

การปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้กระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ศรัณญา ทูลเมืองโดน^{1*} และศิริพงศ์ รักใหม่²

¹นักศึกษาปริญญาโทกลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

*Corresponding Author Email: mmookravee@gmail.com

Received: January 5, 2024; Revised: January 24, 2024; Accepted: January 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทางธุรกิจและผลกระทบที่เกิดจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานครภายใต้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของธุรกิจร้านอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 ร้าน ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำเสนอผลวิจัยในรูปแบบความเรียง

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาทางธุรกิจและผลกระทบที่เกิดจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร คือว่า การค้าขายแบบปลีกเป็นการค้าในแบบที่ง่ายและรวดเร็วในการทำธุรกิจ และการลงทุนในช่วงแรกไม่สูงมาก โดยร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีลักษณะการค้าเงินธุรกิจแบบร้านค้าปลีก เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูงมากและเป็นการเริ่มต้นธุรกิจที่ง่าย สามารถขายได้และทำกำไรได้ดี การเริ่มต้นจะเริ่มจากการเปิดร้านเล็ก ๆ และขยายเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ ตามลำดับ เช่น การลงสินค้าเพิ่มมากขึ้น การขยายพื้นที่ และไปจนถึงการขยายสาขาสู่การสร้างตลาดและสร้างยอดขายให้ดีและมั่นคงต่อไป 2) การปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในกรุงเทพมหานคร ภายใต้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านรายได้และยอดขายของร้านเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จึงต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการดำเนินกิจการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีแนวโน้มของยอดขายในปัจจุบันถือว่าอยู่ในเกณฑ์ไม่ค่อยมีความเติบโตมากนักเท่าไร ถึงในเกณฑ์ที่ยอดขายค่อนข้างตกลง อาจจะเนื่องมาจากการขายอาจจะมีความล่าช้าและลูกค้าได้เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อจากการซื้อผ่านหน้าร้านก็ไปซื้อผ่านออนไลน์มากขึ้น หากในอนาคตมีการพัฒนาด้านการขายสินค้า เช่น การขายผ่านทางออนไลน์ หรือ การจัดร้านใหม่ อาจจะช่วยให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้ภายในอนาคต

คำสำคัญ: การปรับตัว ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

Business Adjustment of Agricultural Equipment Stores in Bangkok Under the Trend of Environmental Conservation

Saranya Thunmueangdon^{1*} and Siripong Rugmai²

Master Student, Faculty of Tourism Management, National Institute of Development Administration

*Corresponding Author Email: mmookravee@gmail.com

Received: January 5, 2024; Revised: January 24, 2024; Accepted: January 30, 2024

Abstract

The purposes of this study were: 1) To study the business problems and impacts caused by environmental conservation trends of agricultural equipment stores in Bangkok. 2) To study the business adaptation of agricultural equipment stores in Bangkok under the trend of environmental conservation, using qualitative research methodology, the main informant is the owner of an agricultural equipment store in Bangkok number of 15 places used semi-structured interviews as data collection tools. The data were analyzed by analyzing content and then presenting research results in essay format.

The results of the study were as follows: 1) Business problems and impacts caused by conservation trends environment of agricultural equipment shops in Bangkok. It was found that retail trading is a quick and easy way to do business, and the initial investment is not very high. Agricultural equipment shops in Bangkok, Most of them are characterized by retail business operations because they do not require very high investment and are easy to start a business. It can be sold and make a good profit. The start started with the opening of a small store and continued to expand respectively, such as adding more products, expanding space, and going all the way to expanding branches to create markets and create good and stable sales. 2) Business adaptation of agricultural equipment stores in Bangkok under the trend of environmental conservation.

It was found that the store's revenue and sales showed that due to economic conditions, sales were not as expected. Therefore, various strategies must be applied in the operation, analysis of data from interviews by agricultural equipment shops in Bangkok Most of the current sales trends are considered to be in the threshold of not growing much, although sales are quite declined, it may be due to sales being fashionable and customers have changed their buying behavior. From in-store purchases, more and more online purchases are available. If there is an improvement in product sales, such as online sales or store rearrangement, it may help increase sales in the future.

Keywords: Adaptation, Agricultural Equipment Store, Environmental Conservation

บทนำ

แนวโน้มของผู้บริโภคที่มีความตื่นตัวต่อปัญหาสภาพแวดล้อมมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้มีการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ห่วงใยในสิ่งแวดล้อม (Green Consumer) ซึ่งกำลังมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น และจากรายงานของ ACNielsen Global Consumer พบว่าคนไทยมีการตอบรับกระแสตื่นตัวต่อสถานะโลกร้อน มากกว่าชาติต่าง ๆ ในเอเชียอยู่ที่ร้อยละ 26 (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2551) โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรเนื่องจากไทยยังให้ความสำคัญกับภาคการเกษตร การใช้ปุ๋ยเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการใช้สารเคมีที่สามารถสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพมนุษย์ได้ เนื่องจากมักมีการลดใช้สารเคมีที่ใช้ในการผลิตปุ๋ยเคมี และการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย โดยการใช้ปุ๋ยเกษตรอินทรีย์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีคุณภาพที่ดีและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค ซึ่งไม่มีสารประกอบที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพ หรือทางการตลาดมีความต้องการสูงขึ้นจากผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนและปลอดภัย ทำให้ธุรกิจการเกษตรที่ให้ความสำคัญต่อประโยชน์ของปุ๋ยเกษตรอินทรีย์มีโอกาสเติบโตได้มากขึ้น (พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์, 2556)

ในด้านผลกระทบจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเกษตรเมื่อมีกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้ามาในปัจจุบันการลดการใช้สารปราบศัตรูพืชเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การป้องกันกำจัดศัตรูพืชในทางเกษตรกรรม เป็นสิ่งจำเป็นในปัจจุบัน และคงจะต้องดำเนินต่อไปอีกนานในอนาคตนับเป็นทศวรรษ โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อความอยู่รอด ภายใต้การแข่งขันกับสังคมโลก โดยจะต้องมีการขยายตัวทางด้าน การเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ในขณะที่การใช้สารเคมีเพื่อป้องกันกำจัดศัตรูพืชยังเป็นวิธีการที่จำเป็นต้องใช้อยู่ แต่เนื่องจากมีปัญหาในด้านทำให้ สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงในลักษณะต่าง ๆ จนเกิดภาวะมลพิษอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพและชีวิตของคน พืช และสัตว์ จึงได้มีการรณรงค์และการค้นคว้าวิจัยเพื่อให้เกิดการใช้สารเคมีในการป้องกันกำจัดศัตรูพืชอยู่ในวงจำกัดและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด (สุธรรม อารีกุล, 2561) ด้านการปรับตัวของธุรกิจ คือ ความรับผิดชอบของธุรกิจในมิติสิ่งแวดล้อม ธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทั้งในฐานะผู้สร้างผลกระทบและผู้ที่ได้รับผลกระทบ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่มักเป็นทรัพยากรที่มาจากธรรมชาติซึ่งมีอยู่อย่างจำกัด แต่สวนทางกับความต้องการใช้ทรัพยากรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเมื่อวิเคราะห์ตามห่วงโซ่คุณค่าแล้ว จะเห็นว่าสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างมาก ตั้งแต่การผลิตสินค้าและบริการ การขนส่งหรือส่งมอบสินค้า การตลาดและการขายสู่ผู้บริโภค ไปจนถึงการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเองก็ล้วนเกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน การใช้น้ำ การสร้างของเสียและมลพิษ รวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ศูนย์พัฒนาเพื่อความยั่งยืน, 2562)

จากความเป็นมา และความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องแนวทางการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานครสามารถไปพัฒนาปรับปรุงธุรกิจกิจการร้านค้าในอยู่ในกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการวางแผนหรือวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนมาตรฐานการดำเนินงานที่มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และพัฒนาต่อยอดธุรกิจในอนาคตได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทางธุรกิจและผลกระทบที่เกิดจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในกรุงเทพมหานคร ภายใต้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเกษตรที่มีการปรับตัวทางด้านทางการตลาดและด้านการจัดบริการร้านค้า ที่มีการปรับตัวของร้านค้าที่อยู่ภายใต้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศึกษาถึงกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ปัญหาของการใช้ปุ๋ยที่ส่งผลให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในกรุงเทพมหานคร

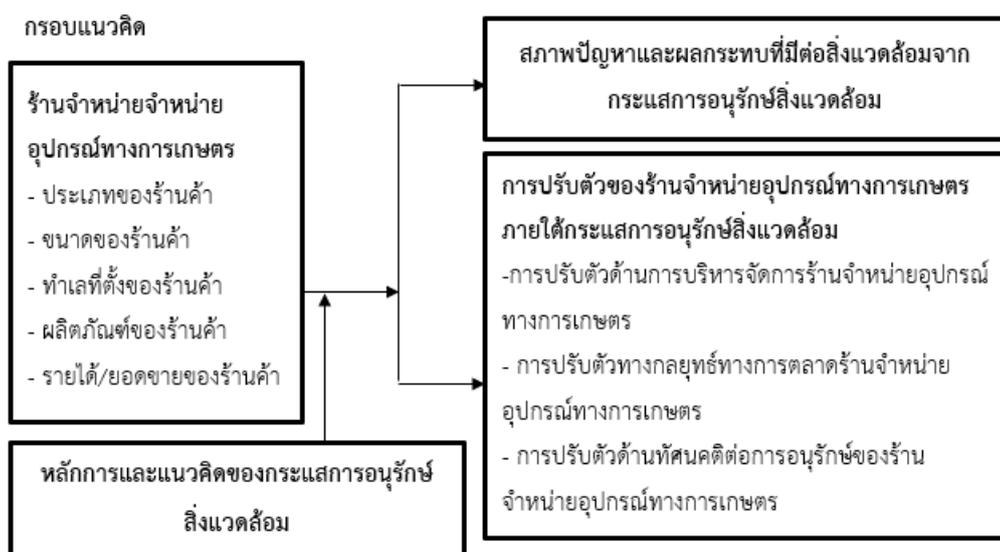
ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยนี้ศึกษาข้อมูลประชากรจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการประเภทร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยดำเนินการในเดือน กันยายน - ตุลาคม 2566 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้สิ่งแวดล้อมอย่างมีเหตุผลเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้กับคุณภาพของการมีชีวิตอยู่
อย่างดีตลอดไป

กระแสอนุรักษ์ในยุคเริ่มแรกประกอบด้วย การประมง การจัดการสัตว์ป่า การทำป่าไม้อย่างยั่งยืน การอนุรักษ์ดิน
และน้ำ ต่อมาได้ขยายขอบเขตออกไป ตั้งแต่ใช้การจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืนและการรักษาพื้นที่ชุ่มน้ำอนุรักษ์อาศัยไป
จนถึงการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ

กระแสอนุรักษ์อาจมีความหมายเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่หลายคนแย้งว่า กระแสอนุรักษ์กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นั้นแตกต่างกันทั้งแนวคิดและวิธีปฏิบัติ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกากระแสอนุรักษ์แตกต่างกันอย่างชัดเจนจากการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่กระแสอนุรักษ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติสำหรับการใช้ประโยชน์จากมนุษย์อย่างยั่งยืน ส่วนในพื้นที่อื่นของโลก กระแสอนุรักษ์นั้นมีความความหมายที่กว้างกว่าโดยรวมการจัดสรรพื้นที่ธรรมชาติและการคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อคุณค่าอื่น ๆ ของมันด้วยนอกเหนือจากประโยชน์สำหรับมนุษย์ความหมายของพฤติกรรมอนุรักษ์ทรัพยากร (ทัศนีย์ ส่องสว่าง, 2523)

พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ส่วนใหญ่นิยมความสะดวก ดังนั้น ธุรกิจขนาดเล็กจำเป็นต้องปรับตัว ด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบริบทของผู้บริโภคในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้ (ภัทรพร พลพนาธรรม, 2551)

- 1) คุณสมบัติของเจ้าของกิจการ ที่ผู้ประกอบการต้องยกระดับตนเอง จากนักขายเป็น ผู้บริหารกิจการ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ
- 2) ท่าเลที่ตั้งธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนที่จะเลือกทำเลที่อยู่ในชุมชนหรือกลางใจเมืองที่มีผู้อยู่อยู่มากมาย เนื่องจากราคาเช่าหรือหรือการซื้อที่ดินที่อยู่มากมาย เมืองจะมีราคาสูงมาก หลักการเลือกทำเลสำหรับธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก อาจพิจารณาจาก องค์ประกอบหลายประการ ดังนี้
- 3) บริหารการขาย การขายแบบดั้งเดิมจะนั่งรอผู้ซื้อเข้ามาซื้อของในร้านแต่การบริการ สมัยใหม่จะสร้างและผลักดันให้ยอดขายเป็นไปตามที่คาดหวัง
- 4) การตั้งราคา ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กมักจะเสียเปรียบด้านราคาขายที่สูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่เพราะต้นทุนสินค้าสูงกว่าเนื่องจากการซื้อปริมาณน้อย ปัจจัยที่จะช่วยธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก หลีกเลี่ยงการแข่งขัน

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเกษตร

ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร มีสถานประกอบการประเภทการค้าส่งจำนวน 56,723 แห่ง (กองนโยบายและแผนงาน, 2564) โดยกระจายอยู่ในเขตต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ

การพัฒนาความรู้ที่มีกระบวนการของเกษตรกรจากการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาผลผลิตที่เหมาะสมกับการใช้ทรัพยากรก่อให้เกิดการพัฒนารายได้เศรษฐกิจ ทำให้ชีวิตครอบครัวเกษตรกรอยู่พอดี กินพอดี และมีความสุข ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาชนบทให้มีความยั่งยืนต่อไป

กระบวนการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี ทักษะประสบการณ์ และการบริการอื่น ๆ ให้แก่เกษตรกรครอบครัว เกษตรกร และบุคคลที่สนใจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพด้านการเกษตรให้เกษตรกร ครอบครัว ชุมชน มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและยั่งยืน (คณะกรรมการผลิตวิชาการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ร้านค้าที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร มีสถานประกอบการประเภทการค้าส่งจำนวน 56,723 แห่ง (กองนโยบายและแผนงาน, 2564) โดยกระจายอยู่ในเขตต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จึงใช้วิธีคัดเลือกร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานครมาเป็นตัวอย่างไม่สุ่ม 15 แห่ง โดยจะเลือกตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured questionnaire) แนวคำถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามปลายเปิด (Open - ended) สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และแนวคิดที่

การวิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพปัญหาและผลกระทบตลอดจนการปรับตัวของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขต กรุงเทพมหานคร โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ เพื่อสร้างสัมพันธภาพ อันจะช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลจากเอกสาร

โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยโดยศึกษาแนวคิด และทฤษฎีรวมทั้งผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการประกอบทางการวิจัย

2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

เมื่อผู้วิจัยสร้างแนวคำถามเสร็จสิ้นตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์การวิจัย และขอความยินยอมในการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้เป็นประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) โดยเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า

เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด (สุภางค์ จันทวานิช, 2556)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นเทคนิคการวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูล โดยมุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุปและการตีความเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูล ผู้ให้ข้อมูล ผู้เก็บข้อมูล บริบทในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทางธุรกิจและผลกระทบที่เกิดจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร

สภาพปัญหาทางธุรกิจและผลกระทบที่เกิดจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตร พบว่า การค้าขายแบบปลีกเป็นการค้าในแบบที่ง่ายและรวดเร็วในการทำธุรกิจ และการลงทุนในช่วงแรกไม่สูงมาก โดยร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบร้านค้าปลีก เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูงมากและเป็นการเริ่มต้นธุรกิจที่ง่าย สามารถขายได้และทำกำไรได้ดี การเริ่มต้นจะเริ่มจากการเปิดร้านเล็ก ๆ และขยายเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ ตามลำดับ เช่น การลงสินค้าเพิ่มมากขึ้น การขยายพื้นที่ และไปจนถึงการขายสาขาสู่การสร้างตลาดและสร้างยอดขายให้ดีและมั่นคงต่อไป

สรุปผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในกรุงเทพมหานคร ภายใต้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

รายได้และยอดขายของร้านพบว่า จากสถานะเศรษฐกิจทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จึงต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการดำเนินกิจการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีแนวโน้มของยอดขายในปัจจุบันถือว่าอยู่ในเกณฑ์ไม่ค่อยมีความเติบโตมากเท่าไร ถึงแม้ในเกณฑ์ที่ยอดขายค่อนข้างตกลง อาจจะเป็นเนื่องมาจากการขายอาจจะมีความล่าช้าและลูกค้าได้เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อ

จากการซื้อผ่านหน้าร้านก็ไปซื้อผ่านออนไลน์มากขึ้น หากในอนาคตมีการพัฒนาด้านการขายสินค้า เช่น การขายผ่านทางออนไลน์ หรือ การจัดร้านใหม่ อาจจะช่วยให้อยอดขายเพิ่มขึ้นได้ภายในอนาคต

ในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นส่วนใหญ่และสนับสนุนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก และยังช่วยให้ผู้คนสนใจหันมาปลูกต้นไม้มากขึ้น โดยมีการปรับตัวเพิ่มมากขึ้น โดยการคัดเลือกสินค้าที่มีความเป็นธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด พร้อมทั้งพัฒนาเรียนรู้ในเรื่องของการอนุรักษ์เพื่อให้เข้าใจได้อย่างชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าในช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคศึกษาและเข้าใจถึงการปรับเปลี่ยน และเห็นถึงข้อดี ข้อเสียของผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง มีการทำการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้สร้างความเข้าใจจากข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอ

ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนมุมมองทัศนคติใหม่ เพื่อให้สังคมอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน และพร้อมเปลี่ยนแปลงในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยจะปรับเปลี่ยนการนำเข้าสินค้า และเลือก และเพิ่มเติมข้อมูลให้ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ปัญหาและอุปสรรค	ผลกระทบและการปรับตัว
ปัญหาและอุปสรรคด้านขนาดร้าน	ระยะเวลา 25 ปี จึงทำให้สามารถขยายขนาดร้านได้มากขึ้น ทำให้อยอดขายเพิ่มมากขึ้น
ปัญหาและอุปสรรคด้านการเลือกทำเลในการเลือกพื้นที่ทางการตั้งร้านค้า	การเลือกทำเล ส่วนใหญ่จะเลือกอยู่ติดริมถนน มีตลาดที่จำหน่ายอุปกรณ์การเกษตรอยู่แล้ว ทำให้ลูกค้ารู้แหล่งรู้ตลาดและขายสินค้าได้ง่ายขึ้น
ปัญหาและอุปสรรคด้านการเลือกคัดสรรสินค้าเพื่อนำเข้ามาจำหน่ายในร้าน	เลือกผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แต่จำเป็นต้องมีปุ๋ยเคมีติดไว้ภายในร้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
ปัญหาและอุปสรรคด้านพนักงาน	ทางร้านจะมีพนักงาน 1 คน และเจ้าของร้านอีก 1 คน ว่างสลับเปลี่ยนกันในช่วงเวลาและไว้ช่วยกันรับลูกค้า เพื่อเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาทางธุรกิจและผลกระทบที่เกิดจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขต กรุงเทพมหานคร

จากสถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตร มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาสนใจและใส่ใจในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มากขึ้นนี้ ทำให้เกิดปัญหาในเรื่องขององค์ความรู้และความไม่เข้าใจในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนและถูกต้อง เนื่องจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบครอบครัว ไม่มีการสร้างระบบเพื่อให้งานทำงานแทนได้ ไม่มีการจัดทำบัญชีของร้าน ไม่มีการควบคุมคลังสินค้าของร้าน และไม่มีการใช้เทคโนโลยี รวมถึงการหาความรู้เพิ่มเติมในธุรกิจ ยังคงใช้รูปแบบกิจการรูปแบบเดิม โดยมีปัจจัยอันเป็นเหตุของความเสียหายที่ไม่สามารถควบคุมได้คือ 1) ปัจจัยภายนอก เนื่องด้วยแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมร้านค้าปลีกสินค้าหมวดทางการเกษตร จนปัจจุบันนี้มีความผันผวนของอุปสงค์ของตลาดสูง รวมถึง

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ พยายามบูรณาการเทคโนโลยีให้เข้ากับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของแต่ละองค์กรอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ พงศ์พิทักษ์ พงศ์สุวรรณ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กรณีศึกษากลยุทธ์การปรับตัวและทิศทางขององค์กรในธุรกิจค้าปลีกสินค้าหมวดสุขภาพในระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า การพัฒนาเทคโนโลยีที่ บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ผ่านการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นออนไลน์ และต้องการความรวดเร็ว มากยิ่งขึ้น โดยการนำซอฟต์แวร์ เช่น Gila software มาพัฒนาช่วยในการจัดการด้านการดำเนินงานในแต่ละฝ่ายงานให้เกิดความสอดคล้องกันในด้านข้อมูลและตัวชี้วัด (Alignment) สามารถรองรับกับแนวทางที่เปลี่ยนแปลงขององค์กรได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรภรณ์ ศรีถาวร (2562) พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์นั้นเกษตรกรรุ่นใหม่ให้ความสำคัญตั้งแต่การเลือกผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยจากสารเคมีทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค กลยุทธ์ด้านราคาแปรผันตามกระบวนการผลิตสินค้าแต่ละชนิด สินค้าที่มีมูลค่าจะมีราคาค่อนข้างสูง แต่ไม่แข่งขันด้านสงครามราคา ระหว่างผู้ผลิตด้วยกันเอง เป็นการเน้นการอยู่กลุ่มสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้และช่วยเหลือกันมาก ส่วนกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดเกษตรกรรุ่นใหม่วิเคราะห์จากพฤติกรรมลูกค้าซึ่งชอบการแถมสินค้ามากกว่าส่วนลดราคา ถึงอย่างไรก็ตามด้านการสื่อสารการตลาดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับเกษตรกรรุ่นใหม่ยุคดิจิทัลเป็นอย่างมาก การสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เป็นรู้จักในวงกว้าง แม้มันไม่ได้สร้างยอดขายมากนัก แต่เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนจดจำแบรนด์สินค้าเกษตรกรได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กส่วนตัวมักได้ผลรับที่ดีกว่าเฟซบุ๊กเพจ ส่วนการซื้อโฆษณาบนออนไลน์ยังพบเป็นส่วนน้อยมาก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการปรับตัวทางธุรกิจของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในกรุงเทพมหานคร ภายใต้กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การปรับตัวทางธุรกิจในการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถทำได้โดยการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การใช้เซนเซอร์และระบบอัตโนมัติที่ช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และประหยัดพลังงาน การส่งเสริมการใช้วัสดุที่รักษาสิ่งแวดล้อมและมีระบบรีไซเคิล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มความตั้งใจในการศึกษาและการอบรมเพื่อเพิ่มความเข้าใจในกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในองค์กรและลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ สุนิรัตน์ ปันตรงค์(2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคนดีและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ทักษะคนดีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้านความรู้ความเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่าความห่วงใยในปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อชีวิตของมนุษย์มีความเป็นห่วงประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยและคิดว่าจะทำอย่างไรให้สิ่งแวดล้อมในประเทศไทยมีคุณภาพที่ดีขึ้น ในด้านความรู้สึกรู้จักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่าทุกคนควรรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมเนื่องจากมนุษย์เป็นต้นเหตุของสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายและรู้สึกโกรธเมื่อทราบว่ามนุษย์เป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อม และด้านความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมากโดยเมื่อต้องเลือกระหว่างสองผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันกลุ่มตัวอย่างจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายกับสิ่งแวดล้อมที่สุดและจะคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมขณะซื้อสินค้าทั้งยังหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่อาจเป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อมอีกด้วย ทำให้ธุรกิจธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรจะต้องมีการปรับตัวให้มีความรู้และความเข้าใจให้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม และสอดคล้องกับ นิสชา เอี่ยมชะโอด (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค Generation Y ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพบว่า ผู้บริโภค Generation Y มีทัศนคติว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อมจะปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมด้วย เนื่องจากไม่มีสารตกค้างไป

ทำลายสิ่งแวดล้อมและยังให้ความสำคัญกับภาระการรับชากคืนสำหรับผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุหรือไม่ได้ใช้งานแล้ว และด้านความปลอดภัยต่อคน ผู้บริโภค Generation Y มีความรู้สึกลดลงเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ย่อยสลายได้ มีกระบวนการผลิตรวมถึงส่วนประกอบที่ไม่ใช้สารเคมีหรือใช้น้อยกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการธุรกิจจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตร ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย มีการวางแผนการกำหนดปริมาณสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์ตามต่าง ๆ จัดลด แลก แจก แถม ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ และควรให้ความสำคัญกับการปรับภูมิทัศน์ทั้งภายนอก และภายในร้านให้สะอาด สะดวกต่อการซื้อสินค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ควรมีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ โดยควรมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตร และผู้คาสง เพื่อช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เป็นระบบ ลดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินการ และให้มีระบบการฝึกอบรมผู้ประกอบการใหม่มีความสามารถในการประกอบกิจการที่สูงขึ้น และกำหนดนโยบายที่ชัดเจน รวมถึงการเข้าถึงของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายของประเทศไทย เพื่อให้ธุรกิจจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรสามารถดำรงอยู่ได้

3. หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ควรจัดบริการทางวิชาการหรือการสนับสนุนเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบแนวทางการปรับตัวในสถานการณ์ปัจจุบัน และพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ พร้อมทั้งแนะนำเทคนิคการค้าแบบสมัยใหม่ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการร้าน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยเป็นการวิจัยแนวทางการปรับตัวทางธุรกิจจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตร ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น การวิจัยในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึง ทัศนคติ และความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาทางการเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

2. ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศโดยเฉพาะในต่างจังหวัด เพื่อหาข้อสรุปที่มีความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น

References

กองนโยบายและแผนงาน. (2564). สถิติข้อมูลการค้าส่งในเขตกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2563. กรุงเทพฯ :

สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง.

จิตรภรณ์ ศรีภาพร. (2562). การประยุกต์ใช้แนวทางในพระราชดำริเกี่ยวกับ "เกษตรทฤษฎีใหม่"

ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาไร่รื่นรมย์. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ทัศนีย์ ทองสว่าง. (2523). การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

นิรชา เอี่ยมชะโอด. (2563). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค Generation Y ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่

เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยมหิดล.

พงษ์ศักดิ์ อังกลสิทธิ์. (2556). **แนวทางการส่งเสริมการตลาดต้นทุนการผลิตข้าวของเกษตรกรใน**

จังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

พงศ์พิทักษ์ พงศ์สุวรรณ. (2565). **กรณีศึกษากลยุทธ์การปรับตัวและทิศทางขององค์กรในธุรกิจค้าปลีก**

สินค้าหมวดสุขภาพในระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด-19. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาระดับบัณฑิต

มหาวิทยาลัยมหิดล

สุนิรัตน์ ปิ่นตรงค์. (2563). **ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคใน**

ประเทศไทย. ปริญญาการศึกษาระดับบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุธรรม อารีกุล. (2561). **การลดใช้สารปราบศัตรูพืชเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.**

ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.mnre.go.th/reo13/th/news/detail/9558>

สุภางค์ จันทวานิช. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2551). **มัดใจ Gen Y ด้วยดีไซน์ โดเนๆ.** สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2566, จาก

[http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategybrand-marketing/gen-](http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategybrand-marketing/gen-y/www.paiduaykan.com/travel/ชุมชนพระบาทห้วยต้ม)

www.paiduaykan.com/travel/ชุมชนพระบาทห้วยต้ม

SET ศูนย์พัฒนาเพื่อความยั่งยืน. **ความรับผิดชอบต่อธุรกิจในมิติสิ่งแวดล้อม.** สืบค้นจาก

<https://setsustainability.com/page/environment>.

Gifford, John C. (1945). **Living by the Land.** Coral Gables, Florida: Glade House