้ทันสมัยตามเทคโนโลยีต่างๆ ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับดอกไม้ในประเทศไทยมากมาย หรืออาจกล่าว ได้ว่าในปัจจุบันไม่ว่าจะตามงานพิธี ในวาระโอกาสต่างๆ ล้วนแล้วแต่จะต้องมีส่วนประกอบคือ ดอกไม้ เข้ามาเกี่ยวข้องเสมอในทุกๆ งาน เพราะการใช้ดอกไม้ หรือต้นไม้มาประกอบในงาน ล้วนแต่แสดงให้เห็นถึงความสดใส อ่อนโยนของดอกไม้ และยังทำให้ภายในงานมีสีสันสดใส อากาศดูสดชื่น เพราะมี สีสันของดอกไม้ กลิ่นหอมของดอกไม้ ทำให้บรรยากาศภายในงานและผู้คนที่ร่วมงานได้รู้สึกผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี จากการนำดอกไม้ที่มีอยู่ภายในประเทศ ตามแต่ละภาคที่มีสภาพอากาศที่ แตกต่างกัน ดอกไม้ที่ขึ้นในแต่ละภาคของประเทศก็จะมีหลาย ๆ ชนิด ทั้งที่เรารู้จักกันดี และที่ไม่รู้จัก อีกมากมาย การปลูกดอกไม้ของคนไทยยังเป็นที่รู้จักกันไปยังต่างประเทศ ซึ่งคนต่างชาติก็ให้การ ยอมรับในดอกไม้ของคนไทย จนถึงขนาดที่มาเรียนรู้กับคนไทย เพื่อนำไปปลูกในต่างประเทศด้วย ดอกไม้ที่กล่าวถึงก็คือ ดอกกล้วยไม้ในสายพันธุ์ต่างๆ ของไทยที่มีมากมาย และสวยงามมาก จนชาวต่างชาติให้การยอมรับเลยทีเดียว

ดอกไม้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตมนุษย์ เพราะไม่ว่าจะเป็นการจัดดอกไม้ การปลูกดอกไม้ ล้วนแล้วแต่ทำให้มนุษย์มีงานทำเพิ่มขึ้น คนไม่ต้องตกงาน เมื่อมนุษย์รู้จักนำดอกไม้มาประดับ ตกแต่ง ในงานพิธีต่างๆ ก็ยังพัฒนาการปลูก การคิดค้นพันธุ์ดอกไม้ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดก็ยิ่งต้องมีการจ้าง แรงงานเพิ่มขึ้น คนมีงานทำ ห้องถิ่นต่างๆ ก็มีการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่มาสร้างสรรค์ และมีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้น เช่น ร้านดอกไม้ โรงเรียนสอนจัดดอกไม้ ร้านขายแจกันเซรามิค ร้านขายอุปกรณ์ในการจัด ดอกไม้ ฯลฯ รวมถึงธุรกิจครบวงจร การจัดส่งดอกไม้ทั่วประเทศส่งถึงมือผู้รับ ถึงแม้ว่าผู้ที่ส่งจะอยู่กับ คนละจังหวัดก็สามารถใช้ดอกไม้ส่งถึงกันได้โดยไม่ต้องเสียเวลา

2.1.2 ปัจจัยหลักในการจัดการร้านดอกไม้

ปริพัฒน์ (2553) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการร้านดอกไม้ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยหลักที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

1) ทุนมีความสำคัญมาก ทุนเป็นตัวแทนที่แสดงถึงความมั่นคงและขนาดของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจให้ราบรื่น และให้ผลสำเร็จที่คาดหวังไว้จะต้องเตรียมทั้งเงินลงทุนและทุนสำรองเอาไว้ด้วย เงินทุน หมายถึง เงินที่จะต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้นโดยตรง เงินลงทุนอาจจะได้แก่ เงินค่าซื้อหรือเช่าร้าน ค่าตกแต่งร้าน ค่าซื้อดอกไม้และอุปกรณ์ต่างๆ ที่จะจำหน่าย ค่าแรงลูกจ้าง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าทำข่าวประชาสัมพันธ์ ทุนสำรอง หมายถึง เงินที่ต้องเตรียมเอาไว้ใช้ในกรณีที่รายรับไม่ตรงกับเป้าหมายที่คาดไว้ เช่น ในกรณีที่ลูกค้าเลื่อนการชำระเงิน หรือในกรณีที่ต้องการสำรองสินค้าจำนวนมาก เช่น ในกรณีที่อุปกรณ์การจัดดอกไม้มีการลดราคาลงมา และเราสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะสามารถระบายสินค้าเหล่านี้เอาไปไม่ยาก โอกาสที่จะได้รับกำไรมีอยู่สูงมากก็สามารถใช้ทุนสำรองซื้อสินค้านั้นมาเก็บไว้ หรือใช้ในกรณีเกิดเหตุที่ไม่คาดคิดมาก่อน เช่น ตู้เย็นเก็บดอกไม้เกิดขัดข้องอุณหภูมิไม่ได้ ต้องรีบนำดอกไม้ออกจำหน่ายโดยเร็วในราคาถูก เป็นเหตุต้องให้นำเงินทุนสำรองมาใช้ซื้อดอกไม้ชุดใหม่มาเก็บไว้หลังการซ่อมตู้แช่ดอกไม้แล้ว ซึ่งจะเห็นได้ว่าทุนสำรองนั้นมีความสำคัญมากเช่นกันสำหรับผู้ที่มีเงินสดหรือหลักทรัพย์อยู่ในมือก็สามารถทำธุรกิจได้ราบรื่นและคล่องตัว แต่สำหรับผู้ที่มีใจรักในการดำเนินธุรกิจร้านขายดอกไม้สดก็ยังสามารถติดต่อธนาคารพาณิชย์ได้ทุกแห่งเพื่อขอสินเชื่อในการลงทุนในการดำเนินธุรกิจร้านขายดอกไม้สด

2) ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านขายดอกไม้สด ประสบการณ์จะเป็นตัวเชื่อมโยงความรู้ในเชิงทฤษฎีมารวมกับความคาดหวังในอนาคตที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นประสบการณ์จึงต้องเริ่มมาจากเงินทุนในการดำเนินการและทำเลที่ตั้ง ซึ่งทุนในการดำเนินการเป็นการมองในลักษณะว่าร้านขายดอกไม้สดนั้นมีโอกาสทำเงินได้มีมากน้อยเพียงใด มีค่าส่วนแบ่งของการตลาดหรือผู้บริโภคมีความต้องการสม่ำเสมอหรือไม่ มีโอกาสทำกำไรได้สูงสุดเมื่อใด หากมีการกู้เงินมาลงทุนจะมีโอกาสคืนทุนเมื่อใด สิ่งที่ควรพิจารณาคือ ลูกค้าของธุรกิจเหล่านี้ใครเป็นผู้บริโภคถ้าอยู่ในกลุ่มผู้มีเงิน สินค้าย่อมขายได้ในราคาดีกว่าขายสินค้าให้ชาวบ้านธรรมดาที่มีอำนาจการซื้อน้อย และทำเลที่ตั้งเป็นข้อพิจารณาของสภาพพื้นที่ในการประกอบกิจการ เจ้าของควรคิดถึงความนิยมของประชาชนในการเลือกซื้อดอกไม้สดในรูปแบบต่างๆ จำนวนร้านดอกไม้ที่มีในถิ่นนั้น ผลงานของร้านดอกไม้ที่มีอยู่ในบริเวณนั้นมาคาดคะเนกำลังซื้อ ถ้าจะเปิดดำเนินการใหม่อีกแห่งหนึ่ง การแข่งขันทางด้านฝีมือและชื่อเสียงความสะอาดในการคมนาคม ความเหมาะสมของสถานที่ เป็นต้น

3) ความสามารถในการดำเนินงาน นับเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการดำเนินการทุกสาขา จำแนกหัวข้อที่นำไปปฏิบัติดังนี้

3.1) การจัดแต่งร้านดอกไม้ เป็นจุดแรกของการแสดงความสามารถที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่ผ่านไปพบเห็น นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า การแสดงรายละเอียดของดอกไม้และอุปกรณ์ ความเป็นระเบียบในการหยิบและจัดวาง ความรู้สึกสบาย และมีความสุขในการเลือกชมสินค้า หรือที่นั่งรอรับงานที่กำลังจัดอยู่มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับการวางโชว์ชิ้นงานที่จัดเสร็จแล้ว

3.2) การประชาสัมพันธ์ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าในรูปแบบแปลกใหม่อยู่เสมอ เป็นการเปิดตลาดให้กว้างขวางขึ้นเป็นการเพิ่มลูกค้าอีกทางหนึ่ง

3.3) แนวทางการบริหารบุคคลของร้านดอกไม้ ในด้านจ่ายค่าแรงให้เท่าเทียมกับร้านอื่นๆ ในระดับเดียวกัน จ่ายค่าแรงให้ด้วยความยุติธรรมตามระดับฝีมือและความสามารถ การคัดเลือกช่างดอกไม้สดที่มีฝีมือ และส่วนประกอบด้านอื่นๆ ที่ดีที่สุด ผู้ปฏิบัติงานแต่ละแผนกถ้ามีโอกาส ควรสนับสนุนให้มีความก้าวหน้าโดยส่งไปเรียนต่อหรือไปดูงานเพื่อเพิ่มกำลังใจ ควรมีการให้เงินรางวัลหรือโบนัสแก่ช่างดอกไม้ที่ปฏิบัติงานมานาน

3.4) คุณสมบัติของช่างดอกไม้ที่ดี ได้แก่ รักอาชีพการทำดอกไม้สด ตรงต่อเวลา และซื่อสัตย์แก่ลูกค้า กิริยามารยาทเรียบร้อย พุดจาสุภาพอ่อนหวาน มีความประณีต สุขุม เยือกเย็น รู้จักเอาใจผู้ซื้อและเป็นกันเองแก่ผู้มาติดต่อในร้าน ยินดีรับการติชมจากผู้ซื้อหรือผู้เข้าชมสินค้า รู้จักประหยัดเวลา แรงงาน และวัสดุ มีความขยัน และพากเพียรต่องานที่ทำ มีเหตุผลและรับผิดชอบต่องานของตน ศึกษาค้นคว้าวิธีการใหม่ๆ ในการจัดดอกไม้สดให้ก้าวหน้า และคิดริเริ่มผลิตในรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ

3.5) การต้อนรับลูกค้า วิธีการต้อนรับควรยึดหลักดังนี้คือ เป็นกันเองกับลูกค้า ติดต่อ สั่งซื้อและเยี่ยมชม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสบายใจ เรียนรู้จิตใจ ทัศนคติ ความละเอียด ความต้องการของลูกค้า ตั้งใจฟังเมื่อลูกค้าถามราคา หรือขอความเห็นในการเลือกดอกไม้หรือการนำไปจัดแต่ง หลีกเลี่ยงการโต้แย้งหรือถกเถียงเมื่อเกิดความคิดเห็นไม่ตรงกัน เสนอแนะในสิ่งที่ลูกค้าขอคำปรึกษาหารือ

3.6) ลักษณะของผู้ต้อนรับที่ดี ต้องเป็นคนที่ มีลักษณะที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ว่องไว กระฉับกระเฉง ให้ความสำคัญต่อผู้มาติดต่อเท่าเทียมกัน แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ต้อนรับจะต้องมีอนามัยดี ไม่มีกลิ่นตัวและกลิ่นปาก รักษาผิวพรรณให้สะอาดไม่เป็นโรคผิวหนัง แต่งหน้า ทรงผมให้พอเหมาะกับวัย มือและเล็บสะอาด

3.7) การคิดราคา ในการคิดราคาดอกไม้ที่จัดนั้นไม่ควรคิดราคาสูงเกินไป เพื่อให้ผู้ที่ใจรักดอกไม้สดได้ซื้อไปจัดประดับตกแต่งบ้าน เป็นของขวัญของเยี่ยมญาติมิตรเพื่อนฝูง ถ้าราคาไม่สูงเกินไปก็จะจำหน่ายได้ในจำนวนมาก เพราะผู้ซื้อจะบอกกันต่อๆ ไป เป็นการประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นอย่างดี เพราะดอกไม้สดจะอยู่ได้ไม่นาน ในการคิดราคาขายควรคิดจากค่าวัสดุ+ค่าระดับฝีมือ+ค่าแรง = ราคาขาย

3.8) การนัดเวลา เป็นเรื่องสำคัญมากและควรจะต้องตรงตามวันกำหนด เวลาที่ได้ตกลงไว้ในวันสั่งจ้าง เพราะผู้จ้างทำตั้งใจมารับของแล้วไม่เสร็จตามเวลานัด จะรู้สึกผิดหวังมาก เมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวลูกค้าย่อมจะไม่พอใจ บางทีอาจเกิดอารมณ์ใช้ถ้อยคำต่อว่าไม่น่าฟัง ผู้ขายหรือเจ้าของร้านดอกไม้ควรยับยั้งชั่งใจไว้ด้วย เพราะเป็นความผิดของทางร้าน ต้องอดทนและยอมรับต่อคำบ่นและตำหนิอย่างสงบ อย่างไรก็ตามไม่ควรให้เกิดการผัดผ่อนบ่อยๆ เพราะจะทำให้เกิดการขาดความเชื่อถือจากผู้จ้างทำ

2.1.3 การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้

การเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด การจัดการในสิ่งอื่นๆ ที่ได้ตัดสินใจแล้วอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ที่ตั้งของร้านดอกไม้ที่ได้ตัดสินใจไปแล้วไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ ที่ตั้งร้านเพียงอย่างเดียวสามารถทำให้ธุรกิจการขายดอกไม้ไม่ได้รับความสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวได้ ร้านขายดอกไม้หลายร้านไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพราะที่ตั้งของร้านไม่อยู่ในที่เหมาะสม การเลือกที่ตั้งร้านต้องทำด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ และปราศจากความเอนเอียงในเหตุผลส่วนตัว จะต้องเลือกที่ตั้งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพในการค้า ในการเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้ ควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้ (โชติมา, 2554)

1) ประชากร จำนวนประชากรในบริเวณที่จะตั้งร้านขายดอกไม้ เชื้อชาติของประชากรในบริเวณที่ตั้งร้านมีความสำคัญมาก เพราะประชากรบางเชื้อชาติมีความนิยมซื้อดอกไม้มากกว่าประชากรเชื้อชาติอื่นๆ ทักษะคติของประชากรที่มีต่อดอกไม้จะมีผลอย่างมากต่อการซื้อดอกไม้

2) ความก้าวหน้าทางธุรกิจ ในบริเวณที่ตั้งร้านขายดอกไม้มีความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจมากแค่ไหน ถ้าเป็นบริเวณที่ไม่มีธุรกิจมากจะมีผลกระทบอย่างมากต่อการขายดอกไม้ ชนิดของธุรกิจมีความสำคัญด้วย เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงสังคมของคนที่อยู่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น ร้านขายดอกไม้ที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ไม่ใช่ย่านการค้าหรือคนไม่ค่อยผ่านไปมา ร้านขายดอกไม้ย่อมไม่สามารถจะอยู่ได้

3) รายได้ของประชากร ประชากรในบริเวณที่ตั้งขายปลีก ดอกไม้มากกว่าประชากรที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง แต่บางกรณีอาจจะสามารถขายดอกไม้ในชุมชนที่มีรายได้ต่ำหรือปานกลางมากกว่าชุมชนที่มีรายได้สูง เพราะศักยภาพในการซื้อดอกไม้ยังขึ้นอยู่กับเชื้อชาติและทัศนคติของประชากรที่มีต่อดอกไม้ด้วย

4) จำนวนร้านขายดอกไม้ในบริเวณที่จะเลือกเป็นที่ตั้งสำหรับร้านขายดอกไม้มีจำนวนร้านขายดอกไม้อยู่แล้วเท่าไร ร้านขายดอกไม้เหล่านั้นมีชื่อเสียงในทางด้านอะไรและการจัดการดีแค่ไหน เจ้าของร้านเป็นคนอย่างไร ดอกไม้มีคุณภาพอย่างไร และดอกไม้ที่จัดมีคุณภาพอย่างไร ข้อมูลเหล่านี้ ผู้เริ่มต้นทำธุรกิจการขายดอกไม้จะต้องพิจารณาถ้าต้องการจะต่อสู้กับคู่แข่งชั้นให้ประสบความสำเร็จ

5) ความสะดวกในการคมนาคม ดอกไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย และรวดเร็ว ดังนั้นที่ตั้งร้านดอกไม้จะต้องไม่ไกลจากตลาดดอกไม้ หรือการคมนาคมระหว่างร้านขายดอกไม้และตลาดขายส่งดอกไม้ จะต้องมีความสะดวกและรวดเร็ว

6) ที่จอดรถสำหรับลูกค้า เป็นสิ่งที่ร้านขายดอกไม้ต้องคำนึงถึงในเรื่องที่จอดรถสำหรับลูกค้า โดยเฉพาะร้านที่เป็นตึกแถว ร้านดอกไม้ที่ลูกค้าหาที่จอดรถยากจะทำให้ร้านขายดอกไม้มีลูกค้าเข้าร้านน้อย แต่ถ้าร้านขายดอกไม้ตั้งอยู่ในโรงแรม โรงพยาบาลหรือศูนย์การค้า จะไม่มีปัญหาที่จอดรถ

2.1.4 การจำแนกดอกไม้

การจำแนกพันธุ์ไม้ดอก มีความจำเป็นและความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นการบ่งบอกถึงลักษณะนิสัยการดำรงชีพ และการสืบพันธุ์ของพันธุ์ให้อยู่เป็นกลุ่มไม่ปะปนสับสนกันมีพันธุ์ไม้หลายชนิดคละกันแต่ก็ไม่ใช่พวกเดียวกัน ดังนั้นในการจำแนกพันธุ์ไม้ดอกจะเป็นการบอกถึงลักษณะพันธุ์ไม้นั้นๆ ด้วย เช่น เมื่อพูดไม้ตัดดอกก็เข้าใจว่าพันธุ์ไม้นั้นๆปลูกไว้เพื่อตัดดอกมาใช้

หรือตัดดอกมาจำหน่ายซึ่งต่างไปจากต้นไม้ดอกที่ปลูกไว้ดูบนต้นในการจำแนกประเภทและแบ่งพันธุ์ ไม่นั้นมีหลักในการพิจารณาและวินิจฉัยแตกต่างกันไปทั้งนี้แล้วแต่ความมุ่งหมายจุดประสงค์ในการ จำแนกและแบ่งพันธุ์แล้วแต่ว่าจะยึดถือสิ่งใดเป็นเกณฑ์ในการแบ่งหรือการจัดจำพวก สำหรับหลัก เกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งจำพวกพันธุ์ไม้ดอกอาจจะมีอยู่ 3 เกณฑ์ด้วยกัน (ตรีนุช, 2550) ดังนี้

1) การตัดแบ่งพันธุ์ไม้ดอกตามความมุ่งหมายที่จะใช้ การแบ่งพันธุ์นี้ หมายถึง การ แบ่งพันธุ์ไม้ตามความต้องการและความมุ่งหมายที่จะนำมาใช้ประโยชน์อะไรและใช้ส่วนไหนของพันธุ์ ไม้เพื่อประโยชน์ที่ต้องการ ดังนั้นความมุ่งหมายส่วนใหญ่ของดอกไม้ที่จะนำไปใช้ จึงเป็นสิ่งสำคัญใน การผลิตจึงมุ่งที่จะผลิตให้มีปริมาณและคุณภาพของดอกมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ยังมีดอกดก มากมี ความงามของคุณภาพทางดอกสูงยังมีราคาและคุณค่าสูง ไม้ดอกพิจารณาได้ดังนี้

1.1) ไม้ตัดดอก คือ ไม้ดอกที่ปลูกไว้เพื่อตัดดอกจากต้นมาใช้หรือจำหน่าย เช่น เยอร์บีร่า กุหลาบบางชนิด หน้าวัว เบญจมาศ ดาวเรือง เป็นต้น สมบัติของดอกไม้ที่ดีมีดังนี้

1.1.1) มีดอกงาม รูปลักษณะดี มีสีสดใสสดุดตา และอยู่ในความนิยม

1.1.2) มีความทนทาน เช่น กลีบดอกหนา ไม่เหี่ยวแห้ง ใต้ง่ายหลังจากตัด ดอกออกมาจากต้น และสามารถเก็บไว้ได้นานไม่บาน หรือร่วงโรยเร็วเกินไป

1.1.3) เป็นพันธุ์ไม้ที่มีดอกดก และออกดอกตลอดปี ได้อย่างดี

1.1.4) เป็นพันธุ์ไม้ดอกที่ปลูก ดูแลรักษา และขยายพันธุ์ได้ไม่ยากนัก

ตัวอย่างดอกไม้ที่นิยมปลูกกัน คือ กล้วยไม้ ซ่อนกลิ่น เบญจมาศ เยอร์บีร่า สร้อยทอง บายไม่รู้โรย ดาวเรือง ทานตะวัน ฝีเสื้อลินมังกร เป็นต้น

1.2) ไม้ดอก หมายถึง พันธุ์ไม้ที่ต้องการชมความงามของดอกที่ติดอยู่กับต้น มากกว่าตัดดอกมาประดับ ไม้ดอกประเภทนี้มีดอกแบบบาง และมีลักษณะสมบัติไม่เหมาะสมที่จะทำ เป็นไม้ตัดดอก หรือดอกมาจากต้น เพราะมีก้านดอกสั้น กลีบดอกบาน ถ้าตัดดอกจากต้นแล้วคง สภาพไม่ได้นานเหมือนกับอยู่ที่ต้นของมัน ไม้ดอกประเภทนี้จึงปลูกไว้ดูดอกกับต้น และใช้ปลูกเป็น แปลงบนพื้นดินประดับสวน ระดับอาคารหรือปลูกเป็นไม้กระถางให้มีดอกดกเต็มกระถางใช้กระถาง ดอกไม้นั้นประดับความสวยงามอีกทีหนึ่ง

2) การแบ่งพันธุ์ไม้ดอกตามลักษณะนิสัย การแบ่งพันธุ์ไม้ดอกตามลักษณะนิสัยของ พันธุ์ไม้นั้นๆ เช่น แบ่งตามถิ่นกำเนิดของพันธุ์ไม้ แบ่งตามอายุความเจริญเติบโตของพันธุ์ไม้ ตาม ลักษณะเนื้อไม้ ตามสิ่งแวดล้อม ตามลักษณะของลำต้น ซึ่งแต่ละประเภทจะมีนิสัยไม่เหมือนกัน ดังนี้

2.1) แบ่งตามถิ่นกำเนิด หมายถึง พันธุ์ไม้ดอกไม้ที่มนุษย์นำมาเพาะปลูกโดย แยกออกจากถิ่นกำเนิดที่มาแบ่งเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

2.1.1) พันธุ์ไม้ในป่าหรือพันธุ์ไม้พื้นเมือง หมายถึง พันธุ์ไม้ที่มนุษย์นำมา จากถิ่นกำเนิดของมันโดยตรง เช่น นำมาจากป่าธรรมชาติ ที่พันธุ์ไม้นั้นเจริญงอกงามอยู่ ซึ่งเมื่อนำมา ปลูกในบ้านต่างถิ่นออกไปอาจมีการเปลี่ยนแปลง อาจจะมีสมบัติดีขึ้นกว่าเดิม หรือเลวลงกว่าเดิมก็ได้

2.1.2) ไม้ลูกผสมและไม้พันธุ์แท้ หมายถึง ไม้ที่มนุษย์นำมาเพาะปลูก เลี้ยงดูเอาใจใส่อย่างดี จนพันธุ์ไม้นั้นลักษณะเคยชินกับสิ่งแวดล้อม ทำให้เปลี่ยนคุณสมบัติและความ เจริญเติบโตได้ดี ต่างกับลักษณะที่เคยอยู่ตามธรรมชาติเดิม หรือการนำพันธุ์ไม้ป่ามาทำการผสม ข้ามพันธุ์ทำให้มีคุณสมบัติเปลี่ยนไปจากเดิม หรือเพื่อให้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ พันธุ์ไม้ลูกผสมนี้

ส่วนมากจะมีความคงทนแข็งแรง ต่อสภาพดินฟ้าอากาศในธรรมชาติของมัน และปัจจุบันพันธุ์ไม้ป่าหลายพันธุ์ที่กลายเป็นพันธุ์ไม้บ้านด้วยการกระทำของมนุษย์

2.2) การแบ่งพันธุ์ไม้และลักษณะนิสัยของอายุพันธุ์ไม้ พันธุ์ไม้ทั่วไปมีอายุยืนนานแตกต่างกัน บางชนิดมีอายุยืนยาวมาก ขณะเดียวกันบางชนิดมีอายุสั้นมากเช่นกัน คงมีแต่เมล็ดหรือส่วนอื่นสืบพันธุ์แทนต่อไป ซึ่งอาจอาศัยว่ารู้จักการเจริญเติบโต ตั้งแต่เป็นเมล็ดงอกเป็นต้น และตายเป็นตัวกำหนดสามารถแบ่งพันธุ์ไม้ดอกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน ดังนี้

2.2.1) ไม้ล้มลุก หมายถึง พันธุ์ไม้ดอกทั่วไป ที่เป็นพืชล้มลุก คือ มีอายุนับตั้งแต่การงอกจากเมล็ดจนเจริญเติบโต ออกดอก ออกผลเป็นเมล็ดอีกครั้งหนึ่งใช้เวลาไม่เกิน 1 ปี เช่น บานชื่น ดาวเรือง ฝ้าย บานไม่รู้รุ่ย พิทูเนีย ทานตะวัน พันธุ์ไม้พวกนี้เมื่อออกดอกจากเมล็ดหมดแล้ว ก็จะตายซึ่งรวมเวลาตลอดชีวิตนี้ไม่เกิน 1 ปี

2.2.2) พวกที่มีอายุวงจรชีวิตเกิน 1 ปี หมายถึง พันธุ์ไม้ที่มีอายุครบรอบหนึ่งๆ เกินกว่าปี หมายความว่า เมื่อปลูกแล้วใน 1 ปี หรือปีแรกมีการเจริญเติบโตแทน กิ่ง ใบ ลำต้น พอถึง ปีที่ 2 ก็ออกดอกออกผลแล้วก็จบชีวิตในรอบหนึ่งของมัน เช่น ซ่อนกลิ่นฝรั่ง

2.2.3) พวกที่มีอายุนานกว่า 2 ปี หมายถึง พันธุ์ไม้ที่มีอายุนานกว่า 2 ปี บางชนิดออกดอกออกผลในปีแรก เมื่อออกดอกแล้วก็ยังไม่ตาย คงมีดอกครั้งที่ 2 ครั้งที่ 3 หรือครั้งที่ 4 ต่อไป หรือนานกว่านี้ พันธุ์ไม้ดอกพวกนี้อาจมีอายุยืนยาวเป็น 100 ปีก็ได้

2.3) การแบ่งพันธุ์ไม้ตามลักษณะของเนื้อไม้ หมายถึง การแบ่งลักษณะพันธุ์ไม้ตามลักษณะของเนื้อไม้มี 2 ประเภท คือ

2.3.1) ไม้เนื้ออ่อน หมายถึง พันธุ์ไม้ที่มีน้ำในเนื้อไม้สูงมากทำให้เนื้อไม้อ่อน เมื่อระเหยน้ำออกไปจะทำให้เสียรูปทรงของต้นไม้ไปจากเดิม พันธุ์ไม้พวกนี้มีเนื้อเยื่อบางชนิดขึ้นอยู่ในที่มีความชื้นสูงและมีน้ำมาก แต่บางชนิดก็ขึ้นอยู่ในที่แห้งแล้ง และมีความสามารถเก็บน้ำไว้ในลำต้นได้ดี เช่น พวกพืชผัก สำหรับพันธุ์ไม้ดอกที่มีอยู่ในลักษณะนี้มีมาก เช่น ฤๅษีผสม เฮอร์บีร่า เป็นต้น พันธุ์ไม้ พวกนี้ ส่วนมากขยายพันธุ์ โดยการแยกหน่อ แยกกอ และปักชำจากลำต้น

2.3.2) ไม้เนื้อแข็ง หมายถึง ไม้ดอกบางชนิดที่มีเนื้อไม้ ทำให้ลำต้น กิ่ง ก้านมีรูปทรงอยู่ได้ มีเนื้อเยื่อเจริญ ดังนั้นพันธุ์ไม้พวกนี้จึงสามารถขยายพันธุ์ โดยการตอน ตัดตา เทียบกิ่ง ปักชำ และต่อกิ่งได้ เพราะมีเนื้อไม้ที่มีวารีเจริญรวดเร็ว ไม้ดอกไม้ประดับที่อยู่ในประเภทนี้มีมาก เช่น กุหลาบ จำปา จำปี ยางอินเดียว ชบา เฟื่องฟ้า มะลิ เป็นต้น

3) การแบ่งพันธุ์ไม้ดอกตามลักษณะสิ่งแวดล้อมของแสง

พันธุ์ไม้ดอกแต่ละชนิด มีความต้องการแสงสว่างในการเจริญเติบโตต่างกัน บางชนิดต้องแสงแดดโดยตรง เช่น กุหลาบ ทานตะวัน หรือพันธุ์ไม้ใหญ่ๆ แต่บางชนิดต้องการแสงสว่างรำไร หรือไม่ต้องการแสงแดดโดยตรง หรือต้องการแสงสว่างบางส่วนของวันเท่านั้น ฉะนั้นผู้เลี้ยงหรือผู้ที่ปลูกพันธุ์ไม้ต่างๆ จึงต้องทราบความต้องการ แสงแดดของพันธุ์ไม้แต่ละชนิด เพื่อจะได้ดูแลได้อย่างถูกต้อง

2.1.5 การนำดอกไม้ไปใช้

ดอกไม้มีส่วนที่ทำให้เกิดความสดชื่นสวยงามเสมอ ในการจัดดอกไม้ทุกครั้ง ผู้จัดดอกไม้ย่อมมีเป้าหมายว่า การจัดดอกไม้ครั้งนี้จะนำไปใช้ในโอกาสใด ผู้จัดจะมีความคิดคำนึงถึงสิ่งที่นำมาเกี่ยวข้องกับโยงโยกับหลายสิ่ง เช่น สีของดอกไม้ ประเภทของดอกไม้ รูปทรงแจกัน รูปแบบการจัดสถานที่ที่จะนำแจกันดอกไม้ไปวาง ดังนั้น การจัดดอกไม้ย่อมมีวัตถุประสงค์การนำไปใช้ส่วนเรื่องการจัดรูปแบบหรือรูปทรงนั้นจะสวยงามหรือเลิศหรูเพียงใด ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะความมีศิลปะเฉพาะตัวหรือฝีมือของผู้จัด ดังนั้น การนำดอกไม้ไปใช้สามารถแบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 โอกาส (รัชณี, 2558) ดังนี้

1) การจัดดอกไม้เพื่อใช้ในพิธีมงคล คือ การนำดอกไม้มาใช้ประดับตกแต่งสถานที่เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้บริเวณนั้นมีความสดชื่นสวยงาม พอจะแบ่งการนำไปใช้กับงานมงคลได้ ดังนี้

1.1) การนำดอกไม้ไปใช้ตกแต่งสถานที่ทั่วไปในพิธีต่างๆ เช่น ประดับตกแต่งสถานที่ในพิธีเปิดป้ายอาคาร ดอกไม้มีส่วนที่จะเน้นจุดที่ต้องการให้เด่น หรือเป็นจุดสนใจของงานได้เป็นอย่างดี

1.2) การนำกลีบดอกไม้มาร้อยกรองให้เป็นลวดลาย สีสันที่สวยงาม แตกต่างกับงานทั่วไปที่ใช้ริบบิ้น การนำกลีบดอกไม้มาใช้แทนสายริบบิ้น ย่อมทำให้ในพิธีเปิดงานนั้นดูดี เป็นความงามที่บ่งบอกถึงความประณีต สวยงาม ความเป็นไทย เป็นเอกลักษณ์ของไทยอย่างน่าภูมิใจ

1.3) ดอกไม้ที่นำมาใช้ในการประดับตกแต่งสถานที่เป็นรูปทรงต่างๆ เช่น รูปทรงพระจันทร์คว่ำ จัดวางไว้บนโต๊ะอภิปราย นอกจากจะทำให้เพิ่มสีสันได้แล้ว การจัดดอกไม้ทรงนี้เหมาะสมกับรูปแบบการนำมาใช้ เพราะการนำมาประดับตกแต่งให้สวยงาม ไม่บังหน้าผู้กล่าวรายงาน และยังช่วยเน้นให้เป็นจุดเด่นและจุดสนใจได้ดี การจัดดอกไม้รูปทรงพระจันทร์คว่ำยังเหมาะที่จะนำไปใช้ในที่ต่างๆ เช่น โต๊ะอภิปราย โต๊ะอาหาร และที่อื่นๆ ตามความเหมาะสม

1.4) การจัดดอกไม้เพื่อนำไปใช้ตกแต่งสถานที่ เช่น การจัดดอกไม้เพื่อการนำไปใช้ประดับตกแต่งเวทีที่มีบริเวณกว้าง การจัดดอกไม้เป็นทรงพุ่ม และจัดวางให้เป็นจังหวะเท่าๆ กัน นอกจากจะได้ความสดชื่นสวยงามแล้ว ยังช่วยลดความกว้างของเวทีได้อย่างเหมาะสมสวยงามอีกด้วย

1.5) การจัดดอกไม้ทรงพุ่มที่ไม่สูงเกินไปนัก และจัดไว้ให้เป็นระยะ มีการจัดวางพุ่มดอกไม้และจัดวางไว้บนโต๊ะอาหาร จะช่วยเน้นให้คู่บ่าว-สาว ดูงามเด่น และทำให้อาหารน่ารับประทานยิ่งขึ้น

1.6) การจัดดอกไม้บนโต๊ะอาหาร นับว่าเป็นส่วนที่เสริมให้อาหารดูน่ารับประทาน บุคคลทั่วไปมีความต้องการไม่เหมือนกัน การจัดตกแต่งอาหารให้มีสีสันสวยงาม ทำให้เกิดความรู้สึกอยากรับประทาน ซึ่งเกิดจากการมองเห็นเรียกว่าอาหารตา ฉะนั้นไม่ว่าดอกไม้จะอยู่ที่ไหน ย่อมให้ความสดชื่นสวยงามเสมอ

1.7) การจัดดอกไม้ลงในภาชนะสามารถที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางตามความเหมาะสมกับโอกาสนั้น ๆ เช่น ในโอกาสแสดงความยินดีในโอกาสปีใหม่นำไปใช้ประดับตกแต่งและประดับสถานที่ ให้กำลังใจกับผู้ที่กำลังเจ็บป่วย ใช้บูชาพระ โต๊ะอาหารมีคุณค่า

2) การจัดดอกไม้เพื่อใช้พิธีอวมงคล คือ งานที่ไม่เป็นมงคล ได้แก่ พิธีศพ ซึ่งแสดงถึงการสูญเสีย หรือการที่ต้องการสูญเสียสิ่งอันเป็นที่รักไป คนไทยถือว่า เมื่อมีการตายเกิดขึ้นถือว่าไม่เป็นมงคล เรียกว่า อวมงคล

ในพิธีงานศพ ก็จะนำดอกไม้ที่จัดเป็นรูปทรงต่างๆ มาจัดประดับตกแต่ง เช่น หลังหีบศพบริเวณรอบที่ตั้งศพ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศให้เจ้าภาพ และผู้ใกล้เคียงได้ผ่อนคลายความเศร้าโศกได้บ้าง ในพิธีงานศพจึงนิยมจัดดอกไม้เป็นรูปทรงและรูปแบบต่างๆ ตามความเหมาะสม

ดอกไม้ที่นำมาใช้ในงานอวมงคล ผู้ที่นำดอกไม้มาให้กำลัง เพื่อแสดงความอาลัยแก่ผู้ที่จากไป เพื่อเป็นเกียรติยศแก่ผู้ที่เสียชีวิต เช่น พวงหรีด และพานพุ่มดอกไม้ชนิดที่ไม่มียอด เป็นต้น

2.1) การจัดดอกไม้ประดับหน้าหีบศพ และกรอบรูป เรามักจะนิยมทำเป็นพวงหรีดและดอกไม้ประดับรูปทรงตัวแอล ซึ่งปัจจุบันเราจะใช้ในพิธีศพ และการวางพวงมาลาพระมหากษัตริย์ที่สวรรคตไปแล้ว ส่วนการจัดดอกไม้ประดับหลังหีบศพ มักนิยมจัดดอกไม้ทรงพระจันทร์คว่ำ เพราะการจัดดอกไม้ทรงนี้เหมาะที่จะนำมาใช้จัดเพราะเป็นทรงต่ำ

2.2) การจัดดอกไม้ทรงกลมหรือทรงพุ่ม มีส่วนประกอบที่เป็นทรงพุ่มและจัดวางเป็นระยะและเป็นจังหวะที่สวยงาม การจัดดอกไม้รูปแบบนี้ จะช่วยทำให้บริเวณนั้นดูสวยงามและกลมกลืนดี

2.3) การจัดดอกไม้แบบสวย เป็นการจัดดอกไม้เลียนแบบธรรมชาติอีกแบบหนึ่ง การจัดดอกไม้บริเวณหีบศพ จะช่วยสร้างบรรยากาศให้บริเวณนั้นดูเป็นธรรมชาติและแจ่มใสสดชื่นเพื่อช่วยคลายโศกเศร้าได้บ้าง

2.4) การจัดดอกไม้รูปทรงพระจันทร์เสี้ยว โดยใช้ดอกกล้วยไม้สีเหลืองสีขาวเป็นตุ้ม และจัดเป็นทรงพระจันทร์เสี้ยว จัดวางไว้เป็นระยะที่พอเหมาะ ช่วยทำให้ดอกไม้ที่นำมาจัดมีความสวยงามทั้งสีและรูปแบบการจัด ดูสวยงามและสร้างบรรยากาศบริเวณนั้นมีชีวิตชีวาได้มาก

2.5) การจัดดอกไม้หลังหีบศพเป็นต้นนกยูง นับว่าเป็นศิลปะการจัดตามแนวคิดสร้างสรรค์อีกแบบหนึ่ง ประกอบกับมีต้นนกยูงที่มีขนาดย่อมกว่า จัดวางไว้ทางด้านซ้ายและขวาข้างละตัวด้านหน้ามีพานพุ่มประดับอยู่ ช่วยทำให้บริเวณนั้น มีบรรยากาศของความเป็นไทยได้มากเป็นการจัดดอกไม้เป็นแบบผสมผสาน สร้างสรรค์ความงามอย่างแท้จริง

2.6) การจัดดอกไม้แบบผสมผสานระหว่างทรงกลมและทรงพระจันทร์เสี้ยวที่มีขนาดพอเหมาะ การจัดดอกไม้เป็นรูปแบบต่างกัน แต่เมื่อนำมาใช้ในบริเวณเดียวกันก็ทำให้การนำไปใช้ดูกลมกลืน และสวยงามดี

2.7) การจัดดอกไม้ประดับเมรุ เป็นการสร้างความงามด้วยดอกไม้ ให้เป็นรูปทรง รูปแบบต่างๆ เพื่อต้องการเสริมแต่งให้เมรุสวยงามสะอาดตา ไม่ว่าจะป็นหัวเสา มุมเสา ระเบียงด้านบนของเมรุทั้งด้าน 4 ด้าน การประดับตกแต่งด้านล่าง ซึ่งเป็นบริเวณที่ว่างติดพื้น ซึ่งเป็นช่องว่างระหว่างบันได จัดเป็นสวนนกยูง การจัดดอกไม้เป็นต้นนกยูง เป็นศิลปะของความงามที่พิเศษกว่าการจัดดอกไม้ธรรมดา การจัดดอกไม้รูปแบบนี้ดูหรูหราและดูโอ้อ่างยิ่ง ทั้งนี้ เป็นเรื่องของความตั้งใจที่จะรังสรรค์ผลงานของศิลปิน

2.8) ในสมัยก่อนที่เผาศพอาจจะอยู่ห่างไกลทางวัด จึงได้ทำที่วางหีบศพตั้งไว้ชั่วคราว เช่น อาจระอเนื่องจากเมรุยังไม่พร้อม หรืออาจจะยังประดับตกแต่งยังไม่เสร็จเรียบร้อย

จึงได้เตรียมที่ปักไว้ให้ชั่วคราว และที่ปักหีบศพมีการตกแต่งประดับด้วยดอกไม้สดหรือดอกไม้แห้ง เป็นการสร้างบรรยากาศให้สดชื่น และไม่น่ากลัว

2.9) บนมะรุจะตั้งหีบศพไว้ตอนบน และตอนล่างเรียกว่า เชิงตะกอน เนื่องจากสมัยก่อนมีที่เผาศพอยู่กลางแจ้งในลานวัด เมื่อนำหีบไปวางที่เชิงตะกอนเพื่อเตรียมเผา เจ้าภาพมักจะประดับตกแต่งด้วยดอกไม้สด หรือแทงหยวกกล้วยที่มีลวดลายสวยงาม ส่วนที่ด้านล่างของเชิงตะกอนก็ได้ถูกจัดตกแต่งและประดับด้วยดอกไม้ให้สวย ใช้เป็นที่รองรับดอกไม้จันทน์ใช้เผาหลอกของแขกที่มาเผาศพในงาน

2.10) การจัดดอกไม้ประดับมะรุระเบียงมะรุ เป็นภาพแสดงขั้นตอนการจัดดอกไม้แบบน้ำตก

2.11) การจัดดอกไม้เป็นทรงพระจันทร์คว่ำและทรงพุ่มประดับตกแต่งราวบันไดระเบียง และเสามะรุ จะช่วยสร้างความสดชื่น และงามเด่นสะดุดตา

2.1.6 การนำดอกไม้มาใช้ในพิธีต่างๆ

2.1.6.1) เพื่อแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ

- 1) วันขึ้นปีใหม่
- 2) คล้ายวันเกิด
- 3) ขึ้นบ้านใหม่ เปิดกิจการอาคารใหม่ และอื่นๆ

2.1.6.2) ใช้ตกแต่งสถานที่

- 2.1) ประดับอาคารสถานที่
- 2.2) ประดับตกแต่งมุมห้อง
- 2.3) ตั้งโต๊ะรับแขก
- 2.4) ตั้งโต๊ะอาหาร

2.1.6.3) มอบให้เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจ

- 3.1) ให้เป็นกำลังใจแก่ผู้ที่กำลังเจ็บป่วย
- 3.2) บุคคลที่สร้างคุณประโยชน์และคุณความดีต่อชาติและสังคม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการบริหาร

รัชนี (2558) กล่าวว่า ทรัพยากรหรือปัจจัยที่นักบริหารต้องให้ความสนใจ เพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์การประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ดังต่อไปนี้

1) Men หมายถึง คน หรือ ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หรือทรัพยากรบุคคล (Personal Resources) ถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุด ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ

2) Money หมายถึง เงินทุน คือ ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ ขององค์การดำเนินไปได้

3) Material หมายถึง วัตถุดิบเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น จำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนต่ำ เพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

4) Machine หมายถึง เครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีศักยภาพที่ดีจะส่งผลถึงประสิทธิภาพการผลิตเช่นกัน

5) Method or Management หมายถึง วิธีการจัดการในองค์กรธุรกิจ ประกอบด้วยระบบการผลิตหรือระบบการให้บริการต่างๆ หากมีระบบที่ชัดเจนตลอดจนมีระเบียบขั้นตอนวิธีการต่างๆ ในการทำงาน ย่อมส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จได้ดี

ณรงค์ (2553) ได้กล่าวว่า ในทางธุรกิจมีทรัพยากรพื้นฐานที่สำคัญอยู่ 2 ลักษณะ คือ ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น เครื่องจักร เงิน วัสดุสิ่งของ และข่าวสาร ทรัพยากรมนุษย์ที่กล่าวมานี้มีรายละเอียด ดังนี้

1) คน (Man) คือ ทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญมากที่สุดที่จะสร้างความสำเร็จให้กิจกรรม มากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับคุณภาพของคนในองค์กรนั้น

2) เครื่องจักร (Machine) คือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จให้ทันเหตุการณ์ปัจจุบัน

3) เงิน (Money) คือ ทรัพยากรที่จะเอื้ออำนวยหรือสนับสนุนกิจการขององค์กรให้ดำเนินไปด้วยดี

4) วัสดุสิ่งของ (Material) คือ ทรัพยากรประเภทวัตถุดิบหรือวัสดุสิ่งของที่จะต้องจัดหามาเพื่อใช้ในการผลิต

5) ข่าวสารข้อมูล (Information) คือ ทรัพยากรที่จะช่วยให้ทราบข่าวสารความก้าวหน้าในโลกปัจจุบัน

ธงชัย (2551) กล่าวว่า ทรัพยากรการบริหาร หรือปัจจัยในการจัดการที่เป็นพื้นฐานสำคัญของผู้บริหารทุกคนใช้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของกิจการ ประกอบด้วย

1) คน (Man) คือ ทรัพยากรบุคคลที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งที่จะก่อให้เกิดผลสำเร็จแก่กิจการ ทั้งในแง่ของปริมาณงานและคุณภาพงาน

2) เงินทุน (Money) คือ ปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากรเพื่อเอื้ออำนวยให้กิจกรรมขององค์กรดำเนินไปด้วยดี ซึ่งเงินทุนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว

3) วัสดุสิ่งของ (Material) คือ วัตถุดิบและวัสดุสิ่งของต่างๆ ที่จะต้องจัดหามาเพื่อใช้ในการผลิตหรือสร้างบริการ

4) เครื่องจักร (Machine) คือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่ากับที่ลงทุนไป

5) ข่าวสารข้อมูล (Information) คือ ทรัพยากรที่จะช่วยให้ทราบข่าวสารความก้าวหน้าในโลกปัจจุบัน

กิตติ (2553) กล่าวว่า ปัจจัยในการผลิต แบ่งออกได้เป็น 6 ปัจจัย หรือ 6 M ดังนี้

1) Man หมายถึง บุคลากร คือ ผู้ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับระบบงาน หรือ หมายถึง คนทุกคนที่เกี่ยวข้องกับระบบนั่นเอง อาจจะไปประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับต่างๆ ซึ่งจะมีทั้งผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติงาน และอาจประกอบด้วยนักวิชาการในระดับต่างๆ แต่จะนับรวมลูกจ้างหรือผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญไม่น้อยของระบบด้วยหรือไม่ ก็ย่อมสุดแล้วแต่นักวิชาการทางด้านบริหารระบบจะตัดสินใจ

2) Money หมายถึง เงินหรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบ เช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับ

รายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

3) Material หมายถึง ตัวสินค้า หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบไม่น้อย ปัญหาในเรื่อง Material หรือสินค้า และวัสดุนี้มี 2 ประการใหญ่ๆ

3.1) ประการแรก เป็นการขาดแคลนวัสดุ เช่น การขาดวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ก็จะทำให้ไม่มีสินค้าสำหรับขาย ผลก็คือ การขาดทุน

3.2) ประการที่สอง คือ การมีวัตถุดิบมากเกินไปเกินความต้องการ เช่น มีสินค้าที่จำหน่าย หรือขายไม่ออกมากเกินไป ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบทำให้เกิดการขาดทุนเช่นเดียวกันนั่นเอง

4) Machine หมายถึง เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงาน หรือในสำนักงาน ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สร้างปัญหาให้กับระบบอย่างสำคัญประการหนึ่ง เหมือนกันปัญหาที่ทำให้ได้กำไร หรือขาดทุนมากที่สุดของธุรกิจมักเกิดจากเครื่องจักรและอุปกรณ์การทำงานเป็นส่วนใหญ่ เช่น เครื่องมีกำลังผลิตไม่พอ เครื่องเก่า หรือเป็นเครื่องที่ล้าสมัยทำให้ต้องเสียค่าซ่อมบำรุงสูง มีกำลังผลิตน้อย ประสิทธิภาพในการทำงานต่ำ แต่ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง หรือค่าทำงานที่ล่าช้า ทำงานไม่ทันตามเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้เกิดความเสียหายและขาดรายได้ หรือขาดทุน เป็นต้น

5) Management หมายถึง การบริหารระบบ ซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ทำให้ระบบเกิดปัญหา เพราะการบริหารที่ไม่ดี หรือการบริหารที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม หรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ต่อสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ที่เรียกกันว่าไม่เป็นไปตามโลกาวัตร หรือการได้ผู้บริหารที่ไม่มีประสิทธิภาพมาบริหารงาน ซึ่งส่วนมากมักเกิดขึ้นในระบบราชการ สำหรับระบบทางธุรกิจของเอกชนจะถือว่า การบริหารงานเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด เพราะถ้าการบริหารไม่ดีแล้ว ธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้ กิจการต้องล้มเลิกไปในที่สุด

6) Morale หมายถึง ขวัญและกำลังใจของบุคคลในระบบ หรือหมายถึง ค่านิยมของคนที่มีต่อระบบ หรือต่อองค์กรมากกว่า ซึ่งเป็นค่านิยมของคนในระบบที่มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นค่านิยมของผู้บริโภคหรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้ระบบอยู่รอด และกระตุ้นจิตใจด้วยวิธีต่างๆ ก็มีจุดมุ่งหมายในสิ่งนี้ ระบบที่ขาดค่านิยม หรือขาดความเชื่อมั่นของบุคคล ระบบนั้นก็มักจะอยู่ต่อไปไม่ได้ จะต้องประสบกับความล้มเหลวในที่สุด

ศศิประภา (2554) กล่าวว่า ปัจจัยที่นักบริหารต้องให้ความสนใจ เพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ดังต่อไปนี้

1) การบริหารการตลาด (Marketing Management) หมายถึง การจัดการวางแผน การจัดการองค์การ การประสานงานและบริหาร เพื่อให้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์ หรือบริการนำเสนอ ออกมาขายแก่ลูกค้า เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ ซึ่งเน้นในด้านสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย และให้เกิดความพอใจด้วย

2) การบริหารการผลิต (Production Management) หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างรายได้ และการดำรงอยู่ของธุรกิจ โดยเป็นกระบวนการแปรรูป ปัจจัย

นำเข้า เช่น แรงงาน วัตถุดิบ และพลังงาน ให้กลายเป็นผลลัพธ์ในรูปของสินค้าและบริการ โดยทั้งสินค้าและบริการต่างมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันหลายประการ

3) การบริหารบุคคล (Personnel Management) หมายถึง ศิลปะในการสรรหา และคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงานในองค์กร มอบหมายงาน พัฒนาบุคคลและการจัดระเบียบและดูแลบุคคลให้ทำงาน เพื่อให้บุคคลใช้ประโยชน์และความรู้ ความสามารถของแต่ละคนให้มากที่สุด ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพของผลผลิตหรือบริการขององค์กรเป็นสำคัญ

4) การบริหารการเงิน (Financial Management) หมายถึง การควบคุม ตรวจสอบ ฐานะ ปริมาณของทรัพย์สินหมุนเร็ว และหนี้สินหมุนเร็ว การจัดสรรเงินลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันต้องจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่างๆ ให้สอดคล้องกับการลงทุนและได้มาในราคาถูก หรือเสียต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทได้รับผลประโยชน์สูงสุด

ธนาศักดิ์ (2552) องค์กรประกอบของธุรกิจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน/บัญชี/ทุน/สัดส่วนผู้ถือหุ้น ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่ผู้บริหารจะนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกห้องพัก ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในทุกด้านและประยุกต์ผลการวิจัยไปปรับใช้กับกิจการ เพื่อให้กิจการบรรลุเป้าหมายต่อไป

1) ด้านบุคลากร งานในด้านบุคลากรเป็นงานที่มีความสำคัญกับธุรกิจทุกประเภท ซึ่งงานด้านบุคคล หรือเรียกว่า “การบริหารทรัพยากรมนุษย์” คือการใช้กลยุทธ์เชิงรุกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดในองค์กร นั่นคือบุคคลที่ทำงานทั้งกรณีทำงานรวมกันและกรณีที่ทำงานคนเดียวเพื่อบรรลุเป้าหมายในการประกอบธุรกิจใดๆ

2) ด้านการเงิน/บัญชี/ทุน/สัดส่วนผู้ถือหุ้น หลักใหญ่ๆ ก็คือ เป็นแหล่งข้อมูลของธุรกิจที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปของธุรกิจ เช่น ผู้เป็นเจ้าของกับพนักงานหรือเจ้าของธุรกิจกับผู้ลงทุน เจ้าหนี้ หรือธนาคารที่จะพิจารณาให้สินเชื่อหรือแม้กระทั่งการสื่อความหมายระหว่างธุรกิจด้วยกันเอง ดังนั้นข้อมูลทางการบัญชีจึงมีความสำคัญ

3) ด้านการตลาด เป็นระบบกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบริโภคปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ช่วยให้องค์กรธุรกิจดำเนินงานอย่างปลอดภัย บริษัทที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นบริษัทที่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงานทางการตลาดของตนเองให้กับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้

4) ด้านการบริหารจัดการ เป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งเป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือการสร้างกำไร การบริหารจัดการจึงเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

2.3.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ตรีบุช (2550) ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) หมายถึง บุคคลที่ยอมรับความเสี่ยงตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมาเพื่อหวังผลกำไร

ธนยศ (2557) ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังผลกำไร

2.3.2 คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ

ชุตินา (2553) กล่าวว่า คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีลักษณะหลายประการประกอบกัน ดังนี้

1) ความกล้าเสี่ยง ผู้ประกอบการจะทำการเสี่ยงในการดำเนินกิจการอย่างรู้วาม แต่จะดำเนินงานอย่างระมัดระวัง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2) ต้องการมุ่งความสำเร็จ จุดมุ่งหมายทางธุรกิจมีได้อยู่ที่ทำให้กำไร แต่จะทำการขยายความเจริญเติบโตของกิจการ กำไรเป็นเพียงเครื่องสะท้อนว่าจะทำได้ ผู้ประกอบการไม่เพียงสนใจที่ผลบรรลุเป้าหมาย แต่จะสนใจวิธีการของขบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย

3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการคิดหรือมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ ที่จะนำเอาแนวคิดที่ดีมาเสริมสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ทำสิ่งที่ถูกต้องก่อนคนอื่นเสมอ จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

4) รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย โดยมีการวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่เป้าหมาย เตรียมป้องกันที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลว แต่ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวัง มุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จมองเห็นอนาคต

5) ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้วยังต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ให้ร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงานเต็มใจปฏิบัติงานที่วางไว้

6) ยืนหยัดต่อสู้งานหนัก เมื่อพิจารณาประกอบแล้วตั้งเป้าหมาย พยายามทำงานหนัก ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ยากที่จะหยุดยั้งหรือท้อแท้ได้ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคกดดันอย่างใหญ่หลวง ก็ไม่สามารถหยุดยั้งได้ ขอเพียงให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จเท่านั้น

7) เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นการมองในอดีตที่เคยทำผิดพลาดนำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงานที่ดีกว่าเดิม

8) มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี มีลักษณะเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานกับคนหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไป

9) มีความเชื่อมั่นตนเอง ผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อในตนเองสูง มีความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถเพียงพอที่จะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ และพยายามหาข้อมูลเหตุผลสนับสนุนแนวความคิดก่อนตัดสินใจ

10) มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล เป็นผู้มีประสบการณ์สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำ และพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11) มีความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการมีความรู้สึกรู้ว่ามีความรับผิดชอบสูงสุดต่อผลลัพธ์ กิจกรรมซึ่งจะดำเนินงานด้วยตนเอง ควบคุมดูแลทรัพยากรทั้งที่เป็นวัตถุดิบและบุคลากรด้วยตนเอง และพร้อมที่จะดำเนินการไปตามที่เห็นสมควร

12) มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานสูงกว่าบุคคลทั่วไป ผู้ประกอบการเป็นผู้ทำงานตลอดเวลา รับผิดชอบงานทุกอย่าง ทั้งทางงาน ทางด้านความคิดและงานปฏิบัติ

13) ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม ถึงแม้จะเชี่ยวชาญในการผลิต แต่ความรู้และประสบการณ์อย่างอื่น หรือที่มีอยู่ไม่เพียงพอก็ต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอด โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้อวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

14) กล้าตัดสินใจและมีความมุ่งมั่นพยายาม กล้าตัดสินใจมีความหนักแน่นไม่หวาดหวั่น เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักสู้ ความมุ่งมั่นพยายาม เป็นการทุ่มเทชีวิตจิตใจแข่งขันกับเวลาขวนขวายหาทางแก้ปัญหา อุปสรรคจนสามารถบรรลุความสำเร็จ

15) อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น ผู้ประกอบการที่เพิ่มเริ่มทำธุรกิจ มักใช้น้ำพักน้ำแรงที่มาจากตนเองถึงมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้าน ลูกน้องทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตน เพื่อให้งานสำเร็จบางครั้งเข้าไปควบคุมกำกับอย่างใกล้ชิด ทำให้ดูเหมือนว่าไม่ไว้ใจผู้ร่วมงานแต่หวังเพียงความสำเร็จ

16) มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก ผู้ประกอบการจะต้องถึงอนาคตด้วยการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ แต่มุ่งทำปัจจุบันให้สำเร็จ ไม่ต้องไปกังวลอย่างอื่นจนทำอะไรไม่ได้

17) สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม ต้องเชื่อมั่นในความสามารถของตนที่จะปรับตัวเองให้เป็นไปตามความต้องการของสภาพแวดล้อมมากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามที่ควบคุมไม่ได้

18) ทำอะไรเกินตัวคือความล้มเหลว ผู้ประกอบการจะต้องรู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินตัวเกินความสามารถ จะได้ไม่ประสบความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ

19) ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกันจะต้องไม่พยายามทำธุรกิจให้เกิดคู่แข่ง แต่ต้องดำเนินให้เกิดเพียงคู่แข่งอย่างเดียวกัน เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด

20) ประหยัดเพื่ออนาคต ผู้ประกอบการจะต้องมีการประหยัด อดออมไว้กินหวานเพื่ออนาคตข้างหน้า

21) มีความซื่อสัตย์ ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและต้องสร้าง ความเชื่อถือของตัวเอง

2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกธุรกิจ

2.3.3.1) ทำในสิ่งที่ชอบ มนุษย์เราใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตไปกับการทำงาน หากเลือกงานที่ชอบได้จะทุ่มเททุกอย่างให้กับงาน ดังความหวังที่จะเห็นความสำเร็จที่เกิดขึ้น โดยทุ่มเทให้กับงานและทำงานอย่างมีความสุข แต่ถ้าหากทำในสิ่งที่ไม่ชอบ ก็จะเป็นการฝืนใจ ทุ่มเทให้อย่างเต็มตัว ผลสุดท้ายเกิดความเบื่อหน่ายและเลิกกันไป ดังจะเห็นได้จากหลายคนที่ชอบเปลี่ยนงานบ่อยมาก เป็นเพราะเริ่มต้นธุรกิจโดยไม่ได้พิจารณาไตร่ตรองให้รอบคอบว่าสิ่งที่ทำนั้นมีความชอบและสนใจหรือไม่

2.3.3.2) สนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อตัดสินใจว่าจะเลือกทำธุรกิจอะไร แต่สิ่งที่สำคัญที่จะมองข้ามเสียมิได้คือ ตลาด หรือความต้องการของผู้บริโภค มีนักธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ทำการธุรกิจแล้วไม่ประสบความสำเร็จทั้งที่บุคคลเหล่านั้นมีความรู้และประสบการณ์ด้านการผลิตเป็นอย่างดี แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ไม่ใส่ใจความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นจุดสำคัญขั้นต้นที่จะมองข้ามไม่ได้ ส่วนใหญ่ผู้ลงทุนมักจะให้ความสนใจกับการผลิต แม้ว่าจะมีความสามารถในการผลิตสักเพียงใด และมีทุนดำเนินการอย่างต่อเนื่องไม่ติดขัดหากไม่มีลูกค้าเพียงพอ ธุรกิจยืนอยู่ไม่ได้

2.3.3.3) การลงทุนเกี่ยวข้องกับวัฏจักรของธุรกิจ จังหวะเวลาเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สินค้าบางชนิดกว่าที่ตลาดจะรู้จักและยอมรับต้องใช้เวลาช้านานนับสิบปี แต่สินค้าบางชนิดใช้เวลาภายในระยะสั้นก็เป็นที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์ที่มีวงจรชีวิตนับตั้งแต่ผลิตภัณฑ์เริ่มออกสู่ตลาดจนกระทั่งตลาดหมดความนิยม ในแต่ละขั้นก็จะประสบกับปัญหาต่างๆ ทางด้านการแข่งขันที่แตกต่างกัน การพิจารณาชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้เกิดความสำเร็จได้ ดังนั้นวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ได้แก่ ขั้นแนะนำสินค้าออกสู่ตลาด ขั้นเจริญเติบโต หรือขั้นการขยายตัวของตลาด ขั้นเจริญสูงสุด ขั้นอิ่มตัว ขั้นตลาดตกต่ำ

2.3.3.4) การมีความชำนาญเฉพาะด้าน การมีความชำนาญในสิ่งนั้นแล้วมาทำธุรกิจย่อมทำให้เกิดความมั่นใจในการลงทุน มีความเสี่ยงต่ำกว่าคนที่ไม่มีความชำนาญและไม่สามารถทำถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะไม่ชำนาญในทุกๆ ด้าน แต่มีด้านหนึ่งที่ชำนาญกว่าคนอื่น ก็จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ได้เร็วกว่า เพราะมีฐานความรู้และประสบการณ์อยู่แล้ว เมื่อทำงานไปได้ระยะหนึ่งสามารถเรียนรู้ได้เร็วกว่าคนอื่น ไม่ต้องไปควานหาทำให้เสียเวลาในการลองผิดลองถูก ความเสี่ยงก็ย่อมมีน้อยกว่าคนที่ไม่มีความชำนาญ และเมื่อทำธุรกิจไปได้ระยะหนึ่งประสบการณ์ก็เพิ่มพูนมากขึ้น

2.3.3.5) การต่อยอดธุรกิจ ต้องพิจารณาดูว่าเป็นธุรกิจที่คนทั่วไปทำอยู่ แต่ผลิตภัณฑ์นั้นยังมีข้อบกพร่องมีวิธีการมองอย่างที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นดีขึ้น หรือมองหาจุดที่คุณพอมีความรู้และมีหนทางที่จะนำผลิตภัณฑ์เดิมไปพัฒนาไปไม่จำเป็นต้องไปเริ่มต้นธุรกิจจากศูนย์ เพียงแต่พัฒนาปรับปรุงให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี หรือมีประสิทธิภาพในการใช้งานคงทนยิ่งขึ้น

2.3.3.6) การรับช่วงการผลิต มีธุรกิจหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อม ที่ต้องพึ่งพาอาศัยแหล่งอื่นช่วยผลิต โดยตนเองไม่สามารถผลิตได้ทั้งหมด ทุกขั้นตอน ส่วนใหญ่โครงการจะทำเฉพาะที่เป็นงานหลักๆ การที่จะลงทุนอย่างเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า ซึ่งอาจไม่มีความชำนาญเท่ากับผู้ที่เคยทำอยู่หรืออาจทำได้แต่ต้นทุนสูงกว่า ดังนั้นสู้ให้คนอื่นทำแล้วเราเป็นผู้นำมาประกอบต่อจะคุ้มค่ากว่า เป็นการแบ่งงานกันทำตามความถนัดของแต่ละคน (ธนยศ, 2557)

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปากคลองตลาด

2.4.1 ความเป็นมาของตลาดปากคลองตลาด

ในอดีตประเทศไทยในสมัยยังเป็นอาณาจักรสยามในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 และในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยในหลายด้าน ทั้งนี้เพื่อให้มีความทันสมัยทัดเทียมตามแบบอย่างชาวตะวันตก และที่สำคัญเพื่อให้หลุดพ้นจากการเป็นเมืองขึ้น (ศูนย์ข้อมูลรัตนโกสินทร์ , 2561)

ในเขตพระนคร สภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปมาก มีการขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้นกว่าเดิม มีการขุดลอกคลองและตัดถนนสายใหม่ๆ ขึ้นอีกหลายสาย อีกทั้งมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรทำให้เกิดชุมชนใหม่ๆ รวมทั้งมีตลาดสดเกิดขึ้นอีกหลายแห่ง แต่ก็ยังคงเป็นไปอย่างเชื่องช้า ไม่ทันกับการเพิ่มของจำนวนประชากร โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ตลาดสดในแหล่งชุมชนดั้งเดิมมีความแออัดมากยิ่งขึ้น เพราะขนาดของตลาดเดิมนั้นไม่เพียงพอที่จะสามารถรองรับการขยายตัวทางการค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วได้ โดยเฉพาะแหล่งตลาดสดที่ริมกำแพงวัดโพธิ์ (ท่าเตียน) และท่าโรงโม่ มีพ่อค้าแม่ค้าขายผักสด ผลไม้ ดอกไม้ต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งมีการสร้างที่พักเพิ่มขึ้นในบริเวณดังกล่าวด้วย เป็นเหตุให้บริเวณพระอารามหลวงที่เก่าแก่เป็นที่เคารพสักการะของคนไทยทั้งมวลไม่งดงามและไม่สะดวกในการที่ประชาชนจะเข้าไปสักการบูชา อีกทั้งสถานที่นี้ยังเป็นสถานที่ที่ชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมกันอยู่เป็นประจำ แต่เมื่อมีแต่ความสกปรกไม่เป็นระเบียบ จึงเป็นการทำลายทัศนียภาพและความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่ลงไป ครั้งทางการจะไล่ที่ไม่ให้มีการค้าขาย พ่อค้าแม่ค้าก็จะเดือดร้อนเพราะไม่มีสถานที่รองรับไว้

ปี พ.ศ. 2496 จอมพล ป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีสมัยนั้นได้ลงมติจัดตั้งองค์การตลาดขึ้นที่ปากคลองตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตลาดสาธารณะที่ถูกลุกลักขโมยและทันสมัยตลอดทั้งจัดส่งการผลิตโภคภัณฑ์ให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน และจัดรถขนส่งไปสู่ตลาดให้เป็นไปโดยสะดวก จากนั้นจึงย้ายพ่อค้าแม่ค้าที่ค้าขายสินค้าทั้งผัก ผลไม้และดอกไม้ต่างๆ อยู่ที่ริมกำแพงวัดโพธิ์ (ท่าเตียน) และท่าโรงโม่มาขาย ณ องค์การตลาดแห่งนี้ ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. 2496 สังกัดกระทรวงมหาดไทย อีกทั้งยังย้ายคลองผักสด กรมภูธรเรศ (ตลาดเก่า) มารวมอยู่ด้วยเพราะทำเลที่ตั้งเหมาะสม การคมนาคมสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ

เมื่อเริ่มการก่อตั้งองค์การตลาด ซึ่งอยู่ในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงมหาดไทย แต่เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ได้มีหน้าที่โดยตรงในการบริหารด้านนี้ อีกทั้งเป็นระยะเริ่มต้นของการดำเนินงานกิจการขององค์การตลาด จึงยังไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร จึงได้โอนกิจการให้กับกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในเป็นผู้ดำเนินการ เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2501 เพราะเห็นว่ากรมการค้าภายในมีหน้าที่เกี่ยวกับการค้าโดยตรงอยู่แล้ว อาจช่วยทำให้กิจการขององค์การตลาดดำเนินไปด้วยดี

24 มกราคม 2505 องค์การตลาดได้ย้ายกลับมาสังกัดกระทรวงมหาดไทยอีกครั้ง และกิจการดำเนินไปด้วยดีตลอดมา จากนั้นจึงได้มีตลาดเอกชนเกิดขึ้นอีก 2 ตลาดในบริเวณใกล้เคียงกัน นั่นคือ ตลาดยอดพิมาร และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย จนถึงปัจจุบันนี้

ก่อนที่จะมีบริเวณที่เรียกกันว่าย่านปากคลองตลาดเกิดขึ้นนั้น ในจดหมายเหตุโร กล่าวไว้ว่า คลองตลาดนี้ในสมัยกรุงธนบุรี เรียกว่า “คลองใน” ขุดเมื่อปีมะโรง พ.ศ. 2315 ครั้งต่อมา ในรัชการที่ 5 ได้เรียกชื่อว่า “ตะพานปลา” ตำบลคลองหลอดตลาดใหม่ ต่อมาใน รศ. 112 กระทรวงการคลังมหาสมบัติ มีประกาศยกเลิกว่า “ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม รัตนโกสินทร์ ศก. 111 นี้ ไป ให้คงมีตะพานปลา แต่เพียงที่ตำบลวัวลำพองแห่งเดียว ให้ราษฎรลูกค้า ผู้ซึ่งเคยบรรทุกปลา มาขายที่ตะพานปลา ตำบลคลองหลอดตลาดใหม่ นำเรือปลาไปจอดขึ้นท่าตะพานปลา ตำบลวัวลำพอง แต่ก็ยังมีคนเรียกว่า “คลองตลาด” จนถึงทุกวันนี้” และคลองหลอดที่แท้จริงคือ คลองจากวัดบูรณศิริหรือมาตยารามไปออกวัดมหารธรรมพาราม และวัดเทพธิดาราม และอีกสายหนึ่งจากวัดราชบพิธไปออกสะพานถ่าน ทั้งสองคลองนี้เป็นคลองหลอดที่แท้จริง

ส่วนคลองคูเดิม คือ คลองที่เข้าใจผิดและเรียกกันว่าคลองหลอดคลองนี้จะเริ่มต้นตั้งแต่ปากคลองใต้สะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้าฯ ฝั่งตะวันออก ผ่านหน้าโรงละครแห่งชาติผ่านกรมสรรพากร กรมประชาสัมพันธ์ ไปโผล่ผ่านมาทางแม่พระธรณีบีบมวยผม กระทรวงยุติธรรม กระทรวงกลาโหม กรมแผนที่กระทรวงมหาดไทย กรมรักษาดินแดน กรมที่ดิน มาออกแม่น้ำเจ้าพระยาตรงที่เรียกว่า “ปากคลองตลาด”

หลังจากที่เกิดไฟไหม้บริเวณหลังวัดพระเชตุพนในสมัยรัชกาลที่ 4 (พ.ศ. 2400) ทางราชการต้องการทำเลที่ตั้งของตลาดให้อยู่ในบริเวณที่ริมแม่น้ำเพื่อรับสินค้าหลักประเภทผักและผลไม้ ซึ่งมาจากสวนฝั่งธนบุรี เนื่องจากเป็นสินค้าหลักของปากคลองตลาดตั้งแต่เริ่มก่อตั้งตลาดมา 30 กว่าปี (แต่ตลาดส่งเสริมเกษตรกรไทย เริ่มกิจการมาประมาณ 10 ปี) สินค้าหลักก็คือ ผัก ผลไม้ และดอกไม้ จะขนส่งมาจากสวนแถวฝั่งธนบุรีเป็นหลัก การขนส่งจะใช้บริการท่าเรือด้านหลังตลาดเท่านั้น ทำให้สะดวกต่อการขนส่งมาก ส่วนด้านถนนจักรเพชรนั้นจะใช้เฉพาะการขนส่งสำหรับผู้บริโภคเท่านั้น แต่ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย สินค้าผักและผลไม้ ไม่ได้มาจากบริเวณสวนฝั่งธนบุรีเป็นส่วนใหญ่อีกแล้ว แต่มาจากแหล่งต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยการขนส่งทางบกเป็นส่วนใหญ่ ในสมัยรัชกาลที่ 4 ถนนได้เข้ามามีบทบาทแทนแม่น้ำลำคลองมากขึ้นทุกปี ตลาดและร้านค้าจึงปรากฏหนาแน่นตามริมถนนและกระจุกตัวเป็นย่านการค้าที่สำคัญ ดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้เราจะสังเกตได้ว่า ตลาดต่างๆ ที่มีอยู่ทั่วไปในกรุงเทพฯ ถ้าเป็นตลาดเก่าแก่หรือตลาดประจำท้องถิ่นในเขตนั่นๆ แล้ว มักจะตั้งอยู่ใกล้ริมแม่น้ำ หรือลำคลอง และมีถนนผ่านด้านหน้าหรือด้านข้าง ทั้งนี้เพื่อสะดวกในการขนส่งทางเรือ และทางรถยนต์ เป็นการเชื่อมต่อความสัมพันธ์ที่มีมาแต่ครั้งอดีต ควบคู่กับปัจจุบันคือการค้าขายได้ทั้งตลาดน้ำด้านหลังตลาด และตลาดบกบนถนนหน้าตลาดที่พบเห็นทั่วไป เช่น ตลาดปากคลองตลาด ตลาดท่าเตียน ตลาดเทเวศร์ และตลาดคลองเตย เป็นต้น (โสภิตา, 2554)

2.4.2 ลักษณะทางกายภาพ

ประกอบด้วยธุรกิจ 2 กลุ่ม คั่นกลางด้วยถนนจักรเพชร ตอนเหนือเป็นกลุ่มตลาด ส่งเสริมเกษตรกรไทย ซึ่งเป็นของบริษัทส่งเสริมเกษตรกรไทย จำกัด ซึ่งมีทิศเหนือจรดบริเวณบ้านหม้อ ด้านทิศตะวันออกติดถนนบ้านหม้อ ด้านทิศตะวันตกติดถนนอัษฎางค์ และทิศใต้ติดกับถนนจักรเพชร ส่วนกลุ่มทางใต้ประกอบด้วยตลาด 3 แห่ง คือ

ตลาดปากคลองตลาด (ตลาดองค์การ) สังกัดองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย ทิศเหนือจรดถนนจักรเพชร ทิศตะวันตกจรดซอยประตูน้ำ ทิศตะวันออกจรดซอยท่ากลาง ทิศใต้จรดแม่น้ำเจ้าพระยา

ตลาดยอดพิมาน เป็นตลาดของเอกชน ทิศเหนือจรดถนนจักรเพชร ทิศตะวันออกจรด ซอยท่าโรงยา ทิศตะวันตกจรดซอยท่ากลาง และทิศใต้จรดแม่น้ำเจ้าพระยา

ตลาดสะพานพุทธหรือตลาดเอ็มไพร์ เป็นตลาดของเอกชน ทิศเหนือจรดถนน จักรเพชร ทิศตะวันออกจรดซอยสะพานพุทธ ทิศตะวันตกจรดซอยท่าโรงยา และทิศใต้จรดแม่น้ำ เจ้าพระยา

ตลาดทั้งสามแห่งจะมีสำนักงานที่ดูแลเฉพาะ ตลาดแต่ละแห่งแยกจากกัน แต่เมื่อนับ รวมเข้าเป็นกลุ่มเดียวกันแล้ว จะเป็นตลาดที่เป็นศูนย์กลางขนาดใหญ่ของการค้าประเภทผักสด ผลไม้ ดอกไม้ และมีการค้าซึ่งเอื้ออำนวยกันและกัน ธรรมชาติของการค้าและการบริการคล้ายคลึงกัน คือ ส่วนใหญ่จะขายแบบแผงทั้งในตลาดและบริเวณนอกตลาด เป็นกลุ่มตลาดที่มีปริมาณของแผงขายมาก ที่สุดในกรุงเทพมหานครแห่งหนึ่ง (นฤมล, 2554)

2.4.3 กลุ่มตลาดย่านปากคลองตลาด

2.4.3.1) ตลาดยอดพิมาน เป็นตลาดของเอกชนตั้งอยู่ในเขตพระนครระหว่างจักร เพชรและแม่น้ำเจ้าพระยา โดยด้านหน้าเป็นถนนจักรเพชร ด้านซ้ายติดซอยท่าโรงยา ด้านขวาติดซอย ท่ากลาง และด้านหลังติดท่าสินค้าจากแม่น้ำเจ้าพระยา มีพื้นที่ที่ทำการค้าแยกเป็นพื้นที่ภายในตลาด โดยกำหนดเอาบริเวณตัวอาคารตลาดตรงกลางและตึกแถวที่หันหน้าเข้าหาตัวอาคารตลาดและพื้นที่ ภายนอกตลาด โดยกำหนดเอาบริเวณตึกแถวที่ล้อมตัวอาคารอยู่และหันหน้าออกด้านนอก สินค้าที่ จำหน่ายส่วนใหญ่ ได้แก่ สินค้าจำพวกผักสด ผลไม้ และดอกไม้ โดยตลาดจะเก็บค่าเช่าแผงอย่างเดียว ผู้ดูแลตลาดพบว่า มีจำนวนแผง 2,000 แผง (องค์การตลาดปากคลองตลาด) ปัจจุบันได้มีการต่อเติม พัฒนาพื้นที่ในตลาดยอดพิมาน เช่น การเทพื้นเพื่อหนูนพื้นที่ไม่ให้น้ำขังเวลาฝนตก

2.4.3.2) ตลาดส่งเสริมเกษตรกรไทย ตั้งอยู่ในเขตพระนคร เป็นตลาดของเอกชนของ บริษัทส่งเสริมเกษตรกรไทย จำกัด เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ พ.ศ. 2516 มีจำนวนแผง 372 แผง และเป็น ตลาดที่มีถนนล้อมรอบทุกด้าน โดยหันหน้าสู่ถนนจักรเพชร ด้านซ้ายติดถนนบ้านหม้อ ด้านขวาติด ถนนอัษฎางค์ และด้านหลังติดซอย ตลาดนี้อยู่ตรงข้ามกับตลาดยอดพิมาน ตลาดปากคลองตลาด และตลาดสะพานพุทธ (ตลาดเอ็มไพร์) โดยมีถนนจักรเพชรกั้น มีพื้นที่ทำการค้าทั้งภายในและ ภายนอกตลาด สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผักสด ดอกไม้สำเร็จรูป ดอกไม้สด ดอกไม้พลาสติกไว้ใช้ งานมงคล และงานศพ บริเวณตลาดมีหลังคาคลุมแยกเป็น 2 อาคาร บริเวณภายนอกตลาดที่ติดกับ ถนนจักรเพชรจะขายดอกไม้สดและไม้ประดับเป็นส่วนใหญ่ ช่วงเวลากลางคืนจะเป็นช่วงที่ผู้ซื้อดอกไม้ มาซื้อกันเป็นส่วนมาก

2.4.3.3) ตลาดปากคลองตลาด (ตลาดองค์การ) เป็นตลาดที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การตลาด พ.ศ. 2496 มีจำนวนแผง 1,400 แผง สังกัดองค์การตลาดกระทรวงมหาดไทย มีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่าตลาดกลางผักและผลไม้ขององค์การตลาด ตั้งอยู่ในเขตพระนคร ทิศเหนือจรดถนนจักรเพชร ทิศตะวันตกจรดซอยประตูน้ำ ทิศตะวันออกจรดซอยท่ากลาง และทิศใต้จรดแม่น้ำเจ้าพระยา สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่ ได้แก่ ผักสด และผลไม้ โดยตลาดจะเก็บค่าเช่าแผง และบริการขนส่งสินค้าเข้าแผงด้วย ซึ่งผู้เช่าแผงต้องแจ้งกรมกรขององค์การตลาดเท่านั้น แต่หากเป็นการขนส่งไปที่รถบรรทุกของผู้ซื้อจะแจ้งกรมกรอิสระทั่วไปก็ได้

2.4.3.4) ตลาดสะพานพุทธ หรือตลาดเอ็มไพร์ เป็นตลาดเอกชนตั้งอยู่ในเขตพระนคร ทิศเหนือจรดถนนจักรเพชร ทิศตะวันตกจรดซอยท่าโรงยา ทิศตะวันออกจรดสะพานพุทธ และทิศใต้จรดแม่น้ำเจ้าพระยา สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่ ได้แก่ ผักสด และผลไม้ ที่เน้นขายส่งเป็นส่วนใหญ่ โดยตลาด จะเก็บค่าเช่าแผงอย่างเดียว

สินค้าหลักของตลาดทั้ง 4 แห่ง คือ ผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ ผัก ผลไม้ และดอกไม้ ดำเนินการซื้อ-ขาย อยู่ที่ตลาดปากคลองตลาด นอกจากนี้ผู้ประกอบการค้าจะได้ดอกไม้ที่มาจากแหล่งหรือย่านที่เพาะปลูกเป็นหลักแล้ว ผู้ประกอบการก็ยังสามารถได้ผัก ผลไม้ และดอกไม้มาจากวิธีการต่างๆ ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการค้าจะรับซื้อผัก ผลไม้ และดอกไม้ อยู่ที่ตลาดปากคลองตลาด โดยชาวสวนที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงกับตลาดปากคลองตลาด และมีการคมนาคมสะดวก จะมาซื้อขาย และส่งดอกไม้เองโดยตรง โดยไม่ผ่านคนกลางคือ พ่อค้าท้องถิ่น หรือนายหน้า
- 2) ผู้ประกอบการไปรับ-ซื้อ โดยตรงจากชาวสวน จากพ่อค้าท้องถิ่น
- 3) ผู้ประกอบการในระดับต่างๆ ได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก พ่อค้าท้องถิ่น นายหน้าจะมีสวนผัก ผลไม้ และดอกไม้ของตนเอง และบางรายก็เข้าห็นปลูกผัก ผลไม้ และดอกไม้กับเจ้าของสวน ทำให้มีสินค้าออกมาขายได้ตลอด
- 4) ผู้ประกอบการค้าได้สินค้า ผัก ผลไม้ และดอกไม้ มาจากพ่อค้าท้องถิ่น นายหน้าหรือตัวแทนผัก ผลไม้และดอกไม้ในประเทศและต่างประเทศ ส่งผัก ผลไม้และดอกไม้นอกมาขายที่ปากคลองและต่างจังหวัดได้ทุกฤดูกาล
- 5) ผู้ประกอบการใช้วิธีผูกพันชาวสวน (ให้กู้ยืมเงิน) ให้ส่งผัก ผลไม้และดอกไม้มาขายให้ตน โดยหักคืนเงินชำระหนี้กัน และเงินที่เหลือจากการใช้หนี้ นี้ จึงจะเป็นรายได้ของชาวสวน (โสภิตา, 2554)

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ดอกไม้ประดิษฐ์หมดยุคทองของไทยแล้วหรือ ผลการวิจัยพบว่า ภาวะอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยในปัจจุบันประสบภาวะถดถอย เป็นผลสืบเนื่องมาจากต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้นทั้งวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าขนส่ง ทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดโลกลดลง และเสียเปรียบคู่แข่งสำคัญคือ จีนที่มีต้นทุนแรงงานต่ำและเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ของสำหรับสินค้ากลุ่มนี้ในตลาดโลก โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นทั้งผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลกและตลาดหลักของสินค้าดอกไม้ประดิษฐ์ของ

ไทยมาโดยตลอด ที่ผู้ประกอบการไทยควรหันมาให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการต้นทุนอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อลดเปอร์เซ็นต์การสูญเสียวัตถุดิบควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้ได้ปริมาณที่เพียงพอ เพื่อลดการพึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างประเทศ เพราะเมื่อพิจารณาโครงสร้างต้นทุนการผลิตของดอกไม้ประดิษฐ์ พบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่คือ ต้นทุนวัตถุดิบในสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของต้นทุนการผลิตรวม และในส่วนของตลาดนั้น ผู้ประกอบการควรต้องรู้ช่องทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงติดตามความเคลื่อนไหวของความต้องการอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งขยายตลาดไปสู่กลุ่มประเทศที่ให้ความสำคัญของความประณีตและคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา อย่างเช่น กลุ่มประเทศในยุโรป ไม่ว่าจะเป็นสหราชอาณาจักร เยอรมนี สเปน และไอร์แลนด์ เป็นต้น มากขึ้น ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน ควรจะต้องร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการเสริมสร้างศักยภาพทั้งในด้านการผลิตและการตลาด เพื่อสร้างโอกาสในการขยายส่วนแบ่งตลาดดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยในตลาดโลกในลักษณะที่ยั่งยืน อันจะนำมาซึ่งความเป็นไปได้ในการเข้าใกล้ยุคทองของสินค้ากลุ่มนี้ของไทยในโลก เช่นในอดีตที่ผ่านมา

จิตตินต์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาสภาพ และปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตดอกไม้ / ใบไม้ / ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการลงทุนในธุรกิจส่วนใหญ่เป็นคนไทยทั้งหมด สถานประกอบการขนาดเล็ก ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา และผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นดอกไม้ประดิษฐ์ ปัญหาการส่งออกเรื่องการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งต่างประเทศ การควบคุมของเสีย ความรู้และความชำนาญในการผลิต การสนับสนุนจากสถาบันการเงินของรัฐ ความล่าช้าในการคืนภาษีอากร อุปสรรคในการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นปัญหาระดับมาก แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านลักษณะการลงทุนในธุรกิจมีความแตกต่าง ด้านขนาดของสถานประกอบการ เรื่องแนมโน้ม / ทิศทางการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาด และจำนวนงานแสดงสินค้าที่รัฐบาลจัดภายในประเทศ การสืบค้นข้อมูลข่าวสารทางการตลาดจากหน่วยงานของรัฐ ความครบถ้วนถูกต้อง ทันสมัยของข้อมูลจากรัฐ และคุณภาพและความสม่ำเสมอของวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ การวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาวตรี (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัญหาและลู่ทางในการผลิตและการส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ของไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่ผลิตดอกไม้ผ้าโพลีเอสเตอร์จะมีปัญหา มากกว่าผู้ประกอบการในกลุ่มอื่นๆ และปัจจุบันผู้ประกอบการยังมีปัญหาที่สำคัญเพิ่มขึ้นมาอีกคือ ที่ดินที่จะใช้ในการขยายกิจการมีราคาสูง และความล่าช้าในการดำเนินการด้านการส่งออกของรัฐ เนื่องจากมีปัญหาที่สำคัญ เช่น การจัดฝึกอบรมแรงงานของรัฐมีน้อยและรับบุคคลเข้าฝึกน้อยเกินไป คุณภาพของวัตถุดิบภายในประเทศยังไม่ดีพอ ชิ้นส่วนบางชนิดของสินค้า เครื่องจักรไม่สามารถผลิตได้ และราคาสินค้าตลอดจนความสะดวกทางการค้าในตลาดสหรัฐอเมริกาดีกว่าตลาดอื่นๆ สำหรับตลาดนำเข้าดอกไม้ประดิษฐ์ที่ไทยมีโอกาสที่จะขยายการส่งออกมากที่สุด คือ ตลาดเอเชีย ส่วนตลาดอเมริกาและตลาดประชาคมยุโรป ดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยมีแนวโน้มจะประสบกับการแข่งขันจากประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสาธารณรัฐประชาชนจีนและฟิลิปปินส์ ซึ่งเมื่อพิจารณารวมไปถึงปัญหาด้านการผลิตและการส่งออกที่ผู้ประกอบการยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน คาดว่า ในอนาคต

อุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยคงจะไม่รุ่งเรืองเช่นดังอดีต หากปราศจากความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหา

ทยา (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการธุรกิจ จัดทะเบียนในรูปแบบเจ้าของคนเดียว นิยมสร้างเครือข่ายมากกว่าสาขา ผลประกอบการอยู่ในเกณฑ์พอใช้ รายได้โดยเฉลี่ยเดือนละ มากกว่า 50,000 ถึง 200,000 บาท ซึ่งสินค้าที่ขายได้มากที่สุดคือ พวงหรีดและแจกันดอกไม้ ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านดอกไม้ คือ คุณภาพของดอกไม้ และทำเลที่ตั้งของร้าน ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้คือ รูปแบบของดอกไม้ที่จัด ความคงรูปของดอกไม้ที่จัด การจัดตกแต่งร้าน ปริมาณความต้องการของตลาด ลักษณะของผู้บริโภค และความซื่อสัตย์ของลูกค้าต่อร้านจัดดอกไม้ ลักษณะกิจกรรมที่ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่ทำได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจต่อลูกค้า การให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก การกำหนดราคาโดยคำนึงถึงรูปแบบของสินค้าที่ลูกค้าต้องการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับมาก ว่าการใช้ระบบแฟรนไชส์ จะเป็นวิธีการทำให้ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยอาศัยเงินทุนไม่มาก ระบบแฟรนไชส์ช่วยให้กิจการสามารถลดต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นร่วมกันได้ ผู้บริหารร้าน แฟรนไชส์จะเป็นที่ตั้งใจทำงาน เนื่องจากเป็นเจ้าของร้านแฟรนไชส์ที่มีมากพอที่ผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ซื้อแฟรนไชส์ จะใช้เงินลงทุนในช่วงแรกมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินการแบบอิสระ ระบบแฟรนไชส์จะมีลักษณะการบริหารงานที่ใกล้ชิดกันระหว่างเจ้าของแฟรนไชส์ และผู้ซื้อแฟรนไชส์ จะขาดความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากต้องปฏิบัติตามนโยบายที่ผู้ขายแฟรนไชส์กำหนด และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ นิยมใช้การปรับปรุงเพิ่มขีดความสามารถของร้านให้ดีขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการขายให้กับธุรกิจ โดยมีผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้การปรับปรุงเพิ่มขีด ความสามารถของร้านให้ดีขึ้นเพื่อสร้างโอกาสในการขายให้กับธุรกิจ โดยมีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่เลือกที่จะขายแฟรนไชส์ โดยมีรูปแบบที่ใช้คือ ผู้ขายแฟรนไชส์ทำหน้าที่หลักในการถ่ายทอดความรู้ หรือวิธีการจัดการของธุรกิจร้าน จัดดอกไม้ให้แก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ โดยให้ร้านแฟรนไชส์ได้สิทธิในการใช้ชื่อ และเครื่องหมายการค้าทำหน้าที่ขายดอกไม้และสินค้าอื่นๆ ที่เจ้าของแฟรนไชส์ จัดส่งให้ ซึ่งก็คือผู้ขายแฟรนไชส์ต้องการขายวัตถุดิบเพิ่มเติมนอกเหนือจากการให้ความรู้ในเรื่อง เทคนิคการจัดดอกไม้ และวิธีการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียว

ณัฐวดี (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิตด้านการตลาดของกลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแระ หมู่ที่3 ตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมด้านวัตถุดิบ คือ ใบยางพาราอย่างเพียงพอ ปัจจุบันได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานในระดับ 2 คือระดับพัฒนามีสมาชิก 52 คน การบริหารจัดการ สมาชิกมีความพึงพอใจคณะกรรมการบริหารในระดับมาก ได้แก่ ความตั้งใจมุ่งมั่นทำงาน ความเสียสละ/มีน้ำใจ ความคิดริเริ่ม/สร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์สุจริต ความยุติธรรม ความมีมนุษยสัมพันธ์ และการประสานงานด้านการผลิต สมาชิกมีความชำนาญในระดับปานกลางด้านการตลาด สมาชิกมีส่วนร่วมกิจกรรมทางการตลาดในระดับน้อย สำหรับความต้องการของผู้ซื้อ

ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้องการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ต้องการให้มีการพัฒนาเป็นสินค้าส่งออก

ศรพภ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดค้าเพียงจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่าย มีประสบการณ์ในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ 5 ปี และส่วนใหญ่ผลิตไม้ดอกไม้ประดับเป็นอาชีพหลัก ผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับร้านขนาดใหญ่ มีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับมากที่สุด ได้แก่ เทียนฝรั่ง พิทูเนีย และชัลเวีย ไม้ใบประดับ ได้แก่ เฟิร์น ไม้ดอกหลายฤดู ได้แก่ พลับพลึงตีนเป็ด ส่วนปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นอุปสรรคต่อการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ ปัญหาโรคและแมลง และต้นทุนการผลิตสูง ส่วนปัญหาการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับ ได้แก่ ราคาไม่แน่นอนและต่ำ ขาดข้อมูลข่าวสารการตลาดและราคา

พัชรียา (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาสภาพการผลิตไม้ดอกไม้ประดับกระถางของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีปัญหและอุปสรรคในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับ อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่สำคัญเป็นปัญหาเกี่ยวกับวัสดุต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับกระถาง โรคและแมลง และราคาของไม้ดอกไม้ประดับกระถาง ส่วนข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้ คือ ควรส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ในด้านการผลิต และใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และสารสกัดจากธรรมชาติ เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม และลดต้นทุนในการผลิต ควรมีการปรับปรุงพันธุ์เพื่อให้ได้พันธุ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมสำหรับปลูกในประเทศ และควรช่วยเหลือเกษตรกรด้านการตลาดในช่วงฤดูฝนเพราะเป็นช่วงฤดูกาลที่มียอดการจำหน่ายน้อย

ศรินภา (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อดอกไม้สดจากธุรกิจงานประดิษฐ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย หรือรับจ้างทั่วไป ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001 – 30,000 บาท และผู้บริโภคส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเทศบาลนครภูเก็ต ทั้งนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โดยภาพรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก 2) ผู้บริโภคมีเหตุผลในการเลือกซื้อดอกไม้สด คือ เพื่อใช้ในพิธี หรืองานสำคัญ โดยเลือกจัดดอกไม้สดเป็นแบบช่อ ในราคาประมาณ 501-1,000 บาท โดยเลือกซื้อประมาณปีละ 2-3 ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นดอกกุหลาบสีแดง ซื้อเนื่องในวาระโอกาสแสดงความยินดี และตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง 3) ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และแหล่งที่พักอาศัย กับพฤติกรรมการเลือกซื้อดอกไม้สดจากธุรกิจงานประดิษฐ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พบว่า มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกซื้อดอกไม้สดจากธุรกิจงานประดิษฐ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กัน แต่ด้านส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อดอกไม้สดจากธุรกิจงานประดิษฐ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศศิประภา (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สภาพ ปัญหาและความต้องการในการดำเนินธุรกิจ อุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อการส่งออก ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจมีระยะเวลาการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี มีทุนจดทะเบียนเป็น 10-20 ล้านบาท สถานประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า การแข่งขันราคากับคู่แข่งต่างประเทศมีปัญหามากที่สุด โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งของไทย เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน และประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่มีการผลิตสินค้าระดับใกล้เคียงกับไทยและส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายของไทย ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ทำให้การแข่งขันการตลาดสูง เพื่อกระตุ้นยอดขายไม่ว่าจะเป็นการค้าหรือการปรับปรุงแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศคู่แข่งสามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายชนิด มีราคาถูกและคุณภาพไม่แตกต่างกัน ดังนั้นอุตสาหกรรมดอกไม้ของประเทศไทยยังเสียเปรียบแหล่งวัตถุดิบ เทคโนโลยีในการผลิตและการออกแบบ ความเชี่ยวชาญและค่าจ้างแรงงานในการผลิตสูง อุตสาหกรรมดอกไม้เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานฝีมือสูง ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน และมีค่าแรงงานที่สูง ผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ มีการใช้เงินหมุนเวียนเป็นจำนวนมากในการซื้อวัตถุดิบคือ ฟ้าโพลีเอสเตอร์ที่มีราคาสูงมาก จึงต้องมีการหาแหล่งเงินทุนที่ธุรกิจนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ เมื่อกิจการขาดสภาพคล่องทางการเงิน จะส่งผลให้เกิดปัญหาการจัดซื้อวัตถุดิบและค่าแรงงาน ทำให้ต้องมีการกู้ยืมเงินมาใช้ในธุรกิจ เปรียบเทียบระดับปัญหาของธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปรีพัฒน์ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของกิจการร้านดอกไม้ช่อมาลี ผลการวิจัยพบว่า ท่าเลที่ตั้งเป็นข้อพิจารณาของสภาพพื้นที่ในการประกอบกิจการ เจ้าของควรคิดถึง ความนิยมของประชาชนในการเลือกซื้อดอกไม้สดในรูปแบบต่างๆ จำนวนร้านดอกไม้ที่มีในถิ่นนั้น ผลงานของร้านดอกไม้ที่มีอยู่ในบริเวณนั้นมาคาดคะเนกำลังซื้อ ถ้าจะเปิดดำเนินการใหม่อีกแห่งหนึ่ง การแข่งขันทางด้านฝีมือและชื่อเสียงความสะอาดในการคมนาคม ความเหมาะสมของสถานที่ เป็นต้น ในการบริหารจัดการ เจ้าของกิจการต้องคอยควบคุมดูแลจัดการเป็นส่วนใหญ่ หากผู้ประกอบการร้านดอกไม้ดูแลไม่ทั่วถึง ไม่สามารถประมาณได้ว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดไม่เพียงพอในการจำหน่าย ซึ่งในสิ่งนี้อาจส่งผลให้เสียโอกาสที่จะขายสินค้าให้กับลูกค้าได้

โชติมา (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด การจัดการในสิ่งอื่นๆ ที่ได้ตัดสินใจแล้วอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ที่ตั้งของร้านดอกไม้ที่ได้ตัดสินใจไปแล้วไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ ที่ตั้งร้านเพียงอย่างเดียวสามารถทำให้ธุรกิจการขายดอกไม้ไม่ได้รับความสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวได้ ร้านขายดอกไม้หลายร้านไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพราะที่ตั้งของร้านไม่อยู่ในที่เหมาะสม การเลือกที่ตั้งร้านต้องทำด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ และปราศจากความเอนเอียงในเหตุผลส่วนตัว จะต้องเลือกที่ตั้งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพในการค้า ในการเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้

กรมส่งเสริมการส่งออก (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ ผลการวิจัยพบว่า แรงงานส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและไม่ให้ความสำคัญต่อการจัดการผลิต การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพตรงความต้องการของตลาด อีกทั้งประเทศไทยยังขาดแคลนแรงงานทางด้าน การออกแบบ ซึ่งต้องจ้างจากต่างประเทศและชอบเลียนแบบกัน ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ในตัว ทำให้สินค้าขาดความหลากหลาย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้เลือกใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Research) โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) และสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

3.1.1 ระยะเวลาที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

3.1.2 ระยะเวลาที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ระยะเวลาที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 129 ราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1978) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 97 ราย จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด

3.2.2 ระยะเวลาที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจดอกไม้สด จำนวน 5 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

3.3.1.1 ระยะเวลาที่ 1 ขึ้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยให้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายแบบมาตราส่วนประเมินค่า ดังนี้ (ธานินทร์, 2557) ดังนี้

- | | | |
|---|---------|------------|
| 5 | หมายถึง | มากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มาก |
| 3 | หมายถึง | ปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | น้อย |
| 1 | หมายถึง | น้อยที่สุด |

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaires)

3.3.1.2 ระยะเวลาที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนครกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างแนวทางการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

3.3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2.1 ระยะเวลาที่ 1 ขึ้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ในการสร้างเครื่องมือวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอน โดยมีรายละเอียดในการพัฒนาเครื่องมือวิจัย ดังนี้

- 1) ศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด
- 2) กำหนดกรอบแนวคิด สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม
- 3) นำร่างแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจ และให้ข้อเสนอแนะ

4) นำแบบสอบถามไปขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน คือ

- 4.1) คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
- 4.2) อาจารย์จักรพันธ์ รุ่งงาม
- 4.3) ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง
- 4.4) คุณพิทักษ์ หังสาจะระ
- 4.5) อาจารย์อนุสรณ์ ใจทน

โดยกำหนดค่าคะแนนความคิดเห็นไว้ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์หรือไม่

-1 หมายถึง เห็นว่าไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

5) นำผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิมาหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence) เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ในงานวิจัยนี้ พบว่า ข้อคำถามที่นำมาใช้ในแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.80-1.00

6) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับการปรับปรุงและผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คนเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.953

7) จัดพิมพ์แบบสอบถามโดยนำเอาแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์แล้วมาจัดพิมพ์เพื่อนำไปสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้

3.3.2.1 ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สด จำนวน 5 คน ดังนี้

- 1) คุณธนภุต เมฆเมธินสุรกุล ร้านปากคลองตลาด.com
- 2) คุณภูวนาถ ชุ่มศรีชินทร์ ร้านนภสร
- 3) คุณชัชวาลี ปัทมานุช ร้านทรอปิคอล ไทย ฟลาวเวอร์
- 4) คุณพิทักษ์ หังสาจะระ ร้านฟลาวเวอร์ เดคคอร์ สตูดิโอ
- 5) คุณพรสมใจ ฮวดหุ่น ร้านเคเอ็ม ฟลาวเวอร์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 **ระยะที่ 1** ขึ้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานครโดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจ โดยได้รับกลับคืนมา 97 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

3.4.2 **ระยะที่ 2** นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนครกรุงเทพมหานคร

1) ขอหนังสือขอจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สด จำนวน 5 คน

2) ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดให้ความคิด ข้อพิจารณา และข้อเสนอแนะ

3) จัดบันทึกการสัมภาษณ์ เก็บเอกสารไว้เป็นหลักฐาน

4) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 **ระยะที่ 1** ขึ้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้จำนวน (ความถี่) (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยใช้จำนวน (ความถี่) (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้ (ธานินทร์, 2557)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีปัญหามากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีปัญหามาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง	มีปัญหาปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีปัญหาน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายถึง	มีปัญหาน้อยที่สุด

4) การเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานครสำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (Independent t-test) ส่วนความแตกต่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่าง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

3.5.1 ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สด ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจดอกไม้สด จุดเด่นของธุรกิจดอกไม้สด และแนวทางการพัฒนาธุรกิจดอกไม้สด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การศึกษาข้อมูลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 97 ราย จากการตอบแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ อีกจำนวน 4 ราย จากนั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปแบบตารางประกอบความเรียง นำเสนอเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 6 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

4.2 การอภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 97 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1-4.3

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	22	22.68
หญิง	75	77.32
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 77.32 และเพศชาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.68

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	2	2.06
31 – 40 ปี	51	52.58
41 – 50 ปี	27	27.84
51 – 60 ปี	13	13.40
61 ปีขึ้นไป	4	4.12
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 52.58 รองลงมาคือ มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.84 อายุ 51-60 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.12 และน้อยที่สุดคือ มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.06

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	29	29.90
อนุปริญญา	28	28.87
ปริญญาตรี	37	38.14
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.09
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 38.14 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.87 และน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.09

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 97 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 4.4 - 4.9

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย

ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดอกไม้ในประเทศ	73	75.26
ดอกกุหลาบ	10	10.31
ดอกเบญจมาศ	9	9.28
ดอกกล้วยไม้	19	19.59
ดอกดาวเรือง	4	4.12
ดอกมะลิ	12	12.37
อื่นๆ ได้แก่ ดอกบานไม่รู้โรย ดอกสร้อยทอง ดอกบัว		
ดอกช่อนกลิ่น ดอกรัก ดอกคัตเตอร์ ดอกพุด ดอกหน้าวัว	19	19.59

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดอกไม้ต่างประเทศ	24	24.74
ดอกกุหลาบ	3	3.09
ดอกเบญจมาศ	7	7.22
ดอกคานะชั้น	4	4.12
ดอกไลเซนทัส	4	4.12
ดอกลิลลี่	5	5.15
อื่นๆ ได้แก่ ดอกไฮเดรนเยีย	1	1.04
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน มีการจำหน่ายดอกไม้สดประเภทต่างๆ ดังนี้

ดอกไม้ในประเทศ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายดอกกล้วยไม้และดอกไม้อื่นๆ ได้แก่ ดอกบานไม่รู้โรย ดอกสร้อยทอง ดอกบัว ดอกชอนกลิน ดอกรัก ดอกคัตเตอร์ ดอกพุด ดอกหน้าวัว ในจำนวนที่เท่าๆ กัน คือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.59 รองลงมาคือ ดอกมะลิ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.37 ดอกกุหลาบ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.31 ดอกเบญจมาศ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.28 และน้อยที่สุดคือ ดอกดาวเรือง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.12

ดอกไม้ต่างประเทศ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายดอกเบญจมาศ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.22 มากที่สุด รองลงมาคือ ดอกลิลลี่และดอกไลเซนทัส จำนวนเท่าๆ กัน คือ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.12 ดอกกุหลาบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.09 และน้อยที่สุดคือ ดอกไม้อื่นๆ คือ ไฮเดรนเยีย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5-10 ปี	47	48.45
11-15 ปี	7	7.22
16 ปีขึ้นไป	43	44.33
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่ดำเนินงานในธุรกิจดอกไม้สดมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี มากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 48.45 รองลงมาคือ ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 16 ปีขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 44.33 และน้อยที่สุด ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.22

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน

ทำเลที่ตั้งร้าน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตลาดปากคลอง	24	24.74
ตลาดยอดพิมาน	24	24.74
ตลาดเอ็มไพร์	24	24.74
ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย	25	25.78
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่ร้านดอกไม้สดตั้งอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.78 และตั้งอยู่ในตลาดปากคลอง ตลาดยอดพิมานและตลาดเอ็มไพร์ ในจำนวนที่เท่าๆ กัน คือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.74

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามทุนในการจดทะเบียน

ทุนในการจดทะเบียน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 แสนบาท	63	64.95
2-5 แสนบาท	29	29.90
6-9 แสนบาท	5	5.15
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.7 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนในร้านดอกไม้สด ต่ำกว่า 1 แสนบาท มากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 64.95 รองลงมาคือ ทุนจดทะเบียนประมาณ 2-5 แสนบาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 และทุนจดทะเบียนประมาณ 6-9 แสนบาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.15

ตารางที่ 4.8 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน

ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 แสนบาท	75	77.32
2-5 แสนบาท	18	18.56
6-9 แสนบาท	4	4.12
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.8 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่มี ยอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อเดือน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 77.32 รองลงมาคือ มี ยอดขายเฉลี่ย 2-5 แสนบาทต่อเดือน และน้อยที่สุดคือ มียอดขายเฉลี่ย 6-9 แสนบาทต่อเดือน

ตารางที่ 4.9 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย

วิธีการส่งเสริมการขาย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การโฆษณา	10	10.31
การส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก และแถม)	45	46.39
การขายโดยใช้พนักงานขาย	26	26.80
การตลาดทางตรง	16	16.50
รวม	97	100.00

จากตารางที่ 4.9 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีวิธีการ ส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม มากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 46.39 รองลงมา คือ ใช้วิธีการขายโดยใช้พนักงานขาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ใช้วิธีการตลาดทางตรง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และใช้วิธีการโฆษณา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.31

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชน ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 97 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกตามปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของ ผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 4.10- 4.15

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวม

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
ด้านการตลาด	3.69	0.79	มาก
ด้านพนักงาน	3.76	0.99	มาก
ด้านการเงิน	3.69	0.71	มาก
ด้านวัตถุดิบ	3.75	0.91	มาก
ด้านการบริหารจัดการ	3.90	1.07	มาก
รวม	3.76	0.88	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่าผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 1.07) ด้านพนักงาน ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) ด้านวัตถุดิบ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.91) และน้อยที่สุดคือ ด้านการตลาดและด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.79)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
1. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกคู่แข่งนำดอกไม้สดชนิดเดียวกันมาขาย	4.24	1.03	มาก
2. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องชนิดของดอกไม้สดที่ไม่แปลกใหม่ทันตามกระแสนิยม	4.19	1.11	มาก
3. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องมีชนิดของดอกไม้สดไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.94	1.27	มาก
4. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องคุณภาพของดอกไม้สด จึงทำให้ไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า	3.51	1.75	มาก
5. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกตัดราคาดอกไม้สดจากคู่แข่ง	4.01	1.34	มาก
6. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกกดราคาทำให้ไม่ได้กำไร	3.57	0.82	มาก
7. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย	3.14	0.76	ปานกลาง
8. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยในการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้	3.44	0.84	ปานกลาง
9. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยในเรื่องขาดความสามารถในการหาตลาดใหม่ๆ จากต่างประเทศ	4.16	0.95	มาก
10. ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีค่าใช้จ่ายในเรื่องการส่งเสริมการขายสูง	4.11	1.22	มาก
11. ชนิดดอกไม้สดที่ท่านมีนั้นไม่เป็นที่นิยมหรือเป็นที่ต้องการในตลาด	3.57	0.68	มาก
12. ตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีกำลังซื้อลดลง	3.32	0.76	ปานกลาง
13. เจ้าของธุรกิจดอกไม้สดต้องแข่งขันกับรายใหญ่และธุรกิจดอกไม้สดจากต่างประเทศ	3.92	1.15	มาก

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
14. เจ้าของธุรกิจดอกไม้สดขาดประสบการณ์และความรู้ในการ แสวงหาตลาดใหม่	3.49	0.68	ปานกลาง
15. เจ้าของธุรกิจดอกไม้สดไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับ ความต้องการของลูกค้าได้	3.30	0.82	ปานกลาง
16. ธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับกับธุรกิจขนาดใหญ่ พอมีผลกระทบกับ ธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบเช่นกัน	3.09	0.81	ปานกลาง
รวม	3.69	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาดโดยรวม พบว่าผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกคู่แข่งนำดอกไม้สดชนิดเดียวกันมาขาย ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องชนิดของดอกไม้สดที่ไม่แปลกใหม่ทันตามกระแสนิยม ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 1.11) และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับกับธุรกิจขนาดใหญ่ พอมีผลกระทบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบเช่นกัน ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.81)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
1. พนักงานเข้า-ออกบ่อย	3.99	1.21	มาก
2. คุณภาพฝีมือของพนักงานงานไม่สม่ำเสมอ	3.44	0.84	ปานกลาง
3. พนักงานขาดสมรรถนะด้านการขายดอกไม้สด	3.52	0.98	มาก
4. พนักงานขาดการพัฒนาความรู้ และความสามารถในการ ออกแบบการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด	3.52	1.03	มาก
5. ค่าจ้างพนักงานที่มีฝีมือทางด้านดอกไม้สดมีราคาสูง	4.01	1.14	มาก
6. พนักงานไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	4.08	1.26	มาก
รวม	3.76	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงานโดยรวม พบว่าผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.26) รองลงมาคือ ค่าจ้างพนักงานที่มีฝีมือทางด้านดอกไม้สดมีราคาสูง ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.14) และน้อยที่สุด คือ คุณภาพฝีมือของพนักงานงานไม่สม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงิน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
1. ธนาคารไม่ปล่อยกู้เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน	4.01	1.14	มาก
2. ขาดการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบ	4.11	1.22	มาก
3. เจ้าของธุรกิจไม่มีความถนัดในการเขียนโครงสร้างของเงินกู้	4.16	0.95	มาก
4. การติดต่อกับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยาก	4.22	1.06	มาก
5. มีการขาดแหล่งที่ให้การสนับสนุนและการลงทุนทางการเงิน	4.11	1.04	มาก
6. ขาดสภาพคล่องทางการเงิน	3.57	0.75	มาก
7. การกำหนดระยะเวลาในการให้กู้ยืมเงินน้อยเกินไป	3.46	0.75	ปานกลาง
8. ขาดความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงิน	3.12	0.33	ปานกลาง
9. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในการลงทุนธุรกิจดอกไม้สดมีความ ผันผวน	2.47	0.71	น้อย
รวม	3.69	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงินโดยรวม พบว่าผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การติดต่อกับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 1.06) รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจไม่มีความถนัดในการเขียนโครงสร้างของเงินกู้ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.95) และน้อยที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในการลงทุนธุรกิจดอกไม้สดมีความผันผวน ($\bar{X} = 2.47$, S.D. = 0.71)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
1. ขาดการพัฒนาารูปแบบดอกไม้สด เช่น ชนิดและสีสันทองดอกไม้สด	3.69	0.82	มาก
2. ผู้ผลิตขาดการควบคุมคุณภาพดอกไม้สด	3.62	0.92	มาก
3. ต้นทุนดอกไม้สดสูง และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา	3.39	0.74	ปานกลาง
4. ราคาดอกไม้สดขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลวันสำคัญจึงทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้เพาะปลูกดอกไม้สด	3.93	1.23	มาก
5. ราคาดอกไม้สดสูงซึ่งโดยไม่สามารถควบคุมราคาได้	3.89	1.15	มาก
6. ดอกไม้สดขาดคุณภาพและความสม่ำเสมอของปริมาณดอกไม้สด	3.81	1.26	มาก
7. ปริมาณดอกไม้สดที่มีในประเทศไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ	3.95	1.13	มาก
รวม	3.75	0.91	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบโดยรวม พบว่าผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปริมาณดอกไม้สดที่มีในประเทศไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ ราคาดอกไม้สดขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลวันสำคัญจึงทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้เพาะปลูกดอกไม้สด ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 1.23) และน้อยที่สุด คือ ต้นทุนดอกไม้สดสูง และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.74)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการ

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหา
1. การบริหารงานแบบครอบครัว ทำให้การบริหารงานไม่เป็นระบบ	3.39	0.67	ปานกลาง
2. ขาดแคลนความรู้ / เทคนิคการจัดการที่เป็นระเบียบ	3.78	1.36	มาก
3. ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดอกไม้สด	4.24	1.03	มาก
4. ขาดความรู้และประสบการณ์ในการรักษาดอกไม้สด	3.94	1.23	มาก
5. ขาดความรู้เรื่องการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย	4.16	1.09	มาก
6. การตัดสินใจของผู้ประกอบการดอกไม้สดที่ล่าช้าทำให้พลาดโอกาสทางการตลาด	3.89	1.29	มาก
รวม	3.90	1.07	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการโดยรวม พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 1.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดอกไม้สด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ ขาดความรู้เรื่องการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 1.09) และน้อยที่สุด คือ การบริหารงานแบบครอบครัว ทำให้การบริหารงานไม่เป็นระบบ ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.67)

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ผู้ประกอบการที่มีสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ได้แก่ ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน ทุนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

1) ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย

สมมติฐานย่อยที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ทดสอบโดยใช้สถิติค่าทีแบบอิสระ (Independent t-test) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด	t-test for Equality of Means				
	ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ด้านการตลาด	ดอกไม้ในประเทศ	3.67	0.80	.239	.738
	ดอกไม้ต่างประเทศ	3.73	0.76		
ด้านพนักงาน	ดอกไม้ในประเทศ	3.73	1.01	.127	.620
	ดอกไม้ต่างประเทศ	3.85	0.96		
ด้านการเงิน	ดอกไม้ในประเทศ	3.68	0.73	.209	.661
	ดอกไม้ต่างประเทศ	3.75	0.69		
ด้านวัตถุดิบ	ดอกไม้ในประเทศ	3.71	0.93	.380	.413
	ดอกไม้ต่างประเทศ	3.89	0.86		
ด้านการบริหารจัดการ	ดอกไม้ในประเทศ	3.86	1.09	.175	.504
	ดอกไม้ต่างประเทศ	4.03	1.01		
โดยรวม	ดอกไม้ในประเทศ	3.73	0.90	.149	.566
	ดอกไม้ต่างประเทศ	3.85	0.84		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย โดยใช้สถิติการทดสอบค่าทีอิสระ (Independent t-test) ได้ค่า $P > .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

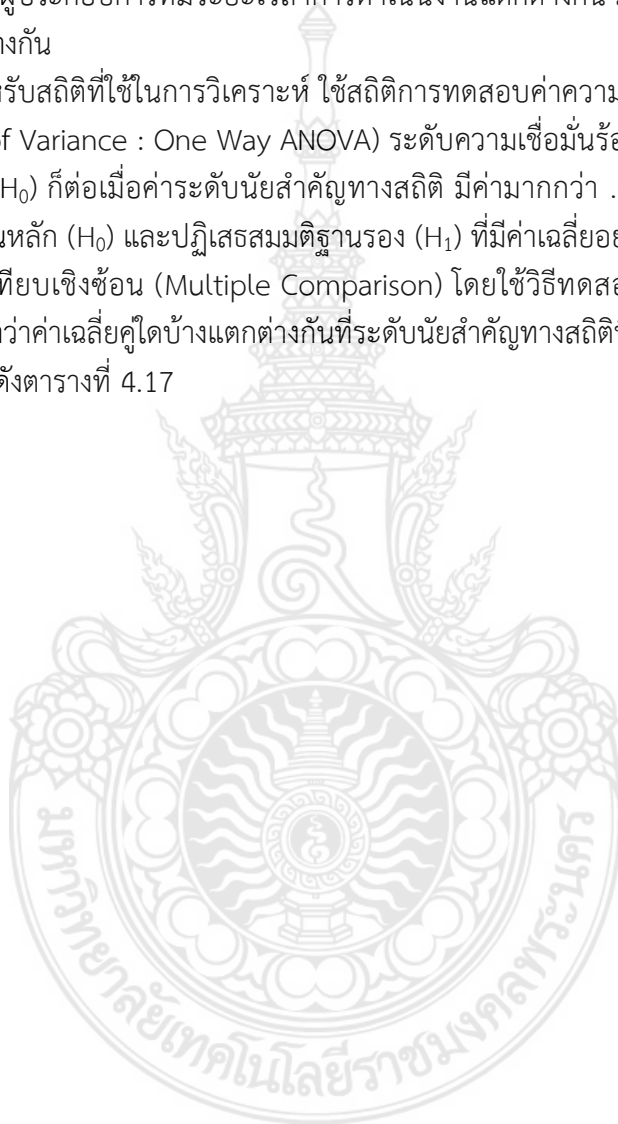
2) ระยะเวลาการดำเนินงาน

สมมติฐานย่อยที่ 2 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.17



ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.027	2	1.014	1.662	.195
	ภายในกลุ่ม	57.332	94	.610		
	รวม	59.359	96			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.053	2	1.027	1.042	.357
	ภายในกลุ่ม	92.612	94	.985		
	รวม	94.665	96			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	1.466	2	.733	1.448	.240
	ภายในกลุ่ม	47.572	94	.506		
	รวม	49.038	96			
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	4.937	2	2.469	3.106	.049*
	ภายในกลุ่ม	74.725	94	.795		
	รวม	79.663	96			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	5.470	2	2.735	2.468	.090
	ภายในกลุ่ม	104.178	94	1.108		
	รวม	109.648	96			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.962	2	1.481	1.947	.148
	ภายในกลุ่ม	71.508	94	.761		
	รวม	27.188	389			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า $P < .05$ จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านวัตถุดิบ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัย จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ระยะเวลาการดำเนินงาน	\bar{X}	5-10 ปี	11-15 ปี	16 ปีขึ้นไป
		3.53	3.82	3.99
5-10 ปี	3.53	-	.29 (.423)	.46 (.015*)
11-15 ปี	3.82		-	.17 (.627)
16 ปีขึ้นไป	3.99			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินงาน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ประกอบที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 16 ปีขึ้นไป มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 5-10 ปี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

3) ทำเลที่ตั้งร้าน

สมมติฐานย่อยที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	35.805	3	11.935	47.123	.000*
	ภายในกลุ่ม	23.554	93	.253		
	รวม	59.359	96			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	52.454	3	17.485	38.523	.000*
	ภายในกลุ่ม	42.211	93	.454		
	รวม	94.665	96			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	27.311	3	9.104	38.969	.000*
	ภายในกลุ่ม	21.726	93	.234		
	รวม	49.038	96			
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	53.366	3	17.789	62.910	.000*
	ภายในกลุ่ม	26.297	93	.283		
	รวม	79.663	96			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	72.988	3	24.329	61.719	.000*
	ภายในกลุ่ม	36.660	93	.394		
	รวม	109.648	96			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	46.758	3	15.586	52.308	.000*
	ภายในกลุ่ม	27.711	93	.298		
	รวม	74.469	96			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยใช้สถิติ การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า $P < .05$ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการ นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้าน แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัย จึงทำการ

ทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.20-4.24

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งร้าน	\bar{X}	ตลาด	ตลาด	ตลาด	ตลาด
		ปากคลอง 4.25	ยอดพิมาน 2.86	เอ็มไพร์ 4.30	ส่งเสริมเกษตรไทย 3.36
ตลาดปากคลอง	4.25	-	1.39 (.000*)	.05 (.990)	.89 (.000*)
ตลาดยอดพิมาน	2.86		-	1.44 (.000*)	.50 (.011*)
ตลาดเอ็มไพร์	4.30			-	.94 (.000*)
ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย	3.36				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการ ที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดปากคลองตลาด มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย และตลาดยอดพิมาน ส่วนผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดยอดพิมาน และผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบ เชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งร้าน	\bar{X}	ตลาด	ตลาด	ตลาด	ตลาด
		ปากคลอง	ยอดพิมาน	เอ็มไพร์	ส่งเสริมเกษตรไทย
		4.42	2.73	4.50	3.40
ตลาดปากคลอง	4.42	-	1.69 (.000*)	.08 (.985)	1.02 (.000*)
ตลาดยอดพิมาน	2.73		-	1.77 (.000*)	.67 (.009*)
ตลาดเอ็มไพร์	4.50			-	1.10 (.000*)
ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย	3.40				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการ ที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระ นคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดปากคลองตลาด มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย และตลาดยอด พิมาน ส่วนผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย มีปัญหาใน การดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดยอด พิมาน และผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดด้านการเงิน จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งร้าน	\bar{X}	ตลาด	ตลาด	ตลาด	ตลาด
		ปากคลอง	ยอดพิมาน	เอ็มไพร์	ส่งเสริมเกษตรไทย
		4.18	2.94	4.22	3.44
ตลาดปากคลอง	4.18	-	1.23 (.000*)	.05 (.991)	.73 (.000*)
ตลาดยอดพิมาน	2.94		-	1.28 (.000*)	.50 (.006*)
ตลาดเอ็มไพร์	4.22			-	.78 (.000*)
ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย	3.44				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงิน จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดปากคลองตลาด มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดด้านการเงิน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย และตลาดยอดพิมาน ส่วนผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการเงิน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดยอดพิมาน และผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดด้านการเงิน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบ เชฟเฟ่ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งร้าน	\bar{X}	ตลาด	ตลาด	ตลาด	ตลาด
		ปากคลอง	ยอดพิมาน	เอ็มไพร์	ส่งเสริมเกษตรไทย
		4.49	2.89	4.50	3.16
ตลาดปากคลอง	4.49	-	1.61 (.000*)	.06 (1.00)	1.33 (.000*)
ตลาดยอดพิมาน	2.89		-	1.61 (.000*)	.27 (.363)
ตลาดเอ็มไพร์	4.50			-	1.34 (.000*)
ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย	3.16				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการ ที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดปากคลองตลาด มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย และตลาดยอด พิมาน ส่วนผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดยอดพิมาน และผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

ทำเลที่ตั้งร้าน	\bar{X}	ตลาด	ตลาด	ตลาด	ตลาด
		ปากคลอง	ยอดพิมาน	เอ็มไพร์	ส่งเสริมเกษตรไทย
		4.74	2.80	4.78	3.31
ตลาดปากคลอง	4.74	-	1.94 (.000*)	.04 (.997)	1.42 (.000*)
ตลาดยอดพิมาน	2.80		-	1.98 (.000*)	.51 (.048*)
ตลาดเอ็มไพร์	4.78			-	1.46 (.000*)
ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย	3.31				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามทำเลที่ตั้งร้าน โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดปากคลองตลาด มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย และตลาดยอดพิมาน ส่วนผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์และตลาดส่งเสริมเกษตรไทย มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดยอดพิมาน และผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดเอ็มไพร์ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้านอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย

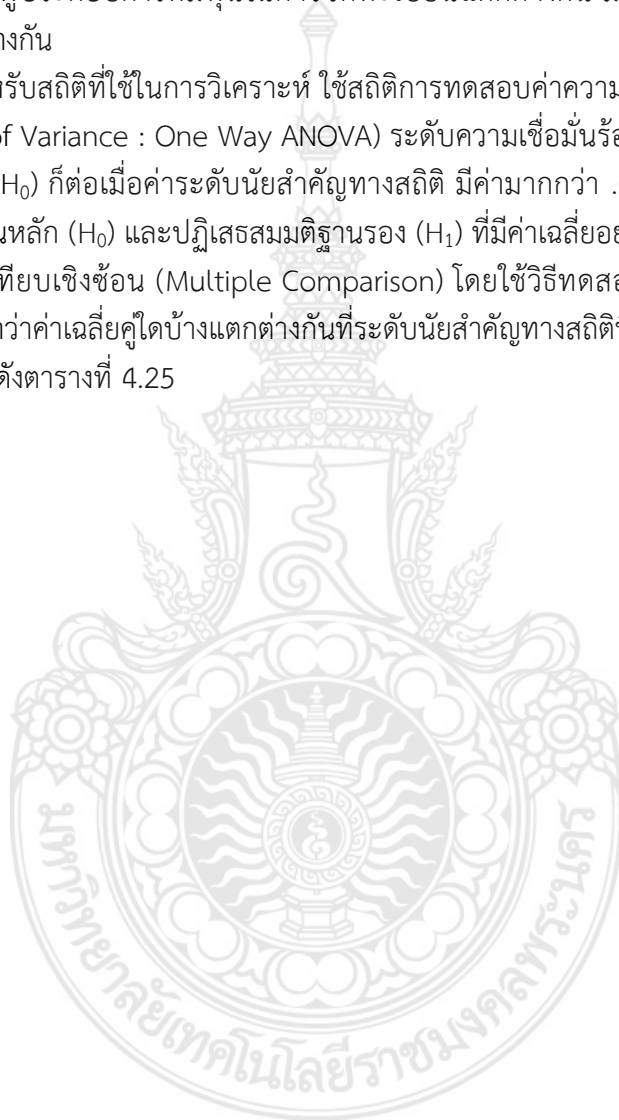
4) ทวนในการจดทะเบียน

สมมติฐานย่อยที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีทุนในการจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีทุนในการจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีทุนในการจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.25



ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามทุนในการจดทะเบียน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.079	2	.040	.063	.939
	ภายในกลุ่ม	59.280	94	.631		
	รวม	59.359	96			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.434	2	.217	.216	.806
	ภายในกลุ่ม	94.231	94	1.002		
	รวม	94.665	96			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.194	2	.097	.187	.830
	ภายในกลุ่ม	48.844	94	.520		
	รวม	49.038	96			
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	1.307	2	.653	.784	.460
	ภายในกลุ่ม	78.356	94	.834		
	รวม	79.663	96			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	.861	2	.431	.372	.690
	ภายในกลุ่ม	108.786	94	1.157		
	รวม	109.648	96			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.293	2	.146	.185	.831
	ภายในกลุ่ม	74.177	94	.789		
	รวม	74.469	96			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามทุนในการจดทะเบียน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า $P > .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนในการจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

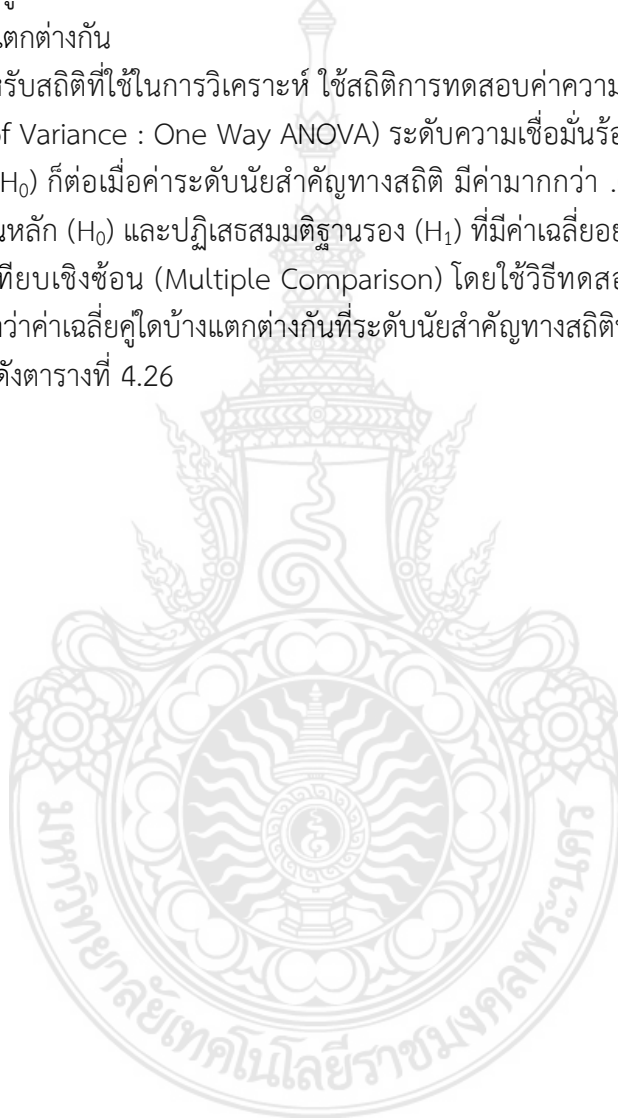
5) ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน

สมมติฐานย่อยที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.26



ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.222	2	.111	.176	.839
	ภายในกลุ่ม	59.138	94	.629		
	รวม	59.359	96			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.241	2	.620	.624	.538
	ภายในกลุ่ม	93.424	94	.994		
	รวม	94.665	96			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	.566	2	.283	.548	.580
	ภายในกลุ่ม	48.472	94	.516		
	รวม	49.038	96			
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	1.828	2	.914	1.104	.336
	ภายในกลุ่ม	77.835	94	.828		
	รวม	79.663	96			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	1.140	2	.570	.494	.612
	ภายในกลุ่ม	108.508	94	1.154		
	รวม	109.648	96			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.705	2	.353	.449	.639
	ภายในกลุ่ม	73.764	94	.785		
	รวม	74.469	96			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า $P > .05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

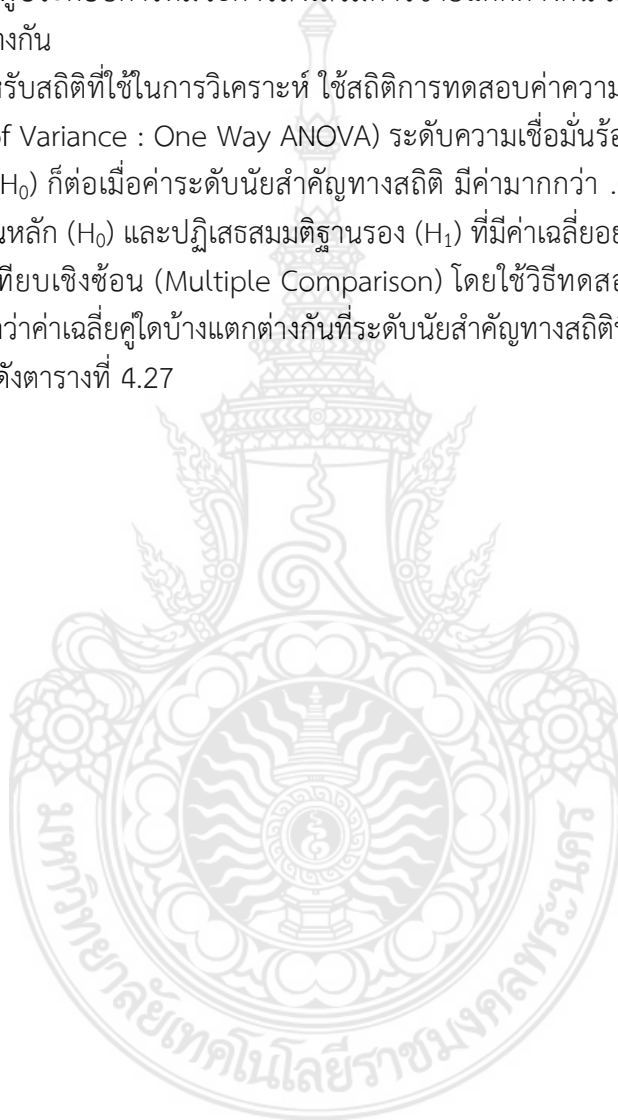
6) วิธีการส่งเสริมการขาย

สมมติฐานย่อยที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่ามากกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 4.27



ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ดอกไม้สด	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.410	3	1.803	3.109	.030*
	ภายในกลุ่ม	53.950	93	.580		
	รวม	59.359	96			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	12.018	3	4.006	4.508	.005*
	ภายในกลุ่ม	82.647	93	.889		
	รวม	94.665	96			
ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5.508	3	1.836	3.923	.011*
	ภายในกลุ่ม	43.530	93	.468		
	รวม	49.038	96			
ด้านวัตถุดิบ	ระหว่างกลุ่ม	7.122	3	2.374	3.044	.033*
	ภายในกลุ่ม	72.541	93	.780		
	รวม	79.663	96			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	12.265	3	4.088	3.904	.011*
	ภายในกลุ่ม	97.383	93	1.047		
	รวม	109.648	96			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.167	3	2.722	3.819	.013*
	ภายในกลุ่ม	66.302	93	.713		
	รวม	74.469	96			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยใช้สถิติการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ได้ค่า $P < .05$ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการแตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัย จึง

ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.28-4.32

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

วิธีการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	การโฆษณา	ลด แลก แจก และแถม	การขายโดยใช้พนักงานขาย	การตลาดทางตรง
		3.88	3.86	3.60	3.69
การโฆษณา	3.88	-	.22 (.936)	.28 (3.29)	.66 (.034*)
ลด แลก แจก และแถม	3.86		-	.26 (.175)	.64 (.005*)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.60			-	.38 (.115)
การตลาดทางตรง	3.69				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง ส่วนผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก และแถม มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการตลาด มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

วิธีการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	การ	ลด แลก แจก	การขายโดยใช้	การตลาด
		โฆษณา	และแถม	พนักงานขาย	ทางตรง
		4.12	3.99	3.65	3.05
การโฆษณา	4.12	-	.12 (.707)	.46 (.190)	1.06 (.006*)
ลด แลก แจก และแถม	3.99		-	.34 (.148)	.94 (.001*)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.65			-	.60 (.047*)
การตลาดทางตรง	3.05				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพนักงาน จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการตลาดทางตรง ส่วนผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก และแถม มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง และผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการขายโดยใช้พนักงานขาย มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านพนักงาน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดด้านการเงิน จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

วิธีการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	การโฆษณา	ลด แลก แจก และแถม	การขายโดยใช้พนักงานขาย	การตลาดทางตรง
		3.94	3.85	3.62	3.22
การโฆษณา	3.94	-	.09 (.692)	.32 (.211)	.73 (.010*)
ลด แลก แจก และแถม	3.85		-	.23 (.184)	.63 (.002*)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.62			-	.41 (.063)
การตลาดทางตรง	3.22				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงิน จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการเงิน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการตลาดทางตรง ส่วนผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก และแถม มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการเงิน มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

วิธีการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	การ	ลด แลก แจก	การขายโดยใช้	การตลาด
		โฆษณา	และแถม	พนักงานขาย	ทางตรง
		4.09	3.92	3.68	3.21
การโฆษณา	4.09	-	.17 (.587)	.41 (.215)	.87 (.016*)
ลด แลก แจก และแถม	3.92		-	.24 (.270)	.70 (.007*)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.68			-	.46 (.103)
การตลาดทางตรง	3.21				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง ส่วนผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก และแถม มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านวัตถุดิบ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method)

วิธีการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	การ	ลด แลก แจก	การขายโดยใช้	การตลาด
		โฆษณา	และแถม	พนักงานขาย	ทางตรง
		4.25	4.13	3.83	3.17
การโฆษณา	4.25	-	.12 (.730)	.42 (.269)	1.08 (.010*)
ลด แลก แจก และแถม	4.13		-	.30 (.239)	.96 (.002*)
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.83			-	.66 (.045*)
การตลาดทางตรง	3.17				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการ จำแนกตามวิธีการส่งเสริมการขาย โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบเชฟเฟ (Scheffe's Method) ผลปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณา มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการตลาดทางตรง ส่วนผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก และแถม มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง และผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขายด้วยการขายโดยใช้พนักงานขาย มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด ด้านการบริหารจัดการ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย ด้วยการตลาดทางตรง

ตอนที่ 5 แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ นอกจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์ ซึ่งจะเป็นข้อมูลในเชิงลึก โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สด จำนวน 5 ท่าน สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านการตลาด

1.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในเรื่องการแข่งขันในตลาดสูง ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง นอกจากนี้ยังพบปัญหาในราคาของดอกไม้มีความผันผวน ไม่แน่นอน รวมทั้งมีการนำเข้าดอกไม้บางประเภทมากเกินไปปริมาณการบริโภคของคนในประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาสูง โดยบางครั้งผู้ประกอบการไม่คำนึงถึงคุณภาพ ซึ่งการแข่งขันตลาดดอกไม้ของชุมชนปากคลองตลาดเป็นแบบต่างคนต่างทำการตลาด ทำให้การพัฒนาไม่ไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดการพัฒนาแบบเป็นระบบที่ยั่งยืน

1.2) จุดเด่นด้านการตลาดของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานานนั้น เป็นเพราะรักษาคุณภาพของผลงาน รักษาคุณภาพของดอกไม้ที่จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้ถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ มีการนำเสนอรูปแบบของการจัดดอกไม้ที่แปลกใหม่อยู่เสมอ โดยขายในราคามิตรภาพ นอกจากนี้ยังมีความซื่อสัตย์ จริงใจต่อลูกค้า ไม่เอาเปรียบ มีใจรักบริการ สุภาพอ่อนน้อม รวมไปถึงร้านดอกไม้มีการเปิดให้บริการเต็มรูปแบบตั้งแต่จำหน่ายดอกไม้จนกระทั่งบริการส่งถึงที่ด้วย และที่สำคัญมีการเปิดขายออนไลน์ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่าย หรือมีกำลังซื้อ

1.3) แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า การทำธุรกิจดอกไม้ จัดเป็นงานศิลปะ ที่ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัว ดังนั้นการที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการควรมีใจรักในอาชีพเป็นสำคัญ มีความชัดเจน เรียนรู้เทรนด์ความต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ความซื่อสัตย์ในอาชีพก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพได้ ควรมีใจรักงานบริการ ให้บริการอย่างเต็มที่ คอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อ ตลอดจน จนกระทั่งแนะนำวิธีการเก็บรักษาดอกไม้ให้คงทน เพื่อให้ดอกไม้ที่ขายอยู่นั้นอยู่ได้นาน ควรมีการพัฒนาแบบการจ้ดดอกไม้ให้เป็นตามยุคสมัย รวมไปถึงการตลาดปัจจุบันควรมีการทำการโฆษณาสินค้าทาง Social Network เช่น facebook instagram line เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะให้เป็นที่ยุ้จักอย่างกว้างขวาง และควรจัดตั้งกลุ่มธุรกิจดอกไม้สดในประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง

2) ด้านพนักงาน

2.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านพนักงานในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาเรื่องการขาดแคลนพนักงานออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือนักจัดดอกไม้ที่มีฝีมือ ขาดแคลนพนักงานขายดอกไม้ นอกจากนี้ยังพบปัญหาการปรับเปลี่ยนพนักงานบ่อยครั้ง จึงทำให้ต้องมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งก็ต้องประสบปัญหากับขั้นตอนที่ยุ่งยาก โดยต้องใช้ระยะเวลาในการจดทะเบียน (Work Permit) (MOU) อีกทั้งยังพบปัญหาพนักงานไม่รักองค์กร ไม่พัฒนาตนเองที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจดอกไม้สดหยุดชะงัก หรือเลิกกิจการไปในที่สุด

2.2) จุดเด่นด้านพนักงานของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า หัวใจสำคัญของธุรกิจร้านดอกไม้คือ การให้บริการ ดังนั้นพนักงานจึงควรมีความสุขภาพ เรียบร้อย มีใจรักในการจัดดอกไม้ มีความรับผิดชอบสูง ให้คำแนะนำสินค้าเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้ แสวงหาความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับเทรนด์ดอกไม้และการจัดดอกไม้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงพนักงานจะต้องมีปฏิภาณไหวพริบ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เมื่อธุรกิจร้านดอกไม้มีพนักงานแบบนี้ และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ พนักงานต้องมีความซื่อสัตย์ และจงรักภักดีต่อองค์กร สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะส่งเสริมให้ธุรกิจร้านดอกไม้อยู่รอดได้ ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา

2.3) แนวทางการพัฒนาด้านพนักงานของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า พนักงานเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจล้มเลิกหรือประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความรัก และใส่ใจ ไม่ตึงเกินไปกับระเบียบ ให้เขามีความสุขกับงานที่ทำ เสมือนหนึ่งเป็นธุรกิจของเขาเอง ควรมีการจัดหาสวัสดิการที่เหมาะสม เช่น เงินเดือน โบนัส และพิเศษอื่นๆ มีการให้ความรู้แก่พนักงาน หรือส่งไปอบรม หรือดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาอัปเดต หรือพัฒนาร้านให้เจริญรุ่งเรือง เช่น เทรนด์การจัดดอกไม้ใหม่ๆ การดีไซน์สินค้าในรูปแบบที่แปลกใหม่ ให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ควรให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี หรือ Social Network ซึ่งจะเป็นอีกช่องในการได้เผยแพร่ผลงานของร้าน เพราะจะทำให้ลูกค้าได้เลือกชม และตัดสินใจซื้อในที่สุด ฉะนั้นการเลือกพนักงานที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้

3) ด้านการเงิน

3.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาการจ่ายเงินของลูกค้า เนื่องจากให้เครดิตแต่ลูกค้าไม่ชำระตรงตามเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ยังประสบปัญหารายจ่ายที่คงที่ เช่น ค่าเช่า ค่าพนักงาน ค่า น้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าดอกไม้ ค่าขนส่ง เป็นต้น

3.2) จุดเด่นด้านการเงินของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจร้านดอกไม้จะสั่งซื้อดอกไม้ด้วยเงินสด เพราะทำให้มีอำนาจการต่อรองราคาได้ ทำให้ลดต้นทุนลงไปได้บ้าง การมีวิสัยการเงินกับลูกค้า ทำให้ได้รับความไว้วางใจในการซื้อขาย นอกจากนี้ยังมีการทำบัญชีรายรับ รายจ่ายอย่างเป็นระบบ มีการจัดสรรการเงินอย่างเป็นสัดส่วน เพื่อจะได้มีเงินทุนไว้สำรองใช้ในยามฉุกเฉินได้

3.3) แนวทางการพัฒนาด้านการเงินของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า เงิน หรือทุน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจร้านดอกไม้อยู่ต่อไปได้ ผู้ประกอบการควรบริหารการเงินอย่างระมัดระวัง เช่น บริหารให้มีหนี้เสีย (NPL) น้อยที่สุด ควรลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ลดต้นทุนทุกด้านให้ต่ำ ควรจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย อย่างสม่ำเสมอ มีการแบ่งสัดส่วนในการใช้เงินอย่างเป็นระบบ และอย่างมีวินัย

4) ด้านวัตถุดิบ

4.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านวัตถุดิบในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาคุณภาพของดอกไม้ที่สั่งซื้อในแต่ละครั้งไม่เหมือนเดิม ไม่มีความสม่ำเสมอ ทั้งนี้อาจเกิดจากสภาพภูมิอากาศ การขนส่ง การเพาะปลูก ฤดูกาล เป็นต้น โดยเฉพาะเมืองไทยเป็นเมืองร้อน ทำให้มีผลกระทบต่อดอกไม้บางชนิดที่ไม่คงทนต่อสภาพภูมิอากาศ หากสั่งสินค้ามามากเกินไปจะเกิดความเสียหาย นอกจากนี้ยังเจอปัญหาวัตถุดิบขาดตลาด มีผลผลิตน้อย ไม่มีความแน่นอน จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละเทศกาล

4.2) จุดเด่นด้านวัตถุดิบของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นขายดอกไม้ที่สด และมีคุณภาพดีที่สุดในระดับที่จัดเก็บไว้ในอุณหภูมิที่เหมาะสม สถานที่จัดเก็บก็ควรสะอาด มีการฆ่าเชื้อโรคอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายชนิด เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีการจัดดอกไม้ในรูปแบบที่แปลกใหม่ให้เข้ากับยุคสมัย และจัดจำหน่ายอุปกรณ์เสริม เช่น ภาชนะ กระดาษที่ใช้ห่อดอกไม้ ริบบิ้น เป็นต้น

4.3) แนวทางการพัฒนาด้านวัตถุดิบของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า เพื่อให้ธุรกิจดอกไม้ดำเนินงานต่อไปในระยะยาว ผู้ประกอบการควรคัดเลือกดอกไม้ทั่วทุกมุมโลกมาแนะนำเสนอต่อลูกค้า มีการคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ มีการเรียนรู้เรื่องดอกไม้ในแต่ละฤดูกาล นอกจากนี้ควรจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่อย่างสวยงาม เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดให้เข้ากับยุคสมัย แสงสว่างวัตถุดิบใหม่ๆ และรูปแบบการจัดมาแนะนำเสนออยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีการวางแผนการสั่งซื้อดอกไม้ในจำนวนที่พอเหมาะกับการขายด้วย เพื่อให้สินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

5) ด้านการบริหารจัดการ

5.1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาการติดต่อลูกค้าที่ยากในบางประเทศ นอกจากนี้ยังพบปัญหาลูกค้าไม่สั่งสินค้าล่วงหน้าเมื่อต้องการใช้ในปริมาณมาก อีกทั้งยังขาดแคลนช่างจัดดอกไม้ประจำที่มีการพัฒนารูปแบบการจัดดอกไม้ใหม่ๆ ที่ทันสมัย และประสบปัญหารายจ่ายภายในร้าน

5.2) จุดเด่นด้านการบริหารจัดการของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า ในปัจจุบันสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทในการจัดการธุรกิจดอกไม้สดมากขึ้น เช่น เพื่อเพิ่มยอดขาย เพื่อเผยแพร่ผลงาน ทำงานอย่างเป็นระเบียบแบบแผน มีการตรวจเช็คสินค้าเป็นขั้นตอน และมีความสามัคคี เชื่อมั่นในสินค้าของตนเอง มีการเข้าถึงผู้บริโภคทุกช่องทาง มีครอบครัวและบุคลากรที่ดี ทำให้การบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ดีขึ้น ยิ่งร้านมีระยะเวลาใน

การดำเนินกิจการมายาวนาน การบริหารจัดการก็ยิ่งดีขึ้นตามลำดับ เข้าหาลูกค้ามีการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าตลอด

5.3) แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการของธุรกิจดอกไม้สด

พบว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจดอกไม้สด ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ตั้งแต่การเปิดธุรกิจ จนกระทั่งการส่งสินค้าถึงมือลูกค้า คอยควบคุมหรือจัดการให้สินค้าเกิดความเสียหายน้อยที่สุด (สินค้าที่ต้องทิ้งในแต่ละเดือน) ควรมีการวางแผนส่งสินค้าเข้ามาขายให้พอดีกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ควรมีการนำเสนอในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านช่องทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้เป็นการนำเสนอผลงานสู่สายตาผู้บริโภค มีการอบรมพนักงานทุกๆ เดือน เพื่อพัฒนาระบบการทำงาน และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

4.2 การอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้นำผลการศึกษามาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.2.1 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.2.1.1 ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายดอกไม้ในประเทศ ได้แก่ ดอกกล้วยไม้และดอกไม้อื่นๆ เช่น ดอกบานไม่รู้โรย ดอกสร้อยทอง ดอกบัว ดอกช่อนกลี้น ดอกกรัก ดอกคัตเตอร์ ดอกพุด ดอกหน้าวัว อาจเป็นเพราะว่าดอกไม้ดังกล่าว เป็นดอกไม้ที่มีสีสันสวยงาม สะดุดตา มีความทนทาน สามารถเก็บไว้ได้นาน ไม่เหี่ยวแห้งไวหลังจากตัดดอก จึงทำให้ร้านดอกไม้สดนิยมนำมาจำหน่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของโชติมา (2554) กล่าวว่า กล้วยไม้ ช่อนกลี้น เบญจมาศ เยอร์บีร่า สร้อยทอง บายไม่รู้โรย ดาวเรือง ทานตะวัน ผีเสื้อลิ้นมังกร เยอร์บีร่า กุหลาบบางชนิด หน้าวัว เบญจมาศ ดาวเรือง เป็นไม้ตัดดอก ที่นิยมนำมาจำหน่าย เนื่องจากมีคุณสมบัติ มีดอกงาม รูปลักษณะดี มีสีสันสะดุดตา และอยู่ในความนิยม มีความทนทาน เช่น กลีบดอกหนา ไม่เหี่ยวแห้งได้ง่ายหลังจากตัดดอกออกมาจากต้น และสามารถเก็บไว้ได้นานไม่บาน หรือร่วงโรยเร็วเกินไป จึงทำให้เป็นที่นิยมในท้องตลาด

4.2.1.2 ระยะเวลาการดำเนินงานของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินงานในธุรกิจดอกไม้สดมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี ทั้งอาจเป็นเพราะว่างานร้านดอกไม้จัดเป็นงานศิลปะ ที่เกิดจากความชื่นชอบส่วนตัว จึงทำให้มีความสุข และอยู่ในธุรกิจนี้ได้ยาวนาน สอดคล้องกับแนวความคิดของตรีสุข (2550) กล่าวว่า มนุษย์เราใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตไปกับการทำงาน การทำในสิ่งที่ชอบ หากเลือกงานที่ชอบได้จะทุ่มเททุกอย่างให้กับงาน ดังความหวังที่จะเห็นความสำเร็จที่เกิดขึ้น โดยทุ่มเทให้กับงานและทำงานอย่างมีความสุข แต่ถ้าหากทำในสิ่งที่ไม่ชอบ ก็จะเป็นการฝืนใจ ทุ่มเทให้อย่างเต็มตัว ผลสุดท้ายเกิดความเบื่อหน่ายและเลิกลาไป ดังจะเห็นได้จากหลายคนที่ชอบเปลี่ยนงานบ่อยมาก เป็น

เพราะเริ่มต้นธุรกิจโดยไม่ได้พิจารณาไตร่ตรองให้รอบคอบว่าสิ่งที่ทำนั้นมีความชอบและสนใจหรือไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิประภา (2554) พบว่า ธุรกิจมีระยะเวลาการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี นอกจากนี้ในงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) ยังพบว่า ธุรกิจมีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 5 ปี –ไม่เกิน 10 ปี แต่ไม่สอดคล้องกับศราภก (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับ ในตลาดค้าปลีกจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่าย มีประสบการณ์ในการผลิตไม้ดอกไม้ประดับไม่เกิน 5 ปี

4.2.1.3 ท่าเลที่ตั้งร้านของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ร้านดอกไม้สดของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย ทั้งนี้เนื่องจากว่าตลาดดังกล่าวเป็นตลาดที่มีถนนล้อมรอบทุกด้าน โดยหันหน้าสู่ถนนจักรเพชร ด้านซ้ายติดถนนบ้านหม้อ ด้านขวาติดถนนอัษฎางค์ และด้านหลังติดซอย ตลาดนี้อยู่ตรงข้ามกับตลาดยอดพิมาน ตลาดปากคลองตลาด และตลาดสะพานพุทธ (ตลาดเอ็มโพร์) โดยมีถนนจักรเพชร กั้น มีพื้นที่ทำการค้าทั้งภายในและภายนอกตลาด สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผักสด ดอกไม้สำเร็จรูป ดอกไม้สด ดอกไม้พลาสติกไวซ์งานมงคล และงานศพ บริเวณภายนอกตลาดที่ติดกับถนนจักรเพชรจะขายดอกไม้สดและไม้ประดับเป็นส่วนใหญ่ ช่วงเวลากลางคืนจะเป็นช่วงที่ผู้ซื้อดอกไม้มาซื้อกันเป็นส่วนมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปริพัฒน์ (2553) กล่าวว่า ท่าเลที่ตั้งเป็นข้อพิจารณาของสภาพพื้นที่ในการประกอบกิจการ เจ้าของควรคิดถึงความนิยมของประชาชนในการเลือกซื้อดอกไม้สดในรูปแบบต่างๆ จำนวนร้านดอกไม้ที่มีในถิ่นนั้น ผลงานของร้านดอกไม้ที่มีอยู่ในบริเวณนั้น มาคาดคะเนกำลังซื้อ ถ้าจะเปิดดำเนินการใหม่อีกแห่งหนึ่ง การแข่งขันทางด้านฝีมือและชื่อเสียงความสะอาดในการคมนาคม ความเหมาะสมของสถานที่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับโชติมา (2554) การเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด การจัดการในสิ่งอื่นๆ ที่ได้ตัดสินใจแล้วอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ที่ตั้งของร้านดอกไม้ที่ได้ตัดสินใจไปแล้วไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ ที่ตั้งร้านเพียงอย่างเดียวสามารถทำให้ธุรกิจการขายดอกไม้ไม่ได้รับความสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวได้ ร้านขายดอกไม้หลายร้านไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพราะที่ตั้งของร้านไม่อยู่ในที่เหมาะสม การเลือกที่ตั้งร้านต้องทำด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ และปราศจากความเอนเอียงในเหตุผลส่วนตัว จะต้องเลือกที่ตั้งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพในการค้า ในการเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้ และยังสอดคล้องกับทยา (2554) พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านดอกไม้ คือ คุณภาพของดอกไม้ และทำเลที่ตั้งของร้าน

4.2.1.4 ทุนในการจดทะเบียนของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทุนจดทะเบียนในร้านดอกไม้สด ต่ำกว่า 1 แสนบาท ทั้งนี้เนื่องจากว่า ร้านดอกไม้สดส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่ดำเนินการแบบอิสระ ซึ่งดำเนินการจัดตั้งธุรกิจด้วยตัวเอง จึงไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง แต่จะเป็นการลงทุนในการซื้อดอกไม้ หรือใช้ในการดำเนินกิจการให้ดำเนินไปได้ด้วยดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของรัชณี (2558) Money กล่าวว่า เงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ ขององค์การดำเนินไปได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับธงชัย (2551) ที่กล่าวว่า เงินทุน (Money) คือ ปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากร เพื่อเอื้ออำนวยให้กิจกรรมขององค์การดำเนินไปด้วยดี ซึ่งเงินทุนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งกิตติ (2553) กล่าวว่า เงินหรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญ

อย่างหนึ่งของระบบ เช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับ รายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิประภา (2554) ที่พบว่า ธุรกิจมีทุนจดทะเบียนเป็น 10-20 ล้านบาท

4.2.1.5 ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือนของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการของธุรกิจดอกไม้สดมียอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อเดือน ทั้งนี้อาจเนื่องจากดอกไม้จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ซบเซา ส่งผลให้ยอดขายตกต่ำไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทยา (2554) พบว่า รายได้โดยเฉลี่ยของร้านจัดดอกไม้มากกว่าเดือนละ 50,000 ถึง 200,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) ที่พบว่า ธุรกิจมีมูลค่ายอดขายลดลง

4.2.1.6 วิธีการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจดอกไม้มีการแข่งขันสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงหันมาใช้กลยุทธ์การลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธนาศักดิ์ (2552) กล่าวว่า ด้านการตลาดเป็นระบบกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบริโภคนปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ช่วยให้องค์กรธุรกิจดำเนินงานอย่างปลอดภัย บริษัทที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นบริษัทที่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงานทางการตลาดของตนเองให้กับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ ซึ่งในงานวิจัยของศศิประภา (2554) พบว่า สถานประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า และในงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) ยังพบว่า ธุรกิจมีการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการตลาดทางตรง

4.2.2 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.2.2.1 ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกคู่แข่งนำดอกไม้สดชนิดเดียวกันมาขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) พบว่า ภาวการณ์แข่งขันกับคู่แข่งต่างชาติในตลาดโลกมีความรุนแรงมาก ที่มีการผลิตสินค้าคล้ายคลึงกัน ทำให้มีการแข่งขันกันทั้งด้านการตลาด ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องพิจารณาหาแนวทางแก้ไขเร่งด่วน และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิประภา (2554) ที่พบว่า การแข่งขันราคากับคู่แข่งต่างประเทศมีปัญหามากที่สุด โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งของไทย เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน และประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่มีการผลิตสินค้าระดับใกล้เคียงกับไทยและส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายของไทย ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ทำให้การแข่งขันการตลาดสูง เพื่อกระตุ้นยอดขายไม่ว่าจะเป็นการตัดราคาหรือการปรับปรุงแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศคู่แข่งสามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายชนิด มีราคาถูกและคุณภาพไม่แตกต่างกัน ดังนั้นอุตสาหกรรม

ดอกไม้ของประเทศไทยยังเสียเปรียบแหล่งวัตถุดิบเทคโนโลยีในการผลิตและการออกแบบ ความเชี่ยวชาญและค่าจ้างแรงงานในการผลิตสูง

4.2.2.2 ด้านพนักงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิประภา (2554) พบว่า อุตสาหกรรมดอกไม้เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานฝีมือสูง ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน และมีค่าแรงงานที่สูง นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับกรมส่งเสริมการส่งออก (2553) พบว่า แรงงานส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและไม่ให้ความสำคัญต่อการจัดการผลิต การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพตรงความต้องการของตลาด อีกทั้งประเทศไทยยังขาดแคลนแรงงานทางด้าน การออกแบบ ซึ่งต้องจ้างจากต่างประเทศและชอบเลียนแบบกัน ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ในตัว ทำให้สินค้าขาดความหลากหลาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) ที่พบว่า ธุรกิจมีปัญหาเรื่องความรู้และความชำนาญในการผลิตของช่างฝีมือ ค่าแรงงานของบุคลากรและช่างฝีมือ จำนวนของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ความถี่ในการเข้าออกจากงาน และความสามารถในการออกแบบ

4.2.2.3 ด้านการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การติดต่อกับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยาก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) พบว่า การสนับสนุนจากสถาบันทางการเงินของรัฐ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สภาพคล่องทางการเงินของกิจการ ระยะเวลาในการให้กู้ยืมเงิน ในขณะที่ ศศิประภา (2554) ที่พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ มีการใช้เงินหมุนเวียนเป็นจำนวนมากในการซื้อวัตถุดิบคือ ผ้าโพลีเอสเตอร์ที่มีราคาสูงมาก จึงต้องมีการหาแหล่งเงินทุนที่ธุรกิจนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ เมื่อกิจการขาดสภาพคล่องทางการเงิน จะส่งผลให้เกิดปัญหาการจัดซื้อวัตถุดิบและค่าแรงงาน ทำให้ต้องมีการกู้ยืมเงินมาใช้ในธุรกิจ และบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2557) ยังพบว่า ธุรกิจกำลังเผชิญปัญหากับปัจจัยด้านเงินทุน มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกิจการของสถานประกอบการโดยเฉพาะสถานประกอบการขนาดเล็กมักประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ในขณะที่สถาบันการเงินมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ ทำให้สถานการณ์การเงินของสถานประกอบการขนาดเล็กต้องจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อรองรับสภาพคล่องทางการเงินด้วย

4.2.2.4 ด้านวัตถุดิบ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปริมาณดอกไม้สดที่มีในประเทศไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิประภา (2554) พบว่า วัตถุดิบในประเทศไม่ได้มาตรฐาน เกิดการชำรุด เสียหาย รวมทั้งเสียเวลาในการผลิตทำให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่สูง ส่งผลให้เกิดค่าขนส่งที่สูงขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) ที่พบว่า ราคาวัตถุดิบที่ซื้อ คุณภาพและความสม่ำเสมอของวัตถุดิบที่มีในประเทศ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสาวิตรี (2551) กล่าวว่า ธุรกิจพบปัญหาคุณภาพของวัตถุดิบภายในประเทศยังไม่ดีพอ

4.2.2.5 ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดอกไม้สด สอดคล้องกับแนวคิดของกิตติ (2553) กล่าวว่า การบริหารระบบ ซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ทำให้ระบบเกิด

ปัญหา เพราะการบริหารที่ไม่ดี หรือการบริหารที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม หรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ต่อสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ที่เรียกกันว่าไม่เป็นไปตามโลกาภิวัตร์ ดังนั้น การบริหารงานเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด เพราะถ้าการบริหารไม่ดีแล้ว ธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้ กิจกรรมต้องล้มเลิกไปในที่สุด ในขณะที่ปริทัศน์ (2553) กล่าวว่า ในการบริหารจัดการ เจ้าของกิจการต้องคอยควบคุมดูแลจัดการเป็นส่วนใหญ่ หากผู้ประกอบการร้านดอกไม้ดูแลไม่ทั่วถึง ไม่สามารถประมาณได้ว่าผลิตภัณฑ์ชนิดใดไม่เพียงพอในการจำหน่าย ซึ่งในสิ่งนี้อาจส่งผลให้เสียโอกาสที่จะขายสินค้าให้กับลูกค้าได้

4.2.3 การเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.2.3.1 ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าดอกไม้สด เป็นวัตถุดิบหลักที่มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศต่ำ ด้วยสภาพภูมิอากาศในประเทศไทยที่ร้อนอบอ้าว ทำให้ดอกไม้เกิดความเสียหายได้ง่าย หากสั่งมาจำหน่ายในจำนวนที่น้อย ก็ไม่สามารถเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และถ้าสั่งมาขายในจำนวนที่มากเกินไป เมื่อขายไม่หมด ก็ทำให้ดอกไม้เกิดความเสียหายได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกิตติ (2553) กล่าวว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบไม่น้อย หากขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ก็จะทำให้ไม่มีสินค้าสำหรับขาย ผลก็คือ การขาดทุน หรือการมีวัตถุดิบมากเกินไปความต้องการ เช่น มีสินค้าที่จำหน่าย หรือขายไม่ออกมากเกินไป ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบทำให้เกิดการขาดทุน เช่นเดียวกันนั่นเอง นอกจากนี้รัชณี (2558) ยังกล่าวว่า วัตถุดิบเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น จำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนต่ำ เพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจ จำแนกตามสภาพทั่วไปของธุรกิจ พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.3.2 ระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับปริทัศน์ (2553) กล่าวว่า ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจร้านขายดอกไม้สด ประสบการณ์จะเป็นตัวเชื่อมโยงความรู้ในเชิงทฤษฎีมารวมกับความคาดหวังในอนาคตที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นประสบการณ์จึงต้องเริ่มมาจากเงินทุนในการดำเนินการและทำเลที่ตั้ง ซึ่งทุนในการดำเนินการเป็นการมองในลักษณะว่าร้านขายดอกไม้สดนั้นมีโอกาสทำเงินได้มีมากน้อยเพียงใด มีค่าส่วนแบ่งของการตลาดหรือผู้บริโภคมีความต้องการสม่ำเสมอหรือไม่ มีโอกาสทำกำไรได้สูงสุดเมื่อใด หากมีการกู้เงินมาลงทุนจะมีโอกาสคืนทุนเมื่อใด สิ่งที่ควรพิจารณาคือ ลูกค้าของธุรกิจเหล่านี้ใครเป็นผู้บริโภคถ้าอยู่ในกลุ่มผู้มีเงิน สินค้าย่อมขายได้ในราคาดีกว่าขายสินค้าให้ชาวบ้านธรรมดาที่มีอำนาจการซื้อน้อย และทำเลที่ตั้งเป็นข้อพิจารณาของสภาพพื้นที่ในการประกอบกิจการ เจ้าของควรคิดถึงความนิยมของประชาชนในการ

เลือกซื้อดอกไม้สดในรูปแบบต่างๆ จำนวนร้านดอกไม้ที่มีในถิ่นนั้น ผลงานของร้านดอกไม้ที่มีอยู่ในบริเวณนั้นมาคาดคะเนกำลังซื้อ ถ้าจะเปิดดำเนินการใหม่อีกแห่งหนึ่ง การแข่งขันทางด้านฝีมือและชื่อเสียงความสะอาดในการคมนาคม ความเหมาะสมของสถานที่ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิประภา (2554) ที่พบว่า เปรียบเทียบระดับปัญหาของธุรกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตินต์ (2559) พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจ จำแนกตามสภาพทั่วไปของธุรกิจ ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.3.3 ทำเลที่ตั้งร้าน ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้าน แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของโชติมา (2554) กล่าวว่า การเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด การจัดการในสิ่งอื่นๆ ที่ได้ตัดสินใจแล้วอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ที่ตั้งของร้านดอกไม้ที่ได้ตัดสินใจไปแล้วไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ ที่ตั้งร้านเพียงอย่างเดียวสามารถทำให้ธุรกิจการขายดอกไม้ หรือไม่ได้รับความสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวได้ ร้านขายดอกไม้หลายร้านไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพราะที่ตั้งของร้านไม่อยู่ในที่เหมาะสม การเลือกที่ตั้งร้านต้องทำด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ และปราศจากความเอนเอียงในเหตุผลส่วนตัว จะต้องเลือกที่ตั้งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพในการค้า ในการเลือกที่ตั้งสำหรับร้านดอกไม้

4.2.3.4 ทุนในการจดทะเบียน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนในการจดทะเบียน แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของ ธงชัย (2551) กล่าวว่า ทุนปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนในการจัดทำทรัพยากร เพื่อเอื้ออำนวยให้กิจกรรมขององค์การดำเนินไปด้วยดี ซึ่งเงินทุนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว และยังสอดคล้องกับกิตติ (2553) กล่าวว่า เงินหรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบ เช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับ รายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ ในขณะที่ปริพัฒน์ (2553) กล่าวว่า ทุนมีความสำคัญมาก ทุนเป็นตัวแทนที่แสดงถึงความมั่นคงและขนาดของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจให้ราบรื่น และให้ผลสำเร็จที่คาดหวังไว้ จะต้องเตรียมทั้งเงินลงทุนและทุนสำรองเอาไว้ด้วย เงินทุน หมายถึง เงินที่จะต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้นโดยตรง เงินลงทุนอาจจะได้แก่ เงินค่าซื้อหรือเช่าร้าน ค่าตกแต่งร้าน ค่าซื้อดอกไม้และอุปกรณ์ต่างๆ ที่จะจำหน่าย ค่าแรงลูกจ้าง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าทำข่าวประชาสัมพันธ์ ทุนสำรอง หมายถึง เงินที่ต้องเตรียมเอาไว้ใช้ในกรณีที่รายรับ ไม่ตรงกับเป้าหมายที่คาดไว้ เช่น ในกรณีที่ลูกค้าเลื่อนการชำระเงิน หรือในกรณีที่ต้องการสำรองสินค้าจำนวนมาก เช่น ในกรณีที่อุปกรณ์การจัดดอกไม้มีการลดราคาลงมามาก และเราสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะสามารถระบายสินค้าเหล่านี้เอาไปไม่ยาก โอกาสที่จะได้รับกำไรมีอยู่สูงมาก ก็สามารถใช้ทุนสำรองซื้อสินค้านั้นมาเก็บไว้ หรือใช้ในกรณี

เกิดเหตุที่ไม่คาดคิดมาก่อน เช่น ตู๋เย็นเก็บดอกไม้เกิดขัดข้องอุณหภูมิไม่ได้ ต้องรีบนำดอกไม้ ออกจำหน่ายโดยเร็วในราคาถูก เป็นเหตุต้องให้นำเงินทุนสำรองมาใช้ซื้อดอกไม้ชุดใหม่มาเก็บไว้หลัง การซ่อมตู้แช่ดอกไม้แล้ว ซึ่งจะเห็นได้ว่าทุนสำรองนั้นมีความสำคัญมากเช่นกันสำหรับผู้ที่มีเงินสดหรือ หลักทรัพย์อยู่ในมือก็สามารถทำธุรกิจได้ราบรื่นและคล่องตัว แต่สำหรับผู้ที่มีใจรักในการดำเนินธุรกิจ ร้านขายดอกไม้สดก็ยังสามารถติดต่อธนาคารพาณิชย์ได้ทุกแห่งเพื่อขอสินเชื่อในการลงทุนในการ ดำเนินธุรกิจร้านขายดอกไม้สด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตตินต์ (2559) พบว่า การ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจ จำแนกตามสภาพทั่วไปของธุรกิจ พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2.3.5 ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยของยอดขาย ต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตินต์ (2559) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาในการ ดำเนินงานของธุรกิจ จำแนกตามสภาพทั่วไปของธุรกิจ พบว่า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05

4.2.3.6 วิธีการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย แตกต่างกันไป มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของปริพัฒน์ (2553) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าในรูปแบบแปลกใหม่อยู่เสมอ เป็นการเปิดตลาดให้กว้างขวางขึ้น เป็นการเพิ่มลูกค้าอีกทางหนึ่ง เพื่อให้ธุรกิจมียอดขายเพิ่มมากขึ้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของธนาศักดิ์ (2552) กล่าวว่า ด้านการตลาด เป็นระบบกิจกรรมธุรกิจ ทั้งหมดที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และ บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบริโภคนปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ช่วยให้ องค์กรธุรกิจดำเนินงานอย่างปลอดภัย บริษัทที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นบริษัท ที่สามารถ ปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงานทางการตลาดของตนเองให้กับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้

4.2.4 แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชน ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.2.4.1 ด้านการตลาดของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า การทำธุรกิจดอกไม้ จัดเป็นงาน ศิลปะ ที่ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัว ดังนั้นการที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้ นั้น ผู้ประกอบการควรมีใจรักในอาชีพเป็นสำคัญ มีความชัดเจน เรียนรู้เทรนด์ความต้องการของตลาด อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ความซื่อสัตย์ ในอาชีพก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพได้ ควรมีใจรักงานบริการ ให้บริการ อย่างเต็มใจ คอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อ แนะนำวิธีการเก็บรักษาดอกไม้ให้คงทน เพื่อให้ดอกไม้ นั้น อยู่ได้นาน ควรมีการพัฒนาแบบการจัดดอกไม้ให้เป็นตามยุคสมัย รวมไปถึงการตลาดปัจจุบันควรมี การทำการโฆษณาสินค้าทาง Social Network เช่น facebook instagram line เพื่อเผยแพร่สู่ สาธารณะให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และควรจัดตั้งกลุ่มธุรกิจดอกไม้สดในประเทศ เพื่อเพิ่ม ศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง สอดคล้องกับงานวิจัยของธนาศักดิ์ (2552) กล่าวว่า

ด้านการตลาด เป็นระบบกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของบริโภคปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ช่วยให้องค์กรธุรกิจดำเนินงานอย่างปลอดภัย บริษัทที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นบริษัทที่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงานทางการตลาดของตนเองให้กับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ ซึ่งตริโนช (2550) กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและต้องสร้างความเชื่อถือของตนเอง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการคิดหรือมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ ที่จะนำเอาแนวคิดที่ตีมาเสริมสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ทำสิ่งที่ถูกต้องก่อนคนอื่นเสมอ จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ร็อนเยค (2557) ยังกล่าวว่า การสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อตัดสินใจว่าจะเลือกทำธุรกิจอะไร แต่สิ่งที่สำคัญที่จะมองข้ามเสียมิได้คือ ตลาด หรือความต้องการของผู้บริโภค มีนักธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ทำธุรกิจแล้วไม่ประสบความสำเร็จทั้งที่บุคคลเหล่านั้นมีความรู้และประสบการณ์ด้านการผลิตเป็นอย่างดี แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ไม่ใส่ใจความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นจุดสำคัญขั้นต้นที่จะมองข้ามไม่ได้ ส่วนใหญ่ผู้ลงทุนมักจะให้ความสนใจกับการผลิต แม้ว่าจะมีความสามารถในการผลิตสักเพียงใด และมีทุนดำเนินการอย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด หากไม่มีลูกค้าเพียงพอ ธุรกิจก็ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

4.2.4.2 ด้านพนักงานของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า พนักงานเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจล้มเลิกหรือประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความรัก และใส่ใจ ไม่ตึงเกินไปกับระเบียบ ให้เขามีความสุขกับงานที่ทำ เสมือนหนึ่งเป็นธุรกิจของเขาเอง ควรมีการจัดหาสวัสดิการที่เหมาะสม เช่น เงินเดือน โบนัส และพิเศษอื่นๆ มีการให้ความรู้แก่พนักงาน หรือส่งไปอบรม หรือดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาอัปเดต หรือพัฒนาร้านให้เจริญรุ่งเรือง เช่น เทรนด์การจัดดอกไม้ใหม่ๆ การดีไซน์สินค้าในรูปแบบที่แปลกใหม่ ให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ควรให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี หรือ Social Network ซึ่งจะเป็อีกช่องทางในการได้เผยแพร่ผลงานของร้าน เพราะจะทำให้ลูกค้าได้เลือกชม และตัดสินใจซื้อในที่สุด ฉะนั้น การเลือกพนักงานที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้ ดังที่รัชนี (2558) กล่าวว่า คน หรือทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หรือทรัพยากรบุคคล (Personal Resources) ถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุด ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ ซึ่งชุตติภา (2553) ยังได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม ถึงแม้จะเชี่ยวชาญในการผลิต แต่ความรู้และประสบการณ์อย่างอื่น หรือที่มีอยู่ไม่เพียงพอก็ต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอด โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้วิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้

4.2.4.3 ด้านการเงินของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า เงิน หรือทุน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจร้านดอกไม้อยู่ต่อไปได้ ผู้ประกอบการควรบริหารการเงินอย่างระมัดระวัง เช่น บริหารให้มีหนี้เสีย (NPL) น้อยที่สุด ควรลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ลดต้นทุนทุกด้านให้ต่ำ ควรจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย อย่างสม่ำเสมอ มีการแบ่งสัดส่วนในการใช้เงินอย่างเป็นระบบ และอย่างมีวินัย ซึ่งสอดคล้องกับกิตติ (2553) ที่กล่าวว่า เงินหรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบ เช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือเงินรายรับ รายจ่ายต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความ

ยุ่งยาก หรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ และดังที่ชุตินา (2553) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรประหยัดเพื่ออนาคตอดออมเพื่ออนาคตข้างหน้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องรู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินตัวเกินความสามารถ จะได้ไม่ประสบความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ

4.2.4.4 ด้านวัตถุดิบของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า เพื่อให้ธุรกิจดอกไม้ดำเนินงานต่อไปในระยะยาว ผู้ประกอบการควรคัดเลือกดอกไม้ทั่วทุกมุมโลกมานำเสนอต่อลูกค้า มีการคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ มีการเรียนรู้เรื่องดอกไม้ในแต่ละฤดูกาล นอกจากนี้ควรจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่อย่างสวยงาม เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดให้เข้ากับยุคสมัย แสงสว่างวัตถุดิบใหม่ๆ และรูปแบบการจัดมานำเสนออยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีการวางแผนการสั่งซื้อดอกไม้ในจำนวนที่พอเหมาะกับการขายด้วย เพื่อให้สินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งรัชณี (2558) กล่าวว่า วัตถุดิบเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น จำเป็นต้องมีคุณภาพและมีต้นทุนต่ำ เพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต โดยชุตินา (2553) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นในการทำงานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เป็นผู้ทำงานตลอดเวลา รับผิดชอบงานทุกอย่าง ทั้งทางงาน ทางด้านความคิด และงานปฏิบัติ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการควบคุมดูแลทรัพยากรทั้งที่เป็นวัตถุดิบและบุคลากรด้วยตนเอง และพร้อมที่จะดำเนินการไปตามที่เห็นสมควร

4.2.4.5 ด้านการบริหารจัดการของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจดอกไม้สด ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ตั้งแต่การเปิดธุรกิจจนกระทั่งการส่งสินค้าถึงมือลูกค้า คอยควบคุมหรือจัดการให้สินค้าเกิดความเสียหายน้อยที่สุด (สินค้าที่ต้องทิ้งในแต่ละเดือน) ควรมีการวางแผนส่งสินค้าเข้ามาขายให้พอดีกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ควรมีการนำเสนอในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านช่องทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้เป็นการนำเสนอผลงานสู่สายตาผู้บริโภค มีการอบรมพนักงานทุกๆ เดือน เพื่อพัฒนาระบบการทำงาน และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น ดังที่ธนาศักดิ์ (2552) กล่าวว่า ด้านการบริหารจัดการ เป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ ซึ่งเป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือการสร้างกำไร การบริหารจัดการจึงเกี่ยวข้องกับ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งชุตินา (2553) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรมีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานกับคนหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังควรมีการวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่เป้าหมาย เตรียมป้องกันที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลว แต่ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวัง มุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จมองเห็นอนาคต

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 3) เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน ทุนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขาย และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนการวิจัย

ระยะที่ 1 ขั้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 129 ราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1978) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 97 ราย จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด

ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจดอกไม้สด จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ระยะที่ 1 ขั้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างแนวทางการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 ขั้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ 1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และ 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนครกรุงเทพมหานครโดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจ โดยได้รับกลับคืนมา 97 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้ 1) ขอหนังสือขอกจากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพื่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดจำนวน 5 คน 2) ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดให้ความคิด ข้อพิจารณา และข้อเสนอแนะ 3) จัดบันทึกการสัมภาษณ์ เก็บเอกสารไว้เป็นหลักฐาน และ 4) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ขั้นตอนศึกษาสภาพ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้จำนวน (ความถี่) (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยใช้จำนวน (ความถี่) (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4) การเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร สำหรับความแตกต่าง 2 ตัวแปร ใช้การทดสอบค่าที (Independent t-test) ส่วนความแตกต่างตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ตัวแปร ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)

ระยะที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจดอกไม้สด ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด จุดเด่นของธุรกิจดอกไม้สด และแนวทางการพัฒนาธุรกิจดอกไม้สด

5.1 สรุปผล

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 77.32 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 52.58 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 38.14

5.1.2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 97 คน ส่วนใหญ่จำหน่ายดอกไม้ในประเทศ ได้แก่ ดอกกล้วยไม้และดอกไม้อื่นๆ เช่น ดอกบานไม่รู้โรย ดอกสร้อยทอง ดอกบัว ดอกช่อนกลีน ดอกรัก ดอกคัตเตอร์ ดอกพุด ดอกหน้าวัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 75.26 ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 48.45 โดยร้านดอกไม้สดตั้งอยู่ในตลาดส่งเสริมเกษตรไทย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.78 ทั้งนี้มีทุนจดทะเบียนในร้านดอกไม้สด ต่ำกว่า 1 แสนบาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 64.95 ซึ่งมียอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อเดือน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 77.32 และผู้ประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แถม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 46.39

5.1.3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวม ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบดังนี้

5.1.3.1 ด้านการตลาด พบว่า โดยรวม ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกคู่แข่งนำดอกไม้สดชนิดเดียวกันมาขาย ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 1.03)

รองลงมาคือ ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องชนิดของดอกไม้สดที่ไม่แปลกใหม่ทันตามกระแสนิยม ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 1.11) และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับธุรกิจขนาดใหญ่ พอมีผลกระทบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบเช่นกัน ($\bar{X} = 3.09$, S.D. = 0.81)

5.1.3.2 ด้านพนักงาน พบว่า โดยรวม ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ พนักงานไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.26) รองลงมาคือ ค่าจ้างพนักงานที่มีฝีมือทางด้านดอกไม้สดมีราคาสูง ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.14) และน้อยที่สุด คือ คุณภาพฝีมือของพนักงานงานไม่สม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.84)

5.1.3.3 ด้านการเงิน พบว่า โดยรวม ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การติดต่อกับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 1.06) รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจไม่มีความถนัดในการเขียนโครงสร้างของเงินกู้ ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.95) และน้อยที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในการลงทุนธุรกิจดอกไม้สดมีความผันผวน ($\bar{X} = 2.47$, S.D. = 0.71)

5.1.3.4 ด้านวัตถุดิบ พบว่า โดยรวม ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.91) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปริมาณดอกไม้สดที่มีในประเทศไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ ราคาดอกไม้สดขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลวันสำคัญจึงทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้เพาะปลูกดอกไม้สด ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 1.23) และน้อยที่สุด คือ ต้นทุนดอกไม้สดสูง และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.74)

5.1.3.5 ด้านการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวม ผู้ประกอบการมีปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 1.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดอกไม้สด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ ขาดความรู้เรื่องการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 1.09) และน้อยที่สุด คือ การบริหารงานแบบครอบครัวทำให้การบริหารงานไม่เป็นระบบ ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.67)

5.1.4 เปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย ระยะเวลาการดำเนินงาน ทำเลที่ตั้งร้าน ทุนในการจดทะเบียน ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน และวิธีการส่งเสริมการขาย พบดังนี้

5.1.4.1 ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4.2 ระยะเวลาการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านวัตถุดิบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4.3 ทำเลที่ตั้งร้าน ผู้ประกอบการที่มีทำเลที่ตั้งร้าน แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4.4 ทู่นในการจดทะเบียน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนในการจดทะเบียน แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4.5 ค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยของยอดขายต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4.6 วิธีการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ประกอบการที่มีวิธีการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.5 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

5.1.5.1 ด้านการตลาดของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า การทำธุรกิจดอกไม้ จัดเป็นงานศิลปะ ที่ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัว ดังนั้นการที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการควรมีใจรักในอาชีพเป็นสำคัญ มีความชัดเจน เรียนรู้เทรนด์ความต้องการของตลาด อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ความซื่อสัตย์ในอาชีพก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพได้ ควรมีใจรักงานบริการ ให้บริการอย่างเต็มใจ คอยให้คำแนะนำการเลือกซื้อ ตลอดจน จนกระทั่งแนะนำวิธีการเก็บรักษาดอกไม้ให้คงทน เพื่อให้ดอกไม้นั้นอยู่ได้นาน ควรมีการพัฒนารูปแบบการจัดดอกไม้ให้เป็นตามยุคสมัย รวมไปถึงการตลาดปัจจุบันควรมีการทำโปรโมชั่นสินค้าทาง Social Network เช่น facebook instagram line เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และควรจัดตั้งกลุ่มธุรกิจดอกไม้สดในประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง

5.1.5.2 ด้านพนักงานของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า พนักงานเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจล้มเลิกหรือประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความรัก และใส่ใจ ไม่ตึงเกินไปกับระเบียบ ให้เขามีความสุขกับงานที่ทำ เสมือนหนึ่งเป็นธุรกิจของตนเอง ควรมีการจัดหาสวัสดิการที่เหมาะสม เช่น เงินเดือน โบนัส และพิเศษอื่นๆ มีการให้ความรู้แก่พนักงาน หรือส่งไปอบรม หรือดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ มาอัปเดต หรือพัฒนาร้านให้เจริญรุ่งเรือง เช่น เทรนด์การจัดดอกไม้ใหม่ๆ การดีไซน์สินค้าในรูปแบบที่แปลกใหม่ ให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ควรให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี หรือ Social Network ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางในการได้เผยแพร่ผลงานของร้าน เพราะจะทำให้ลูกค้าได้เลือกชม และตัดสินใจซื้อในที่สุด ฉะนั้นการเลือกพนักงานที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้

5.1.5.3 ด้านการเงินของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า เงิน หรือทุน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจร้านดอกไม้อยู่ต่อไปได้ ผู้ประกอบการควรบริหารการเงินอย่างระมัดระวัง เช่น บริหารให้มีหนี้เสีย (NPL) น้อยที่สุด ควรลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ลดต้นทุนทุกด้านให้ต่ำ ควรจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย อย่างสม่ำเสมอ มีการแบ่งสัดส่วนในการใช้เงินอย่างเป็นระบบ และอย่างมีวินัย

5.1.5.4 ด้านวัตถุดิบของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า เพื่อให้ธุรกิจดอกไม้ดำเนินงานต่อไปในระยะยาว ผู้ประกอบการควรคัดเลือกดอกไม้ทั่วทุกมุมโลกมานำเสนอต่อลูกค้า มีการคัดเลือกดอกไม้ให้มีคุณภาพ สดใหม่ และสม่ำเสมอ มีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ มีการเรียนรู้เรื่องดอกไม้ในแต่ละฤดูกาล นอกจากนี้ควรจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่อย่างสวยงาม เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดให้เข้ากับยุคสมัย แสวงหาวัตถุดิบใหม่ๆ และรูปแบบการจัดมานำเสนออยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมีการวางแผนการสั่งซื้อดอกไม้ในจำนวนที่พอเหมาะกับการขายด้วย เพื่อให้สินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

5.1.5.5 ด้านการบริหารจัดการของธุรกิจดอกไม้สด พบว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจดอกไม้สด ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ตั้งแต่การเปิดธุรกิจจนกระทั่งการส่งสินค้าถึงมือลูกค้า คอยควบคุมหรือจัดการให้สินค้าเกิดความเสียหายน้อยที่สุด (สินค้าที่ต้องทิ้งในแต่ละเดือน) ควรมีการวางแผนส่งสินค้าเข้ามาขายให้พอดีกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ควรมีการนำเสนอในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยผ่านช่องทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้เป็นการนำเสนอผลงานสู่สายตาผู้บริโภค มีการอบรมพนักงานทุกๆ เดือน เพื่อพัฒนาระบบการทำงาน และควรมีการวางแผนการทำยอดขายของแต่ละปี เพื่อให้มีการพัฒนาการทำงานไปในทางที่ดีขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี

5.2.1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายดอกไม้สดเป็นระยะเวลา 5-10 ปี มียอดขายเฉลี่ยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อเดือน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง และควรเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ในตลาดเดิม เพื่อการขยายตลาดและเพื่อสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น

5.2.1.2 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีวิธีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเน้นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจดอกไม้สดมีโอกาสทางการค้า และให้เป็นที่รู้จักของตลาดที่มีศักยภาพใหม่ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า

5.2.1.3 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา ด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดอกไม้สด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการร้านได้อย่างถูกต้อง และสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

5.2.2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับทักษะและความต้องการของพนักงานที่ธุรกิจร้านดอกไม้สดต้องการ เพื่อสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.2.2 ควรศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ เป็นรายด้าน เช่น ด้านการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ ด้านการบริหารจัดการ เป็นต้น ที่ได้ค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้นำไปศึกษาแบบเจาะลึกและต่อยอด

5.2.2.3 ควรศึกษาถึงพฤติกรรม และทัศนคติในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดในชุมชนปากคลองตลาดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการส่งออก. 2553. **อุตสาหกรรมดอกไม้**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.depthai.go.th/> สืบค้นเมื่อ วันที่ 20 ตุลาคม 2561.
- กิตติ กอบัวแก้ว. 2553. **การบริหารการผลิต**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- จิตตินต โยธิดณะ. 2559. **การศึกษาสภาพและปัญหาการส่งออกในธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตดอกไม้/ ใบไม้/ ต้นไม้ประดับ**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชุตินา บุตรดีวงศ์. 2553. **กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในเขตจังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น ร้อยเอ็ด และกาฬสินธุ์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โชติมา ตียะวิวัฒน์. 2554. **กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณรงค์ มุกดา. 2553. **แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า จังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ณัฐวี สีนวรัตน์. 2551. **ศึกษาการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิต ด้านการตลาดของกลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแระ หมู่ที่ 3 ตำบลทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ตรีสุข ปรีเปรม. 2550. **ปัจจัยการตัดสินใจซื้อดอกไม้ของลูกค้าในเขตเมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ทยา กิ่งเกตุ. 2554. **ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงศ์. 2551. **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาศักดิ์ หลักเพชร. 2552. **การศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจจิวเวลรี่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2557. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11**. นนทบุรี บริษัท เอส.อาร์.พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ธนยศ ดอกดวง. 2557. **รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมืองตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นฤมล มีแสง. 2554. **ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ยานปากคลองตลาด**. รายงานวิจัยบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2557. ดอกไม้ประดิษฐ์หมดยุคทองของไทยแล้วหรือ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/Pages/Default.aspx> สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2561.
- ปากคลองตลาด. 2561. สะพานพุทธ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.google.com/search?q=ปากคลองตลาด/> สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 ธันวาคม 2561.
- ปริทัศน์ นียมวงศ์. 2553. การจัดการธุรกิจร้านดอกไม้ช่อมาลี เขตเทศบาลเมืองอุดรธานี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พัชรียา จิตตะสนธิ. 2551. สภาพการผลิตไม้ดอกไม้ประดับกระถางของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชนี เฉลยฤกษ์. 2558. การบริหารจัดการร้านดอกไม้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศราภก จินามา. 2550. การซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับในตลาดค้าเหียงจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิประภา พรหมทอง. 2554. สภาพ ปัญหาและความต้องการในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อการส่งออก. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ศิรินภา โออิน. 2559. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อดอกไม้สดจากธุรกิจงานประดิษฐ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศูนย์ข้อมูลรัตนโกสินทร์. 2561. ชุมชนปากคลองตลาด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.resource.lib.su.ac.th/rattanakosin/> สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 พฤศจิกายน 2561.
- สวนสน ยอดนางคำ. 2555. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกรูปแบบของการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าดอกไม้สด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านดอกไม้สด ชุมชนปากคลองตลาด. 2561. ธุรกิจดอกไม้สด. เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2561
- สาวิตรี เจริญพงศ์. 2551. ศึกษาการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ของไทย. กรุงเทพฯ : บริษัทคอนซัลแทนท์ ออฟ เทคโนโลยี.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุพิชฌาย์ ศักดิ์ศรีพยากร. 2550. พฤติกรรมและทัศนคติการซื้อดอกไม้สดของผู้บริโภคที่มีต่อ
เครือข่ายมีสลิลลี่ เขตจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โสภิตา วรนิล. 2554. รูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ
พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดปากคลองตลาด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Krejcie, R.V. & and Morgan, D.W. 1978. **Determining Sample Size for Research
Activities.** Educational and Psychological Measurement, 30(3), pp.607-610.



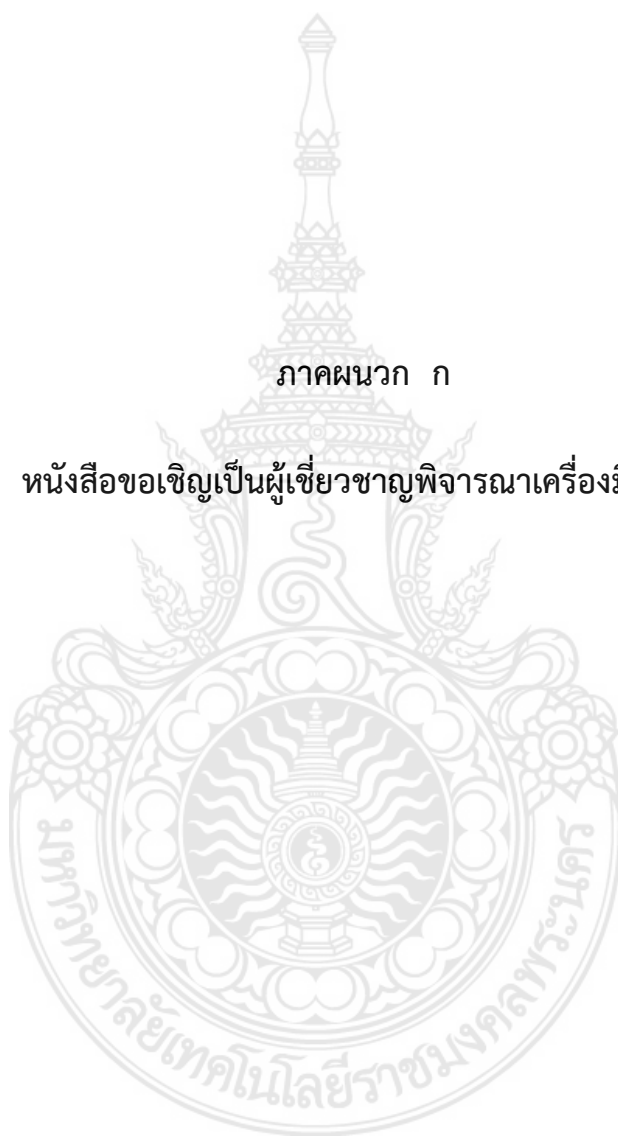


ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
- ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ
ดอกไม้สดเพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์
- ภาคผนวก ค เครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ง ผลการคำนวณค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ
- ภาคผนวก จ ภาพบรรยากาศชุมชนปากคลองตลาดทั้งในอดีตและปัจจุบัน
- ภาคผนวก ฉ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ ชุมชน
ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก ก

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ คศ. ๒๔๖/๒๕๖๑ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

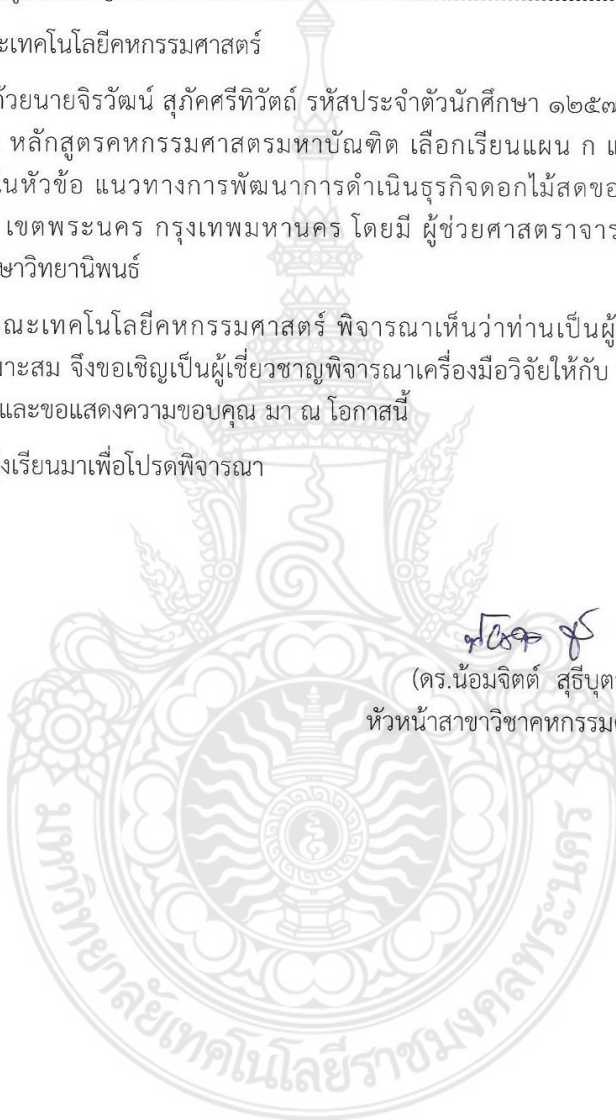
ด้วยนายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๓๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการ
ทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชน
ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์
จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ดร.น้อมจิตต์ สุธิบุตร)

หัวหน้าสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๒๔๕



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์จักรพันธ์ รูปงาม

ด้วยนายจิรวุฒิ สุภักศรีทิวัดต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจิรวุฒิ สุภักศรีทิวัดต์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๒๔๔

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.เบญจรัตน์ ราชฉวาง

ด้วยนายจิรวุฒิ สุกัศรัทวิวัฒน์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรายงาน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการ
ทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชน
ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อาริโย
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจิรวุฒิ สุกัศรัทวิวัฒน์
จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีสหะวัฒนกุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๒๔๖



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน คุณพิทักษ์ หังสาจะระ

ด้วยนายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการ
ทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชน
ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวต์
จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๒๔๗ วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์อนุสรณ์ ใจทน

ด้วยนายจิรวุฒิ สุกาศศรีทิวัตต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการ
ทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชน
ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่ออารีโย
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายจิรวุฒิ สุกาศศรีทิวัตต์
จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

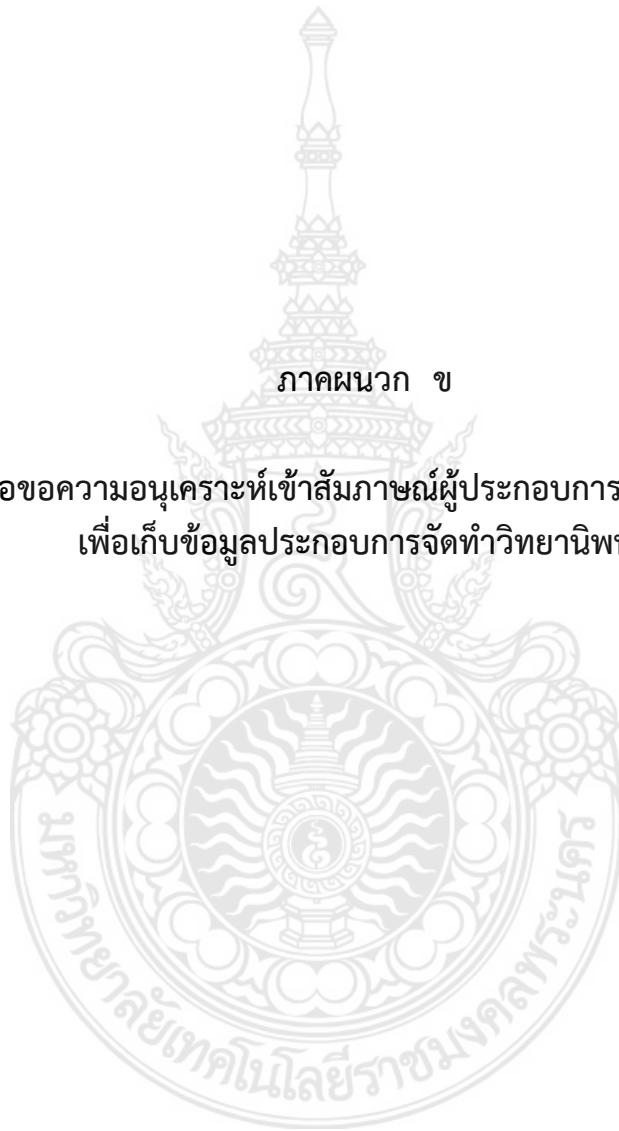
(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้สด
เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๕๐



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๔ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณธนภุต เมฆเมธินสุรกุล

ด้วย นายจิรวุฒิ สุภักศรีทิวัดต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษา
ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการ
ทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชน
ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นายจิรวุฒิ สุภักศรีทิวัดต์ เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล
ประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ในช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๒ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความ
ขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๔๘

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๔ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณภวนา ชุ่มศรีชรินทร์

ด้วย นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์ เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ในช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๒ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๔๙

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๔ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าสู่สภามหาวิทยาลัยเพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณชัชวาลย์ ปัทมานุช

ด้วย นายจิรวุฒิ สุกครีทวิวัฒน์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออาริโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นายจิรวุฒิ สุกครีทวิวัฒน์ เข้าสู่สภามหาวิทยาลัยเพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ในช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๒ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๔๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๔ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์
เรียน คุณพิทักษ์ หังสาจะระ

ด้วย นายจิรวุฒิ สุกครีทิวัดต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญานัทธ์ ก่อาริโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นายจิรวุฒิ สุกครีทิวัดต์ เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ในช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๒ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒนกุล)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๕๑

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๔ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณพรสมใจ ฮวดหุ่น

ด้วย นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๗๗๐๗๐๖๕๐๒-๐ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการ ในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ ก่ออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัดต์ เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว ในช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๒ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อกับนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๗๗๙ ๐๓๒๖

ภาคผนวก ค

เครื่องมือการวิจัย



แบบสอบถาม

ชื่อเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านและกรณกรอก

รายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี

2. 31- 40 ปี

3. 41- 50 ปี

4. 51- 60 ปี

5. 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

2. มัธยมศึกษา

3. อนุปริญญา

4. ปริญญาตรี

5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ชื่อสถานประกอบการ.....

ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้นและกรณารอกรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

1. ประเภทของดอกไม้สดที่จำหน่ายมากที่สุดในร้าน

1. ดอกไม้ในประเทศ
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.1 ดอกกุหลาบ | <input type="checkbox"/> 1.2 ดอกเบญจมาศ |
| <input type="checkbox"/> 1.3 ดอกกล้วยไม้ | <input type="checkbox"/> 1.4 ดอกดาวเรือง |
| <input type="checkbox"/> 1.5 ดอกมะลิ | <input type="checkbox"/> 1.6 อื่นๆโปรดระบุ..... |
2. ดอกไม้ต่างประเทศ
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 2.1 ดอกกุหลาบ | <input type="checkbox"/> 2.2 ดอกเบญจมาศ |
| <input type="checkbox"/> 2.3 ดอกคานะซัน | <input type="checkbox"/> 2.4 ดอกไลเซนทัส |
| <input type="checkbox"/> 2.5 ดอกลิลลี่ | <input type="checkbox"/> 2.6 อื่นๆโปรดระบุ..... |

2. ระยะเวลาการดำเนินงานในธุรกิจดอกไม้สด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 5 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 5-10 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 11-15 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 16 ปีขึ้นไป |

3. ทำเลที่ตั้งร้านในธุรกิจดอกไม้สดของท่าน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ตลาดปากคลอง | <input type="checkbox"/> 2. ตลาดยอดพิมาน |
| <input type="checkbox"/> 3. ตลาดเอ็มไพร์ | <input type="checkbox"/> 4. ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

4. ทุนในการจดทะเบียนในธุรกิจดอกไม้สดของท่าน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 1 แสนบาท | <input type="checkbox"/> 2. 2-5 แสนบาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 6-9 แสนบาท | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 1 ล้านบาทขึ้นไป |

5. ค่าเฉลี่ยของยอดขายดอกไม้สดต่อเดือนของท่าน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 1 แสนบาท | <input type="checkbox"/> 2. 2-5 แสนบาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 6-9 แสนบาท | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 1 ล้านบาทขึ้นไป |

6. วิธีการส่งเสริมการขายดอกไม้สดวิธีใดที่ธุรกิจของท่านใช้มากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. การโฆษณา | <input type="checkbox"/> 2. การส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก และแถม) |
| <input type="checkbox"/> 3. การขายโดยใช้พนักงานขาย | <input type="checkbox"/> 4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 5. การตลาดทางตรง | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนครกรุงเทพมหานคร
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง **ระดับความสำคัญของปัญหา** ทางด้านขวามือของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงระดับเดียวโดยกำหนดคะแนนให้

- | | | |
|---|---------|-------------------|
| 5 | หมายถึง | มีปัญหามากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มีปัญหามาก |
| 3 | หมายถึง | มีปัญหาปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | มีปัญหาน้อย |
| 1 | หมายถึง | มีปัญหาน้อยที่สุด |

ข้อที่	ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด	ระดับความสำคัญของปัญหา				
		5	4	3	2	1
1.ด้านการตลาด						
1.1	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกคู่แข่งนำดอกไม้สดชนิดเดียวกันมาขาย					
1.2	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องชนิดของดอกไม้สดที่ไม่แปลกใหม่ทันตามกระแสนิยม					
1.3	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องมีชนิดของดอกไม้สด ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
1.4	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องคุณภาพของดอกไม้สดจึงทำให้ไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า					
1.5	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกตัดราคาดอกไม้สดจากคู่แข่ง					
1.6	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านถูกกดราคาทำให้ไม่ได้กำไร					
1.7	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยเรื่องขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย					
1.8	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยในการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้					
1.9	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีจุดด้อยในเรื่องขาดความสามารถในการหาตลาดใหม่ๆ จากต่างประเทศ					
1.10	ธุรกิจดอกไม้สดของท่านมีค่าใช้จ่ายในเรื่องการส่งเสริมการขายสูง					
1.11	ชนิดดอกไม้สดที่ท่านมีนั้นไม่เป็นที่นิยมหรือเป็นที่ต้องการในตลาด					
1.12	ตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีกำลังซื้อลดลง					
1.13	เจ้าของธุรกิจดอกไม้สดต้องแข่งขันกับรายใหญ่และธุรกิจดอกไม้สดจากต่างประเทศ					
1.14	เจ้าของธุรกิจดอกไม้สดขาดประสบการณ์และความรู้ในการแสวงหาตลาดใหม่					
1.15	เจ้าของธุรกิจดอกไม้สดไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับความต้องการของลูกค้าได้					

ข้อที่	ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด	ระดับความสำคัญของปัญหา				
		5	4	3	2	1
1.16	ธุรกิจที่ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจขนาดใหญ่ พอมีผลกระทบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบเช่นกัน					
2.ด้านพนักงาน						
2.1	พนักงานเข้า-ออกบ่อย					
2.2	คุณภาพฝีมือของพนักงานงานไม่สม่ำเสมอ					
2.3	พนักงานขาดสมรรถนะด้านการขายดอกไม้สด					
2.4	พนักงานขาดการพัฒนาความรู้ และความสามารถในการออกแบบการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด					
2.5	ค่าจ้างพนักงานที่มีฝีมือทางด้านดอกไม้สดมีราคาสูง					
2.6	พนักงานไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่					
3.ด้านการเงิน						
3.1	ธนาคารไม่ปล่อยกู้เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน					
3.2	ขาดการจัดทำบัญชีที่เป็นระบบ					
3.3	เจ้าของธุรกิจไม่มีความถนัดในการเขียนโครงสร้างของเงินกู้					
3.4	การติดต่อกับสถาบันการเงินมีขั้นตอนยุ่งยาก					
3.5	มีการขาดแหล่งที่ให้การสนับสนุนและการลงทุนทางการเงิน					
3.6	ขาดสภาพคล่องทางการเงิน					
3.7	การกำหนดระยะเวลาในการให้กู้ยืมเงินน้อยเกินไป					
3.8	ขาดความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนการกู้ยืมเงิน					
3.9	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในการลงทุนธุรกิจดอกไม้สดมีความผันผวน					
4.ด้านวัตถุดิบ						
4.1	ขาดการพัฒนาารูปแบบดอกไม้สด เช่น ชนิดและสีส่นของดอกไม้สด					
4.2	ผู้ผลิตขาดการควบคุมคุณภาพดอกไม้สด					
4.3	ต้นทุนดอกไม้สดสูง และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา					
4.4	ราคาดอกไม้สดขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลวันสำคัญจึงทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้เพาะปลูกดอกไม้สด					
4.5	ราคาดอกไม้สดสูงขึ้นโดยไม่สามารถควบคุมราคาได้					
4.6	ดอกไม้สดขาดคุณภาพและความสม่ำเสมอของปริมาณดอกไม้สด					
4.7	ปริมาณดอกไม้สดที่มีในประเทศไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ					

ข้อที่	ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สด	ระดับความสำคัญ ของปัญหา				
		5	4	3	2	1
5.ด้านการบริหารจัดการ						
5.1	การบริหารงานแบบครอบครัว ทำให้การบริหารงานไม่เป็นระบบ					
5.2	ขาดแคลนความรู้/เทคนิคการจัดการที่เป็นระเบียบ					
5.3	ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดอกไม้สด					
5.4	ขาดความรู้และประสบการณ์ในการรักษาดอกไม้สด					
5.5	ขาดความรู้เรื่องการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย					
5.6	การตัดสินใจของผู้ประกอบการดอกไม้สดที่ล่าช้าทำให้พลาดโอกาสทางการตลาด					

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร คำชี้แจง โปรดใส่ข้อความลงในช่องว่างด้านล่างของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ด้านการตลาด

1.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

.....

1.2 จุดเด่น ด้านการตลาด ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

.....

1.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการตลาด ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

.....

2. ด้านพนักงาน

2.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านพนักงาน ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

.....

2.2 จุดเด่น ด้านพนักงาน ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

.....

2.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านพนักงาน ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

3. ด้านการเงิน

3.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

3.2 จุดเด่น ด้านการเงิน ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

3.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการเงิน ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

4. ด้านวัตถุดิบ

4.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านวัตถุดิบ ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

4.2 จุดเด่น ด้านวัตถุดิบ ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

4.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านวัตถุดิบ ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

5. ด้านการบริหารจัดการ

5.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการบริหารจัดการ ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

5.2 จุดเด่น ด้านการบริหารจัดการ ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

5.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการบริหารจัดการ ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด
เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

1. ด้านการตลาด

1.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

1.2 จุดเด่น ด้านการตลาด ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

1.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการตลาด ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

2. ด้านพนักงาน

2.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านพนักงาน ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

2.2 จุดเด่น ด้านพนักงาน ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

2.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านพนักงาน ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

3. ด้านการเงิน

3.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

3.2 จุดเด่น ด้านการเงิน ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

3.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการเงิน ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

.....

4. ด้านวัตถุดิบ

4.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านวัตถุดิบ ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

.....

4.2 จุดเด่น ด้านวัตถุดิบ ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

.....

4.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านวัตถุดิบ ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

.....

5. ด้านการบริหารจัดการ

5.1 ปัญหาและอุปสรรค ด้านการบริหารจัดการ ในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดมีอะไรบ้าง

.....

.....

5.2 จุดเด่น ด้านการบริหารจัดการ ของธุรกิจดอกไม้สดของท่านคือ

.....

.....

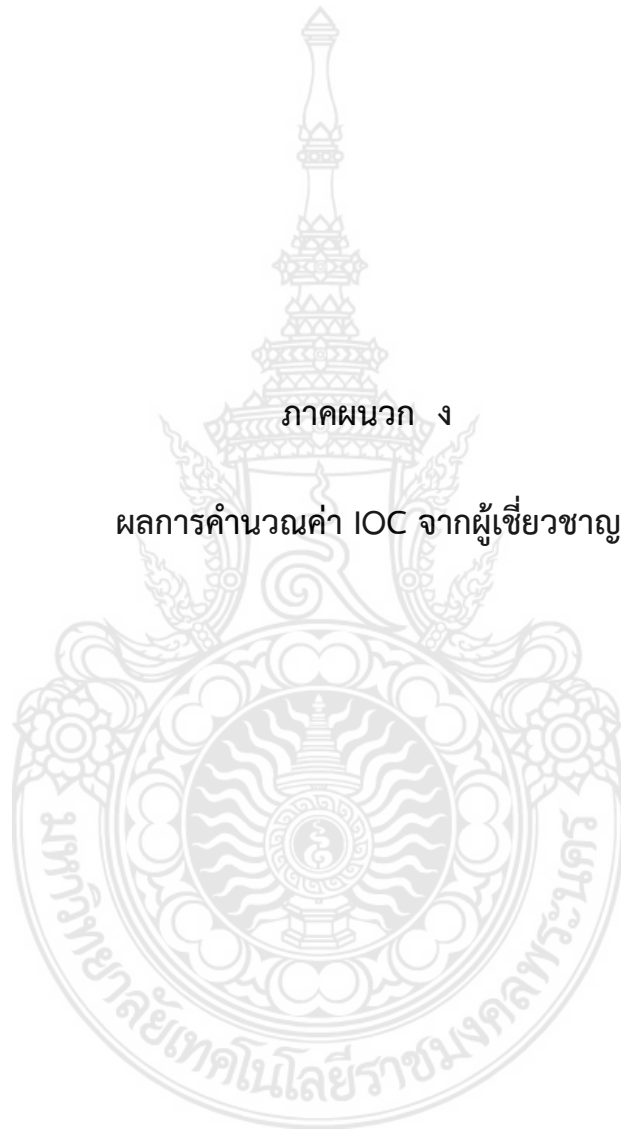
5.3 ท่านมีแนวทางการพัฒนา ด้านการบริหารจัดการ ของธุรกิจดอกไม้สดอย่างไร

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์เป็นอย่างดี

นายจิรวัดน์ สุภักศรีทิวัตต์
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

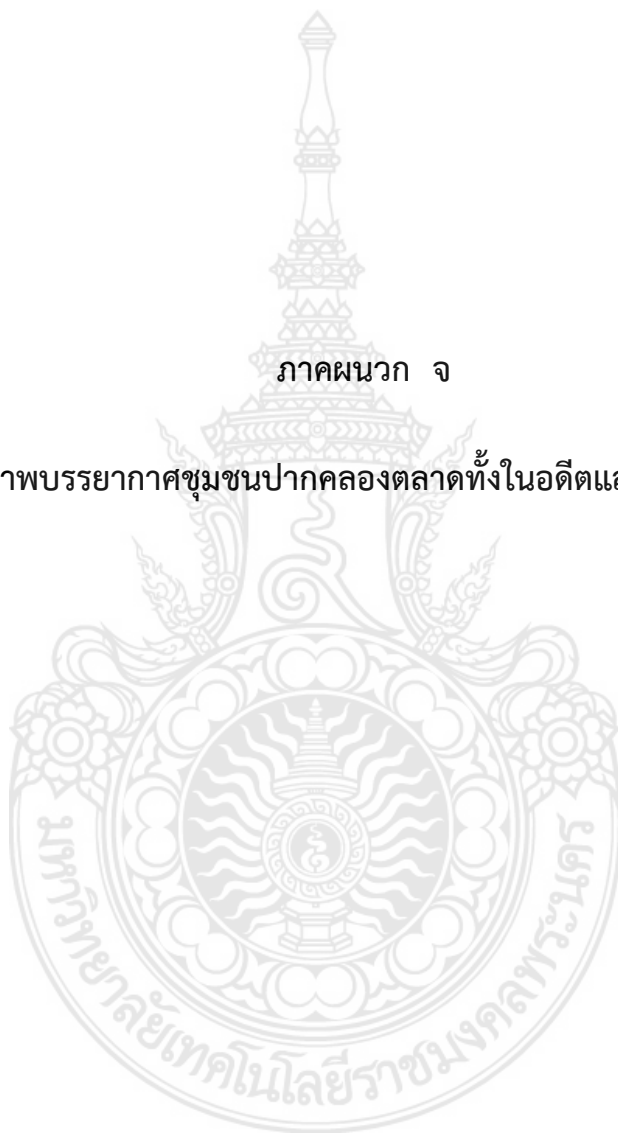


คำถาม ตอนที่	ข้อ คำถาม ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ΣR	IOC	สรุป ผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม									
1	1.1	+1	+1	+1	+1	0	4	0.8	ใช้ได้
	1.2	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	1.3	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	1.4	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ตอนที่ 2 สภาพในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร									
	2.1	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	2.2	0	+1	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	2.3	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	2.4	0	+1	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	2.5	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	2.6	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจดอกไม้สดของผู้ประกอบการในชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร									
	3.1	0	+1	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.2	+1	+1	0	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.3	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.4	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.5	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.6	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.7	+1	+1	+1	0	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.8	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.9	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.10	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.11	+1	+1	+1	0	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.12	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.13	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.14	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.15	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.16	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.17	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

คำถาม ตอนที่	ข้อ คำถาม ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ΣR	IOC	สรุป ผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
ตอนที่ 3 (ต่อ)									
	3.18	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.19	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.20	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.21	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.22	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.23	+1	+1	0	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.24	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.25	+1	+1	+1	0	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.26	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.27	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.28	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	3.29	+1	+1	+1	+1	0	4	0.8	ใช้ได้
	3.30	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.31	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.32	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.33	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.34	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.35	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.36	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.37	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.38	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.39	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.40	+1	+1	+1	+1	0	4	0.8	ใช้ได้
	3.41	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.42	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.43	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	3.44	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้

ภาคผนวก จ

ภาพบรรยากาศชุมชนปากคลองตลาดทั้งในอดีตและปัจจุบัน





อดีต โรงหนังเอ็มไพร์ ในปี 2507 ขณะขายของเมือง ชายชาตรี (มีคอ
พิศมัย) โรงหนังที่ปิดป้ายหน้าโรงเก่า โรงภาพยนต์วิเศษ เอ็มไพร์



ภาพบรรยากาศชุมชนปากคลองตลาดในอดีต
ที่มา: <http://www.resource.lib.su.ac.th/>



ภาพบรรยากาศชุมชนปากคลองตลาดในปัจจุบัน

ที่มา: <https://www.google.com/search?q=ปากคลองตลาด>

ภาคผนวก ฉ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
ณ ชุมชนปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร



ตลาดปากคลอง



ตลาดยอดพิมาน



ตลาดเอ็มไพร์



ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย



ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายจิรวัดน์ สุภคศรีทีวัฒน์
วัน เดือน ปีเกิด 8 กรกฎาคม 2526
ที่อยู่ปัจจุบัน 940 ถนนราชญาติรักษา ตำบลแม่กลอง อำเภอเมืองฯ
จังหวัดสมุทรสงคราม 75000

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	2548
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา	2544
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนถาวรานุกูล	2542

ประวัติการทำงาน

ตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน	ปีที่ทำงาน
อาจารย์พิเศษ	VATELTHAILAND international business school hotel and tourism management Silpakorn University	2557
ครูพิเศษสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ	โรงเรียนจิตรลดา (สายอาชีพ)	2555
ผู้จัดการ	บุหงาเสาวภา วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา	2549