T164659

อารีย์ คงเกษม. 2547. การบริหารจัดการธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. [ISBN 974-435-692-8]
คณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ : ดร.ปรีดา ประพฤติชอบ, รศ. ไพฑูรย์ คัชมาตย์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ โอกาสและข้อจำกัดของธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ ของผู้ประกอบธุรกิจค้าไม้ดอกไม้ประดับ ทั้งหมด 93 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเจาะจงเฉพาะรายที่สามารถให้ข้อมูลได้ จำนวน 30 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel

จากการศึกษาพบว่า ไม้ดอกไม้ประดับที่ขายมาจากการผลิตเองในท้องที่และซื้อมาจากแหล่งผลิตอื่นๆ แหล่งจำหน่ายหลัก ได้แก่ ริมถนนมิตรภาพทางไปจังหวัดอุดรธานี บริเวณหน้าหมู่บ้านศิริพร บ้านหนองกุง บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 17 – 20 บริเวณตลาดนัดแฟร์รี่ ตลาดกลาง ธกส. บริเวณหน้าห้างบิ๊กซี อุทยานการเกษตร มข. บริเวณหน้าร้านโกลบอลเฮาส์ บริเวณหน้าโรงพยาบาลเวชประสิทธิ์ บริเวณทางไปเคหะเก่า บริเวณสี่แยกประตูเมือง บริเวณแยกเข้าสถานีขนส่งจังหวัดขอนแก่น ต้นไม้ที่ขายส่วนใหญ่ คือ ไม้ดอกไม้ประดับเป็นกระถาง ไม้ดอกไม้ประดับเป็นถุง ไม้ผลเศรษฐกิจ ไม้ขุดล้อม

ผู้ประกอบธุรกิจร้อยละ 76.67 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 44.87 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาถึงสูงกว่าปริญญาตรี มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.57 คน มีจำนวนแรงงานที่ประกอบธุรกิจเฉลี่ย 1.8 คน มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจเฉลี่ย 6.4 ปี เหตุผลหลักที่เข้ามาทำธุรกิจนี้ คือ ความเป็นอิสระที่ได้เป็นนายตัวเองและมีความสุขที่ได้ทำ ผู้ประกอบธุรกิจร้อยละ 33.33 จ้างแรงงานมาช่วย การจ้างจะจ้างแบบประจำและชั่วคราว จ้างชั่วคราวเมื่อมีงานพิเศษ เช่น งานจัดสวน งานตัดหญ้า เปลี่ยนกระถางต้นไม้ เป็นต้น การจ่ายค่าจ้างจะจ่ายแบบ จ่ายทุกวัน จ่ายทุกอาทิตย์ จ่ายทุก 15 วัน จ่ายทุกเดือน และจ่ายเป็นปี ร้านขายต้นไม้มีพื้นที่อยู่ระหว่าง 16 – 50 ตารางเมตร ผู้ประกอบธุรกิจร้อยละ 73.33 ลงทุนคนเดียว เงินที่ลงทุนมาจากเงินออมของตนเอง แหล่งซื้อต้นไม้หลัก คือ ตลาดต่างจังหวัด ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาด อตก. ย่านคลอง 15 (ถนนรังสิต – องครักษ์) ต้นไม้ที่ซื้อมาไว้ขายจะดูจากแนวโน้มตลาด ผู้ประกอบธุรกิจ เสียค่าใช้จ่ายในการขนต้นไม้จากแหล่งขายมายังร้านเฉลี่ย 2,433 บาทต่อครั้ง ผู้ประกอบธุรกิจร้อยละ 66.67 ขายวัสดุอุปกรณ์ปลูกต้นไม้และสินค้าอื่นๆ การขายต้นไม้มีทั้งขายปลีกและขายส่ง ในการขายสินค้าส่วนมากจะขายเป็นเงินสด ปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อการขายไม้ดอกไม้ประดับ คือ ภาวะ

เศรษฐกิจของประเทศ สถานที่จำหน่าย เทศกาล และฤดูกาล เป้าหมายการขายมีเพียงแค่ให้สามารถขายต้นไม้ได้ตลอดเวลา การตั้งราคาขายไม้ดอกไม้ประดับ คิดจาก ราคาต้นทุนของต้นไม้ที่ซื้อมาบวกค่าขนส่งบวกค่าแรงบวกกำไรที่ต้องการบวกส่วนลดสำหรับลูกค้า ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายนจะขายต้นไม้ไม่ดี มีรายได้ที่ยังไม่หักค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 516.67 - 3,233.33 บาทต่อวัน ช่วงขายดีมีรายได้ที่ยังไม่หักค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 996.67 - 8,533.33 บาทต่อวัน รายได้หลักมาจากการขายปลีกหน้าร้าน รายได้ทั้งหมดจะถูกนำไปใช้ซื้อสินค้ามาขายและใช้จ่ายในครัวเรือน ผู้ประกอบธุรกิจทั้งหมดไม่มีการโฆษณาร้านใช้เพียงการบอกปากต่อปากเท่านั้น ในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำจะขายได้น้อยลง

ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจว่ามีโอกาสในการขายไม้ดอกไม้ประดับมาก ในเรื่องของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เติบโต ความเชื่อในเรื่องของความเป็นมงคลและความสวยงามของต้นไม้ สถานที่แหล่งซื้อขายไม้ดอกไม้ประดับมีความสะดวก กระแสการรักษาสิ่งแวดล้อม มีข้อจำกัดมากในเรื่องของ การชักจูงลูกค้า การสร้างความพอใจให้ลูกค้า งานบริการต้องใช้ความอดทนสูง การทำธุรกิจต้องมีการแข่งขันและชิงความได้เปรียบ สำหรับปัญหาและอุปสรรค คือ ปัญหาการขายตัดราคา ปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาผลกระทบจากเศรษฐกิจของประเทศ ปัญหาเรื่องแรงงาน ปัญหาต้นทุนค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สูง ปัญหาต้นไม้ไม่พอขาย ไม่มีเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลมาให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ

TE164659

Aree Khongkasem. 2004. **Management of Flower and Ornamental Plant Business in Amphoe Muang, Changwat Khon Kaen.** An Independent Study Report for the Master of Science in Agribusiness, Graduate School, Khon Kaen University. [ISBN 974-435-692-8]

Independent Study Advisors : Dr.Preeda Prapertchob,
Assoc. Prof. Paitoon Katchamat

Abstract

The objectives of this research were to study situations, guidelines, opportunities and restrictions of management of flower and ornamental plant business and problems of such business faced by 93 dealers as the sample population in Amphoe Muang, Changwat Khon Kaen. The samples of 30 were selected by purposive sampling as informants. Data collection was through interview, then the data were analyzed for frequency, percentage, mean, standard deviation with the Microsoft Excel program.

The findings of the research : Flower and ornamental plants for sale were produced locally and elsewhere. Major selling sites were on the Friendship Highway to Udonthani, in front of Siriporn Housing Estate, Nong Kung Village, at Km. 17 – 20, Fairy Department Store grounds, Thor Kor Sor Central Market, in front of Big C, KKU Agricultural Technology Park, in front of Gold Ball House, in front of Vejparsit Hospital, the road in front of the old village of Housing Authority, City Gate area and the local bus terminal area. Plant and flowers for sale were in pots and plastic bags, these included the fruit trees and fencing plants.

The majority of dealers (76.67%) were female, with average age of 44.87 year old, well-educated, with average household members of 4.57 persons, with average working number of 1.8 persons. Each dealer had 6.4 years' work experience. The main reasons for dealing with this business were freedom of self-employment and the job satisfaction. Dealers (33.33%) did seek labor for assistance. Two types of hired labor were permanent and temporary. The temporary labor were used when special work was available such as landscaping, grass mowing and pot changing. Wage payment was done on a daily, weekly, fortnightly, monthly, and yearly basis. Most of the plant shops had an area between 16-50 square meters. Dealers (73.33%) were sole investors, with investment was from their own savings. Chief sources of plant purchase were out-of-

province market, Chatuchak Sunday Market and Klong-15 Market (Rangsit-Ongkharak Road). Dealer purchased plant by considering the market trends. Dealer used self-prudence in bargaining and spent 2,433 baht per trip for transportation. Besides plant selling most dealers (66.67%) also sold planting equipment and other merchandise, wholesale and retail. Most of them sold in cash. Chief factors affecting sale business were economic situation, selling site, festivals and seasons. Sale target was mainly for quick turn-over. The selling prices were calculated from the purchased price plus transportation cost, labor cost, profit margin and the discount for customers. During February-June which was the low sale season, the net earning was 516.67 – 3,233.33 baht/day. But during July-January with high sale, they could earn as much as 996.67 - 8,533.33 baht/day. Chief revenue was from retail sale at the shops. This total revenue was paid for goods to be bought for sale and for household expense. All dealers did not advertise their shops except by word of mouth only. During recession, plant sale was affected and the amount of sale was low.

According to the dealers' opinions on the most influential factors affecting the good sale of flower and plant, they were the good economic situation, the expansion of the real estate and housing boom, the belief in good for tune of some particular plants, the beauty of the plants themselves, the good location of selling site, and the growing environmental awareness of people. The most restricted factors for the business were the ability to pursuate the customers to buy the plants, the customer services. Problems were concerned with cut-price sale, shortage of working capital, impact of economic recession, labor, transportation, availability of investment capital, shortage of plants for sale as well as no government assistance.