

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

A Feasibility Study of Fresh Flower Shop in Huataky Community,  
Ladkrabang, Bangkok



T097185

โดย

นางสาว วราลักษณ์ เมี้ยนรทา

นาย อรรถสิทธิ์ ชัยสิทธิพัฒนา

เสนอ

ป.ศ.  
๑๑๒๓๑  
๒๕๔๑

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....๑๗185

วัน เดือน ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ  
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

A Feasibility Study of Fresh Flower Shop in Huatakey Community,  
Ladkrabang, Bangkok



ของ  
นางสาว วราลักษณ์ เมียนรทา  
นาย อรรถสิทธิ์ ชัยสิทธิพัฒนา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)  
เมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2549

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ธีรพงศ์ เจริญ 8 มีค. 49  
(ผศ.ดร.ธีรพงศ์ เจริญ)

กรรมการปัญหาพิเศษ เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ 8 มีค. 49  
(อาจารย์ เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

หัวหน้าภาควิชา อภิสิทธิ์ แก้วฉา 8 มีค. 49  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

โดย: นางสาว วราลักษณ์ เมียนรธา

นาย อรรถสิทธิ์ ชัยสิทธิพัฒนา

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: ชวรงค์ เมฆโหรา ..... 8 / 256 ..... ๖๖

(อัครังค์ เมฆโหรา)

ความต้องการดอกไม้ของผู้บริโภคจะอยู่ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เป็นจำนวนมากดังนั้นธุรกิจร้านจำหน่ายดอกไม้สด จึงได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษวัฒนธรรมคนไทยใช้ดอกไม้สดมากกว่าดอกไม้แห้ง ทำให้ตลาดของดอกไม้สดเติบโต ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ คนทำงานรายได้สูงรวมทั้งหน่วยงานราชการและเอกชนที่ต้องใช้ดอกไม้ ในโอกาสต่าง ๆ ทั้งนี้ ธุรกิจร้านดอกไม้ ถือเป็นธุรกิจที่น่าจะดำรงอยู่ได้ เพราะตามปกติของคนจะมีการแสดงความรักหรือความรู้สึกต่อกันอยู่โดยตลอดเวลาและร้านดอกไม้ คือ ตัวแทนของความรู้สึกเหล่านั้นในการจะถ่ายทอดไปยังบุคคลที่เรารัก หรือบุคคลที่เรามีความรู้สึกดี ๆ ด้วยและผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำสิ่งเหล่านี้ให้เป็นจริงในส่วนหนึ่งก็คือ ร้านดอกไม้ และที่ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จากการสังเกตพบว่ายังไม่มีร้านดอกไม้สดเปิดให้บริการ ทั้งที่มีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากไม่น้อยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความต้องการใช้บริการและบริเวณชุมชนหัวตะเข้ ยังใกล้กับวัด หน่วยงานราชการและเอกชน ที่จะต้องการใช้ดอกไม้ ในโอกาสต่าง ๆ อีกด้วย ดังนั้น เพื่อจะไม่ให้เป็นการเสียโอกาสทางการตลาดที่มีสูงนี้ กลุ่มผู้ศึกษานั้นเล็งเห็นโอกาสนี้จึงสนใจที่จะทำการ ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ในการเปิดร้านดอกไม้สด ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาความต้องการใช้ดอกไม้สดของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง และเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งร้านดอกไม้สด ทั้งความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจาก ผศ.ดร.ธำรงค์ เมฆโหรา อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และอาจารย์ทุก ๆ ท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรที่ให้คำแนะนำในการศึกษาปัญหาพิเศษนี้ คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ ทุก ๆ ท่านที่อนุเคราะห์ให้ข้อมูลขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ที่เป็นประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติ ๆ สำหรับคำแนะนำที่ดี รวมถึงพี่ ๆ เพื่อนทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และคอยเป็นกำลังใจในการทำงานตลอดมา คุณค่า และประโยชน์อันพึงมีในการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้ ขอมอบให้แด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

วรลักษณ์ เมี้ยนรทา

อรรคสิทธิ์ ชัยสิทธิพัฒนา

มีนาคม 2549

## สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (6)

สารบัญภาพ (7)

บทที่ 1 บทนำ 1

    ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา 1

    วัตถุประสงค์ของการศึกษา 2

    ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 2

    ขอบเขตของการศึกษา 2

    วิธีการศึกษา 3

        การเก็บรวบรวมข้อมูล 3

        การวิเคราะห์ข้อมูล 4

บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี 6

    การตรวจเอกสาร 6

    สมมติฐานของการศึกษา 7

    แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ 8

        ความเป็นไปได้ทางการตลาด 9

        ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค 10

        ความเป็นไปได้ทางการเงิน 11

        อายุโครงการ 14

        ราคา 14

        กรอบแนวความคิดในการวิเคราะห์ 15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 3 ประวัติความเป็นมาและลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้	20
ประวัติความเป็นมา	20
ลักษณะทั่วไปของการดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้สด	20
การผลิต	21
ปัญหาด้านการผลิต	22
การบริโภค	23
ปัญหาด้านการตลาด	23
แนวคิดผลิตภัณฑ์และบริการที่จะจำหน่าย	24
แนวคิดราคา	25
แนวคิดการส่งเสริมการตลาด	25
แนวคิดด้านการจัดจำหน่าย	26
ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม	27
ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม	27
ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม	27
คุณสมบัติของเจ้าของร้านดอกไม้	27
การดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้	28
การเลือกทำเลที่ตั้ง	28
สถานที่ตั้ง	28
การจดทะเบียนและการขออนุญาตตามกฎหมาย	28
การเลือกซื้อดอกไม้	29
สภาพการแข่งขันในตลาด	31
กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจบริการ	31
ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	32
สภาพการตลาดและการแข่งขันบริเวณชุมชนหัวตะเข้	32
คู่แข่ง	33
กลุ่มเป้าหมาย	33

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	34
การศึกษาความต้องการใช้ดอกไม้สด	34
ความต้องการใช้ดอกไม้สดของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	35
ความต้องการใช้ดอกไม้สดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาห้วยตะเฒ่า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	35
ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดบริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า	36
ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดพลมานีย์	36
ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดปลูกศรัทธา	37
ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดสุทธาโกชน์	38
สรุปปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้ในบริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า หน่วยงานราชการและเอกชน	39
วัด	40
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	41
ส่วนแบ่งตลาด	42
ตำแหน่งตลาด	42
ส่วนประสมทางการตลาด	42
ด้านผลิตภัณฑ์	42
ด้านการตั้งราคา	43
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	44
ด้านการส่งเสริมการตลาด	44
สภาวะของตลาด	45
สภาวะการแข่งขัน	45
ขนาดตลาด	46
แนวโน้มตลาด	46
สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค	47
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค	47
ระบบการผลิต	47
แรงงาน	61
สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	61
การจัดหาวัตถุดิบ	61
ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง	62
ขั้นตอนการขอเช่าพื้นที่	63
การจัดตกแต่งร้าน	64
สรุปผลความเป็นไปได้ทางเทคนิค	64
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	64
รายละเอียดของโครงการ	65
แหล่งเงินที่นำมาลงทุน	66
ราคาขาย	66
อายุโครงการ	68
การประมาณการด้านการเงินของโครงการ	68
เงินลงทุนของโครงการ	68
การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโครงการ	68
การประมาณงบกำไรขาดทุนของโครงการ	69
การประมาณกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ	70
สมมติฐานทางการเงิน	72
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	73
สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน	75
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	76
สรุป	76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

77

เอกสารอ้างอิง

79

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การคาดคะเนความต้องการใช้ไม้ดอก ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540-2544)	21
2	สถิติการเสียชีวิตของประชากรบริเวณหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	41
3	การประมาณการงบประมาณกำไรขาดทุนล่วงหน้าของโครงการ	69
4	การประมาณการกระแสเงินสดสุทธิรายปีของโครงการ	70
5	ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน	73



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องในการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด	17
2	กรอบแนวความคิด	19
3	แบบจำลองช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค	44
4	การออกแบบกระบวนการผลิต	49
5	การออกแบบสินค้าและบริการ	50
6	เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดดอกไม้	53
7	อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้การตกแต่งดอกไม้	53
8	โอเอซิส ใช้สำหรับยึดและให้ความชุ่มชื้นแก่ดอกไม้	54
9	ดอกกลีบลีได้รับความนิยมใช้ในการจัดดอกไม้	54
10	ดอกไม้นานาชาติที่นิยมนำมาจัดดอกไม้โอกาสต่าง ๆ	55
11	ใบไม้ ใช้สำหรับประกอบการจัดดอกไม้ในแบบต่าง ๆ	56
12	ช่อดอกไม้ในงานมงคลราคาประมาณ 10,000-20,000 บาท	57
13	การจัดช่อดอกไม้ในงานแต่งงาน เป็นการจัดดอกไม้นอกสถานที่	57
14	การนำดอกไม้มาจัดเป็นของขวัญหรือประกอบภาชนะในโอกาสพิเศษ ราคาตั้งแต่ 300-1,500 บาท	58
15	พวงหรีดดอกไม้สด ใช้โอกาสเพื่อเป็นสื่อแสดงความเสียใจต่อการจากไป ของบุคคลอันเป็นที่รัก	59
16	การจัดดอกไม้หน้าศพ ราคาตั้งแต่ 6,000-7,000 บาท	60

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันนี้ ไม้ดอกไม้ประดับเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์โลก แม้ประเทศที่กำลังพัฒนาดังเช่น ประเทศไทย ชีวิตคนไทยและสังคมไทยเกี่ยวข้องกับไม้ดอกไม้ประดับอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นับแต่โบราณกาล ในสังคมเมืองหลวงที่เต็มไปด้วยป่าคอนกรีต แม้จะมีพื้นที่เล็กน้อย เจ้าของบ้านจะพยายามจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่งตามอัตภาพไว้สำหรับซื้อไม้ดอกไม้ประดับตลอดจนแผ่นหญ้ามาปลูกตกแต่งบริเวณให้สวยงาม เป็นการสร้างสรรธรรมชาติขึ้นท่ามกลางป่าคอนกรีตทำให้สดชื่นร่มเย็นและบรรเทาอากาศร้อนลงได้ นอกจากนี้ ยังมีการใช้ไม้ดอกไม้ประดับในชีวิตประจำวันในงานมงคลต่าง ๆ ตลอดจนในงานพิธีในวันสำคัญของประเทศ ครั้นเมื่อสิ้นชีวิตลงการตั้งสวดพระอภิธรรมและพิธีเผาศพ เจ้าภาพยังนิยมใช้ดอกไม้ใบไม้สำหรับตกแต่งหีบศพ ตลอดจนเมรุเผาศพให้สวยงาม อีกทั้งมีการนำดอกไม้ในรูปพวงหรีดไปเคารพศพด้วย ซึ่งไม้ดอกไม้ประดับจะช่วยบรรเทาความเศร้าโศกลงได้อย่างประหลาด

ดอกไม้ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่ง ซึ่งถูกนำมาประดับตกแต่ง และใช้ประโยชน์ตามแต่โอกาสต่าง ๆ เนื่องจากไม้ดอกไม้ประดับเป็นสิ่งสวยงามที่ธรรมชาตินั้นสร้างขึ้น การที่นำดอกไม้มาใช้ก็เพื่อวัตถุประสงค์เป็นสื่อแสดงความรู้สึกในวาระต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ความยินดี ความเคารพในพระพุทธศาสนา ตอบุคคลเนื่องในโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพการงาน สำเร็จการศึกษา ขึ้นบ้านใหม่และความห่วงเห็นอกเห็นใจ เช่น อวยพรให้หายป่วย เสียใจต่อการจากไป ความรักความเคารพ ความสำนึกในสิ่งที่ได้รับหรือทำลงไป การขอบคุณ และการขอโทษ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำสิ่งเหล่านี้ให้เป็นจริงในบางส่วนก็คือ ร้านดอกไม้ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2542) ดังนั้นธุรกิจร้านจำหน่ายดอกไม้สด จึงได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษ วัฒนธรรมคนไทยใช้ดอกไม้สดมากกว่าดอกไม้แห้ง ทำให้ตลาดของดอกไม้สดเติบโต ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ คนทำงานรายได้สูงรวมทั้งหน่วยงานราชการและเอกชนที่ต้องใช้ดอกไม้ ในโอกาสต่าง ๆ (ประภาศรี, 2546) ทั้งนี้ ธุรกิจร้านดอกไม้ ถือว่าเป็นธุรกิจที่น่าจะดำรงอยู่ได้ เพราะตามปกติของคนจะมีการแสดงความรักหรือความรู้สึกต่อกันอยู่โดยตลอดเวลาและร้านดอกไม้คือ ตัวแทนของความรู้สึกเหล่านั้นในการจะถ่ายทอดไปยังบุคคลที่เรารัก หรือบุคคลที่เรามีความรู้สึกดี ๆ ด้วย ( ภาณุ/ผู้บริหารเว็บไซต์ forgetmenot.com) และเนื่องจากลูกค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งบางรายมีการสั่งซื้อในโอกาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ ในปีที่ผ่านมาตลาดดอกไม้สดที่ใช้ในการอวยพรนั้นมีมูลค่ากว่า 1,000 ล้านบาท พวงหรีดมีมูลค่า 4,000 ล้านบาท ตลาดดอกไม้ที่ใหญ่ขึ้นทำให้ตลาดธุรกิจดอกไม้ยังขยายวงกว้างต่อไปอีกเรื่อย ๆ เพราะดอกไม้เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่ได้รับความต้องการสูงจากผู้บริโภค และมันจะมีช่องทางการขยายในตัวของมัน (ประชาชาติธุรกิจ, 2546)

ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบังกรุงเทพมหานคร จากการสังเกตพบว่ายังไม่มีร้านดอกไม้สดเปิดให้บริการ ทั้งที่มีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากไม่น้อยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความต้องการใช้บริการและบริเวณชุมชนหัวตะเข้ ยังใกล้กับวัด หน่วยงานราชการและเอกชน ที่จะต้องการใช้ดอกไม้ ในโอกาสต่าง ๆ อีกด้วย ดังนั้น เพื่อจะไม่ให้เป็นโอกาสทางการตลาดที่มีสูงนี้ กลุ่มผู้ศึกษานี้เห็นโอกาสนี้จึงสนใจที่จะทำการ ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ในการเปิดร้านดอกไม้สด ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร และจะนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาใช้ในการเป็นแนวทางในการเปิดร้านดอกไม้สด

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความต้องการใช้ดอกไม้สด ของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเปิดร้านดอกไม้สด ในบริเวณของชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

#### ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นถึงด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การศึกษาอุปสงค์ (demand) ปริมาณการใช้ดอกไม้สดในอดีตที่ผ่านมา เพื่อประเมินความต้องการซื้อในอนาคต ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคหลักที่คาดว่าจะมีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้มากที่สุดคือ วัด หน่วยงานราชการและเอกชน ดังนั้น การศึกษานี้จึงกำหนดพื้นที่เฉพาะบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพราะเป็นแหล่งที่ใกล้กับวัด หน่วยงานราชการและเอกชนที่มีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้สด ในโอกาสต่าง ๆ

2. การศึกษาด้านเทคนิค ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน กระบวนการผลิตได้แก่ อุปกรณ์ สถานที่ตั้งแหล่งวัตถุดิบ และปัจจัยนำออก ได้แก่ สินค้าและบริการ

3. การศึกษาด้านการเงินเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไรของโครงการ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการนี้แล้วจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินใด ๆ

4. การศึกษาทางด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การศึกษารูปแบบขององค์กรธุรกิจ การศึกษาระบบการตลาด นโยบายการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด การเตรียมการสั่งซื้อ และการระบุแหล่งวัตถุดิบ

### วิธีการศึกษา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (indepth interviews) เป็นการสัมภาษณ์โดยที่ไม่มีโครงสร้าง จะสัมภาษณ์อย่างกว้าง ๆ โดยที่ผู้สัมภาษณ์ถามหลายคำถามเชื่อมโยงให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมโดยไม่มีกรอบขึ้นนำ โดยกระตุ้นผู้ตอบให้ตอบอย่างเสรี โดยไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางในการแสดงความคิดเห็น (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

ผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

1.1 จากการสัมภาษณ์ผู้มีหน้าที่จัดการเกี่ยวกับกิจการในวัด ได้แก่ เลขานุการ เจ้าอาวาส และ มรรคทายก

1.2 จากการสัมภาษณ์ผู้มีหน้าที่จัดการเรื่องการสั่งซื้อดอกไม้ในโอกาสต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการและเอกชน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ทั่วไปของหน่วยงานนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ และกระตุ้นให้ผู้ตอบตอบอย่างเสรี โดยคำถามแบ่งเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ถามข้อมูลความต้องการผู้บริโภค เช่น วัตถุประสงค์การใช้บริการร้านดอกไม้สดของหน่วยงาน แหล่งที่ใช้บริการร้านดอกไม้สด วิธีการสั่งซื้อ จำนวนเงินเฉลี่ยในการสั่งซื้อแต่ละครั้ง ความถี่การใช้บริการ แนวโน้มความต้องการใช้ดอกไม้ ดอกไม้ที่นิยมใช้ สิ่งที่กำลังนึกถึงการให้บริการ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะ และแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นความต้องการของผู้บริโภค

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ตำรา หนังสือพิมพ์ งานวิจัย ปัญหาพิเศษของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บทความ วารสาร วารสารกระแสทรรศน์ วิทยุคุณวิชัยกสิกรไทยหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรายงานสถิติของหน่วยงานทั้งภาครัฐบาล สถิติการเสียชีวิตของประชากรเขตลาดกระบัง จากสำนักงานเขตลาดกระบัง และเอกชน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) นำข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมได้มาทำ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยอธิบายถึง ทำเลที่ตั้ง ขบวนการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางด้านการตลาดที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิโดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้ดังนี้

1. นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์มาอธิบายถึงลักษณะทั่วไปทางการตลาดทั้งด้านราคา สินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย
2. ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ นำมาคำนวณหายอดขายและต้นทุนในการดำเนินกิจการ
3. จะนำผลการศึกษาที่ได้มาพยากรณ์ความต้องการของตลาด การประมาณการยอดขายสินค้า อธิบายลักษณะของประชากร พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ทิศนคติและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
4. ข้อมูลทางการเงินที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมนำมาวิเคราะห์การลงทุนทางการเงิน

(financial analysis) ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value: NPV) เพื่อศึกษาว่าการลงทุนในโครงการ จะขาดทุนสุทธิหรือกำไรสุทธิ

4.2. วิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (return on investment : ROI) แสดงอัตราส่วนของเงินลงทุนเริ่มแรกกับเงินสหรับสุทธิต่อปี ว่ามีระยะเวลาการคืนทุนเป็นระยะเวลาเท่าไร

4.3. การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (sensitivity analysis) จะเป็นการวิเคราะห์ดูว่าปัจจัยใดมีผลกระทบต่อโครงการ ถ้าปัจจัยนั้น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### โครงร่างทฤษฎี

ในบทนี้จะกล่าวถึงการตรวจเอกสารและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จากรายงาน การศึกษางานวิจัย และเอกสารอื่น ๆ สมมติฐานของการศึกษาที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อ เป็นแนวทางในการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ ของโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การตรวจเอกสาร

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2540) รายงานว่า ในอดีตร้านจัดดอกไม้ถูกมองว่าเป็น ธุรกิจที่เติบโตยาก แต่ปัจจุบันความนิยมในการส่งดอกไม้เพื่อจะเป็นตัวแทนในการแสดงความยินดี หรือแสดงความเสียใจในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งการที่จะลงทุนเปิดกิจการร้านจัดดอกไม้สดนั้นต้องมีความจำเป็น อย่างยิ่งที่จะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนทั้งนี้เพื่อที่จะหาทำเลที่ตั้งร้านเป็นสำคัญ เพราะ ถ้าหากเปิดกิจการในพื้นที่ที่มีลูกค้าเข้าใช้บริการน้อย ธุรกิจก็คงประสบความสำเร็จได้ยาก

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2541) ได้ทำการสำรวจร้านจัดดอกไม้จำนวน 109 ร้าน ในเขตใจกลางเมืองกรุงเทพฯ พบว่า การทำธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ปัจจัยที่สำคัญประการแรกคือ ทำเลที่ตั้งซึ่งควรจะอยู่ในแหล่งชุมชน หรือใกล้แหล่งลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้เพราะคนส่วนใหญ่มักจะ เลือกใช้บริการร้านที่สะดวกที่สุดซึ่งอาจเป็นร้านที่อยู่ใกล้ที่ทำงานหรือที่บ้าน ปัจจัยอื่น ๆ รองลงมา ได้แก่ ความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอย่างจริงจัง ความรู้ในเรื่องการจัดดอกไม้ ความกว้างขวาง พอที่รู้จักคนมาก และเงินลงทุน ตามลำดับ ลักษณะของร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านเดี่ยว มากที่สุด รองลงมานั้นได้แก่ ร้านในห้างสรรพสินค้า ร้านอาคารสำนักงาน ร้านในตลาด และอื่น ๆ เรียงตามลำดับ ลักษณะการจัดดอกไม้ที่ลูกค้านิยมจัดมากที่สุด คือ จัดแบบช่อ กระเช้า หรือแจกัน รองลงมาได้แก่ ตกแต่งสถานที่และสาเหตุอื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนดอกไม้ที่ลูกค้านิยมเรียงลำดับจาก มากไปน้อย คือ ลิลลี่ กุหลาบ คาร์เนชั่น ทิวลิป ซึ่งในการจัดดอกไม้ นอกจากจะจัดดอกไม้สดแล้ว ร้านเหล่านี้ส่วนใหญ่ยังมีการจัดดอกไม้ประดิษฐ์อีกด้วย และส่วนใหญ่ร้านจัดดอกไม้ จะมีบริการ ส่งดอกไม้ไปให้ลูกค้า สำหรับอุปสรรคที่สำคัญในการจะทำธุรกิจร้านดอกไม้ คือ สภาพการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่สูง รองลงมา คือ ค่าเช่าร้านที่ราคาแพงเกินไป ดอกไม้มีราคาแพง และขาดแคลนผู้ที่ฝีมือในการจัดดอกไม้

ไทยโพสต์ (เอ็ก-ไซท์, 2543) รายงานว่า คนไทยมีความใกล้ชิดกับดอกไม้และต้นไม้ ผู้ที่คิดจะเปิดร้านดอกไม้สดจึงเป็นผู้ที่ทันยุคทันสมัยโดยสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงขณะตั้งร้านคือ ต้องทราบว่าจะขายให้ใคร ขายทำไม ขายที่ไหน ขายอะไร ขายอย่างไร และลงทุนอย่างไร ซึ่งองค์ประกอบของความสำเร็คือ มีความรู้ความเข้าใจดอกไม้ และต้นไม้ มีความประหยัด มีความคิดสร้างสรรค์ ใฝ่รู้ปรับเปลี่ยนตนเองให้เข้ากับยุคสมัย แสวงหาวัตถุดิบที่ราคาย่อมเยา อย่าขายแพงกว่าร้านที่ขายดี ยึดหลักจิวแต่แจ้ว ควรจะเป็นเจ้าของคนเดียว หากความรู้ทางด้านอื่นเพิ่มเติม หาดตลาดต่างประเทศ เปิดสอนเมื่อฝีมือเข้าที่ ไม่นำเงินที่ครอบครัวต้องใช้ประจำวันมาลงทุน และแบ่งผลกำไรมาเป็นทุนสำรอง และให้คนในครอบครัวช่วยเหลือเมื่อมีโอกาส

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องนั้นทำให้ทราบว่าธุรกิจร้านดอกไม้ที่ได้รับความนิยมเป็นที่นิยม มีแนวโน้มว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งยังทำให้ทราบถึงคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจประเภทนี้ จะต้องเป็นนักออกแบบ นักธุรกิจ ผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ให้บริการ ที่ปรึกษาและจะต้องมีความรู้ในเรื่องการใช้ดอกไม้ที่เกี่ยวข้องกับพิธีการต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการดูแลดอกไม้ที่ถูกต้อง สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งร้านนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณา คือ จำนวนประชากรในบริเวณที่ตั้งร้าน ความก้าวหน้าของธุรกิจบริเวณที่จะตั้งร้านจำนวนร้านดอกไม้ที่มีอยู่เดิม

### สมมติฐานของการศึกษา

1. ความต้องการใช้ดอกไม้สดในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ มีไม่มากพอที่จะลงทุนเปิดร้านดอกไม้สด
2. การเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครไม่มีความเป็นไปได้ ในด้านต่าง ๆ
  - ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด
  - ไม่มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค
  - ไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์

### การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อให้ทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการบริหาร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเงิน และด้านเศรษฐศาสตร์ เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้น ๆ ในการศึกษาดังกล่าวนี้จะต้องกล่าวถึงรายละเอียด และวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิตรวม และนอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน และดำเนินกิจการทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้สูงที่สุด (ฐาปนา, 2542)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ นั้นจะเป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งในระยะก่อนการลงทุนของวงจการพัฒนาโครงการซึ่งจะเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ในการบริหารโครงการเป็นลำดับขั้นตอน ตั้งแต่ความคิดริเริ่มโครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการผลิตวงจรการพัฒนาโครงการประกอบไปด้วยช่วงระยะต่าง ๆ ที่แบ่งออกเป็น 3 ช่วงระยะด้วยกันดังนี้ (ฐาปนา, 2542)

1. ระยะก่อนการลงทุน ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่ว ๆ ไป เพื่อที่จะดูว่าควรลงทุนในโครงการใดเมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงทำการศึกษาความเป็นไปได้ จากนั้นจึงประเมินผลโครงการและตัดสินใจลงทุนต่อไป
2. ระยะลงทุน ในขั้นตอนนี้ผู้ลงทุนนั้นจะเริ่มดำเนินงานตามแผนงาน และเริ่มลงทุนตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ ได้แก่ การออกแบบทางด้านวิศวกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการกำหนดเงื่อนไขทางเทคนิคและทางด้านการค้า การติดต่อทำสัญญาการก่อสร้าง การรับสมัครพนักงานและการจัดการฝึกอบรมพนักงาน
3. ระยะดำเนินการ เป็นระยะสุดท้ายหลังจากผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปในโครงการแล้ว ซึ่งหลังจากนี้ผู้ริเริ่มโครงการก็มีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผน และติดตามผลงานเป็นระยะ ๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ

การศึกษาลู่ทางความเป็นไปได้ของโครงการ โดยทั่วไปสำหรับผู้ริเริ่มโครงการจะมุ่งถึงการทำการในเชิงเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน ดังนั้นในการศึกษานี้ยังต้องศึกษาในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมของโครงการด้านการบริหาร และประโยชน์ของโครงการที่มีต่อสังคม

## ความเป็นไปได้ทางการตลาด

เป็นการศึกษาหาความสามารถของโครงการในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามราคาที่กำหนด และในปริมาณที่คาดหมายไว้ การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการศึกษาด้านการตลาดจะศึกษาลงลึกถึงรายละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องนำมาประกอบกับการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแน่ใจได้ในระดับหนึ่งว่าโครงการที่จะลงทุนสามารถทำผลตอบแทนได้คุ้มค่างบเงินลงทุน หรืออีกนัยหนึ่งคือสามารถอยู่รอดและทำกำไรได้ในระยะยาว การวิเคราะห์ตลาดประกอบด้วย 4 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ การวิเคราะห์สภาวะตลาด การพยากรณ์ความต้องการตลาด การประมาณการยอดขายสินค้าการสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (สุภาพนา, 2545).

1. การวิเคราะห์สภาวะตลาดเพื่อศึกษาถึงขนาดตลาดแนวโน้มของตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมีรายละเอียดคือ

1.1 การศึกษาขนาดตลาด เป็นการศึกษาถึง “ขนาดตลาด” ในภาพกว้างเพื่อให้ทราบว่า ตลาดที่เราจะทำการศึกษามีขนาดเล็กหรือใหญ่เพียงใด และเมื่อศึกษาในภาพกว้างแล้วก็จะศึกษาขอบข่ายตลาดที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น คือ การศึกษาถึง “ส่วนของตลาด” ที่ผลิตภัณฑ์ของโครงการมุ่งเข้าไปตอบสนอง ทั้งนี้เพื่อทราบถึงขนาดและกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

1.2 การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาที่แสดงถึงทิศทางความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใดเมื่อเวลาผ่านไป

1.3 การศึกษาส่วนแบ่งตลาด เป็นการศึกษาถึงความสามารถของธุรกิจที่จะได้ตลาดส่วนหนึ่งจากตลาดทั้งหมดที่คาดคะเนไว้ โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการครองตลาด 2 ประการ คือ ความเข้มข้นของการแข่งขัน และความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. การพยากรณ์ความต้องการของตลาด หมายถึง การพยากรณ์ปริมาณอุปสงค์ของตลาดในรูปของจำนวนเงิน หรือจำนวนหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภค ภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่งและระยะเวลาที่กำหนดให้ ภายใต้โปรแกรมการตลาดและสภาวะแวดล้อมทางการตลาดที่กำหนดขึ้น

3. การประมาณการยอดขายสินค้า โดยวิธีการคาดคะเนส่วนแบ่งตลาดที่โครงการนั้นจะได้รับว่าเป็นร้อยละเท่าใดของตลาดรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทั่วไป ผู้ผลิตจะไม่ใช้วิธีการขายตรงไปยังผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้วิธีการจัดจำหน่ายโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือคนกลางซึ่งเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ กัน ความสำเร็จของการจัดจำหน่ายไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับนโยบายในการบริหารช่อง ทางการจัดจำหน่ายของบริษัทอีกด้วย ซึ่งที่นิยมนำมาใช้ทั่วไปมี 3 อย่างคือ นโยบายปล่อยย นโยบายสร้างความต้องการในตลาด และนโยบายผลักดัน

5. การสรุปผลการศึกษาด้านการตลาด เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการศึกษาด้าน การตลาดโดยที่จะให้คำตอบว่า โครงการควรทำการศึกษาคือความเป็นไปได้ในด้านอื่นต่อไปหรือไม่

### ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาคือความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค จะทำให้ทราบถึงความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์ และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ปริมาณและคุณภาพแรงงานที่ต้องการนั้นได้ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ในด้านเทคนิคเพื่อพิจารณาว่าการดำเนินโครงการมี ความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือไม่ ปัญหาอุปสรรคอยู่ที่ปัจจัยใด ตลอดจนวิธีการแก้ไขปัญหาที่ เกิดขึ้นในโครงการ และรวมไปถึงการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคที่จะบ่งบอกถึงความเป็นไปได้ ทางด้านเทคนิค เช่น ทราบถึงขนาดการผลิตที่เหมาะสม ขั้นตอนการผลิต ปริมาณวัตถุดิบ และเป็น พื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนโครงการ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณา ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น การว่าจ้างแรงงาน อิทธิพลของ สิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมนุษย์ ความต้องการด้านเงินทุน เป็นต้น ซึ่งการวิเคราะห์ด้านเทคนิค นั้นมีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้ (ฐาปนา, 2545)

1. ทำเลที่ตั้ง เป็นแหล่งที่ทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการรวมได้ โดยในการเลือกของทำเล ที่ตั้งของโครงการดังกล่าว ต้องทำการพิจารณาถึงปัจจัย 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต ซึ่ง ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ ตลาด การขนส่ง สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม โดยจะไม่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต โดยตรง ปัจจัยประเภทนี้ ได้แก่ กฎหมาย ภาษี ภูมิอากาศ ทัศนคติของชุมชน และการเมือง

2. การวางแผนกระบวนการผลิต เป็นการวางแผนในการติดตั้งเครื่องมือ เครื่องจักร และวัสดุ ต่าง ๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จำเป็นในกระบวนการผลิต

3. กำลังการผลิต คือ อัตราสูงสุดของผลผลิตหรือบริการที่ระบบการผลิตสามารถผลิตได้ใน ช่วงเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน โดยวัดเป็นหน่วยผลผลิตต่อหน่วยของเวลา

4. ระบบการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยนำออก และกระบวนการผลิต ซึ่งระบบการผลิตจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ ทำการผลิต ปัจจัยทางด้านเทคนิคจะเป็นเครื่องบ่งชี้ขนาดของงบประมาณที่ต้องใช้สำหรับการ ลงทุนและสำหรับการดำเนินการผลิต เพื่อนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไป

### ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาในด้านนี้จะต้องอาศัยข้อมูล และผลจากการวิเคราะห์ที่ได้จากการตลาด และ เทคนิคประกอบกัน เพื่อให้ทราบถึงจำนวนเงินทั้งสิ้นในการดำเนินการตามโครงการ ค่าใช้จ่ายใน การลงทุนแต่ละด้าน เช่น ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต ระยะเวลาคืนทุนเมื่อ ตั้งโรงงานไปแล้ว ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี และผลตอบแทนการลงทุนตลอดอายุ ของโครงการ เป็นต้น และการวิเคราะห์ด้านการเงินเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาความเป็นไปได้ของ โครงการ ซึ่งผู้ลงทุนให้ความสนใจเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในโครงการ

การวิเคราะห์ด้านการเงินประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ เป็นส่วนสำคัญที่จะให้ทราบถึงผลที่ ได้หรือกำไรที่ได้รับจากการลงทุน

1.1 ต้นทุนการผลิต หรือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ

ก. ต้นทุนคงที่ (fixed cost) คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการลงทุน ถึงแม้ว่าจะ ไม่ได้ทำการผลิต ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ต้นทุนคงที่แบ่ง ออกได้เป็น

ต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงิน คือ ค่าใช้จ่ายคงที่ที่ผู้ลงทุนจ่ายออกไปจริง ๆ เป็น เงินสด เช่น ค่าที่ดิน ค่าก่อสร้างโรงงาน ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ และ ดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น

ต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นตัวเงิน คือ ค่าใช้จ่ายที่ผู้ลงทุนไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัว เงิน เป็นเพียงค่าใช้จ่ายจากการประเมินเท่านั้น เช่น ค่าเสื่อมอาคาร 10 ปีคิดแบบเส้นตรง ค่าเสื่อม เครื่องจักร 5 ปี เป็นต้น

ข. ต้นทุนแปรผัน (variable cost) คือ ค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตและการจำหน่ายได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย ค่าบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าเชื้อเพลิง และค่าขนส่ง

1.2 ผลตอบแทนของโครงการที่นำมาทำการวิเคราะห์นี้ คือ ข้อมูลทางด้านต้นทุน ผลตอบแทนของโครงการ และจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนด้านการเงินจากการลงทุน

2. ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อดูว่าให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้น จึงใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ได้แก่

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value หรือ NPV) เป็นมูลค่าสุทธิผลรวมของมูลค่าผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วของโครงการ โครงการที่ควรลงทุนนั้น มูลค่าสุทธิจะต้องมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่าศูนย์คือรายได้มากกว่ารายจ่าย เมื่อคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันด้วยระดับอัตราดอกเบี้ย หรืออัตราคิดลดที่เหมาะสม ใช้ในการวิเคราะห์เงินสดหมุนเวียนและการปรับลดเป็นการประเมินค่าผลตอบแทนสุทธิของโครงการโดยเปรียบเทียบผลตอบแทนและต้นทุนที่เกิดขึ้นในเวลาต่าง ๆ ค่าของเงินในช่วงเวลาต่าง ๆ กันย่อมแตกต่างกัน มูลค่าของเงินที่เท่ากันในปัจจุบันจะมีมูลค่ามากกว่าเงินในอนาคต เพราะมนุษย์ส่วนใหญ่ต้องการเงินในเวลาปัจจุบันมากกว่าอนาคตที่ไม่แน่นอน และเมื่อเป็นเช่นนี้ การที่จะให้เงินในอนาคตมีความหมาย มูลค่าของเงินในอนาคตจะสูงกว่ามูลค่าปัจจุบัน และการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ส่วนใหญ่ จะใช้หลักมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิโดยจะเลือกลงทุนในโครงการที่ให้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิสูงสุดซึ่งมูลค่าสุทธิปัจจุบันของโครงการก็ คือ ผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าของเวลาแล้วของโครงการนั้น การใช้หลักดังกล่าวเพื่อที่จะวัดว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นจะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าหรือมีกำไรต่อส่วนรวมหรือไม่ กล่าวคือถ้ามูลค่าปัจจุบันที่ได้รับเป็นบวกแสดงว่าการลงทุนในโครงการนั้นคุ้มค่า ส่วนข้อดีของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ ช่วยปรับต้นทุนและผลตอบแทนที่เกิดขึ้นในเวลาที่แตกต่างกัน ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้บนฐานของความเท่ากันของมูลค่าปัจจุบัน ด้วยวิธีนี้ทำให้สามารถเปรียบเทียบระหว่างทางเลือกต่าง ๆ ตลอดจนช่วยวางกฎในการตัดสินใจเพื่อจะให้การสนับสนุนทางการเงินแก่โครงการหนึ่ง ๆ ได้ ข้อจำกัดของมูลค่าปัจจุบันสุทธิคือ การตัดสินใจลงทุนโดยอาศัยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เป็นเกณฑ์ตัดสินใจนั้นมักไวต่อการเลือกใช้อัตราลดที่ต่างกัน

ปัจจุบันผลรวมของมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้ปรับค่าแล้วของโครงการ ใช้ในการประเมินโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นจะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าหรือไม่ ถ้าค่าของมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้ออกมามากกว่า 0 หรือเป็นบวก ก็เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้ออกมาเป็น

ลบหรือต่ำกว่า 0 แสดงว่าการลงทุนตามโครงการนั้นไม่คุ้มค่า ในการศึกษาเราสามารถคำนวณค่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) ได้จากสูตรที่ (1)

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t + C_t}{(1+i)^t} \dots\dots\dots(1)$$

กำหนดให้

- $B_t$  = ผลตอบแทนจากการประกอบการของธุรกิจในปีที่ 1,2,.....n
- $C_t$  = ค่าใช้จ่ายจากการประกอบของธุรกิจในปีที่ 1,2,.....n
- $i$  = ปีของโครงการคือปีที่ 1,2,.....n
- $n$  = อายุของโครงการ ซึ่งในที่นี้จะกำหนดไว้ 5 ปีตามอายุของเครื่องจักร

2.2 ระยะเวลาคุ้มทุน (payback period) คือ ระยะเวลาที่โครงการลงทุนแล้วให้กำไรสุทธิจากการดำเนินงานคุ้มค่าลงทุนครั้งแรก หรือระยะเวลาที่ผลรวมสะสมของรายได้เท่ากับผลรวมสะสมของรายจ่าย

$$\text{ระยะเวลาคุ้มทุน} = \frac{\text{ผลตอบแทนสุทธิ}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

ระยะเวลาคุ้มทุน เป็นเครื่องมือสำคัญอีกชนิดหนึ่งที่ช่วยผู้ลงทุนจะนำไปใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกโครงการลงทุน ซึ่งโดยทั่วไปผู้ลงทุนจะคัดเลือกลงทุนในโครงการที่มีระยะเวลาคุ้มทุนที่สั้นที่สุด ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป

2.3 การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน (switching value test : SVT) ค่าความแปรเปลี่ยนของโครงการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการ ซึ่งทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน ( $SVT_c$ ) หมายความว่า ต้นทุนของโครงการนี้สามารถเพิ่มขึ้นได้เป็นร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

$$SVT_c = \frac{NPV}{PVC} \times 100$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์ ( $SVT_B$ ) หมายความว่าผลประโยชน์ของโครงการนี้สามารถลดลงได้เป็นร้อยละเท่าไรก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับ 0

$$SVT_B = \frac{NPV}{PVB} \times 100$$

โดยที่	$SVT_C$	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน
	$SVT_B$	=	การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์
	NPV	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
	PVC	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของต้นทุนของโครงการ
	PVB	=	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของผลประโยชน์ของโครงการ

ถ้า  $SVT_C$  หรือ  $SVT_B$  ที่คำนวณได้มีค่าสูง แสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงภัยของโครงการอยู่ในระดับต่ำ

#### อายุโครงการ

ระยะเวลาของโครงการหรืออายุโครงการก็คือ ช่วงเวลาที่โครงการยังคงให้ผลตอบแทนตามความหมายนี้ อายุโครงการจึงขึ้นอยู่กับอายุทางเศรษฐกิจหรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่โครงการยังคงสามารถทำได้ หรือพิจารณาจากอายุการใช้งานของทรัพย์สินประเภททุนที่สำคัญ

#### ราคา

ในการวิเคราะห์โครงการจะต้องนำเอาต้นทุน และผลตอบแทน มาวิเคราะห์ทางการเงิน ในที่นี้ใช้ราคาซื้อขายกันในตลาดซึ่งรวมถึงค่าภาษีและเงินอุดหนุน เป็นตัววัดมูลค่าเสมอให้เป็นราคาคงที่ตลอดอายุโครงการ

## กรอบแนวความคิดในการวิเคราะห์

จากภาพที่ 1 แสดงกิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องในการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดนั้น ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดและลักษณะการกระจายตัวสินค้า การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (market logistics) เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัสดุ และสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดการใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งกำไร จะเห็นลักษณะของการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดได้สามประการ ดังนี้ ประการแรก เป็นกิจกรรมการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าและวัสดุจากจุดเริ่มต้นซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ การขนส่งการเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ ประการที่สอง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงาน ให้ต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่ำสุด โดยจะมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ประการที่สาม เป็นขั้นตอนการบริหารคือ มีการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัสดุจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่จะใช้

การกระจายตัวสินค้า (physical distribution) เป็นการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากโรงงานไปยังลูกค้า ดังนั้น ข้อแตกต่างระหว่างการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (market logistics) กับการกระจายตัวสินค้า (physical distribution) คือการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (market logistics) เริ่มต้นที่แหล่งปัจจัยการผลิต แต่การกระจายตัวสินค้า (physical distribution) เริ่มต้นที่แหล่งการกระจายตัวสินค้าการผลิตไปยังลูกค้า

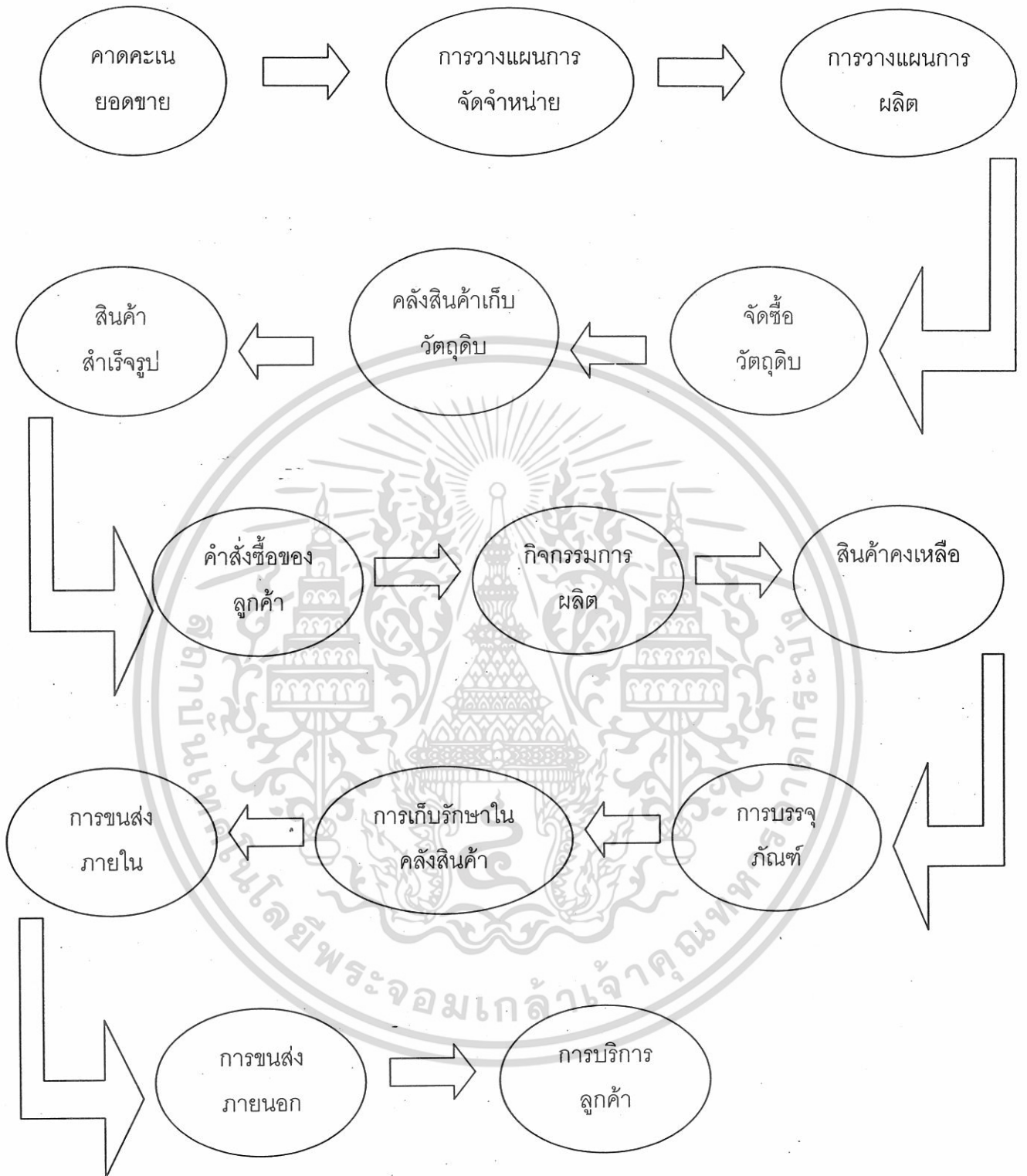
ความคิดเห็นทางการตลาดดั้งเดิมในการกระจายตัวสินค้า (physical distribution) เริ่มจากสินค้าอยู่ที่โรงงาน และพยายามค้นหาวิธีที่มีประสิทธิภาพจำหน่ายให้ลูกค้า แต่การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (market logistics) เป็นการวางแผนการที่สนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดจากการพิจารณาทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ใช้ บริษัทนั้นควรจะเริ่มต้นจากเป้าหมายเกี่ยวกับลูกค้า ทำเลที่ตั้ง และความจำเป็นในการขนส่งของผลิตภัณฑ์ควรจะทราบถึงระดับการบริการของคู่แข่งและค่าใช้จ่ายจากการบริการนั้น ๆ บริษัทจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับการคลังสินค้า ทำเลที่ตั้งโรงงาน ระดับสินค้าคงคลังและแบบการขนส่งสินค้า

การบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต (supply chain management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาปัจจัยต่าง ๆ ที่เหมาะสม (วัตถุดิบ อุปกรณ์ประกอบ และเครื่องจักร) เพื่อเปลี่ยนแปลงเป็นสินค้าสำเร็จรูปและนำไปสู่การตัดสินใจขั้นสุดท้ายของผู้บริโภค

งานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด ประกอบด้วย 14 ประการ (ภาพที่ 1) เริ่มต้นจากการคาดคะเนยอดขายซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวางแผนการจัดจำหน่ายและการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วางแผนการผลิต การแผนการผลิตจะเกี่ยวข้องกับแผนกซื้อซึ่งทำหน้าที่จัดซื้อวัตถุดิบ และนำมาเก็บรักษาไว้ในคลังสินค้าเก็บวัตถุดิบ วัตถุดิบก็จะถูกเปลี่ยนไปเป็นสินค้าสำเร็จรูป สินค้าสำเร็จรูปคงคลังจะเกี่ยวข้องกับคำสั่งซื้อของลูกค้าและกิจกรรมการผลิตขององค์กร การสั่งซื้อของลูกค้าจะมีผลทำให้ระดับสินค้าคงเหลือลดลงและบริษัทก็ต้องผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น สินค้าสำเร็จรูปจะต้องผ่านกระบวนการบรรจุ เก็บรักษาในคลังสินค้า กระบวนการขนส่งภายใน และการขนส่งภายนอก คลังสินค้าและการบริการลูกค้า จากแนวคิดข้างต้น อาจสรุปหน้าที่ในการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าออกสู่ตลาดออกเป็น 6 ประการ คือ (ศิริวรรณและคณะ, 2546)

1. การคาดคะเนยอดขาย (sales forecasting) เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเนื่องจากยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการจัดเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม
2. การวางแผนการจัดจำหน่าย (distribution planning) เป็นการเตรียมการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสนับสนุนการกระจายตัวสู่สินค้าสู่ตลาด เช่น ใช้ขนส่งทางไหนจึงจะเหมาะสมกับสินค้าและบริการ ในขั้นนี้เกี่ยวข้องกับการวางแผนการผลิต (production planning) และรวมไปถึงการจัดหาวัตถุดิบ (material procurement)
3. การบริการสินค้าคงเหลือ (inventory management) เป็นการจัดการให้ผลิตภัณฑ์มีขายในตลาดโดยไม่ขาดแคลนและอยู่ในปริมาณที่เหมาะสมคือ ไม่มากเกินไปไม่น้อยเกินไป
4. การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ (order processing) เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า
5. การบรรจุภัณฑ์ (packaging) การบรรจุภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อการเก็บรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี
6. การคลังสินค้า (warehousing) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทางของการเคลื่อนไหวของสินค้าการกำหนดสถานที่เก็บผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท การกำหนดทำเลที่ตั้งของคลังสินค้ามีจุดประสงค์ในการจัดคลังสินค้าเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

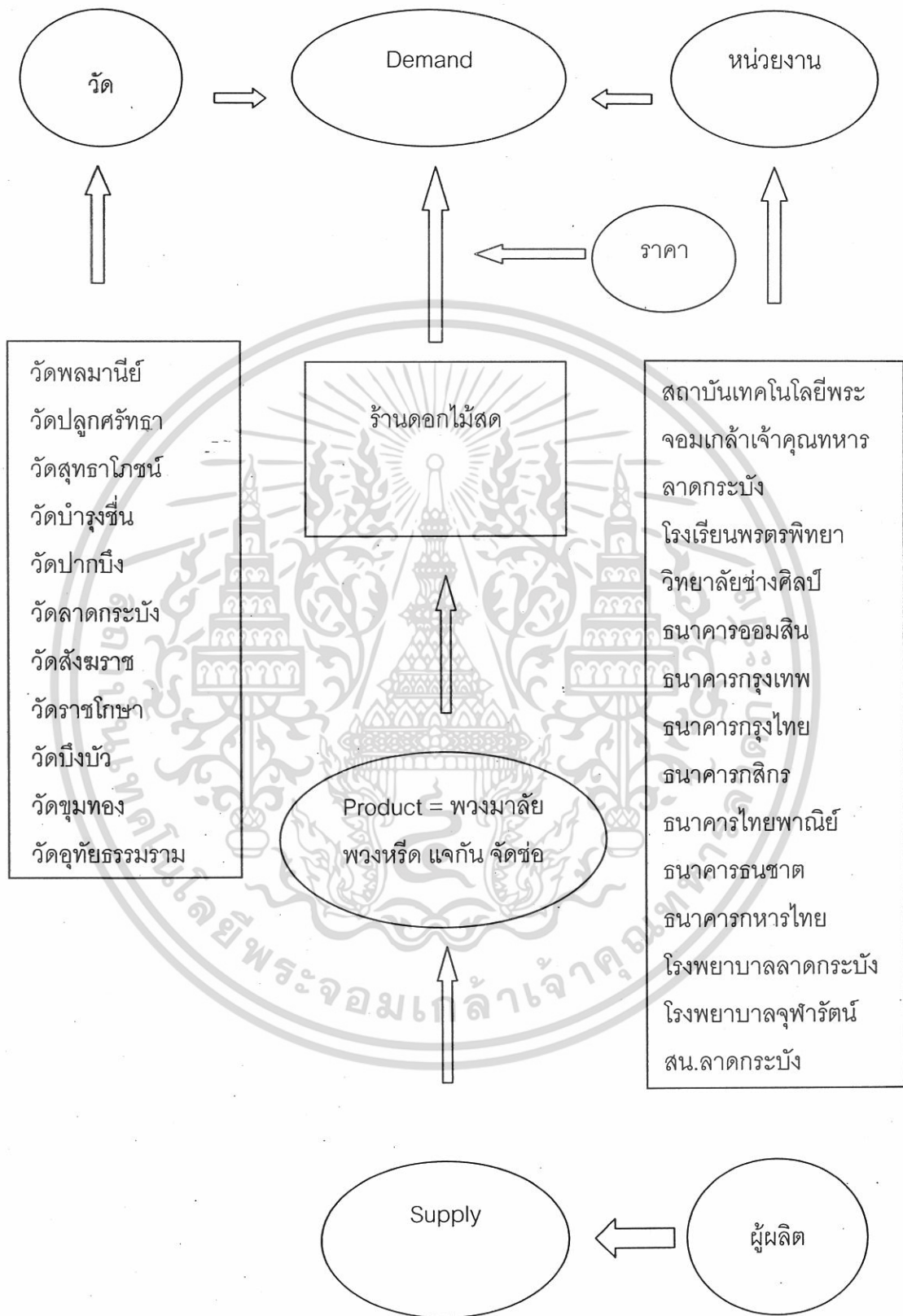


ภาพที่ 1 กิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องในการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กรอบแนวความคิด

จากภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวความคิดการศึกษา ซึ่งสร้างจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำมาตรวจเอกสาร อธิบายได้ว่าผู้ศึกษาต้องการจะทราบถึงการเปิดร้านดอกไม้โดยอธิบายได้สามประการคือ ประการแรก จะขายให้ใคร ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ วัดและหน่วยงานราชการและเอกชน ประการที่สอง ขายทำไม เพราะจากการสังเกตการณ์ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ พบว่ายังไม่มีร้านดอกไม้สดเปิดให้บริการหรือมีอยู่ในรูปร้านขายส่งผลิตภัณฑ์ซึ่งไม่ใช่ร้านขายดอกไม้สดโดยตรง ประการที่สาม ขายที่ไหน บริเวณพื้นที่ที่ต้องการเปิดร้านดอกไม้สด คือ บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยเมื่อศึกษาด้านอุปสงค์ ซึ่งหมายถึงปริมาณการซื้อสินค้าหรือบริการซื้อสินค้าหรือบริการที่บุคคลจะซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาที่แตกต่างกันของสินค้านั้นแล้ว จากนั้นก็กลับลงมาพิจารณาว่าขายอะไร ขายดอกไม้สดซึ่งผลิตภัณฑ์ได้แก่ พวงมาลัย พวงหรีดแจกัน จัดช่อ จัดตามงานนอกสถานที่ จัดเป็นซุ้ม เป็นต้น ต่อจากนั้นมาศึกษาที่อุปทาน (supply) คือ ปริมาณเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ผลิตหรือธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งตามราคาที่เป็นอยู่ขณะนั้น การพิจารณาปริมาณเสนอขายสินค้าขึ้นอยู่กับราคาของสินค้า ซึ่งผู้ผลิตได้ทำการเปรียบเทียบกับต้นทุนในการผลิตสินค้านั้น ๆ จากนั้นผู้ผลิตจะนำวัตถุดิบมาจากแหล่งใด ดังนั้นพิจารณาที่ราคาเทียบกับคุณภาพกับสินค้า ควรมีความเหมาะสมกับสินค้านั้น ซึ่งเกิดขึ้นมาจากอุปสงค์และอุปทาน



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด (frame work)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

## ลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้สด

### ประวัติความเป็นมา

การจัดดอกไม้ในแบบต่าง ๆ ของประเทศไทยเราได้มีการสืบทอดต่อกันเรื่อยมา จนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์และได้มีการพัฒนาขึ้นมาเป็นอย่างมาก ดังคำบอกกล่าวของ สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ นักปราชญ์คนสำคัญของไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์กล่าวว่า เจ้าคุณตานี่ ธิดาเจ้าพระยามหาเสนา (บุญนาคร) ซึ่งเป็นเจ้าจอมในรัชกาลที่ 1 เป็นช่างดอกไม้ที่มีชื่อเสียงมากในสมัยนั้น ท่านช่างคิดประดิษฐ์ทำดอกไม้เป็นรูปต่าง ๆ และเป็นช่างสืบทอดต่อมา จนถึงธิดาและนัดดาในกรมนี้ (บุญเยี่ยม, 2545)

เมื่อลองคิดเทียบเคียงจากวันนั้นคือใน พ.ศ. 2359 แล้ว ประมาณได้ว่าสมัยที่ทำดอกไม้เป็นการใหญ่ในรัชกาลที่ 1 และ 2 นั้น คงเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 130-140 ปีมาแล้ว จนถึงในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 การจัดทำดอกไม้ของไทยได้ขยายขอบเขตออกไปถึงการดัดแปลงผ้า กระดาษและดอกมะลิ สามารถใช้แทนดอกไม้สด โดยได้สืบทอดมาได้ว่า กรมสมเด็จพระสุทนต์ราชประยูร ซึ่งเป็นอภิบาลบำรุงเลี้ยงพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงใฝ่พระทัยในเรื่องนี้มาก บรรดาเจ้านายซึ่งประทับอยู่กับกรมสมเด็จพระสุทนต์ราชประยูรมักต้องทำดอกไม้แห้งและดอกไม้ซอเป็นการใหญ่อีกเช่นกัน ขณะเดียวกัน การติดต่อค้าขายกับต่างประเทศในเวลาต่อมาประกอบกับชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมไทยเริ่มเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้การจัดดอกไม้ของประเทศไทยเราที่ไม่ใช่การจัดในพิธีการเปลี่ยนแนวมาเป็นแบบไทยสากลมากขึ้น (บุญเยี่ยม, 2545)

### ลักษณะสภาพทั่วไปของการดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้สด

เนื่องจากดอกไม้เป็นสินค้าประเภทแฟชั่น การผลิตและการบริโภคจึงเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมของผู้บริโภค โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีการใช้ไม้ตัดดอกเพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลมาจากวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามา ทำให้นิยมใช้ไม้ดอกในเทศกาลมากยิ่งขึ้น ในขณะที่การผลิตก็มีการขยายตัวเพื่อสนองต่อความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น ในอดีตการผลิตไม้ตัดดอกเป็นการผลิต

เพื่อทดแทนการนำเข้าเป็นหลัก ปัจจุบันไม้ตัดดอกกลายเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่สามารถส่งออก  
ทำรายได้แก่ประเทศปีละ จำนวน 700-800 ล้านบาท

### การผลิต

ในช่วงระหว่าง ปี พ.ศ. 2535-2537 พื้นที่เพาะปลูกไม้ตัดดอกมีแนวโน้มขยายตัว โดยไม้  
ตัดดอกที่สำคัญได้แก่ กุหลาบ กล้วยไม้ กุหลาบ เบญจมาศ เยอร์บีร่า แอสเตอร์ และมะลิ มีพื้นที่รวม  
ประมาณ 19,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2535 เพิ่มเป็น 25,424 ไร่ ในปี พ.ศ. 2537 มีอัตราการขยายตัว  
เฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี ส่วนในปี พ.ศ. 2540 การเพาะปลูกไม้ตัดดอกชนิดดังกล่าวค่อนข้างอึมตัว  
และมีการกระจายไปเพาะปลูกไม้ตัดดอกชนิดอื่น ๆ มากขึ้น ส่วนไม้ตัดดอกที่มีการขยายตัว และ  
ยังเป็นที่ยอมรับซื้อขายแพร่หลาย ได้แก่ กุหลาบและเบญจมาศ

ตารางที่ 1 การคาดคะเนความต้องการใช้ไม้ดอก ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ 8 (2540-2544)

ปี พ.ศ.	(หน่วย:ตัน)		
	ความต้องการใช้ภายในประเทศ	ส่งออก	รวม
2540	48,891	13,875	62,766
2541	53,585	14,431	68,016
2542	58,729	15,008	73,737
2543	64,367	15,608	79,975
2544	70,546	16,232	86,778
อัตราเพิ่มร้อยละ	9.60	4.00	8.44

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2544)

ลักษณะการผลิตดอกไม้ของประเทศไทยจะแบ่งออกเป็น การผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่  
กล้วยไม้ผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศ ได้แก่ กุหลาบ เบญจมาศ เยอร์บีร่า แอสเตอร์ มะลิ และอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าได้แก่ ไม้ตัดดอกเมืองหนาว เช่น คาร์เนชั่น เป็นต้น ซึ่งขณะนี้การผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกไม้ดอกเพื่อทำการค้าอยู่ประมาณ 40,000 ไร่ ชนิดของไม้ดอกที่สำคัญ คือ กัลวี่ไม้ ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บัว มะลิ กุหลาบ บานไม่รู้โรย ดอกกรัก เยอร์บีร่า และเบญจมาศ นอกจากนี้มีไม้ดอกอื่น ๆ เช่น หน้าวัว แอสเตอร์ ซ่อนกลิ่น สร้อยทอง และแกลดิโอลัส เป็นต้น

ในช่วงระหว่าง ปี พ.ศ. 2531-2537 การผลิตไม้ดอกของประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2531 มีเนื้อที่ปลูก 34,045 ไร่ ผลผลิต 45,974 ตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 41,393 ไร่ ผลผลิต 57,350 ตัน ในปี พ.ศ. 2537 มีอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 3.31 และ 2.96 ตามลำดับ ไม้ดอกที่สำคัญคือ กัลวี่ไม้ มีเนื้อที่ปลูก 3,911 ไร่ ผลผลิต 9,457 ไร่ แหล่งผลิตไม้ดอกที่สำคัญของไทยจะอยู่ที่บริเวณชานเมืองกรุงเทพฯ มีเนื้อที่ปลูก 8,853 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 22.19 ของพื้นที่ปลูกทั่วประเทศ รองลงมาคือ บริเวณจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ สมุทรสาคร นครปฐม นนทบุรี มีเนื้อที่ปลูก 7,097 6,780 และ 5,735 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.97 17.00 และ 14.38 ของเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมด ตามลำดับ สำหรับแหล่งผลิตไม้ดอกเมืองหนาวที่มีคุณภาพสูง เช่น กุหลาบ แกลดิโอลัส เบญจมาศ ลิลลี่ และคาร์เนชั่น เป็นต้น จะอยู่บริเวณแถบภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และเลย ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ นครราชสีมา อุบลราชธานี ขอนแก่น หนองคาย และนครพนม มีการปลูกไม้ดอกเป็นอาชีพเพิ่มมากขึ้น แต่ผลผลิตที่ได้ยังมีคุณภาพต่ำ

### ปัญหาด้านการผลิต

สถานการณ์ด้านการผลิตไม้ดอกภายในประเทศ บางช่วงอาจเกิดปัญหาด้านการผลิต ซึ่งเกิดจากหลายสาเหตุ อันได้แก่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2539)

1. การพัฒนาหรือปรับปรุงพันธุ์ไม้ดอกสายพันธุ์ใหม่เพื่อให้มีคุณภาพดี เพื่อจะสนองความต้องการโดยเฉพาะการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศค่อนข้างล่าช้า ทำให้ต้องสูญเสียส่วนแบ่งตลาดสำคัญ เช่น กัลวี่ไม้ เป็นต้น
2. ดันพันธุ์ไม้ดอกเมืองหนาวที่ใช้ในการผลิตมีน้อยและไม่เพียงพอ ทำให้ผลผลิตไม้ดอกมีคุณภาพด้อยกว่าของต่างประเทศ
3. ระบบการผลิตไม้ดอกเพื่อการค้าในปัจจุบันไม่เหมาะสม ทำให้ผลผลิตไม้ดอกมีปริมาณและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และไม่เป็นที่ไปตามความต้องการของตลาด
4. ปัจจัยการผลิตมีราคาสูง โดยเฉพาะต้นพันธุ์ที่มาจากต่างประเทศ

5. เกษตรกรผู้ปลูกส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะไม้ดอกแต่ละชนิด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การขาดเงินทุนในการปรับระบบการผลิตเพื่อให้เป็นรูปแบบอุตสาหกรรม หรือระบบปิด ซึ่งจำเป็นต้องมีการลงทุนในการสร้างโรงเรือน เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ

### การบริโภค

ความต้องการใช้ไม้ดอกของประเทศไทยจะกระจายไปทั่วทุกพื้นที่ ผลผลิตไม้ดอกเกือบทั้งหมดจะถูกนำมาใช้ภายในประเทศ ยกเว้นดอกกล้วยไม้สด มีการใช้ภายในประเทศประมาณร้อยละ 40-50 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2544) ในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2540-พ.ศ.2544) ความต้องการใช้ไม้ดอกในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจาก 48,891 ตัน ในปี พ.ศ. 2540 เป็น 70,546 ตัน ในปี พ.ศ. 2544 และมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 9.60

สำหรับตลาดภายในประเทศ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะการใช้ไม้ดอก ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริโภคระดับบน ได้แก่ ผู้บริโภคประเภทอุตสาหกรรมโรงแรม การท่องเที่ยว ภัตตาคาร และร้านจัดดอกไม้ จะใช้ดอกไม้คุณภาพดี ดอกใหญ่ สีสวย อายุการใช้งานนาน ปริมาณความต้องการใช้ค่อนข้างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ผู้ใช้ประเภทนี้นิยมใช้ดอกไม้เมืองหนาวจึงมีการนำเข้าจากต่างประเทศ

2. กลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป ส่วนใหญ่จะไม่จำกัดคุณภาพ ปริมาณ ความต้องการจะเปลี่ยนไปตามช่วงเทศกาลและวันสำคัญ เนื่องจากลักษณะที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อบูชาพระ ซึ่งดอกไม้ที่นิยม คือ บัว กล้วยไม้ กุหลาบ และมะลิ นอกจากนี้ ผู้บริโภคบางส่วนก็นิยมให้ดอกไม้เป็นของขวัญ หรือเป็นสิ่งเพื่อแสดงความยินดี ซึ่งการใช้ลักษณะนี้ต้องการไม้ดอกชนิดแปลก ๆ และคุณภาพดี

### ปัญหาด้านการตลาด

สถานการณ์ด้านการตลาดของไม้ดอกในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัญหาของตลาดไม้ดอกมี ดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2544)

1. ผลผลิตไม้ดอกส่วนใหญ่คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน อายุการใช้งานสั้น ทำให้ขายไม่ได้ราคา
2. การผลิตจะเป็นไปตามฤดูกาลแต่จะไม่เป็นไปตามความต้องการของตลาดทำให้เกิดปัญหาผลผลิตขาดแคลน ราคาแพง สลับกับปัญหาการล้นตลาด ราคาถูกอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตลาดรวมภายในประเทศมีจำนวนน้อย ขาดระบบมาตรฐานคุณภาพ และราคาไม้ดอกแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในตลาดทำให้ผู้ผลิตมีความเสียเปรียบมาก
4. เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวตั้งแต่รักษา การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่งยังไม่เหมาะสมทำให้เกิดความเสียหายและคุณภาพไม้ดอกลดลงเมื่อถึงมือผู้บริโภค
5. การขนส่งทางอากาศ เพื่อการส่งออกไม้ดอกมีไม่เพียงพอในบางช่วง ทำให้ไม่สามารถส่งออกได้มากตามต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้สด
6. ขาดข้อมูลและระบบการสื่อสารที่รวดเร็วชัดเจน เช่น การกักกันพืชขาออกซึ่งกฎหมายเก๋าล้าสมัย ทำให้ส่งออกไม้ดอกช้า หรือส่งออกไม่ได้ เป็นต้น

#### แนวคิดผลิตภัณฑ์และบริการที่จะจำหน่าย

ผู้ค้าปลีกนั้นจะต้องพิจารณาว่าขายสินค้าอะไรบ้าง กล่าวคือ ต้องพิจารณาถึงส่วนประสมผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญ (ศิริวรรณและคณะ, 2546) คือ

1. ความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง จำนวนสายผลิตภัณฑ์ที่ร้านมีจำหน่ายได้แก่ จัดเป็นแจกัน จัดเป็นช่อ จัดเป็นกระเช้าของขวัญ พวงหรีด จัดนอกสถานที่ เป็นต้น
2. ความยาวของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้นของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ในกรณีศึกษา นี้ มีจำนวนรายการประมาณ 5 รายการ
3. ความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ของสินค้า แต่ละตราสินค้าภายในสายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จัดเป็นแจกันในแบบรูปทรงต่าง ๆ จัดเป็นช่อแบบต่าง ๆ จัดเป็นกระเช้า เช่น กระเช้าเพื่อสุขภาพ กระเช้าผลไม้ พวงหรีด เช่น พวงหรีดดอกไม้สด พวงหรีดผ้า เป็นต้น
4. ความสอดคล้องของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความสัมพันธ์กันระหว่างสายผลิตภัณฑ์ในด้านการใช้ขั้นสุดท้าย การผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือลักษณะของสินค้าด้านอื่น ๆ จากกรอบแนวความคิด คือ บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการขายผลิตภัณฑ์ เช่น ให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บริการเกี่ยวกับความสะดวกในการสั่งซื้อ คือ การให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีหีบห่อเรียบร้อย บริการจัดส่งสินค้า แหล่งขายอยู่ในที่การคมนาคมสะดวก เป็นต้น และบริการเกี่ยวกับความสะดวกในการชำระเงิน ได้แก่ ระบบการส่งมอบสินค้า เงื่อนไขการชำระเงินอาจรวมถึงการเสนอส่วนลดต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวคิดราคา

เป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงการยอมรับของตลาดเป้าหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ค้าปลีกจะตั้งราคาโดยบวกกำไรเพิ่มจากต้นทุน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการยอดขายที่มาก ซึ่งขัดแย้งสำหรับนโยบายและกลยุทธ์การตั้งราคาของผู้ค้าปลีก (ศิริวรรณและคณะ, 2546) มีดังนี้

1. นโยบายราคาเดียว เป็นการคิดราคาไว้ที่ตัวสินค้าเพื่อลูกค้าได้เลือกซื้อโดยเปรียบเทียบราคาคุณภาพจนเป็นที่พอใจ สินค้าจะขายตามราคาที่ติดไว้โดยไม่มีการต่อรอง

2. นโยบายระดับราคา ได้แก่

2.1 การตั้งราคา ณ ระดับราคาตลาด โดยจะตั้งราคาเท่ากับคู่แข่งที่ขายสินค้าคุณภาพเหมือนกันประเภทสินค้าที่มีจำหน่ายเหมือนกัน ขนาดธุรกิจใกล้เคียงกันและทำเลเดียวกัน เป็นต้น

2.2 การตั้งราคา ณ ระดับต่ำกว่าราคาตลาด เพื่อใช้ขายสินค้าได้ในปริมาณมาก แม้กำไรต่อหน่วยที่ได้จะน้อย แต่รายได้จากการขายมาก ทำให้กำไรรวมมาก การตั้งราคาแบบนี้จะทำให้เกิดภาพพจน์การเป็นร้านขายของถูก คุณภาพต่ำ ซึ่งอาจเกิดปัญหากับสินค้าที่มีชื่อเสียงที่ร้านจำหน่ายอยู่ด้วย

3. การตั้งราคา ณ ระดับสูงกว่าราคาตลาด โดยจะตั้งราคาแบบนี้ต่อเมื่อสินค้าที่จำหน่ายแตกต่างจากคู่แข่งเรื่องคุณภาพ การมีภาพพจน์ของร้าน ความแตกต่างของทำเลที่ตั้ง และชื่อเสียงของร้านค้า

จากรอบแนวคิดของการศึกษารังนี้ ใช้นโยบายราคาเดียว โดยการตั้งราคาขายดอกไม้ตามหลักสากล (อดุลย์, 2544)

## แนวคิดการส่งเสริมการตลาด

โดยเป็นการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์สำหรับเครื่องมือที่ผู้ค้าปลีกสามารถนำมาใช้เพื่อการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อแจ้งข่าวสาร เป็นการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ซึ่งใช้ในชั้นบุกเบิก เพื่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ และการกระตุ้นความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งในชั้นบุกเบิกนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการจะทำการจัดทำใบปลิว หรือ แผ่นพับ เพื่อเป็นการแนะนำร้านแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าร้านเปิดใหม่ โดยในใบปลิวดังกล่าวจะมีรูปภาพเพื่อให้เห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีในร้าน

2. เพื่อการจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ ซึ่งใช้ในการแข่งขัน เพื่อการสร้างความต้องการในการเลือกสรรตราสินค้า ได้แก่ สร้างสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ให้ติดตา คู่แข่งกับผู้บริโภค

3. เพื่อเตือนความทรงจำ ซึ่งใช้ในชั้นรักษาลูกค้า ได้แก่ การเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ เพื่อเตือนความทรงจำผู้บริโภค การเลือกสื่อที่ใช้ในการโฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ การขนส่ง ทางไปรษณีย์ ป้ายโฆษณา

การส่งเสริมการขายโดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อกระตุ้นให้ใช้สินค้าเดิมมากขึ้น เพิ่มปริมาณการซื้อสินค้าเพื่อปริมาณการใช้ สร้างความภักดีในตัวสินค้า มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ได้แก่ การแจกตัวอย่าง คุปอง ของแถม การลดราคา เหตุการณ์พิเศษ การคืนเงินและการคืนสินค้า และการจัดแสดงสินค้า

2. มุ่งสู่คนกลาง เพื่อเพิ่มความพยายามในการสร้างยอดขายของคนกลางกระตุ้นให้รับสินค้าใหม่ไว้อย่าง กระตุ้นให้คนกลางเก็บสินค้า เพื่อให้เกิดความซื่อสัตย์กับตราสินค้า เป็นต้น การมุ่งสู่พ่อค้าคนกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดและส่วนยอมให้ การแถมตัวสินค้า การผ่อนปรนการชำระเงิน การฝึกอบรม และการโฆษณาร่วมกัน

3. มุ่งสู่พนักงานขาย เพื่อให้พนักงานแสวงหาลูกค้ารายใหม่ กระตุ้นยอดขาย โดยใช้เครื่องมือใช้ในการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงานขาย การแข่งขันการขาย และการประชุมสัมมนาทางการขาย

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การและประชาชนทั่วไป การเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ การติดต่อสื่อสารเพื่อเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทและการคุ้มครองประชาชน โดยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้ ได้แก่ การให้ข่าวสารผ่านวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การกล่าวสุนทรพจน์ กิจกรรมบริการชุมชน การจัดเหตุการณ์ต่าง ๆ

### แนวคิดด้านการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเปิดร้านดอกไม้สดนี้ได้พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญ การพิจารณาทำเลที่ตั้งถือเกณฑ์ดังนี้ คือ ต้องใกล้ชิดลูกค้า อยู่ในย่านศูนย์การค้า และอยู่ในแหล่งธุรกิจ จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่ได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและสำรวจความต้องการใช้ดอกไม้สดในบริเวณชุมชนห้วยตะเอนนั้น ถือได้ว่าเป็นทำเลที่ตั้งที่ใกล้ชิดลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายมาก

เพราะบริเวณที่ตั้งโครงการใกล้กับกลุ่มเป้าหมายหลักคือ วัด หน่วยงานราชการและเอกชน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถสร้างยอดขายได้โดยการพิจารณาจากปัจจัยทางด้าน จำนวนลูกค้าที่มีความต้องการใช้ดอกไม้สดร้านดอกไม้จัดเป็นธุรกิจขนาดย่อม เน้นที่การใช้ฝีมือบริการลูกค้า และการให้บริการแบบพิเศษเฉพาะตัว (tailor made) ไม่ใช่โรงงานโหลที่ป้อนด้วยเครื่องจักรแต่ต้องอาศัยความสามารถและบุคลิกภาพของเจ้าของร้าน เป็นธุรกิจที่สามารถปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และอื่น ๆ รวมทั้งปรับราคาได้คล่องตัวกว่าธุรกิจใหญ่ จึงตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดี

### ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

#### ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

1. ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงในการดำเนินงาน
2. มีอิสระในการทำงานสูง เพราะเจ้าของจัดการเองทุกอย่าง ทั้งการบริหารและการบริการ
3. มีความหลากหลายในรูปแบบการจัดดอกไม้ ได้แก่ การจัดแบบช่อ การจัดแบบแจกัน การจัดแบบกระเช้า การจัดพวงหรีดหรือการจัดหน้าศพ และการจัดตกแต่งสถานที่ เป็นต้น
4. มีบริการจัดส่งดอกไม้ถึงที่ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและเกิดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ

#### ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

1. ข้อจำกัดเรื่องเงินทุน
2. อายุการใช้งานของดอกไม้สั้นเนื่องจากดอกไม้เน่าเสียได้ง่าย จึงควรรู้จักดูแลและเก็บรักษาดอกไม้ เพื่อให้ดอกไม้มีอายุการใช้งานนาน
3. ร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่ไม่มีที่จอดรถ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกในการรับบริการ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

#### คุณสมบัติของเจ้าของร้านดอกไม้

คุณสมบัติที่ควรมีในการจะเป็นเจ้าของร้านดอกไม้ มีดังนี้ (ยุวดี, 2546)

1. มีความรักในงานจัดดอกไม้
2. เป็นคนช่างพูดช่างคุย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. มีความอดทน
4. มีเงินทุนเพียงพอ
5. มีฝีมือในการจัดดอกไม้
6. สามารถจัดหน้าร้านให้มีสไตล์
7. หาทำเลที่ดี
8. ควรมีลูกน้องไว้ช่วย

การดำเนินธุรกิจของร้านดอกไม้ มีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

#### การเลือกทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง แหล่งที่จะทำให้ธุรกิจมาสารพัดประกอบกิจการได้สะดวกที่สุด โดยคำนึงถึงกำไรค่าใช้จ่าย ความสามารถในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การจัดหาวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตลอดระยะเวลาที่ธุรกิจประกอบกิจการนั้น

#### สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งในย่านธุรกิจหรือแหล่งชุมชน ค่าเช่าสถานที่จะมีราคาแพง แต่ได้รับผลตอบแทนมากกว่าเมื่อเทียบกับสถานที่ที่ไม่ค่อยมีผู้คนพลุกพล่าน ร้านดอกไม้ ตั้งอยู่ชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน และย่านธุรกิจ ในรัศมี 7 ก.ม. มีวัด สถานที่ราชการและเอกชนตั้งอยู่หลายแห่ง เช่น วัดปลุกศรัทธา วัดพลมานีย์ วัดสุทธาโภชน์ เป็นต้น และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รวมทั้งธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก ทำให้สามารถกำหนดราคาที่ได้สูงตามความเหมาะสม คู่แข่งขันในร้านค้าดอกไม้ด้วยกัน

#### การจดทะเบียนและการขออนุญาตตามกฎหมาย

ในการประกอบธุรกิจนั้นจำเป็นต้องดำเนินการจดทะเบียนและการขออนุญาตก่อนการดำเนินการ ซึ่งในการจัดตั้งร้านในที่นี้มีขั้นตอนการจดทะเบียนหลัก ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การจดทะเบียนพาณิชย์ เนื่องจากการจัดตั้งร้านดอกไม้สดจำเป็นต้องจดทะเบียนพาณิชย์ตามกฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499

## 2. การจดทะเบียนภาษี

2.1 ภาษีรายได้บุคคลธรรมดา

2.2 ภาษีมูลค่าเพิ่ม

## การเลือกซื้อดอกไม้

ผู้ประกอบการควรเลือกซื้อดอกไม้ในตอนเช้าหรือเวลาที่ดอกไม้ถูกส่งเข้าสู่ตลาด เพราะผู้ประกอบการจะได้ดอกไม้ที่สดใหม่ เวลาคัดเลือกดอกไม้ผู้ประกอบการควรหยิบจับอย่างระมัดระวังเพื่อป้องกันไม่ให้ดอกไม้ช้ำ

### 1. หลักเกณฑ์การเลือกซื้อดอกไม้มีดังนี้

1.1 ก้าน ต้องไม่เน่า โดยก้าน ต้องไม่ผ่านการแช่น้ำมาเป็นเวลานาน กระทั่งมีกลิ่นเหม็น

1.2 ใบ ต้องไม่เหี่ยวเฉา และเน่า ใบ ต้องมีความแข็งแรงตามสภาพของใบไม้นั้น ๆ

1.3 โคนดอก ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นดอกคาร์เนชั่น กระเปาะจะต้องไม่ลีบ และแห้งเมื่อใช้มือบีบดู จะรู้สึกกระเปาะแข็ง หรือถ้าเป็นดอกกุหลาบ กลีบเลี้ยงควรหุ้มดอกสนิท ถ้ากลีบเลี้ยงห้อยลงมา แสดงว่ามีการจัดแต่งกลีบแล้ว อาจเป็นดอกไม้เก่าก็ได้

1.4 กลีบดอก จะต้องมีสีไม่เหี่ยว และไม่เน่า

1.5 สีและชนิดของดอกไม้ที่ซื้อ ควรมีความสัมพันธ์กัน เช่น ดอกสีเข้ม ควรใช้ใบสีอ่อน เป็นต้น

### 2. ปริมาณการซื้อดอกไม้

ปริมาณการซื้อดอกไม้ของร้านจัดดอกไม้ ไม่ได้กำหนดไว้เป็นหลักเกณฑ์ตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณลูกค้า รูปแบบการจัด ทำเลที่ตั้ง และช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ และวันวาเลนไทน์ เป็นต้น ดอกไม้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ลิลลี่ กุหลาบ คาร์เนชั่น ทิวลิป เยอร์บีร่า แกลดิโอลัส และมัม

ผู้ประกอบการต้องจัดเก็บดอกไม้ทุกชนิดไว้ในตู้แช่ดอกไม้ เพื่อที่จะป้องกันไม่ให้ดอกไม้และใบไม้เกิดเชื้อรา และควรเปลี่ยนน้ำทุก ๆ 3 วัน วิธีดังกล่าวจะทำให้ดอกไม้และใบไม้เก็บไว้ได้นานประมาณ 1 สัปดาห์

### 3. แหล่งซื้อดอกไม้สดในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

3.1 ปากคลองตลาด ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดไท ที่เป็นแหล่งรวมดอกไม้มานานานาพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็นดอกไม้ของประเทศไทยหรือต่างประเทศ มีทั้งแบบขายส่ง ขายปลีก ซึ่งมีราคาแตกต่างกันไปตามประเภทของดอกไม้ และตามแต่ต้องการของแต่ละเทศกาล

### 3.2 ศาลาโครงการหลวง 2 บริเวณมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นอกจากนี้ยังมีเจ้าของดอกไม้บางรายจะขับรถมาส่งดอกไม้ให้ถึงร้าน ซึ่งก็เป็นบริการหนึ่งที่ผู้ประกอบการสามารถเลือกซื้อดอกไม้ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง

### 4. การดูแลรักษาดอกไม้

เมื่อผู้ประกอบการซื้อดอกไม้มาแล้ว ให้รีบแกะดอกไม้ออกจากห่อ หรือเปิดกล่องออกโดยเร็ว เพื่อการปรับอุณหภูมิ และป้องกันการเกิดแก๊สเอทิลีน ซึ่งทำให้ดอกไม้เสียหาย จากนั้นผู้ประกอบการเตรียมทำความสะอาดตู้แช่ดอกไม้และเตรียมน้ำใส่ภาชนะที่ใช้แช่ดอกไม้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรเตรียมการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1 การทำความสะอาดดอกไม้ (cleaning) ก่อนแช่น้ำ ผู้ประกอบการจะต้องทำความสะอาดบริเวณปลายก้าน ส่วนที่ต้องแช่ลงในถังน้ำ โดยการเด็ดใบช่วงล่างของดอกไม้ ออกให้หมด เพราะใบเหล่านี้เมื่ออัดแน่นจะทำให้เกิดแก๊สเอทิลีน มีผลทำให้ก้านดอกไม้และน้ำที่แช่ดอกไม้เน่าเสียได้ง่าย

4.2 การตัดแต่งดอกไม้ (cutting) เป็นการตัดก้านส่วนที่แห้งหรือแก่เกินไปออกเพื่อให้ดอกไม้สามารถดูดน้ำได้ดีขึ้น จากนั้นนำไปแช่ในถังน้ำที่จัดเตรียมไว้ น้ำที่ใช้แช่ดอกไม้นี้มีปริมาณและลักษณะที่แตกต่างกันออกไป คือ

ถ้าต้องการให้ดอกบานเร็ว ให้แช่ก้านดอกไม้ในน้ำอุ่น และมีปริมาณมาก เช่น กุหลาบ ยิบโซ ลิลลี่ เป็นต้น

ถ้าต้องการให้ดอกบานช้า ให้แช่ก้านดอกไม้ในน้ำธรรมดา อุณหภูมิปกติ และใช้ปริมาณน้ำน้อย

ถ้าต้องการให้ดอกบานอย่างสมบูรณ์ และมีก้านดอกไม้ที่แข็งแรง ผู้ประกอบการควรแช่ในน้ำอุ่นผสมอาหารดอกไม้ ปริมาณ 0.5 ช้อนชาต่อน้ำ 5 ลิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประการที่สอง คุณภาพด้านหน้าที่ (functional quality) เช่น มีความรู้ทางด้านการดูแลรักษา ดอกไม้ให้มีความคงทน อายุการใช้งานที่ยาวนาน ประการที่สาม คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถ ประเมินได้ก่อนซื้อ (search qualities) เช่น ดอกไม้ที่ได้จัดและตกแต่งที่หน้าร้าน ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ความสามารถในการให้บริการและความน่าไว้วางใจจากลูกค้า ประการที่สี่ คุณภาพด้าน ประสบการณ์ (experience qualities) คือ ลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้หลังจากการ ซื้อบริการ ประการที่ห้า คุณภาพความเชื่อถือได้ (credence qualities) คือ ลักษณะบริการที่ยาก จะประเมิน แม้ผู้ซื้อจะได้ใช้บริการแล้วก็ตามเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าจะประเมินคุณภาพความเชื่อถือน ที่ได้รับ (ศิริวรรณและคณะ, 2546)

### ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้ นั้น จะต้องมีการลงทุน การวางแผน และการจัดการที่ดี ผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านจะต้องมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับดอกไม้และวิธีการจัดดอกไม้ มีความ ตั้งใจอย่างจริงจัง ทั้งนี้เพื่อการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546)

- 1.ทำเลที่ตั้ง ต้องเป็นแหล่งที่ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการร้านจัดดอกไม้สดสูง เพราะถ้า ทำเลดี ย่อมส่งผลให้ธุรกิจดีไปด้วย เช่น ทำเลที่อยู่ใกล้วัด ซึ่งลูกค้าซื้อดอกไม้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ ในงานศพ เป็นต้น
2. การพัฒนารูปแบบสินค้า ให้มีความแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้การพัฒนารูปแบบ สินค้าจะช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้อีกทางหนึ่ง
3. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เช่น ราคาค่าบริการการจัดดอกไม้ไม่สูงเกินความเป็นจริง ดอกไม้ที่นำมาใช้จัดต้องเป็นไปตามที่ลูกค้าสั่ง หรือตามที่ตกลงกันไว้ เป็นต้น
4. การส่งมอบสินค้าให้ตรงเวลา เป็นบริการหนึ่ง ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ในระยะยาว

### สภาวะการตลาดและการแข่งขันบริเวณชุมชนหัวตะเข้

การศึกษาสภาวะตลาดเพื่อต้องการทราบว่าคู่แข่งในตลาดจำนวนเท่าใดจะได้ทราบถึง ขนาดตลาดว่าใหญ่เล็กเพียงใด และกลุ่มเป้าหมายคือใครเพื่อจะได้ทราบว่าตลาดมีแนวโน้มใน อนาคตไปในทิศทางใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คู่แข่ง

เนื่องจากบริเวณที่ตั้งของโครงการอยู่บริเวณชุมชนหัวตะเข้ ซึ่งบริเวณดังกล่าวเป็นบริเวณที่มีกลุ่มเป้าหมาย คือ วัด หน่วยงานราชการและเอกชน ผู้ประกอบการจึงสังเกตเห็นช่องทางที่จะเข้ามาทำตลาดในบริเวณนี้ ในปัจจุบันบริเวณดังกล่าวยังไม่มีร้านดอกไม้สดเปิดให้บริการจะมีเพียงแต่ร้านส่งมณฑลซึ่งขายสินค้าหรือบริการดอกไม้สดร่วมด้วยในตลาดหัวตะเข้จำนวน 1 ร้าน ซึ่งจำหน่ายสินค้าประเภทส่งมณฑลเป็นหลักร่วมกับสินค้าและบริการดอกไม้สดร่วมด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์ จำหน่ายสินค้าประเภทส่งมณฑลเป็นหลักร่วมกับสินค้าและบริการดอกไม้สดด้วย นอกจากรับจัดดอกไม้หน้างานศพแล้ว ยังมีการให้บริการเกี่ยวกับงานศพเพิ่มเติมคือ มีน้ำบริการให้แก่แขกในงานศพอีกด้วย

ด้านราคา ร้านในตลาดชุมชนหัวตะเข้ มีราคาค่อนข้างแพงมากกว่า 3 เท่าของราคาที่ขายในปากคลองตลาด (ชลชาติ, 2548)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านในตลาดชุมชนหัวตะเข้ เป็นร้านที่มีขนาดเล็ก รูปแบบการดำเนินงานของร้านเป็นแบบมีหน้าร้านเพียงอย่างเดียว เข้าใช้บริการสะดวกรวดเร็ว อยู่ในบริเวณตลาดชุมชนหัวตะเข้ ซึ่งอยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ วัด หน่วยงานราชการและเอกชน ใช้ช่องทางแบบผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง

ด้านส่งเสริมการตลาด ทางร้านมีบริการจัดส่ง ใช้ความรวดเร็วเนื่องจากอยู่ใกล้สถานที่กลุ่มเป้าหมาย

## กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากบริเวณที่ตั้งของโครงการอยู่บริเวณชุมชนหัวตะเข้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่ก็คือ วัด สถานที่ราชการและเอกชน ที่มีสัดส่วนมากที่สุด ถึงอย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มประชากรอื่น ๆ อีก เช่น สถาบันศึกษา โรงพยาบาลและลูกค้าทั่วไปที่ต้องการใช้บริการร้านดอกไม้สด แต่เป็นสัดส่วนที่น้อย กลุ่มเป้าหมายของร้าน บริเวณตลาดชุมชนหัวตะเข้ คือ ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และความสะอาดสบาย

5. การเก็บรักษาดอกไม้ (conditioning out of refrigeration) เมื่อผู้ประกอบการแช่ดอกไม้ในถังน้ำเย็นเรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการควรนำดอกไม้วางไว้บริเวณที่มีอุณหภูมิปกติ ประมาณ 1-3 ชั่วโมง เพื่อให้ดอกไม้ปรับสภาพตัวเองเสียก่อน จากนั้นจึงนำไปแช่ในตู้สำหรับแช่ดอกไม้ เพื่อรักษาความสดของดอกไม้และใบไม้ให้ได้มากที่สุด

### สภาพการแข่งขันในตลาด

ปัจจุบันสภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านจัดดอกไม้สดมีแนวโน้มสูงขึ้น (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2546) เนื่องจากอาชีพรับจัดดอกไม้ใช้เงินลงทุนค่อนข้างน้อย ผู้จัดดอกไม้เพียงมีความรู้ในเรื่องการจัดดอกไม้ ก็สามารถเริ่มต้นประกอบธุรกิจได้ ปัจจัยเหล่านี้เองที่จูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านจัดดอกไม้กันมาก

นอกจากปัญหาจำนวนของผู้แข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านสิ่งประดิษฐ์ โดยเฉพาะการทำดอกไม้ประดิษฐ์ ซึ่งในขณะนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก ก็ทำให้ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ เริ่มมีแนวโน้มไม่ค่อยสดใสเมื่อเทียบกับที่ผ่านมา เพราะดอกไม้ประดิษฐ์นอกจากจะเก็บไว้ได้นานแล้ว คุณภาพยังใกล้เคียงกับดอกไม้สดอีกด้วย ดังนั้น ผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจควรทำการศึกษาสภาพตลาดให้ดีก่อนเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ

### กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจบริการ

รูปแบบกลยุทธ์การตลาดในธุรกิจบริการ มี 3 แบบ ดังนี้ (ศิริวรรณและคณะ, 2546)

1. การตลาดภายใน (internal marketing) ของร้านดอกไม้สดต้องมีการฝึกอบรม และการจูงใจให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงให้พนักงานสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า

2. การตลาดภายนอก (external marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย (interactive marketing) เป็นการตระหนักที่ว่าผู้บริโภคจะรับรู้คุณภาพการให้บริการ โดยสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือซึ่งเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการบริการในด้านต่าง ๆ มี 5 ประการ ประการที่หนึ่ง คุณภาพด้านเทคนิค

(technical quality) เช่น วิธีการจัดช่อดอกไม้ตามลักษณะการใช้งาน และความต้องการของลูกค้า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการเสนอผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ การศึกษาความต้องการใช้ดอกไม้สดบริเวณชุมชนหัวตะเข้ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อทราบว่ามีความต้องการใช้มากน้อยเพียงใด การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวกับสภาพการณ์แข่งขัน ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด แนวโน้มตลาด ส่วนผสมทางการตลาด และการพยากรณ์ยอดขาย การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิคจะพิจารณาเกี่ยวกับระบบการผลิต ท่าเลที่ตั้ง ผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์และเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินจะพิจารณาเกี่ยวกับต้นทุนในการจัดตั้งโครงการ อัตราผลตอบแทน งบกระแสเงินสด ระยะเวลาคืนทุน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การศึกษาความต้องการใช้ดอกไม้สด

กลุ่มเป้าหมายที่ได้นำมาศึกษาเพื่อต้องการทราบความต้องการใช้ดอกไม้สดนั้น ได้แก่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รวมไปถึงวัดต่าง ๆ ได้แก่ วัดพลมานีย์ วัดปลุกศรัทธา วัดสุทธาโกชนซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวนี้ผู้ศึกษาได้ทำการสุ่มจากวัด หน่วยราชการและเอกชนในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยวัดที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้และพื้นที่ใกล้เคียงที่อยู่ในเขตลาดกระบัง มีดังนี้ วัดบารุงรัง วัดปลุกศรัทธา วัดปากบึง วัดลาดกระบัง วัดสังฆราชา วัดราชโกษาวัดสุทธาโกชน วัดบึงบัว วัดชุมทอง วัดพลมานีย์ วัดอุทัยธรรมราม วัดทิพवास และหน่วยราชการและเอกชนที่ตั้งอยู่ที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้และพื้นที่ใกล้เคียงที่อยู่ในเขตลาดกระบัง มีดังนี้ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โรงเรียนพรตพิทยพยัต วิทยาลัยช่างศิลป์ โรงเรียนมาเรียลัย โรงพยาบาลลาดกระบัง โรงพยาบาลจุฬารัตน์ สถานีตำรวจลาดกระบัง สถานีตำรวจจรเข้หน้าย ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารทหารไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ความต้องการใช้ดอกไม้สดของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้สดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อโอกาสพิเศษเช่น แสดงความยินดี อวยพร แสดงความเสียใจและใช้ประดับตกแต่งในงานสำคัญของสถาบัน ลักษณะสินค้าที่สถาบันสั่งซื้อ คือ กระเช้า เป็นช่อดอกไม้สด พวงหรีด พวงมาลัย แจกัน ช่อดอกไม้ โดยทางสถาบันจะใช้บริการร้านดอกไม้สดที่มีร้านประจำในเขตลาดกระบัง ซึ่งมีระยะทางไกลจากชุมชนห้วยตะเฒ่า วิธีการที่ทางสถาบันสั่งซื้อ คือ สั่งทางโทรศัพท์ การจัดส่งสินค้าบางประเภททางสถาบันต้องเดินทางไปรับเอง เช่น พวงหรีดแต่บางประเภทนั้นทางร้านจะจัดส่งให้ในระยะเวลาการจัดส่งไม่แน่นอนบางครั้งทางสถาบันต้องสั่งล่วงหน้า 1 วัน ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ แต่ครั้งนั้น มีราคาตั้งแต่ 500 บาท และถ้าเป็นงานใหญ่มีมูลค่าสูงถึง 10,000 บาท

ความถี่ในการใช้บริการดอกไม้อย่างน้อยที่สุด 1 งาน ต่อเดือน แต่บางครั้งมีความต้องการใช้ดอกไม้เป็นปริมาณมากในช่วง เดือน สิงหาคม-ตุลาคม และช่วงเดือน ธันวาคม-มกราคม เพราะ ทางสถาบันจะมีงานต่างประจำปีมาก

ถ้ามีร้านดอกไม้สดเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นก็จะทำให้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น แต่ร้านต้องมีความทันสมัย การให้บริการที่ดี รูปแบบของร้านที่แตกต่างไปจากร้านอื่นโดยไม่ซ้ำซาก อธิบายของเจ้าของร้าน การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นสิ่งที่ทางสถาบันฯ เน้นถึงในการพิจารณาการเข้าใช้บริการร้านดอกไม้สด (ฉัตรชัย, 2548)

### ความต้องการใช้ดอกไม้สดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาห้วยตะเฒ่า เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ธนาคารกรุงเทพ มีความต้องการดอกไม้สดในวัตถุประสงค์ใช้บริการร้านดอกไม้สดเป็นส่วนใหญ่ คือ งานเทศกาล เช่น ลูกค้าของธนาคารเปิดร้าน หรือ แสดงความยินดี เช่น พนักงานเลื่อนตำแหน่ง ส่งพวงหรีดไปแสดงความเสียใจในงานศพของญาติพนักงานหรือลูกค้า โดยจะใช้บริการร้านดอกไม้สดจากร้านตลาดห้วยตะเฒ่า ซึ่งมีเพียงร้านเดียว แต่ไม่ใช่ร้านดอกไม้โดยตรง ซึ่งร้านนี้จะรับจัดดอกไม้และขายเครื่องสังฆภัณฑ์เป็นหลักด้วย ซึ่งวิธีการสั่งซื้อดอกไม้ของธนาคารโดยวิธีสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โดยมีร้านดอกไม้มีนามบัตรของร้านมาทิ้งไว้ให้ และเมื่อนำดอกไม้ที่สั่งมาส่งจะบวกค่าขนส่งเพิ่มด้วย จำนวนเงินเฉลี่ยที่ในการสั่งซื้อดอกไม้แต่ครั้งนั้นมีค่าใช้จ่ายรวมมากกว่า 1,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความถี่ในการใช้บริการร้านดอกไม้สดของธนาคาร เฉลี่ยเดือนละ 2-3 ครั้ง แต่แนวโน้มความต้องการใช้ในอนาคตมีเพิ่มขึ้นเพราะธนาคารมีลูกค้ารายใหญ่เพิ่มขึ้นและเมื่อมีโอกาสสำคัญทางธนาคาร จะต้องใช้บริการร้านดอกไม้ เพื่อแสดงความยินดีหรือเสียใจแก่ลูกค้าซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของทางธนาคาร จึงทำให้แนวโน้มการให้บริการร้านดอกไม้สดเพิ่มขึ้น

ลักษณะหรือประเภทของการจัดดอกไม้ที่ใช้บ่อยพบว่ามีหลากหลาย คือ การจัดเป็นช่อหลาย ๆ ดอกและกระเช้าเพื่อแสดงความยินดีแก่ลูกค้า การจัดเป็นแจกันเพื่อประดับสำนักงาน พวงมาลัยเพื่อไหว้พระแต่ละวัน และพวงหรีดเพื่อแสดงความเสียใจ โดยทางธนาคารคำนึงถึงความสะดวกใกล้สำนักงาน จึงมักจะใช้บริการร้านที่ใกล้ที่สุดนั่นก็คือ ในตลาดหัวตะเข้ ช่องทางที่ทำให้ธนาคารรู้จัก คือ ทางร้านดอกไม้จะนำนามบัตรมาให้ไว้กับทางธนาคาร เมื่อต้องการใช้บริการทางธนาคารจะโทรสั่งและทางร้านจะบริการจัดส่งให้. ควรน่าจะมีร้านดอกไม้สดเพิ่มขึ้นในชุมชนหัวตะเข้ เพื่อเป็นทางเลือกในการเปรียบเทียบไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้าราคาหรือบริการก็ตาม (ฐิติพงษ์, 2548)

### ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดบริเวณชุมชนหัวตะเข้

การสุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายต่อไป คือ วัด ซึ่งคาดว่าน่าจะมีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้สดมากพอสมควร คือ วัด ที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้โดยเราได้ทำการสำรวจมาจำนวน 3 วัด ได้แก่ วัดพลมานีย์ วัดปลูกศรัทธา วัดสุทธาโกชน

### ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดพลมานีย์

ปริมาณความต้องการของวัดนี้ส่วนใหญ่ คือ พวงหรีดและดอกไม้หน้างานศพ และดอกบัว โดยวัตถุประสงค์การใช้ดอกไม้สด เช่น พวงหรีดและดอกไม้หน้างานศพ ใช้ในงานศพ และดอกบัวใช้ในงานประจำปีของวัดหรือวันสำคัญทางพุทธศาสนา ลักษณะดอกไม้ที่ใช้ในงานศพมีทั้งดอกไม้สดและดอกไม้แห้งแต่ปริมาณการใช้ส่วนใหญ่เป็นดอกไม้สดมากกว่า

โดยวัดมีแหล่งที่ทางวัดสั่งซื้อหลัก ๆ สองแห่ง คือ ร้านดอกไม้และเครื่องจำหน่ายสังฆภัณฑ์ในตลาดหัวตะเข้ เมื่อทางวัดใช้ปริมาณดอกไม้สดไม่มากแต่หากทางวัดมีความต้องการใช้มากทางวัดจะไปซึ่งที่ปากคลองตลาดโดยตรงซึ่งมีราคาถูกกว่าร้านในตลาดหัวตะเข้

แนวโน้มการใช้ดอกไม้สดมีเพิ่มขึ้นเพราะสวยงามกว่าดอกไม้แห้ง ความถี่ของการจัดงานศพโดยเฉลี่ย สัปดาห์ละสองงานแต่บางช่วงอาจมีงานมากกว่านี้มากในบางเดือน ในการจัดงานเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศพ 1 งาน ใช้เวลาประมาณ ตามความต้องการของเจ้าภาพพิธีจัดงานศพหรือญาติของผู้เสียชีวิตที่กำหนดระยะเวลาจัดงาน ซึ่งหากระยะเวลา 3-5 คืน จะใช้ดอกไม้สดหน้างานศพครั้งเดียวไม่มีการเปลี่ยน แต่หากงานที่มีระยะเวลาการจัดงานยาว 5-7 คืน จะมีการเปลี่ยนดอกไม้สองครั้ง วิธีการสั่งซื้อ คือ เมื่อมีงานศพ ในอดีตนั้นทางวัดรับหน้าที่ส่งดอกไม้หน้างานศพแทนญาติ แต่ในปัจจุบันญาติจะต้องหามาเองซึ่งทางวัดไม่ได้รับจัดให้แล้วเพราะเกิดปัญหาความไม่ไว้วางใจเรื่องการเงินของญาติทางวัดจึงตัดปัญหาโดยการไม่รับจัดในส่วนนี้จึงเป็นหน้าที่ของญาติ ซึ่งต้องรับผิดชอบส่วนนี้เอง ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการจัดดอกไม้หน้างานศพใน 1 งาน ต่อดอกไม้ 5-8 ช่อ เป็นเงินประมาณ 5,000-6,000 บาท ในกรณีดอกไม้สด แต่หากเป็นดอกไม้แห้งนั้นจะอยู่ที่ราคาประมาณ 3,000-3,500 บาท ค่าใช้จ่ายโดยประมาณราคาของพวงหรีด ในงานศพ 1 งาน พวงหรีดดอกไม้สดประมาณ 6,000-15,000 บาท แต่ยังมีพวงหรีดผ้า ซึ่งมีราคาถูกกว่ามากยังคงมีใช้ร่วมด้วย แต่ปริมาณไม่มากนักเมื่อเทียบกับพวงหรีดดอกไม้สด

ร้านดอกไม้ที่จำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ ในตลาดหัวตะเข้ นอกจากรับจัดดอกไม้หน้างานศพแล้ว ยังมีการให้บริการเกี่ยวกับงานศพเพิ่มเติม คือ มีน้ำบริการให้แก่แขกในงานศพอีกด้วย แต่มีราคาค่อนข้างแพง ซึ่งวัดนี้จะคำนึงถึงเรื่องราคาเป็นสำคัญ (ชลชาติ, 2548)

### ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดปลุกศรัทธา

วัดปลุกศรัทธา เป็นวัดที่มีขนาดเนื้อที่ของวัดนั้นเล็กกว่าวัดพลมานีย์ วัดอุประสงค์ความ ต้องการใช้ดอกไม้สดเช่นเดียวกับวัดพลมานีย์ คือ มีความต้องการที่จะใช้ดอกไม้สดเพื่อจัดหน้างานศพ และเทศกาลงานประจำปีทางวัดหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา

ลักษณะดอกไม้ที่ใช้ในงาน คือ ดอกไม้สดหน้างานศพ พวงหรีด โดยมีแหล่งที่ซื้อ คือ จากปากคลองตลาด แต่มีบางครั้งแต่ส่วนน้อยที่จะซื้อที่ร้านในตลาดหัวตะเข้ วิธีการสั่งซื้อคือทางวัดจะโทรศัพท์สั่งจากร้านที่ปากคลองตลาด แล้วทางร้านจะจัดส่งให้ภายในเวลา 2 ชั่วโมง โดยบวกค่าขนส่งเพิ่มราคา 500 บาท แต่หากสั่งซื้อจากร้านในตลาดหัวตะเข้จะบวกเพิ่มราคาอีก 1,000 บาท ซึ่งผู้ให้ข้อมูล กล่าวว่า ร้านในตลาดหัวตะเข้ นั้นจะมีราคาแพงมากกว่าจึงเลือกที่จะสั่งซื้อจากปากคลองตลาด

ความถี่ในการจัดงานศพใน 1 สัปดาห์ประมาณ 1-2 งาน แต่บางช่วง เช่น ออกพรรษาหรือเทศกาลปีใหม่จะมี งานศพจำนวนมากกว่าปกติ ในงานศพ 1 งาน ใช้ระยะเวลาการจัดงานศพตามความต้องการของเจ้าภาพหรือญาติของผู้เสียชีวิตที่กำหนด โดยมีระยะเวลา คือ ระยะเวลา 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5 และ 7 คื่น ซึ่งหากระยะเวลา 3-5 คื่น จะใช้ดอกไม้สดหน้างานศพครั้งเดียวไม่มีการเปลี่ยน แต่หากงานที่มีระยะเวลาการจัดงานยาว 5-7 คื่น จะมีการเปลี่ยนดอกไม้สองครั้ง

ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการจัดดอกไม้หน้างานศพรวมถึงพวงหรีด ถ้าเป็นการจัดดอกไม้หน้างานศพอยู่ที่ประมาณ 5,000-6,000 บาท ต่อดอกไม้ประมาณ 9 ช่อ พวงหรีดที่ใช้ในงานศพมีมูลค่าตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปถึงสูงสุด 200,000 บาท ต่องานศพ 1 งาน

โดยทางวัดนั้นจะคำนึงถึงปัจจัยดังนี้ คือ ความรวดเร็วการขนส่ง ราคาถูกความสวยงาม การจัดตกแต่ง และที่สำคัญเรื่องความทนทานของดอกไม้ เพราะมักประสบปัญหา คือ ทางร้านดอกไม้นำดอกไม้ค้างหลายวันจากร้านมาจัดให้ ทำให้ไม่ทนทานเหี่ยวง่าย ทำให้ต้องเปลี่ยนเร็วกว่าที่ควรจะเปลี่ยน

ส่วนดอกไม้ที่ใช้ส่วนใหญ่ จะเป็นดอกบัวในวันสำคัญต่าง ๆ ทางวัด และในการจัดงานศพ ไม่ได้เน้นที่ดอกไม้เป็นพิเศษ แต่ให้ความสำคัญเรื่องของสีดอกไม้มากกว่า เช่น หากผู้ตายอายุไม่มากสีของดอกไม้ที่ใช้จะเป็นสีสดแต่หากผู้ตายเป็นผู้ที่อายุมากสีของดอกไม้จะค่อนข้างเป็นสีชาเป็นหลัก โดยในกรณีที่มีการจัดดอกไม้ในโทนสีชาจะมีการใช้ดอกช่อนกลิ่นหรือดอกเบญจมาศสีชาเป็นหลัก แต่ในกรณีที่มีการจัดงานที่ใช้โทนสีสดจะใช้ดอกไม้ เช่น ดอกเบญจมาศ ดอกเยอร์บีร่า และดอกคาร์เนชั่นเป็นหลัก และต้องการให้มีจำนวนธูปดอกไม้เพิ่มมากขึ้นในชุมชนหัวตะเข้ เพราะทุกวันนี้มีร้านดอกไม้สดจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่น้อยมากและต้อง การร้านที่ราคาไม่สูงหรือแพงมากนัก (สมพงษ์, 2548)

### ความต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดสุทธาโภชน์

วัดสุทธาโภชน์ เป็นวัดที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ โดยวัตถุประสงค์หลักของความ ต้องการใช้ดอกไม้สดของวัดนี้ คือ เพื่อจัดหน้างานศพ พวงหรีดและใช้ดอกไม้สดในงานประจำปีของวัด โดยทางวัดมีการสั่งซื้อดอกไม้จากร้านประจำที่ปากคลองตลาด โดยที่จะเดินทางไปซื้อเองถึงปากคลองตลาด แนวโน้มการจัดงานและแนวโน้มของปริมาณการใช้ดอกไม้สดมีแนวโน้มที่จะมีเพิ่มขึ้นและแนวโน้มการใช้ดอกไม้สดมีมากกว่าการใช้ดอกไม้แห้ง

ความถี่ในการจัดงานศพใน 1 สัปดาห์ จะมีงานศพ 1-2 งาน แต่ช่วงที่มีงานศพมากอาจจะมากถึง 3 งานต่อสัปดาห์ ในงานศพ 1 งาน ใช้ระยะเวลาในการจัดพิธีศพตามความต้องการของเจ้าภาพหรือญาติผู้เสียชีวิต ซึ่งหากระยะเวลา 3-5 คื่น จะใช้ดอกไม้สดหน้างานศพครั้งเดียวไม่มีการเปลี่ยน แต่หากงานที่มีระยะเวลาการจัดงานยาว 5-7 คื่น จะมีการเปลี่ยนดอกไม้สองครั้ง โดย

งานศพ 1 งาน จะใช้ดอกไม้หน้างานศพประมาณ 9 ช่อ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการสั่งซื้อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ประกอบการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดอกไม้แต่ละครั้งไม่ว่าจะใช้ในงานศพ หรือ รวมไปถึง งานประจำปีของทางวัด ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ประมาณ 5,000-6,000 บาท ซึ่งทางวัดนี้เมื่อจะจัดงานศพทางวัดจะให้บริการจัดดอกไม้หน้างานศพให้ด้วย ซึ่งทางวัดจะได้กำไรส่วนเกินจากการรับจัดประมาณ 1,000 บาทต่องาน แต่บางครั้งญาติก็จะจัดเองโดยซื้อดอกไม้ที่จัดมาสำเร็จรูปหรือญาติจัดเองโดยจะซื้อจากแหล่งเดียวกัน คือจากปากคลองตลาดหรือบางครั้งก็ซื้อจากตลาดหัวตะเข้

ค่าใช้จ่ายในการจัดดอกไม้หน้างานศพของแต่ละงานจะอยู่ที่ 4,000-5,000 บาท ในกรณีชาวบ้านทั่วไป แต่หากผู้ที่มีฐานะดีขึ้นมาก็จะอยู่ที่ 7,000-10,000 บาทต่องาน มูลค่าหรือจำนวนพวงหรีดในงานศพ 1 งาน มีปริมาณมากเป็นจำนวนหลักร้อยพวง ซึ่งพวงหรีดดอกไม้สดได้รับความนิยมมากกว่าพวงหรีดประเภทอื่นซึ่งมีราคาอยู่ที่พวงละ 500-700 บาท

ดอกไม้ที่ซื้อจากปากคลองตลาดมีราคาถูกกว่าที่บริเวณตลาดหัวตะเข้ ซึ่งการที่ไปซื้อที่ปากคลองตลาดจะทำให้สามารถเลือกดอกไม้ที่สดทุกวัน หากสั่งซื้อจากตลาดหัวตะเข้อาจได้ดอกไม้ที่ไม่สดเมื่อนำมาใช้งานจะไม่ทนทานเหี่ยวง่ายสีซีด ดอกไม้ที่นิยมใช้ในงานศพมากที่สุด คือ ดอกเบญจมาศ ดอกมัม ดอกคาร์เนชั่น ดอกเยอร์บีรา และดอกช่อนกลิ้ง แต่ปัจจุบันดอกช่อนกลิ้งมีราคาสูงมากกว่าดอกไม้ชนิดอื่น โดยทางวัดจะคำนึง ถึงความสวยงาม ความทนทานของการใช้งาน และราคาเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกแหล่งที่มาของดอกไม้ ร้านดอกไม้ในบริเวณชุมชนหัวตะเข้มีน้อยจึงทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกที่หลากหลายหากมีร้านเปิดเพิ่มขึ้น ต้องการให้มีสินค้าหลากหลาย และครบวงจรทำให้สะดวกและราคาไม่แพงนัก (พินนท์, 2548)

**สรุปปริมาณความต้องการใช้ ดอกไม้สดในบริเวณชุมชนหัวตะเข้**

#### หน่วยงานราชการและเอกชน

จากการสุ่มกลุ่มเป้าหมายหน่วยงานราชการและเอกชน จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังและธนาคารที่ตั้งอยู่บริเวณชุมชนหัวตะเข้ มีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้สด ดังนี้ หน่วยงานราชการและเอกชน มีวัตถุประสงค์ในการใช้ดอกไม้สดเพื่อโอกาสพิเศษ เช่น การแสดงความยินดี วันเกิด เลื่อนตำแหน่ง จัดตกแต่งสถานที่ พวงมาลัยไหว้พระ และแสดงความเสียใจ เช่น พวงหรีด โดยมีแหล่งที่ใช้บริการร้านดอกไม้ที่ร้านบริเวณตลาดหัวตะเข้ ซึ่งไม่ใช่ร้านดอกไม้โดยตรง ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการซื้อดอกไม้แต่ละครั้ง มากกว่า 1,000 บาท แนวโน้มความต้องการใช้ดอกไม้สดของหน่วยงานราชการและเอกชน มีเพิ่มมากขึ้น ดอกไม้

ที่หน่วยงานราชการ และเอกชนใช้มากที่สุด คือ ดอกกุหลาบ ดอกคาร์เนชั่น และดอกกลีบลี  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการจัดดอกไม้ที่หน่วยงานราชการ และเอกชนที่นิยมสั่งซื้อ คือ ช่อดอกไม้แจกัน ชุ่ม กระเช้า พวงหรีด

## วัด

วัด ที่ตั้งอยู่บริเวณชุมชนหัวตะเข้ คือ วัดพลมานีย์ วัดปลุกศรัทธา วัดสุทธาโกชน์ จะมีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้สด มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้ดอกไม้สดเพื่อการจัดดอกไม้ หน่วยงานศพ พวงหรีด และใช้ในงานประจำปีของวัดหรือในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา โดยวัดมีแหล่งที่ซื้อดอกไม้สดคือ ปากคลองตลาด วิธีการสั่งซื้อของทางวัดโดย 2 วิธี คือ ทางวัดเดินทางไปเลือกซื้อจากปากคลองตลาดเองและสั่งซื้อทางโทรศัพท์จากร้านที่ปากคลองตลาดแนวโน้มการใช้ดอกไม้สดทุกวัดมีเพิ่มขึ้น ความถี่ของการจัดงานศพโดยเฉลี่ย สัปดาห์ละ 2 งาน ระยะเวลาในการจัดงานศพ 1 งาน โดยเฉลี่ย ใช้ระยะเวลา 3-5 คืน

ดอกไม้ที่นิยมใช้มากที่สุดในการจัดดอกไม้หน่วยงานศพ ได้แก่ ดอกเบญจมาศ ดอกเยอร์บีร่า ดอกคาร์เนชั่น และ ดอกช่อนกลิน โดยจะมีการจัดดอกไม้สด โดยแบ่งเป็น 2 โทนสี คือ สีขาว และสีสด ในกรณีนงานที่มีการจัดดอกไม้ในโทนสีขาวดอกไม้ที่ใช้ในงาน คือ ดอกเบญจมาศสีขาวและ ดอกช่อนกลิน และในกรณีนงานที่มีการจัดดอกไม้ในโทนสีสดดอกไม้ใช้ในงานก็ คือ ดอกเบญจมาศ ดอกเยอร์บีร่า ดอกคาร์เนชั่น และดอกมัม ในงานประจำปีของวัดหรือในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ดอกไม้ที่มีปริมาณการใช้มากที่สุด คือ ดอกบัว ระยะเวลาในการขนส่งหลังการสั่งซื้อ คือ 1-2 ชั่วโมง และปัจจัยที่วัดส่วนใหญ่คำนึงถึงในการซื้อดอกไม้สด คือ ราคา คุณภาพ ดอกไม้ (ทนทาน สวยงาม) ระยะเวลาในการขนส่ง นอกจากนี้เหตุผลที่สนับสนุนว่ามีปริมาณความต้องการใช้ดอกไม้สดมาก คือ ดอกไม้หน้าศพและพวงหรีด โดยจากตารางที่ 2 แสดงการเสียชีวิตของประชากรบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 สถิติการเสียชีวิตของประชากรบริเวณหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2547 และเดือน มกราคม-กรกฎาคม 2548 (ศพ)

เดือน	ปี พ.ศ.	
	2547	2548
ตุลาคม	80	-
พฤศจิกายน	61	-
ธันวาคม	64	-
มกราคม	-	76
กุมภาพันธ์	-	59
มีนาคม	-	71
เมษายน	-	56
พฤษภาคม	-	59
มิถุนายน	-	53
กรกฎาคม	-	55

ที่มา : (สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร)

### การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่จะช่วยลดความเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนในโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะศึกษาถึงรายละเอียดที่จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และเชื่อถือได้ การศึกษาด้านการตลาดจะครอบคลุมถึงประเด็นใหญ่ ประกอบด้วย ส่วนแบ่งทางการตลาด ตำแหน่งตลาด ส่วนประสมทางการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนแบ่งทางการตลาด

ในด้านส่วนแบ่งตลาดนั้น จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความต้องการใช้ดอกไม้สด คือ วัด หน่วยงานราชการและเอกชน ที่อยู่บริเวณชุมชนหัวตะเข้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่กลุ่มนี้มีความต้องการใช้ส่วนใหญ่ คือ พวงหรีด การจัดดอกไม้หน้าศพ ซ่อดอกไม้ และการจัดดอกไม้นอกสถานที่ จึงสามารถวิเคราะห์ในด้านส่วนแบ่งตลาดได้อย่างเปิดกว้างและมีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพราะในบริเวณดังกล่าวยังไม่มีร้านที่เปิดให้บริการหรือเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุดที่สุด

## ตำแหน่งของตลาด

ตำแหน่งของตลาดของโครงการเปิดร้านดอกไม้สดนี้ จากการศึกษาตลาดแล้วพบว่า บริเวณชุมชนหัวตะเข้ปัจจุบันนี้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดเดียวกันยังไม่มีเปิดให้บริการแก่ลูกค้า นับว่าหากจัดดอกไม้สดขึ้นบริเวณนี้ก็จะมีย่านดอกไม้สดเพียงร้านเดียวจะถือว่าเป็นผู้ผูกขาด และจะสามารถผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ป้อนความต้องการใช้ดอกไม้สดของกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งหมด

## ส่วนประสมทางการตลาด

ในการศึกษานี้จำเป็นต้องศึกษาส่วนประสมทางการตลาด เนื่องจากเป็นปัจจัยทางตลาด (เครื่องมือทางการตลาด) ที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ ทั้งยังเป็นตัวกำหนดหลักเกณฑ์ของระบบการตลาดของโครงการ และทั้ง 4 เครื่องมือ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ต้องใช้ร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกัน มีวัตถุประสงค์ของการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งการศึกษานี้จะนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดต่อไป

## ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่จะผลิตนั้น คือ พวงหรีดและการจัดดอกไม้หน้าศพ

เพราะจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ วัด ที่อยู่บริเวณชุมชนหัวตะเข้ โดยการผลิตนั้นจะทำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตโดยทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและการจะจัดทำตัวอย่างพวงหรีดสำเร็จรูปตั้งโชว์ภายในร้านและอาจมีการจัดทำแคตตาล็อกเพื่อนำเสนอรูปแบบของสินค้า เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมายนี้ คือ พวงหรีด โดยการจัดแบบรูปหยดน้ำและการจัดแบบรูปวงกลม นอกจากนี้ทางร้านยังมีบริการรับจัดดอกไม้หน้าศพ ซึ่งทางร้านจะจัดตามที่ลูกค้าต้องการให้เหมาะสมกับงบประมาณที่ลูกค้ามีและทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าและนำไปจัดให้เสร็จตามกำหนด ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง คือ หน่วยงานราชการหรือเอกชน และลูกค้าทั่วไป ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่ลูกค้ากลุ่มนี้ คือ การจัดแบบช่อ และการจัดแบบกระเช้า การจัดแบบช่อจะมีตัวอย่างสินค้าเช่นเดียวกับพวงหรีดโชว์ภายในร้านเพื่อเป็นสินค้าสำเร็จรูปหากลูกค้าเลือกชมและพอใจสามารถซื้อได้เลย หรือรับคำสั่งจากลูกค้าจัดทำตามความพอใจของลูกค้า โดยการจัดแบบช่อ จะมีให้เลือกหลายรูปแบบ ทั้งแบบช่อกลม ช่อเปิดหน้า ตามแต่วาระโอกาส นอกจากนั้นจะมีบริการจัดส่งให้กับลูกค้าอีกด้วยเพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าอีกด้วย

นอกจากนี้แล้วทางร้านจะรับจัดดอกไม้แก่ลูกค้าชาวทั่วไปทุกรูปแบบ ทุกประเภท หรือจะเป็นการจัดในงานพิธีต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในทุกระดับ และสามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้นอีกด้วย

### ด้านการตั้งราคา

การตั้งราคาขายดอกไม้ตามหลักสากล คือ ต้องคิดราคาขาย 4 เท่า ของต้นทุน เพราะดอกไม้ที่นำเข้าเสี่ยงง่าย พอจำแนกได้ดังนี้ (อดุลย์, 2546)

รูปแบบการจัด ราคาผลิตภัณฑ์

- |                                  |                   |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. ผลิตภัณฑ์แบบช่อ               | 300-1,000 บาท     |
| 2. ผลิตภัณฑ์แบบแจกัน             | 500-1,500 บาท     |
| 3. ผลิตภัณฑ์แบบกระเช้า           | 500-1,500 บาท     |
| 4. ผลิตภัณฑ์แบบพวงหรีด           | 800-1,000 บาท     |
| 5. ผลิตภัณฑ์หน้าศพ               | 6,000-7,000 บาท   |
| 6. ผลิตภัณฑ์จัดสถานที่งานแต่งงาน | 10,000-20,000 บาท |

หมายเหตุ อัตราค่าบริการของการจัดดอกไม้ อาจเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของดอกไม้และรูปแบบการจัด และอัตราดังกล่าวไม่รวมค่าขนส่ง

การตั้งราคาอาจมีความแตกต่างกันในบางช่วงดอกไม้ อาจมีราคาสูงขึ้นในบางเทศกาล เช่นในเดือนกุมภาพันธ์ ดอกไม้บางชนิดจะมีราคาสูง เนื่องจากความต้องการของตลาดมีเอกสารนี้ขึ้นเมื่อครั้งหนึ่งเพื่อใช้ในการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการจัดดอกไม้หน้าศพซึ่งเป็นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาก จึงทำให้ต้นทุนสูงขึ้นในบางช่วงทางร้านจึงอาจต้องมีการปรับราคาตามต้นทุนของดอกไม้ที่สูงขึ้น แต่ในเวลาปกติจะตั้งราคาตามราคาสากลที่ได้กล่าวข้างต้น เรื่องของราคาทางร้านจะกำหนดและระบุราคา โดยมีป้ายราคาดอกไม้หรือผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแก่ลูกค้านั้นจะขายเป็นเงินสด และจะชำระเป็นเงินสดหรือโอนผ่านธนาคารตามที่ระบุไว้ และชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เช่น บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด และบัตรอเมริกันเอ็กเพรส เป็นต้น

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายทางร้านจะเปิดเป็นหน้าร้าน เพราะเป็นช่องทางจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกระดับมีสถานที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งชุมชนของกลุ่มเป้าหมาย หรือบริเวณที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก และเข้าถึงร้านค้าได้ง่ายมีบริเวณพื้นที่วางขายสินค้าและบรรยายภาศภายในร้านที่ช่วยดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้านได้ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยตรงไม่ผ่านคนกลางใด ๆ และขอเป็นตัวแทนกับทางวัด เป็นผู้จัดดอกไม้หน้าศพและเมรุพร้อมกันด้วย การขนส่งสินค้าไปยังสถานที่จำหน่ายจะทำด้วยวิธีใดจึงจะสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าไว้ได้อย่างสม่ำเสมอและมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ช่องทางการขายอื่น ๆ ได้แก่ การบริการส่งสินค้าถึงที่ อาคารสำนักงานต่าง ๆ โรงพยาบาล รับผิดชอบดอกไม้นอกสถานที่ และช่องทางในการจำหน่ายสินค้าของร้านมีช่องทาง คือ จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรงผู้บริโภค



ภาพที่ 3 แบบจำลองช่องทางจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายหลักสามารถรู้จักดอกไม้สดนั้น ส่วนใหญ่รู้จักร้านดอกไม้ โดยร้านดอกไม้จะนำนามบัตรมาแจกไว้ให้เมื่อต้องการใช้บริการก็จะโทรศัพท์สั่ง ดังนั้นในระยะแรกที่ตั้งร้านทางร้านจะต้องมีการทำป้ายโฆษณาหน้าร้านให้สะดุดตา มองเห็นเอกสารเป็นเอกสารหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขายเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เขาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ่ายทอดการพบเห็น จากนั้นจัดทำใบปลิว โบรชัวร์ แผ่นพับ หรือนามบัตร แจกตามวัด หน่วยงานราชการและเอกชน ในระยะต่อมาเมื่อเป็นที่รู้จักบ้างแล้ว เมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการก็จัดทำบัตรสมาชิกเพื่อมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ หรือจัดรายการระดมยออดการสั่งซื้อเพื่อรับของกำนัล

### สภาวะของตลาด

การศึกษาสภาวะตลาดทำไปเพื่อตอบคำถามสำคัญ คือ สภาวะการแข่งขันในชุมชนหัวตะเข้เป็นเช่นไร ขนาดตลาดใหญ่เล็กเท่าใด และตลาดมีแนวโน้มในอนาคตไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทรงตัว หรือแยลง

### สภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบันสถานการณ์ในด้านการแข่งขัน ร้านจัดดอกไม้จะต้องเพิ่มศักยภาพในการบริการลูกค้าให้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้ามีโอกาสที่เลือกซื้อสินค้าได้หลายแห่ง ดังนั้นธุรกิจร้านดอกไม้จึงต้องหันมาพัฒนาคุณภาพ รูปแบบของสินค้า และบริการของตนเองอยู่ตลอดเวลา ตามสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงจะดำรงอยู่ในธุรกิจนี้ได้ตลอดไป จากสถานการณ์ดังกล่าว จึงทำให้การศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านดอกไม้ เป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นต้องมีการดำเนินการศึกษาต่อไป ในด้านการแข่งขัน หากทำการจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ยังปราศจากคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกัน โดยคู่แข่งที่มีอยู่ในขณะนี้ก็มีเพียงหนึ่งร้าน ซึ่งก็ไม่ใช่อร้านดอกไม้สดโดยตรงแต่เป็นร้านสังฆภัณฑ์เป็นหลักแล้วมีการจำหน่ายดอกไม้สดร่วมด้วยเท่านั้น ซึ่งคู่แข่งรายนี้ขายดอกไม้ ไม่ว่าจะเป็นปวงหรือดอกรับจ้างงานศพหรือรับจัดดอกไม้ตามโอกาสอื่นนั้นจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแล้ว ร้านนี้มีราคาสูงกว่าปากคลองตลาดถึง 3 เท่า แต่การขายสินค้าและบริการร้านนี้ก็ยังคงขายเครื่องสังฆภัณฑ์เป็นหลัก ซึ่งเมื่อเทียบกับการขายสินค้าและบริการดอกไม้ยังคงมีสัดส่วนไม่มาก สภาวะการแข่งขันจึงไม่รุนแรง ทั้งนี้ก็เพราะยังไม่มีคู่แข่งในระดับเดียวกันอยู่นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ขนาดของตลาด

เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าตลาดที่จะนำผลิตภัณฑ์ ออกไปจำหน่ายนั้นมีขนาดที่ใหญ่เพียงพอหรือน่าสนใจสำหรับการลงทุนหรือไม่ ขนาดของตลาดจะช่วยชี้ถึงโอกาสและปริมาณการขายสินค้า ซึ่งการศึกษานี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกรวมกับสถิติจำนวนประชากรอัตราการเสียชีวิตในแต่ละปีในช่วงเวลาที่ผ่านมา โดยนำมาวิเคราะห์เพื่อหาขนาดของตลาด

การหาขนาดของตลาด จากสถิติการเสียชีวิตของสำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยนำสถิติจำนวนประชากรแนวโน้มการเสียชีวิตใน 1 ปี โดยมีผู้เสียชีวิตเฉลี่ย 2 ศพต่อวัน ระยะเวลาการจัดงานคือ 3 คืนต่อครั้งเป็นอย่างต่ำ แนวโน้มการเสียชีวิตมีเพิ่มขึ้น จากสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความต้องการใช้ดอกไม้สดในการจัดหน้าศพ และพวงหรีดอย่างแน่นหนาและในปริมาณที่มาก ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอน เพราะขนาดของตลาดที่ใหญ่มากพอที่จะลงทุนในโครงการนี้

### แนวโน้มของตลาด

การศึกษาแนวโน้มของตลาด เป็นการศึกษาถึงทิศทางความต้องการของตลาด ต่อสินค้าว่าจะมากขึ้นหรือน้อยลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป สำหรับแนวโน้มของตลาดร้านดอกไม้สดนั้น มีโอกาสสูงที่จะเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรภายในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบังทุกปี โดยเฉพาะการเพิ่มของประชากรในอนาคตอันใกล้เพราะสนามบินสุวรรณภูมิ กำลังจะเปิดให้บริการในอนาคตซึ่งจะเป็นแหล่งศูนย์รวมและดึงดูดประชากรเพิ่มขึ้นซึ่งมีผลทำให้ประชากรบริเวณดังกล่าวเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มหลักในการใช้บริการ ยิ่งทำให้ประชากรในบริเวณจัดตั้งโครงการเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้ร้านดอกไม้สดที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ทั่วถึงและครอบคลุมได้ และจากการสำรวจพบว่า อัตราการใช้ดอกไม้สดมีความนิยมมากขึ้นกว่าดอกไม้แห้ง และร้านดอกไม้สดมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการใช้บริการ จึงเห็นได้ชัดว่ายังคงมีความต้องการที่จะใช้บริการร้านดอกไม้ และจะเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกในอนาคต

## สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการศึกษาสภาพตลาด ร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง มีขนาดค่อนข้างใหญ่ เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ วัด หน่วยงานราชการและเอกชน จากข้อมูลประชากรของสำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จะเห็นว่า มีอัตราการเสียชีวิตเฉลี่ยแต่ละปีเป็นจำนวนที่สามารถขายสินค้าและบริการได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมี ส่วนของการเพิ่มขึ้นของประชากรในอนาคต เนื่องมาจากการเปิดบริการของสนามบินสุวรรณภูมิ ในอนาคตซึ่งมีผลทำให้บริเวณที่จัดตั้งโครงการเป็นศูนย์กลางความเจริญเพิ่มขึ้น ดังนั้นมีประชากร และหน่วยงานเอกชนเพิ่มขึ้นจะทำให้มีลูกค้าที่ต้องการใช้บริการร้านดอกไม้สดเพิ่มขึ้นไปด้วย หากเป็นเช่นนี้ร้านดอกไม้สดมีโอกาสในการเจริญเติบโตขึ้น เมื่อพิจารณาจากการพยากรณ์ความต้องการของตลาด เนื่องจากร้านดอกไม้ที่มีอยู่ในบริเวณจัดตั้งโครงการที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชากรทั้งหมดได้ จึงมีความต้องการให้มีร้านดอกไม้สดจำหน่ายเพิ่มขึ้นอีก จากผลการสำรวจผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการดำเนินการจัดตั้งร้านดอกไม้สดขึ้น จึงขอสรุปผลการศึกษาทางการตลาดว่ามีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านดอกไม้สดขึ้น บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง และปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า การจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ไม่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

## การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคการจัดตั้งร้านดอกไม้สดนั้น เป็นการศึกษาว่าการจัดตั้งร้านดอกไม้สดจะสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่ โดยการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิคในการลงทุนจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้จะพิจารณาระบบการผลิต ทำเล ที่ตั้งและวัสดุอุปกรณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ระบบการผลิต

ระบบการผลิตศึกษาปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการผลิตดอกไม้สดประเภทต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกซื้อวัสดุอุปกรณ์การจัดดอกไม้

1.1 วัสดุที่ใช้จัดดอกไม้ ประกอบด้วย

ถุงพลาสติก ขนาด 3 x 4 ซม. ใช้สำหรับใส่น้ำแช่ก้านดอกไม้ ก่อนนำมาต่อก้าน

ก้านมะพร้าว ตัดโคนให้แหลม เพื่อความสะดวกในการปักดอกไม้  
ภาชนะ

ยางวงขนาดเล็ก ใช้สำหรับรัดถุงพลาสติกที่ใส่น้ำแช่ก้าน

ลวดขนาดเล็กเบอร์ 24 ใช้สำหรับตามคอดอกไม้ก่อนใส่ถุงน้ำ หรือต่อก้านดอกไม้กับก้านทางมะพร้าว

ดินน้ำมัน ใช้สำหรับยึดตะปูแฉก ติดกับภาชนะทรงเตี้ย เช่น ชามจาน เป็นต้น

ก้านผักตบชวาหรือก้านกล้วย ใช้สำหรับปักดอกไม้ในภาชนะทรงสูง เช่น ขวดน้ำ แจกัน เป็นต้น

1.2 ภาชนะที่ใช้จัดดอกไม้จะเป็นภาชนะหรือวัสดุต่าง ๆ ที่สามารถนำมาจัดดอกไม้ได้ เช่น ตะกร้า แจกันขนาดต่าง ๆ เป็นต้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงลักษณะภาชนะที่ใช้ในการจัดดอกไม้ ดังนี้

ควรเลือกภาชนะที่ใส่น้ำได้พอสมควร เพื่อก้านดอกไม้จะได้แช่้ำ อยู่เสมอโดยเฉพาะภาชนะทรงเตี้ย หากนำมาใช้จัดดอกไม้สด ภาชนะจะต้องมีความสูงกว่าที่ยึดดอกไม้

ควรเลือกสีกลาง ๆ หรือสีเข้ม เพราะจะทำให้สีของดอกไม้ดูเด่นขึ้น  
- ไม่ควรเลือกภาชนะที่มีลวดลายมาก จะทำให้ดอกไม้ไม่เด่น

รูปแบบของภาชนะที่ใช้จัด ควรเป็นแบบเรียบ ๆ เพื่อเลือกใช้ให้เหมาะสมกับทุกโอกาส

ควรเลือกใช้แจกัน หรือ ภาชนะทึบแสง มากกว่าภาชนะโปร่งแสง เพราะภาชนะโปร่งแสง เวลาจัดจะมองเห็นก้านดอกไม้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องหาวิธีพรางตาด้วยการใช้วัสดุอื่นหุ้ม ทำให้ไม่สะดุดและเสียเวลาในการจัด

ควรเลือกใช้ภาชนะที่มีความกลมกลืนกับดอกไม้ ในเรื่องของผิวสัมผัส ขนาด สี รูปแบบการจัด รวมถึงควรเลือกภาชนะให้มีความกลมกลืนกับสถานที่

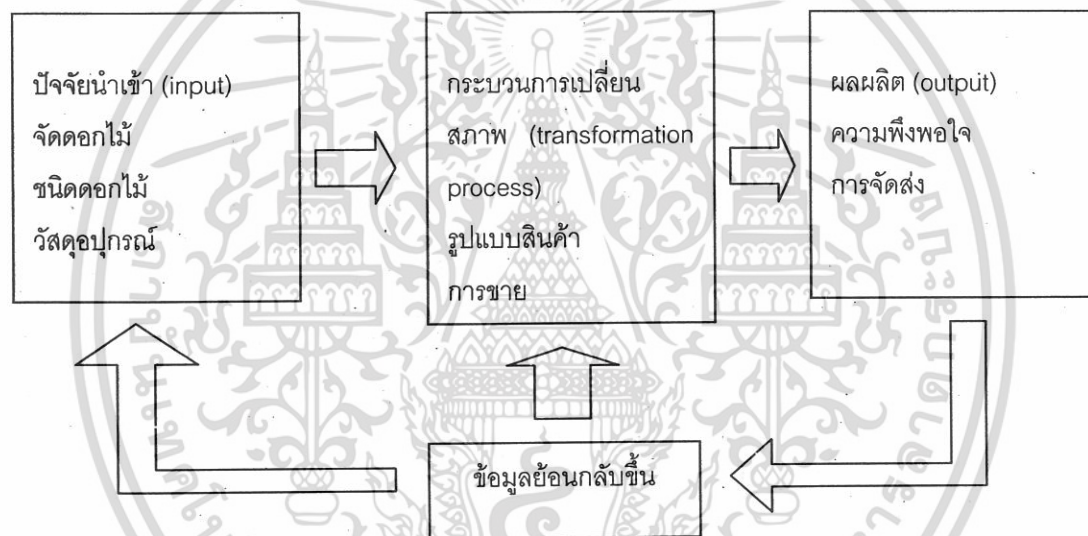
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าจำเป็นต้องซื้อภาชนะจัดดอกไม้ทรงเตี้ย ผู้ประกอบการควรเลือกชนิดที่ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น ใช้จัดผักผลไม้ และอาหารได้ เป็นต้น

กรณีจัดดอกไม้ลงกระเช้า ผู้ประกอบการควรนำก้อนโอเอซิสมาห่อด้วยกระดาษฟอลด์ก่อนที่จะวางลงไปในภาชนะ มิฉะนั้นกระเช้าที่ทำจากไม้อาจผุได้

ภาชนะที่มีราคาแพงมาก ๆ ไม่ควรนำมาจัดดอกไม้ เช่น แจกันเบญจรงค์ และแจกันลายคราม เป็นต้น เพราะการใช้งานมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้

## 2. ขั้นตอนการผลิต และการดำเนินงาน



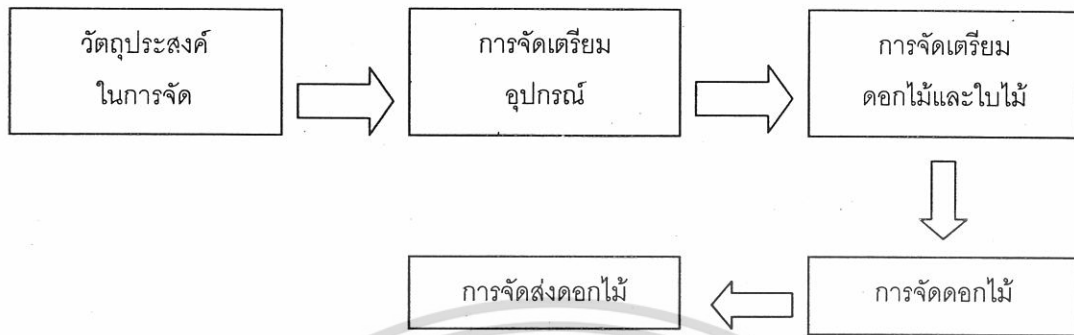
ภาพที่ 4 การออกแบบกระบวนการผลิต

ที่มา : (ประยุกต์จาก สุภาพนา, 2545)

การเตรียมการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

1. มีผู้ชำนาญในการจัดดอกไม้
2. ชนิดดอกไม้ให้เลือกหลากหลาย
3. วัสดุอุปกรณ์ประกอบในการผลิต
4. จัดตามรูปที่ลูกค้าต้องการ
5. ให้เกิดความพึงพอใจ และเตรียมการจัดส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 การออกแบบสินค้าและบริการ

ที่มา : (ประยุกต์จาก ฐาปนา, 2545)

การวางแผนทางการจัดดอกไม้ ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนทางการจัดดอกไม้ให้กับลูกค้า ด้วยวิธีการดังนี้ (สายชล, 2531)

2.1 การทราบข้อมูลเบื้องต้น เพื่อกำหนดแนวทางในการจัดดอกไม้  
เนื่องในโอกาสอะไร เช่น แสดงความรัก แสดงความยินดี หรือแสดงความเสียใจ  
เป็นต้น

ลูกค้ามีงบประมาณเท่าใด  
ผู้รับมีความสำคัญแค่ไหน เช่น คนในครอบครัว เป็นเพื่อน หรือเป็นคนรัก เป็นต้น  
ลูกค้าต้องการดอกไม้แบบไหน สีอะไร ถ้าเป็นผู้หญิงจะใช้ดอกไม้สีหวาน ๆ เช่น สีชมพู สีส้มอ่อน เป็นต้น ถ้าเป็นผู้ชายจะใช้ดอกไม้สีสดใส เช่น สีฟ้า สีเหลือง เป็นต้น

2.2 การวางรูปแบบการจัด หลังจากที่ได้ทราบข้อมูลเบื้องต้น เพื่อกำหนดแนวทางในการจัดดอกไม้แล้วผู้ประกอบการจึงนำข้อมูลดังกล่าว มากำหนดรูปแบบการจัดไว้ล่วงหน้า การวางรูปแบบก่อนลงมือจัดดอกไม้จะช่วยร่นระยะเวลาในการจัดให้เร็วขึ้น

2.3 การเตรียมดอกไม้และใบก่อนใช้งาน ดอกไม้ที่มีใบมากเกินไป ควรเด็ดใบที่ไม่จำเป็นออกบ้าง เช่น กุหลาบหนาม หลังจากนั้นตกแต่งดอกไม้ให้สวยงาม อาจใช้ลวดตามบริเวณคอของดอกไม้ เพื่อทำให้ดูแข็ง และที่สำคัญอาจตัดให้อ่อนโค้งเล็กน้อย

2.4 ใช้มีดคม ๆ ตัดปลายก้านออกก่อนนำมาจัด เพราะหากก้านเริ่มแห้ง ดอกไม้จะดูน่าเกลียดน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 นำดอกไม้และใบไม้มาต่อกัน ก่อนที่จะนำไปจัด เพื่อให้ก้านดอกไม้ และ ใบไม้ยาวขึ้น

2.6 หลักเกณฑ์ในการจัดดอกไม้ การจัดดอกไม้ถือเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่อาจจำกัดรูปแบบการจัดที่แน่นอนได้ อย่างไรก็ตาม การจัดดอกไม้ยังต้องอาศัยหลักเกณฑ์พื้นฐาน ดังนี้

2.6.1. ความสมดุล (balance) ความสมดุล แบ่งออกเป็น 2 แบบด้วยกัน ความสมดุลแท้ คือ ความสมดุลที่เกิดจากการจัดให้เหมือน หรือ การจัดให้ใกล้เคียงกัน เช่น ลักษณะของดอกไม้ รูปทรง และสีของดอกไม้ที่นำมาจัดมีลักษณะใกล้เคียงกันทั้งซ้ายและขวา เป็นต้น

ความสมดุลไม่แท้ คือ ความสมดุลที่เกิดจากการจัดโครงสร้าง หรือเส้นต่าง ๆ เช่น ลักษณะของดอกไม้ รูปทรง และสีของดอกไม้ที่มีลักษณะแตกต่างกัน แต่เมื่อนำมาจัดเข้าด้วยกันแล้ว สามารถทำให้เกิดความสมดุลกันได้

2.6.2 สัดส่วน (proportion) คือ การเอาความกว้าง ความสูงของดอกไม้ที่นำมาจัดเปรียบเทียบกับความกว้างของภาชนะที่ใช้ว่ามีสัดส่วนรับกันหรือไม่ หลักเกณฑ์ที่ยอมรับกันว่าได้สัดส่วนที่ดี มีดังนี้

ภาชนะทรงสูง ความสูงของดอกไม้ที่ปักเป็นดอกแรกจะต้องสูงเหนือภาชนะเป็น 1 เท่าครึ่ง ถึง 2 เท่า

ภาชนะทรงเตี้ย ความยาวของก้านดอกไม้ที่นำมาจัดเป็น 1 เท่าครึ่ง ถึง 2 เท่าของความยาวภาชนะ (ถ้าเป็นภาชนะทรงกลม ให้ถือเส้นผ่านศูนย์กลางเป็นเกณฑ์)

2.6.3 ส่วนเปรียบเทียบ (scale) เป็นหลักสำคัญประการหนึ่งของการจัดดอกไม้โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์และความกลมกลืนระหว่างขนาดของดอกไม้ ภาชนะ และเครื่องตกแต่งที่นำมาประดับ

2.6.4 การตัดกัน (contrast) คือ ลักษณะการตัดกันของพื้นผิววัตถุ สี และเส้นของวัตถุที่นำมาจัด เพื่อช่วยให้การจัดดูสมบูรณ์ขึ้น

2.6.5 จุดเด่น (dominance) เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การจัดดอกไม้ในแต่ละรูปแบบดูโดดเด่น น่าสนใจ และทำให้ผู้รับเกิดความประทับใจ

2.6.6 จังหวะ (rhythm) ในการจัดดอกไม้ต้องอาศัยส่วนประกอบของสี รูปทรงและเส้น เพื่อให้สายตาผู้ดูเคลื่อนไหวติดตามไปด้วย

— 2.7 วิธีการจัดดอกไม้ ตามหลักเกณฑ์พื้นฐาน มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แยกดอกไม้แต่ละประเภท แต่ละสี ออกเป็นกลุ่ม ๆ เวลาจัดจะได้ไม่เสียเวลา  
นำวัสดุที่จะใช้ยึดดอกไม้มาวาง เช่น แป้นเข็ม และก้านผักตบชวา เป็นต้น โดย  
ตามตำแหน่งที่ออกแบบไว้

พิจารณาความแข็งแรง ความสดของดอกไม้และใบไม่ว่า จะอยู่ได้นานมาก  
เพียงใด

พิจารณาดอกไม้แต่ละดอกว่า ดอกไหนควรอยู่ในตำแหน่งที่เป็นจุดเด่น และดอก  
ไหนอยู่ตำแหน่งที่จืดจาง

เลือกดอกไม้ที่มีก้านยาวที่สุด ตรงที่สุด และดอกตูม ตัดก้านดอกไม้ให้ได้สัดส่วน  
ถูกต้องตามหลักการจัดดอกไม้

เสียบดอกไม้ดอกแรกลงบนแป้นที่ปักดอกไม้ จากนั้นปักดอกไม้ให้ห่างจากจุด  
ศูนย์กลาง และเอนไปด้านหลังเล็กน้อย

จัดดอกไม้ซึ่งเป็นโครงร่างที่สำคัญตามแบบ จากนั้นตกแต่งด้วยใบไม้บริเวณที่มี  
ช่องว่าง

จัดเติมดอกไม้ในตำแหน่งที่สำคัญ เพื่อการจัดดอกไม้ที่สมบูรณ์ขึ้น  
เมื่อจัดเสร็จให้สำรวจดูว่า จุดใดมีข้อบกพร่องบ้าง ใช้ใบไม้บังไม่ให้เห็นที่ยึด  
ด้านล่าง จากนั้นลองเขย่าเล็กน้อย เพื่อดูความแข็งแรงมั่นคง

โดยปกติแล้ว การจัดดอกไม้ในรูปแบบช่อ กระเช้า จะใช้เวลาการจัดไม่เกิน 1 ชั่วโมง ถ้า  
เป็นพวงหรีด จะใช้เวลาจัดเพียง 45 นาทีเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและความยากง่ายของรูปแบบ  
ที่จัดด้วย

3. ปัจจัยนำออก คือ ดอกไม้ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งจัดส่งถึงลูกค้าโดย  
มีขั้นตอนการจัดส่งดอกไม้

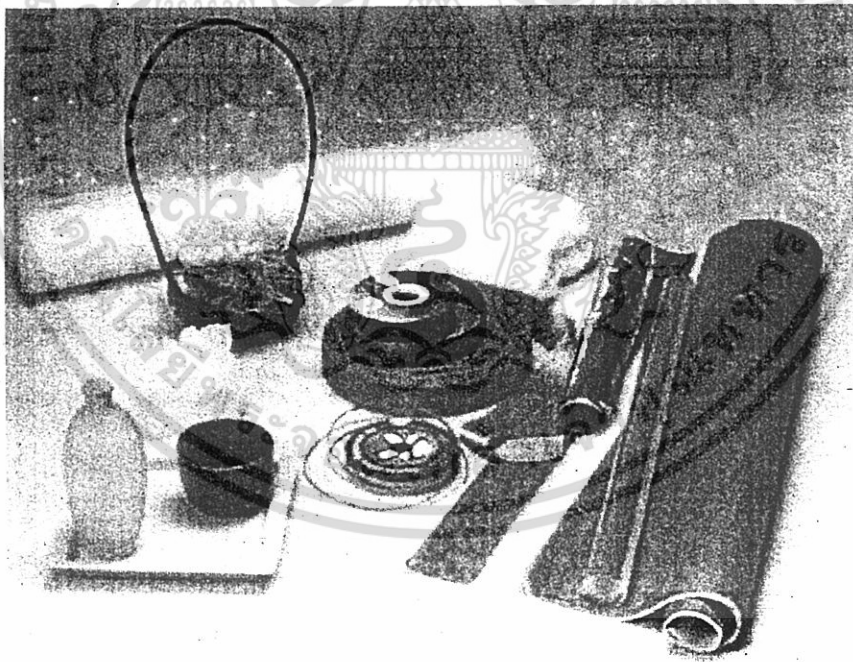
3.1 ทางร้านต้องแจ้งข้อมูลสถานที่ที่จะจัดส่งดอกไม้ให้พนักงานทราบก่อน  
ล่วงหน้า เพื่อพนักงานจะได้ศึกษาเส้นทาง และวางแผนการจัดส่ง

3.2 นำดอกไม้ที่จัดเสร็จแล้วใส่ในลังไม้ที่เตรียมไว้ทำรถจักรยานยนต์

3.3 จากนั้นนำดอกไม้ไปส่งผู้รับที่ลูกค้าได้ระบุไว้ โดยใช้ระยะเวลาส่งไม่เกิน 1  
ชั่วโมง

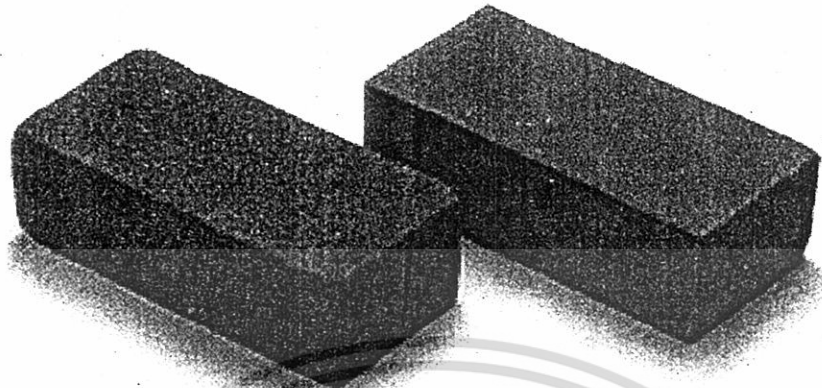


ภาพที่ 6 เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดดอกไม้สด



ภาพที่ 7 อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการตกแต่งดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

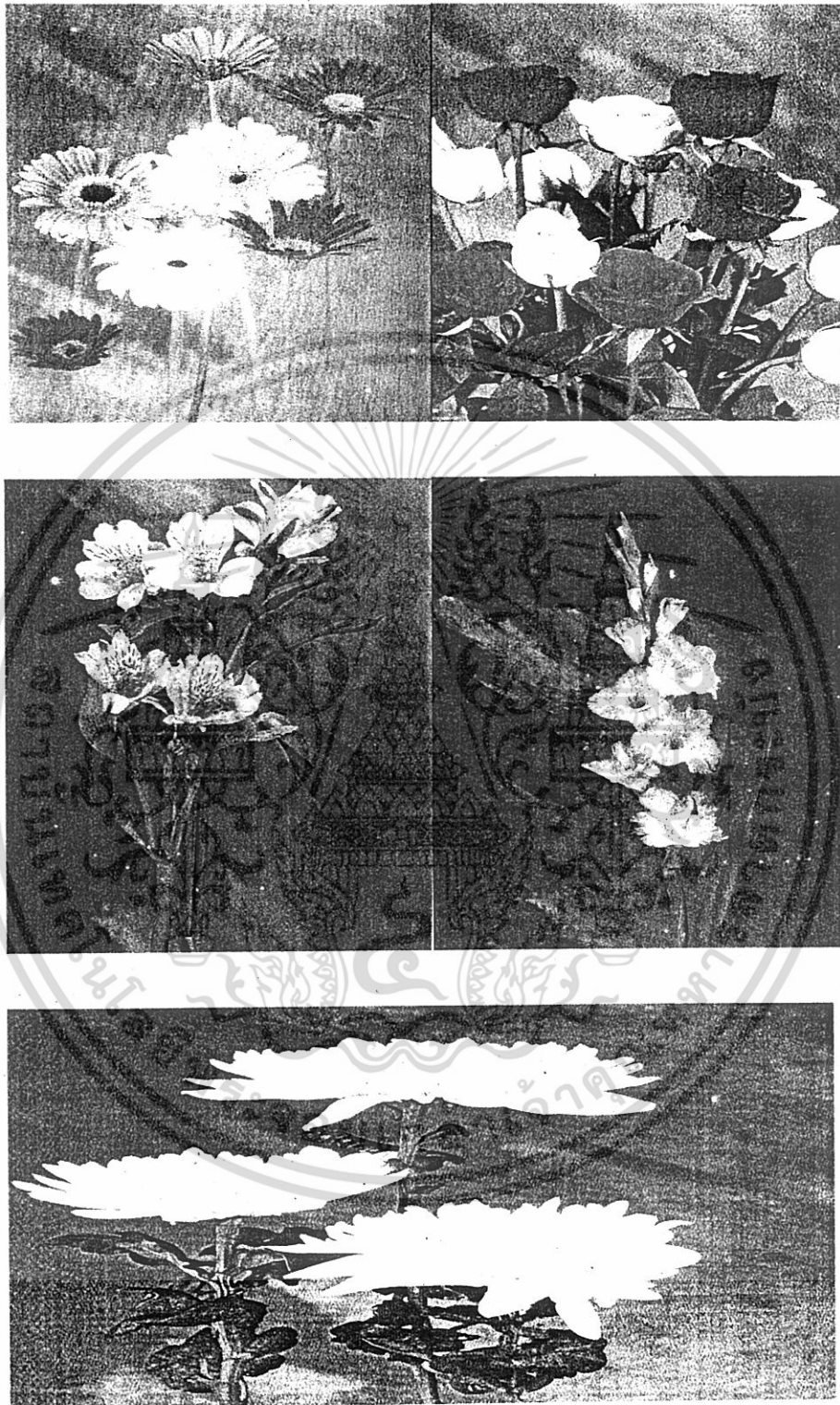


ภาพที่ 8 ไอเอซีส ใช้สำหรับยึดและให้ความชุ่มชื้นแก่ดอกไม้



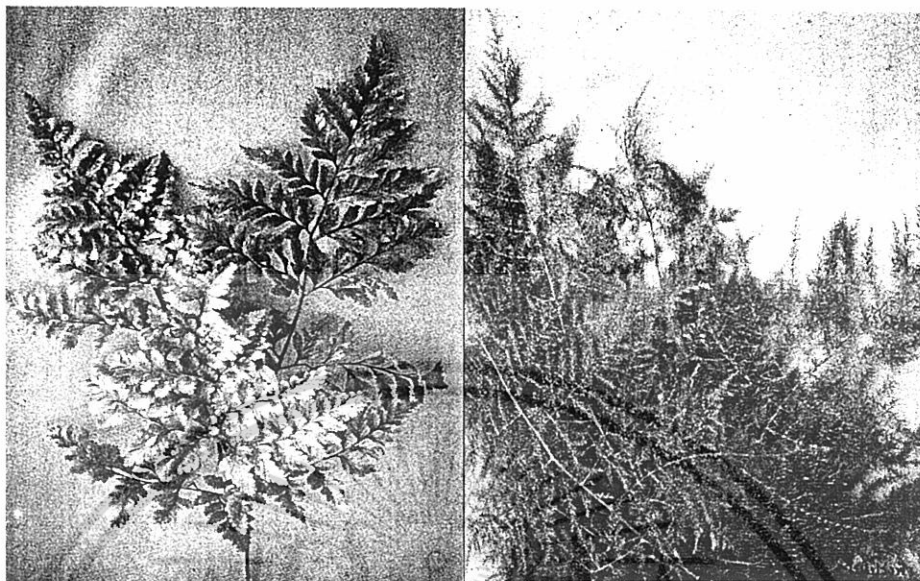
ภาพที่ 9 ดอกลิลลี่ ได้รับความนิยมใช้ในการนำมาจัดดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

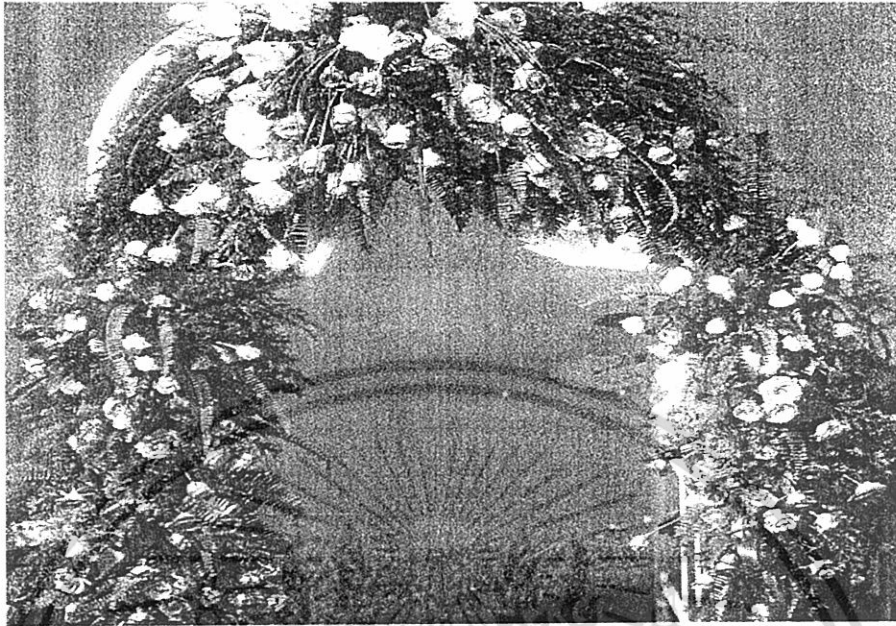


ภาพที่ 10 ดอกไม้นานาชาติที่นิยมนำมาจัดดอกไม้ในโอกาสต่าง ๆ

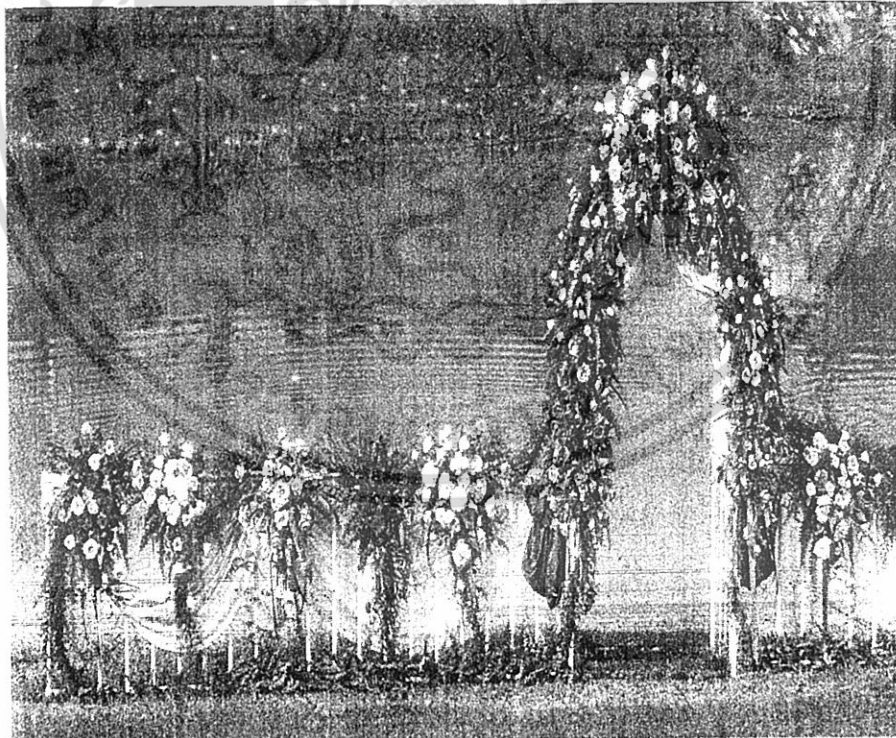
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 11 ใบไม้ ใช้สำหรับประกอบการจัดดอกไม้ในแบบต่าง ๆ  
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

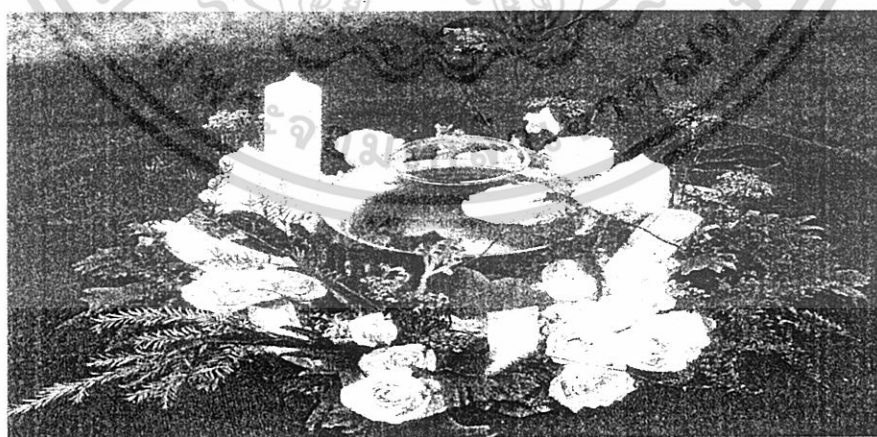
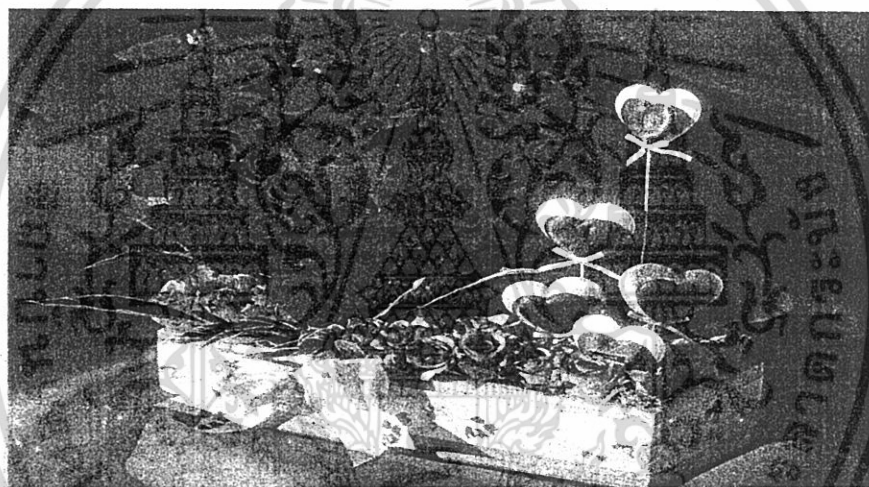


ภาพที่ 12 ชูมดอกไม้ในงานมงคลราคาประมาณ 10,000-20,000 บาท



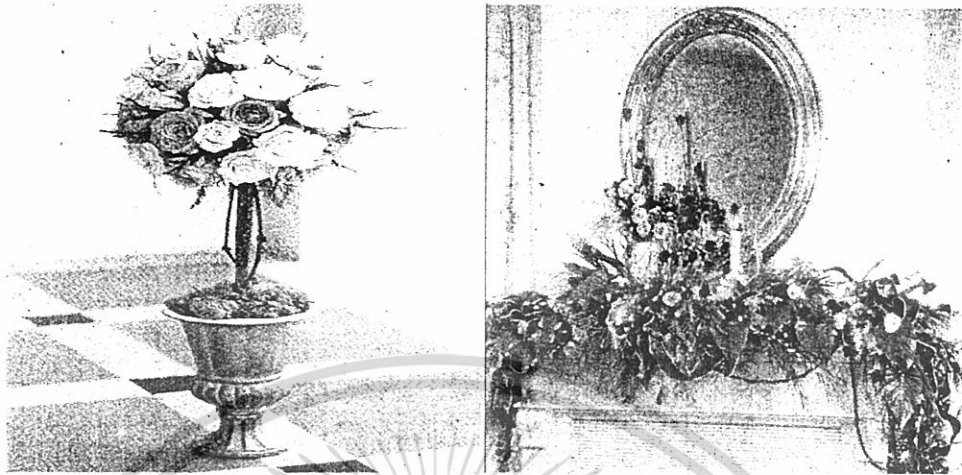
ภาพที่ 13 การจัดชูมดอกไม้ในงานแต่งงาน เป็นการจัดดอกไม้กลางแจ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 14 การนำดอกไม้มาจัดเป็นของขวัญหรือประกอบภาชนะในโอกาสพิเศษ ราคา  
ตั้งแต่ 300-1,500 บาท

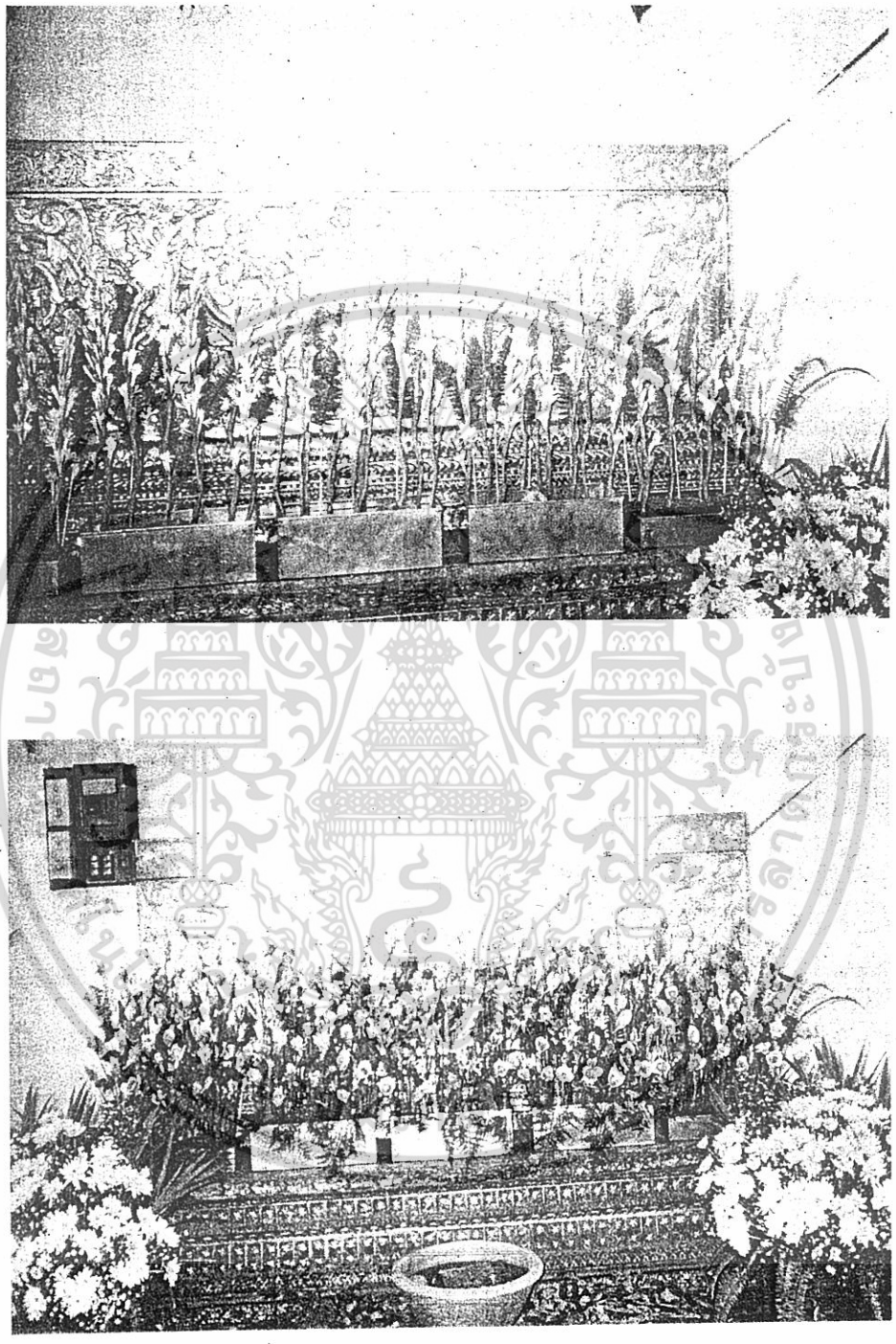
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 พวงหรีดดอกไม้สด ใช้ในโอกาสเพื่อเป็นสื่อแสดงความเสียใจต่อการจากไป

ของบุคคลอันเป็นที่รัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 การจัดดอกไม้หน้างานศพ ราคาตั้งแต่ 6,000-7,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แรงงาน

แรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง ทั้งปริมาณ คุณภาพและทักษะความรู้ ความสามารถของแรงงานที่ต้องการ ซึ่งในโครงการนี้ต้องการแรงงานอันประกอบไปด้วย

1. พนักงานประจำร้านจำนวน 1 คน ซึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงานภายในร้าน รวมทั้งในด้านการเงิน มีใจรักงานด้านบริการ มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความซื่อสัตย์สุจริต และได้รับการอบรม ในด้านการบริการและดูแลความสะอาดจะต้องเป็นผู้มีความรู้และความสามารถในการจัดดอกไม้ทุกประเภทของสินค้าและผ่านการอบรมฝึกการปฏิบัติงานจากทางร้านแล้ว โดยได้รับเงินเดือน ๆ ละ 7,500 บาท

2. พนักงานเฉพาะกิจ ประมาณทั้งสิ้น 3-4 คน โดยจะมีเป็นตำแหน่งพนักงานชั่วคราวซึ่งตำแหน่งเหล่านี้ทางร้านจะจัดจ้างแบบชั่วคราวเมื่อช่วงเวลาเทศกาลหรือเมื่อทางร้านมีปริมาณงานมากจนรับไม่ไหว เช่น วันวาเลนไทน์ วันรับปริญญา หรือบางครั้งงานนอกต้องออกไปจัดดอกไม้หน้าศพจะต้องมีความรู้ในด้านการจัดดอกไม้ โดยทางร้านจัดจ้างจากนักเรียน/นักศึกษา ในสาขาทางด้านคหกรรมศาสตร์ที่ต้องการหารายได้พิเศษ ซึ่งพนักงานเฉพาะกิจ จะได้รับเงินเดือนในอัตราเหมาจ่ายเป็นรายวัน

## สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ที่ตั้งของโครงการมีระบบการสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ครบครัน เนื่องจากอยู่ใกล้บริเวณแหล่งชุมชน สถานศึกษาและอาคารสำนักงานมากมาย ทำให้มีความพร้อมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการไฟฟ้า ประปาและโทรศัพท์

## การจัดหาวัตถุดิบ

ในปัจจุบันการซื้อหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการผลิตสามารถทำได้สะดวกมากขึ้น เนื่องจากความเจริญทางด้านคมนาคมขนส่งและจำนวนผู้ผลิตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถหาซื้อได้จาก

1. อุปกรณ์จัดดอกไม้ ได้แก่ โอเอซิส กระดาษพันก้านดอกไม้หรือเทปพันก้าน ลวดตัดดอกไม้ โฟม และอาหารเลี้ยงดอกไม้ให้อยู่ทนทาน รวมทั้งฟางโครงพวงหรีด หาซื้อได้ที่

## ปากคลองตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ร้านขายอุปกรณ์งานฝีมือ แก้วพาทูร์ด ทรงข้ามโรงเรียนเพาะช่าง เช่น พวงกากเพชร ลูกบิด ผ้าซีฟอง ผ้าดิบ
3. ส่วนอุปกรณ์ประกอบการจัดซื้อ จำพวกกระดาษสา กระดาษสีเงินสีทอง และกระดาษห่อช่อชนิดต่าง ๆ ซื้อได้ที่ตลาดสำเพ็ง
4. ส่วนพวกภาชนะรูปแบบต่าง ๆ หาซื้อได้จากตลาดนัดจตุจักร
5. ดอกไม้เป็นวัตถุดิบหลักที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นดอกไม้และใบไม้ทั้งในและต่างประเทศ แหล่งซื้อดอกไม้หลัก ๆ คือ ปากคลองตลาดมีรายชื่อตัวอย่างร้านขายดอกไม้คุณภาพดี ได้แก่

ร้านวิรัช จำหน่ายดอกไม้นอกคุณภาพดีทั้งจากออสเตรเลีย จีน มาเลเซีย และของโครงการหลวง ตั้งอยู่หน้าพระตำหนักจิตรลดารโหฐาน

ร้านนภัสร ปากคลองตลาด

ร้านพี พี ฟลาวเวอร์ ปากคลองตลาด

ร้านนานาภัณฑ์ ปากคลองตลาด

ร้านกรีฑ ฮาน่า เป็นทั้งโรงเรียนสอนจัดดอกไม้ รับจัดดอกไม้ ขายดอกไม้และอุปกรณ์การจัดดอกไม้แบบครบวงจร ตั้งอยู่เลขที่ 99/27 ถนนศรีนครินทร์ อาคารพาณิชย์ส่วนหน้าของหมู่บ้านรังสิยา

### ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกสถานที่ตั้ง

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค สถานที่ทำเลที่ตั้งของร้านเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึง โดยสามารถพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (พรพิมล, 2545)

1. จำนวนลูกค้า (number of customers) เนื่องจากบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เป็นแหล่งที่มีวัดและหน่วยงานราชการและเอกชน ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ลูกค้าที่มีความต้องการใช้บริการร้านดอกไม้ด้วยโอกาสสำคัญต่าง ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ลูกค้าทั่วไปซึ่งมีความต้องการใช้บริการร้านดอกไม้สดตามโอกาสต่าง ๆ ตลอดปีจำนวนมาก จึงเป็นสถานที่ที่มีลูกค้าจะมาใช้บริการจำนวนมาก ดังนั้นนับได้ว่าสถานที่แห่งนี้เป็นการทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

2. ความสะดวกในการเดินทาง (modes and quality of transportation) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เป็นสถานที่ที่เดินทางมาได้อย่างสะดวก เนื่องจากอยู่ในบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้ทั้งสี่ด้าน อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดินทางมาได้หลายเส้นทางทั้งทางถนนอ่อนนุช ประเวศ มอเตอร์เวย์ กิ่งแก้ว และหลายวิธี ทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถแท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์ รถไฟ ทางมอเตอร์เวย์อีกทั้งยังมีรถตู้บริการหลายสายผ่านอีกด้วย

3. สภาพธุรกิจ (business climate) เนื่องจากบริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า ปัจจุบันยังไม่มีร้านค้าไม้สด ที่มีการให้บริการสินค้าและบริการเป็นหลักโดยเฉพาะเปิดให้บริการ แต่บริเวณดังกล่าวมีสภาพธุรกิจค่อนข้างมากพอสมควรไม่ว่าจะเป็นธนาคาร ร้านค้า ห้างสะดวกซื้อ สถานศึกษา หน่วยราชการ หรือบริษัทเอกชน อีกทั้งในอนาคตอาจจะเป็นศูนย์ธุรกิจที่ใหญ่ขึ้นอันเนื่องมาจากการเปิดบริการของสนามบินสุวรรณภูมิด้วย

4. การสาธารณูปโภค (infrastructure) เนื่องจากบริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า มีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกไว้อย่างเพียงพอ ได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ที่จอดรถ เป็นต้น

5. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่าลูกค้ามีความต้องการใช้บริการร้านค้าไม้เพราะบริเวณดังกล่าว ทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้มีการลงทุนจัดตั้งร้านค้าไม้สด สถานที่ตั้งเป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้นซึ่งมีขนาดพื้นที่ประมาณ 6 X 13 เมตร ตั้งอยู่บริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า โดยมีการตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้า มีความโดดเด่นและแตกต่างจากร้านอื่น มีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เนื่องจากที่ตั้งของโครงการ ตั้งอยู่ใกล้บริเวณแหล่งชุมชน หน่วยงานราชการและเอกชน ทำให้มีการสาธารณูปโภคที่ค่อนข้างพร้อม ในเรื่องของกรไฟฟ้า ประปาและโทรศัพท์

เนื่องจากสถานที่ประกอบกิจการนั้นตั้งอยู่บริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า เขตลาดกระบัง ซึ่งบริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ของเอกชน ดังนั้นในการเข้าใช้พื้นที่จึงต้องทำการขอเช่าพื้นที่ดังกล่าวในการนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และในการขออนุญาตใช้พื้นที่ดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ขั้นตอนการขอเช่าพื้นที่

เนื่องโครงการจากร้านค้าไม้สดที่จัดตั้งขึ้นบริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า เขตลาดกระบัง โดยการเข้าใช้ มีการดำเนินการหลัก ดังนี้

การทำสัญญาเช่า ในการทำสัญญาเช่านั้นมีระเบียบข้อบังคับ ซึ่งสัญญาเช่านั้นมีอายุโดยทั่วไป 1 ถึง 3 ปี โดยการดำเนินโครงการจัดตั้งร้านค้าไม้สดโครงการนี้มีอายุเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าโครงการ 5 ปี จึงต้องทำสัญญา 3 ปี และมีการต่อสัญญาปีต่อปี

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราค่าเช่าพื้นที่ อัตราค่าเช่าต่อเดือนเป็น 35,000 บาทต่อเดือน ซึ่งพื้นที่ในการตั้งร้าน 6 X 13 เมตร เป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น อัตราค่าน้ำ หน่วยละ 10 บาท อัตราค่าไฟหน่วยละ 5 บาท

### การจัดตกแต่งร้าน

การจัดตกแต่งร้าน เป็นจุดแรกของการแสดงความสามารถที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่ผ่านไปพบเห็น นับว่ามีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า การแสดงรายละเอียดของดอกไม้และอุปกรณ์ ความเป็นระเบียบในการหยิบและการจัดวาง ความรู้สึกสบาย และมีความสุขในการเลือกชมสินค้า หรือนั่งรอรับงานที่กำลังจัดอยู่ มีแสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม สำหรับการวางโชว์ชิ้นงานที่จัดเสร็จแล้ว

### สรุปผลความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

จากการศึกษาทางด้านเทคนิคขอการลงทุนในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง พบว่ามีความเป็นไปได้ในด้านของทำเลที่ตั้งของโครงการ โดยพิจารณาจากด้านแรงงาน การจัดหาอุปกรณ์ วัสดุุดิบ และการขนส่ง ที่เป็นการจัดหาแรงงานจากภายในเขตพื้นที่เนื่องจากมีแรงงานเข้ามาทำงานในเขตพื้นที่นี้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นการลดปัญหาด้านค่าใช้จ่ายและการจัดหาแรงงาน ทางด้านการสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นในการประกอบการพบว่า สามารถที่จะทำการประกอบธุรกิจในพื้นที่เขตนี้ได้ เนื่องจากเป็นเขตเมืองทำให้มีสาธารณูปโภคต่าง ๆ มากพอ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าการลงทุนในการเปิดร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค

### การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ จะต้องทำก่อนที่โครงการจะเกิดขึ้นจริง ดังนั้น จึงต้องมีการประมาณการด้านการเงินของโครงการ ได้แก่การประมาณค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้ตัดสินใจว่าสมควรจะลงทุนหรือไม่

ความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยการศึกษาด้านการเงิน จะเป็นการวางแผนด้านการได้มา เอกและใช้ไปในด้านการลงทุนในส่วนต่าง ๆ การศึกษาจะมีดังต่อไปนี้ มีอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายละเอียดของโครงการ

การจัดตั้งร้านดอกไม้สดบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบังนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงวิธีการในการดำเนินการทางการเงินเริ่มตั้งแต่การขออนุญาตกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องไปจนถึงระเบียบการ ข้อกำหนด การใช้เงินลงทุนในขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งได้ศึกษาและนำมาอธิบายถึงวิธีการรวมถึงขั้นตอนไว้ดังนี้

ในการประกอบธุรกิจนั้น จำเป็นที่จะต้องดำเนินการจดทะเบียนและการขออนุญาตก่อนการดำเนินการ ซึ่งในการจัดตั้งร้านในที่นี้มีขั้นตอนการจดทะเบียนหลัก ดังนี้

### 1. การจดทะเบียนพาณิชย์

เนื่องจากการจัดตั้งร้านดอกไม้สดจำเป็นต้องจดทะเบียนพาณิชย์ตามกฎหมายการจดทะเบียนพาณิชย์ ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499

### 2. การจดทะเบียนภาษี

#### 2.1 ภาษีรายได้บุคคลธรรมดา

#### 2.2 ภาษีมูลค่าเพิ่ม

### 3. ที่ดิน จะเป็นพื้นที่เช่า ซึ่งมีพื้นที่ 6 X 13 เมตร คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อปี 420,000 บาท

### 4. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ประกอบด้วย

#### 4.1 เครื่องมือตัดก้านดอกไม้

#### 4.2 ถังแช่ดอกไม้

#### 4.3 กาน้ำพวยยาว

#### 4.4 ผ้าพลาสติกสำหรับปูบริเวณปฏิบัติงาน

#### 4.5 ภาชนะหรือแจกันสูงเตี้ย

#### 4.6 ลวดตาข่ายขนาดกว้าง 1-2 นิ้ว

#### 4.7 ตะปูแฉงขนาด 3 นิ้ว

#### 4.8 ตะปูแฉงเข็มห่างสำหรับยึดโฟม

#### 4.9 จานรองพลาสติก

#### 4.10 พลาสติกโฟม

#### 4.11 ลวดดัดขนาดต่าง ๆ

#### 4.12 ทราย

#### 4.13 ไม้เหลากลมปลายแหลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.14 โอเอซิส

- 4.15 กระดาษพินก้านดอกไม้หรือเทพพินก้าน
- 4.16 ฟางโครงพวงหรีด
- 4.17 กากเพชร ลูกปัด ผ้าซีฟอง
- 4.18 กระดาษชนิดต่าง ๆ
- 4.19 กล้องพลาสติก อุปกรณ์เสริมตกแต่งต่าง ๆ ไบโพลีคาร์บอเนต  
ที่เย็บกระดาษ กระจก

5. อุปกรณ์และเครื่องใช้ จะประกอบไปด้วย

5.1 ตู้แช่ดอกไม้	35,000 บาท
5.2 โต๊ะ เก้าอี้	1,500 บาท
5.3 ป้ายหน้าร้าน	5,000 บาท
5.4 เครื่องปรับอากาศ	28,000 บาท
5.5 เครื่องโทรศัพท์และโทรสาร	8,500 บาท
5.6 เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ ใช้ตกแต่งร้าน	50,000 บาท

เงินลงทุนเริ่มแรกที่ใช้ในโครงการจัดตั้งร้านดอกไม้สด มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 293,000

บาท

**แหล่งเงินที่นำมาลงทุน**

จากส่วนของผู้ลงทุนเองจำนวน 293,000 บาท โดยไม่ได้มีการกู้เงินใด ๆ จากสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนอื่น ๆ

**ราคาขาย**

ปัจจัยในการตั้งราคา ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย และราคาขายต่อหน่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุนคงที่ประกอบด้วย

ค่าเช่าสถานที่เดือนละ	35,000 บาท
ค่าตู้แช่ดอกไม้ราคา 35,000 บาท คิดค่าเสื่อม ปีละ	7,008 บาท
อุปกรณ์เครื่องมือ-เครื่องใช้ ราคา 23,000 บาท คิดค่าเสื่อม ปีละ	4,596 บาท
รถจักรยานยนต์ราคา 52,000 บาท คิดค่าเสื่อม ปีละ	10,404 บาท
ค่าตกแต่งร้านราคา	50,000 บาท
เงินเดือนหุ้นส่วน	25,000 บาท
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	6,000 บาท
ค่าทำโบรชัวร์	10,000 บาท
รวมต้นทุนคงที่	<u>125,508 บาท</u>

ต้นทุนแปรผันประกอบด้วย

วัสดุ-อุปกรณ์ต่อการจัดดอกไม้สดหนึ่งหน่วย	30 บาท
ภาชนะรองรับดอกไม้	80 บาท
ค่าดอกไม้เฉลี่ยต่อชุด	150 บาท
ค่าจัดส่งแต่ละครั้ง	50 บาท
รวมต้นทุนแปรผันต่อหน่วย	310 บาท
ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย	<u>550 บาท</u>

$$\begin{aligned}
 \text{การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย}} \\
 &= \frac{125,508 \text{ บาท}}{550 - 310 \text{ บาท}} \\
 &= 125,508 \text{ บาท} \\
 &= 240 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

$$= 522 \text{ หน่วยต่อเดือน หรือ } 16 \text{ หน่วยต่อวัน}$$

ดังนั้นทางร้านจัดดอกไม้ จะต้องขายให้ได้วันละ 16 หน่วยขึ้นไป ถึงจะคุ้มทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## อายุของโครงการ

กำหนดไว้ที่ 5 ปี ตามสภาพอายุการใช้งานของเครื่องจักรและอุปกรณ์ ซึ่งมีระยะดำเนินการ 5 ปี คือ ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

## การประมาณการด้านการเงินของโครงการ

การประมาณการด้านการเงินของโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ด้านการเงิน ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

### เงินลงทุนของโครงการ

เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการจัดตั้งร้านดอกไม้สดมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 293,000 บาท

### การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโครงการ

ค่าใช้จ่ายในการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประเภทแรกคือ ค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร และอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ค่าใช้จ่ายประเภทที่สอง คือ ค่าใช้จ่ายผันแปร ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน ค่าสาธารณูปโภค ซึ่งมีรายละเอียดของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายคงที่ประเภทนี้ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต อุปกรณ์สำนักงานคิดแบบเส้นตรงและเงินเดือนพนักงาน
2. ค่าใช้จ่ายผันแปร ค่าใช้จ่ายประเภทนี้ได้แก่
  - 2.1 วัตถุดิบ
  - 2.2 ค่าน้ำประปา
  - 2.3 ค่าไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 การประมาณการงบกำไรขาดทุนล่วงหน้าของโครงการ (บาท)

ปีที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	1,330,342	1,814,846	1,996,330	2,195,963	2,415,560
หัก ต้นทุนการผลิต	1,036,208	1,036,208	1,036,208	1,036,208	1,036,208
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษี	294,134	295,395	367,716	449,333	529,086
หัก ภาษีเงินได้ ( 20 % )	-	-	-	-	-
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	294,134	295,395	367,716	449,333	529,086
กำไรสะสม	294,134	589,529	957,245	1,456,578	1,985,664

หมายเหตุ : การเสียภาษีธุรกิจ SME's เฉพาะรายที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่เกิน 5 ล้านบาท มีเงื่อนไข ดังนี้

1. กำไรสุทธิ ตั้งแต่ 1 บาทแรก ถึง 1 ล้านบาท เสียภาษีอัตรา 20 %
2. กำไรสุทธิตั้งแต่ 1,000,001 บาท ถึง 3 ล้านบาท เสียภาษีอัตรา 25 %
3. กำไรสุทธิตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไป เสียภาษีอัตรา 30 %

ที่มา : (จากการคำนวณ)

ตารางที่ 4 การประมาณการงบกระแสเงินสดรายปีของโครงการ (บาท) ตั้งแต่ปีที่ 1-5

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
รายการดำเนินงาน						
เงินสดรับจากการขาย	1,680,413	1,814,846	1,996,330	2,195,963	2,415,560	10,103,112
รวมเงินสดรับ	1,680,413	1,814,846	1,996,330	2,195,963	2,415,560	10,103,112
เงินสดจ่าย :						
เงินลงทุนเริ่มแรก	373,461	448,153	585,560	702,672	843,266	2,953,112
ที่ดิน	6,850	6,850	6,900	6,950	7,000	34,550
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	466,400	466,400	466,400	466,400	466,400	2,332,000
เงินเดือน	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	240,000
ค่าสาธารณูปโภค	420,000	420,000	420,000	420,000	420,000	2,100,000
ค่าเช่าสถานที่	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	180,000
วัสดุสิ้นเปลืองทั่วไป	13,800	13,800	13,800	13,800	13,800	69,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1,364,511	1,439,203	1,576,660	1,693,822	1,84,466	4,921,000
รวมเงินสดจ่าย						

ตารางที่ 4 (ต่อ) การประมาณการกระแสเงินสดรายปีของโครงการ (บาท) ตั้งแต่ปีที่ 1-5

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	รวม
รายการดำเนินงาน						
เงินสด(จ่าย)สุทธิ	315,902	375,643	419,670	502,141	581,093	2,194,450
รายการทางการเงิน						
เงินสดต้นงวด	47,000	317,902	693,545	1,113,215	1,615,356	
เงินสดรับ(จ่าย)สุทธิ	315,902	375,643	419,670	502,141	581,093	
เงินกู้ยืมสถาบันการเงิน						
ซื้อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	45,000					
แบ่งกำไรคืนหุ้นส่วน						
เงินสดคงเหลือปลายงวด	317,902	693,545	1,113,215	1,615,356	2,196,449	
กระแสเงินสดสุทธิ						

ที่มา: (จากการคำนวณ)

## สมมติฐานทางการเงิน

ร้านดอกไม้ ไม่มีหน้าร้านของตนเอง ร้านจึงใช้วิธีเช่าเนื้อที่ขนาดประมาณ 6 X 13 เมตร เพื่อเป็นหน้าร้าน โดยเสียค่าเช่าเดือนละ 35,000 บาท จ่ายมัดจำค่าเช่าล่วงหน้า 2 เดือน ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 293,000 บาท ดังนี้

### งบประมาณการลงทุนร้านดอกไม้

ค่าตกแต่งร้าน	50,000 บาท
ตู้แช่ดอกไม้	35,000 บาท
อุปกรณ์เครื่องมือ-เครื่องใช้	23,000 บาท
รถจักรยานยนต์	52,000 บาท
ค่ามัดจำค่าเช่าล่วงหน้า 2 เดือน	80,000 บาท
โต๊ะเก้าอี้	1,500 บาท
ชั้นวางดอกไม้	3,500 บาท
เครื่องโทรศัพท์และโทรสาร	8,500 บาท
เครื่องปรับอากาศ	28,000 บาท
ค่าโบรชัวร์	10,000 บาท
เครื่องคิดเลข	500 บาท
เบ็ดเตล็ด	1,000 บาท
รวมเงินทุนเริ่มแรก	293,000 บาท

## การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ด้านการเงินจะมุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือความสามารถในการทำกำไร เพื่อทำให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินโครงการแล้วจะไม่มีปัญหาทางการเงินใดๆ กับโครงการ การวิเคราะห์ด้านการเงินของโครงการใช้การประเมินค่าลงทุนเพื่อพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินลงทุนหรือไม่ โดยใช้วิธีการประเมินค่าโครงการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value : NPV) ณ อัตราคิดลด 12 เปอร์เซ็นต์ และวิธีที่ไม่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลา คือ ระยะเวลาคืนทุน (payback period) โดยผลของของการประเมินค่าการลงทุนทั้ง 4 วิธีนั้นสามารถพิจารณาได้ดังตาราง

ไม่ว่าการณ์ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน

วิธีประเมินค่าการลงทุน	ค่าที่ได้จากการคำนวณ
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)	1,084,479
ระยะเวลาคืนทุน	1 ปี

ที่มา: (จากการคำนวณ)

ซึ่งอธิบายผลของการประเมินค่าการลงทุนที่คำนึงถึงค่าของเงินกับเวลาจากการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. มูลค่าปัจจุบันเป็นการศึกษาผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิแต่ละรอบตลอดอายุโครงการกับเงินสดจ่ายลงทุน ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนเท่ากับต้นทุนโครงการไม่มีกำไรแต่ก็ไม่ได้ขาดทุน แต่ถ้ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน โครงการนั้นมีกำไร และในกรณีที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบหรือน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าผลตอบแทนน้อยกว่าต้นทุนโครงการนั้นถือว่าขาดทุน ซึ่งเมื่อพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการนั้นมีค่าเท่ากับ 1,084,479 บาท แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้นั้นมีค่ามากกว่าต้นทุน

2. ระยะเวลาคุ้มทุน คำนวณจากจำนวนปีที่กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการ ซึ่งโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี

การวิเคราะห์ความแปรเปลี่ยน (switching value test : SVT) เป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการว่ามีมากน้อยเพียงไรโดยทำการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์และความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน

การวิเคราะห์ความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์ (SVTB) เป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการว่ามีมากน้อยเพียงไรโดยทำการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์และความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\begin{aligned}
 SVTB &= \frac{NPV}{PVB} \times 100 \\
 &= \frac{1,084,479}{1,982,987} \times 100 \\
 &= 17.30
 \end{aligned}$$

การวิเคราะห์ความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน (SVTC) หมายความว่า ต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไร

$$\begin{aligned}
 SVTC &= \frac{NPV}{PVC} \times 100 \\
 &= \frac{1,084,479}{293,000} \times 100 \\
 &= 370.12
 \end{aligned}$$

เมื่อ SVTB = การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านผลประโยชน์

SVTC = การทดสอบค่าความแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

PVB = มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ของโครงการ

PVC = มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเมื่อเริ่มโครงการ

จากการวิเคราะห์ค่าความแปรเปลี่ยนจะเห็นว่าผลประโยชน์ของโครงการนี้สามารถลดลงได้ร้อยละ 17.30 และต้นทุนของโครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้อีกร้อยละ 370.12 จึงจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นศูนย์ แสดงว่าโครงการมีความเสี่ยงต่ำมากจึงเหมาะสมที่จะพิจารณาในการลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปความเป็นไปได้ด้านการเงิน

จากเครื่องมือทางการเงินที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการในการศึกษาครั้งนี้นำมาใช้เพื่อประเมินว่าโครงการมีความคุ้มค่ามากพอที่จะนำไปปฏิบัติหรือไม่ ผลการวิเคราะห์ได้คำนวณค่าปัจจุบันสุทธิมีค่าเป็นบวก คือ เท่ากับ 1,084,479 บาท ณ มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี ค่าความแปรเปลี่ยนต่อรายได้และค่าความแปรเปลี่ยนต่อต้นทุนมีค่าสูงจะทำให้ความเสี่ยงต่ำ ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์ด้านการเงินจึงสรุปได้ว่าโครงการลงทุนธุรกิจร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ทางการเงินแต่มีความอ่อนไหวค่อนข้างสูง จึงจำเป็นจะต้องมีการดำเนินการทำให้ได้ยอดขายที่แม่นยำตามที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน และปฏิเสธสมมุติฐานที่ว่าการจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบังไม่มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การบริโภคดอกไม้ของคนไทย นับวันจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยผลผลิตดอกไม้ส่วนที่ผลิตได้จะถูกนำมาใช้บริโภคภายในประเทศเกือบทั้งหมด และยังมีมูลค่าการนำเข้าดอกไม้เพื่อใช้บริโภคภายในประเทศเป็นมูลค่าถึง 102 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2537 ความต้องการใช้ดอกไม้ภายในประเทศเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2531-2537 คิดเป็นอัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 3.04 ทำให้ธุรกิจร้านจัดดอกไม้มีแนวโน้มในการเติบโตที่ดี ธุรกิจร้านดอกไม้เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่มักจะคิดว่าเป็นธุรกิจที่สามารถทำได้โดยไม่ยากนัก เพียงแต่มีความรู้ในเรื่อง วิธีการจัดดอกไม้ก็สามารถที่จะประกอบธุรกิจได้ แต่ในความจริงแล้วธุรกิจร้านดอกไม้ที่ประสบความสำเร็จนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความชาญ รวมทั้งมีความตั้งใจในการที่จะทำธุรกิจนี้อย่างจริงจัง เพราะร้านดอกไม้ในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้น ถ้าขาดความตั้งใจและไม่มีความชำนาญในการทำธุรกิจก็อาจจะไม่ประสบความสำเร็จดังที่ต้องการได้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจก่อนว่าการลงทุนนั้นจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จึงได้ทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการลงทุนในธุรกิจร้านดอกไม้สด ซึ่งบริเวณที่ตั้งของโครงการคือ บริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า เขตลาดกระบัง ทั้งในด้านการตลาด การเงิน และเทคนิค วัตถุประสงค์ในการศึกษารั้งนี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด เทคนิค และการเงินของการลงทุนในธุรกิจร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนห้วยตะเฒ่า เขตลาดกระบัง ในส่วนของการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด จะทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริโภคถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้ดอกไม้สด ทั้งนี้รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านดอกไม้ที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ทราบถึง ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งของตลาด และแนวโน้มทางการตลาด ในการศึกษาทางด้านเทคนิคจะทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านปัจจัยการผลิตร้านดอกไม้ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการค้าส่งดอกไม้สดจากปากคลองตลาดซึ่งเป็นแหล่งค้าดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุด และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการศึกษาทางการเงินจะพิจารณาได้จาก มูลค่าปัจจุบันสุทธิอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย วิเคราะห์ความอ่อนไหว และการทดสอบค่าความแปรเปลี่ยน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า-ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของการลงทุนจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง จากผลการสำรวจพบว่า ขนาดตลาดภายในบริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง นั้นมีขนาดตลาดใหญ่พอสมควร ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการดำเนินการจัดตั้งร้านดอกไม้สด และจะเข้าใช้บริการร้านดอกไม้สด สักส่วนประชากรในแต่ละปีจะสามารถคาดคะเนผู้ที่เข้าใช้บริการร้านดอกไม้สดได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี เนื่องการขยายตัวของชุมชนเพิ่มมากขึ้นจากการเปิดบริการสนามบิณสุวรรณภูมิในอนาคตอีกด้วย

ทางด้านเทคนิคนั้น ผลการศึกษาพบว่า มีความเป็นไปได้ทางเทคนิค ทั้งในด้านทำเลที่ตั้งโครงการที่เป็นบริเวณที่มีความหนาแน่นของประชากรและธุรกิจทั้งหน่วยงานราชการและเอกชน การจัดหาอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ และความพร้อมของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

ผลการศึกษาด้านการเงินของการลงทุนจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ทางการเงิน จากการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 1,084,479 บาท ซึ่งให้เห็นว่า โครงการจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านดอกไม้สด บริเวณชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง สรุปได้ว่ามีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค และทางการเงิน ดังนั้น จึงทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ทุกข้อ

#### ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการควรตื่นตัวในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น เช่น การใช้ดอกไม้ชนิดใหม่ ยังไม่เคยมีใครจัดมาก่อนมาใช้ในการจัดดอกไม้ให้กับลูกค้า เป็นต้น
2. สถานที่ตั้งร้านดอกไม้สด ควรจะเป็นร้านที่สะดวกต่อการใช้บริการ ง่ายต่อการพบเห็น ไม่ได้อยู่ในที่ลับตา และต้องครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด
3. ควรมีตราสินค้าและโลโก้หรือชื่อของร้าน เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ลูกค้าระลึกถึงและจดจำได้ง่ายรวมทั้งตั้งชื่อที่สามารถจดจำได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ผู้ประกอบการควรลดการสั่งซื้อดอกไม้จากการนำเข้าจากต่างประเทศ และหันมาใช้ดอกไม้ที่ผลิตได้ในประเทศให้มากขึ้น เพื่อเป็นการลดต้นทุน และยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรอีกด้วย

5. ปัจจุบันธุรกิจร้านดอกไม้มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงควรหันมาพัฒนาการบริการลูกค้าให้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้ามีโอกาสที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการได้หลายแห่ง

6. ควรร่วมมือกันกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านดอกไม้อื่น ด้วยการเป็นพันธมิตรทางการค้า ในการให้บริการลูกค้าที่อยู่ไกลจากทางร้าน ซึ่งไม่สะดวกในการรับบริการเป็นผู้ให้บริการแทน

7. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านดอกไม้ ควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการมองเห็นถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ โดยไม่ต้องมาที่ร้านด้วยตนเอง เช่น การลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต หรือเปิดหน้าร้านทางเว็บไซต์ เป็นต้น

8. ยอมรับฟังคำติชมของลูกค้า เพราะคำติชมของลูกค้าก็คือแนวทางการแก้ไขที่ดีและมีค่า เพราะจะทำให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้งและทำให้ลูกค้าประทับใจจนกลายมาเป็นลูกค้าประจำ

### เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. 2542. กรุงเทพมหานคร: ฉบับวันที่ 13 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2542:หน้า 5.

ฉัตรชัย คำภาษรพันธุ์. 2548. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ระดับ 6 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง. สัมภาษณ์. 22 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2548.

ชลชาติ ชันทองดี. 2548. เลขานุการเจ้าอาวาสวัดพลมานีย์. สัมภาษณ์. 18 เดือนสิงหาคม พ.ศ.  
2548.

ฐาปนา ฉินไพศาลและอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2545. การบริหารโครงการและการศึกษาความ  
เป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร:วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์จำกัด.

ฐิติพงษ์ เจริญกิจอาภา. ผู้จัดการประสานงานประกันชีวิต ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา  
หัวตะเข้. สัมภาษณ์. 18 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2548.

ทยา กิ่งเกตุ. 2545. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์  
มาใช้. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไทยโพสต์(เอ็กซ์ไซท์). 2543. กรุงเทพมหานคร:ฉบับวันที่ 5 เดือนมกราคม พ.ศ.2543: หน้า 7.

ธานี ปิติสุข. แฟรนไชส์"เส้นทางใหม่ของการทำธุรกิจ". กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊ค.

บิสิเนสไทย. 2546. กรุงเทพมหานคร:ฉบับวันที่ 24 เดือนมกราคม พ.ศ. 2546:หน้า 12.

บุศรินทร์ วานิชทวีวัฒนา. 2542. การศึกษาความเป็นไปได้ในธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ  
แนวชีวิต กรณศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน. บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากล่าวโทษผู้ใดที่นำเอกสารฉบับนี้ไปเผยแพร่และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชาติธุรกิจ. 2546. กรุงเทพมหานคร: ฉบับวันที่ 24 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2546:หน้า 14.

พระมหาสมพงษ์ สมบูรณ์. 2548. วัดปลูกศรัทธา.สัมภาษณ์. 18 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2548.

พินท์ มั่งนาค. 2548. วัดสุทธาโภชน.สัมภาษณ์. 19 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2548.

ไพฑูรย์ รอดวินิจ. 2537. การตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

ภานุ ศิตติสาร. 2546. กรรมการผู้จัดการ บริษัทฟอเก็ตมีนีออต จำกัด. สัมภาษณ์. 24 พฤศจิกายน พ.ศ.2546.

ยุวดี ต้นสกุลรุ่งเรือง.2546. ใคร ๆ ก็อยากมีร้านดอกไม้. กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์วิริยะ จำกัด.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2546. กลยุทธ์ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร.

สายชล เกตุยา. 2531. เทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวของไม้ดอก. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสารมวลชน จำกัด.

สำนักงานเขตลาดกระบัง.2548. สถิติการเสียชีวิตของประชากรเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2544. แนวทางการพัฒนาไม้ดอกไม้ประดับ ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 .กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

วีรวัฒน์ ศรีชัยเสถียร. 2542. การดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่.  
กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์ม และไทเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์, ขวสิต ประภวานนท์, ฝนดา จันทร์สมและ  
วัลย์ลักษณ์ อัครธีรวงศ์. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: A.N.การพิมพ์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2540. ร้านดอกไม้: ธุรกิจจะสดใสหากอยู่ใกล้ลูกค้า: รายงานการวิจัย.  
กรุงเทพฯ.บริษัท.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2541. กระแสทรรศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 512 :บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย .

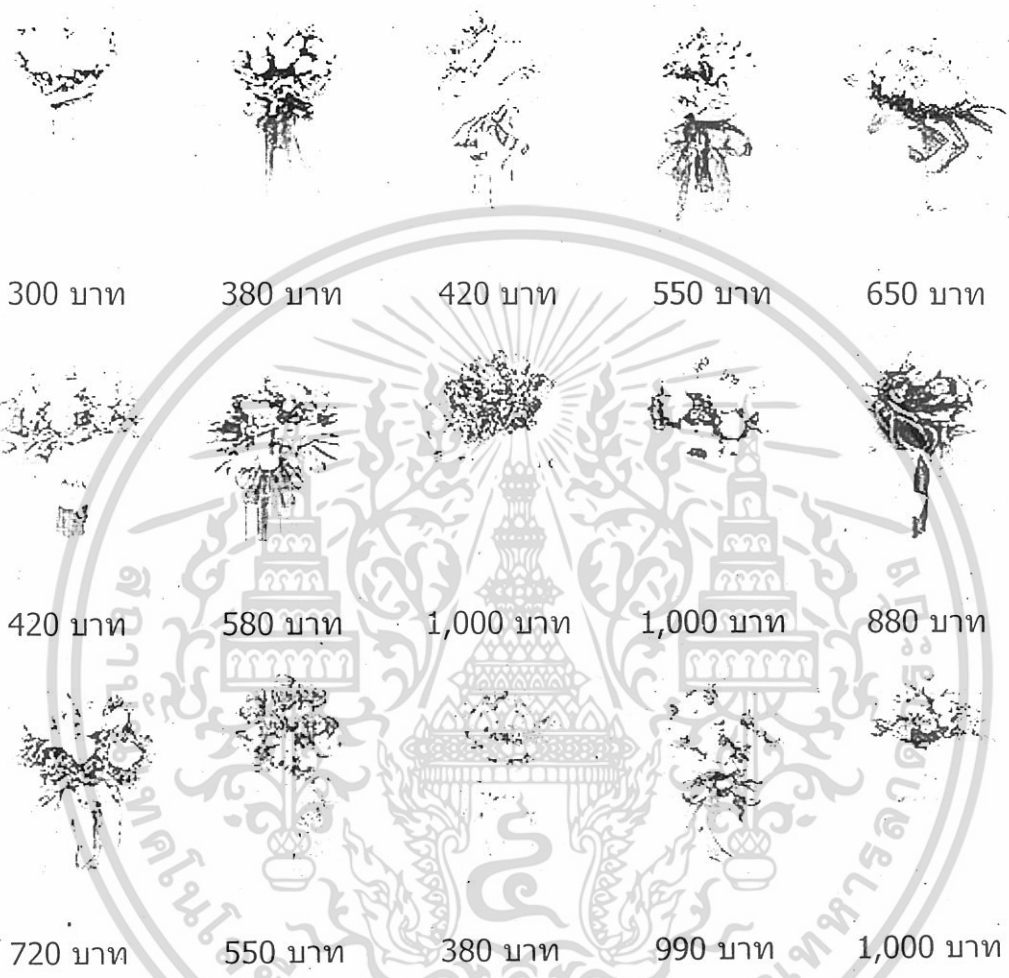
อดุลย์ จาตุรงค์กุ. 2544. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



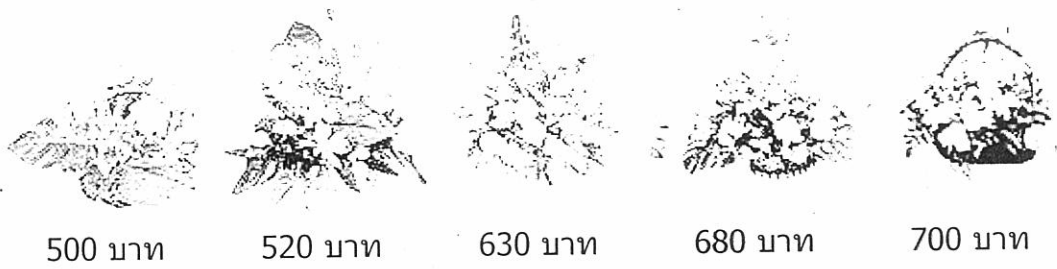
# ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบการจัดแบบช่อ ราคาตั้งแต่ 300-1,000 บาท



การจัดแบบกระเช้า ราคาตั้งแต่ 500-1,500 บาท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



780 บาท



1,200 บาท



1,300 บาท



1,500 บาท



1,500 บาท



980 บาท



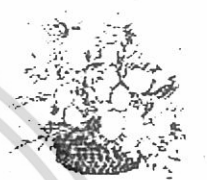
750 บาท



540 บาท



730 บาท



1,000 บาท

การจัดแบบแจกัน ราคาตั้งแต่ 500-1,500 บาท



590 บาท



500 บาท



680 บาท



780 บาท



850 บาท



610 บาท



680 บาท



730 บาท



730 บาท



620 บาท



1,000 บาท



1,200 บาท



1,300 บาท



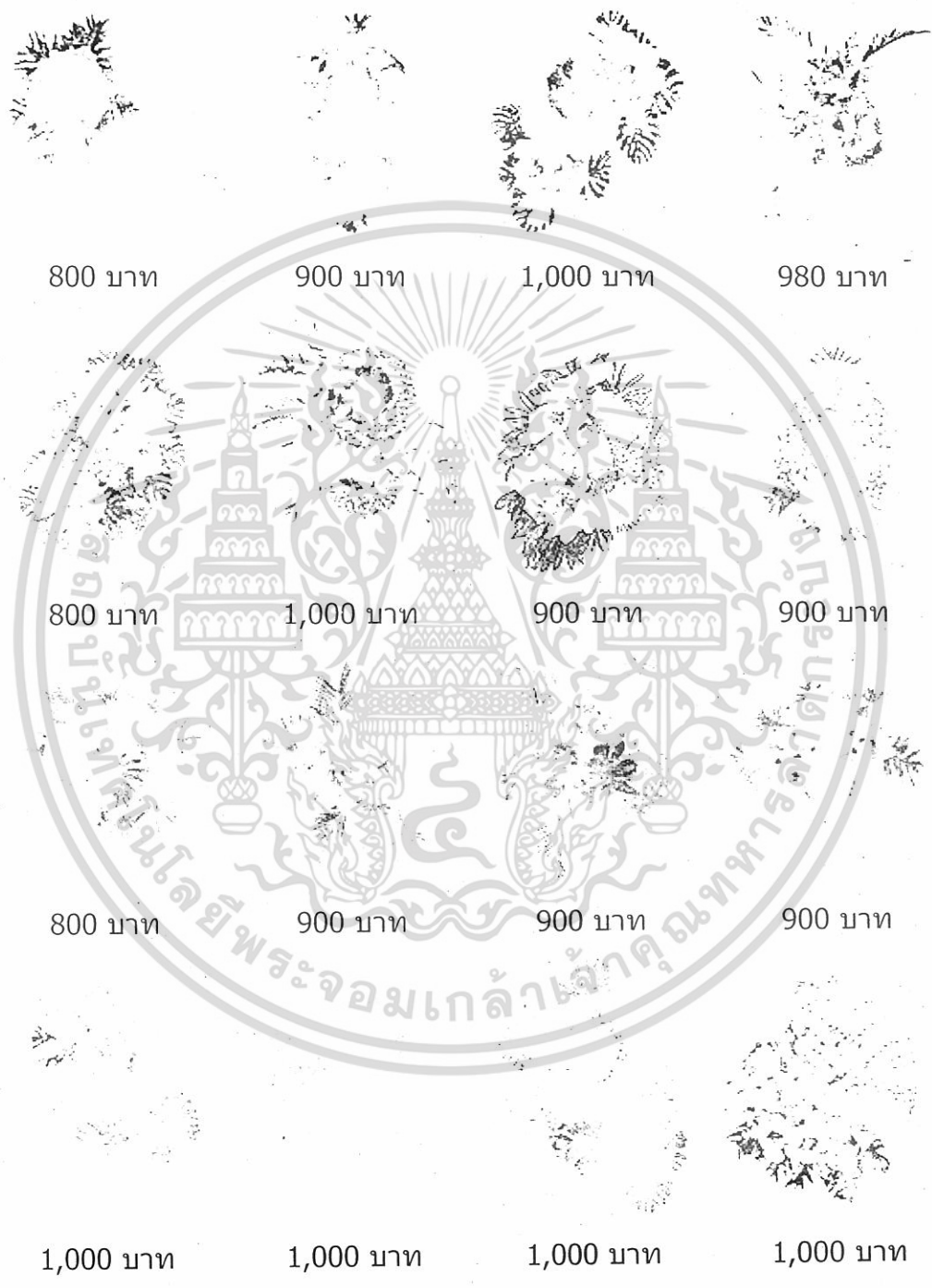
1,300 บาท



1,400 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ 1,000 บาท งาน 1,200 บาท งาน 1,300 บาท งาน 1,300 บาท นำไป 1,400 บาท งานการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พวงหรีดรูปแบบต่าง ๆ ราคาตั้งแต่800-1,000 บาท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้