

บทคัดย่อ

เรื่อง : กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ
ไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : ชยาภรณ์ ภักดีไทย

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย อันพิมพ์

คำสำคัญ : การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน, ส่วนประสมทางการตลาด,
ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะของสถานประกอบการของผู้ประกอบการ
ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี (2) เปรียบเทียบความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของ
ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ จำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ และ (3) ศึกษา
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและกลยุทธ์รายได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของ
การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือ
ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 157 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ
ข้อมูล คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test)
และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า (1) ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ มีรายได้จากการดำเนินธุรกิจ
25,000-40,000 บาทต่อเดือน เป็นรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 10 คน
มีมูลค่าทรัพย์สินของธุรกิจต่ำกว่า 200,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี
(2) ระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84
โดยมีด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านส่งเสริมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนระดับ
ความคิดเห็นของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93
โดยมีด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีเฉลี่ยมากที่สุด และด้านการสร้างความแตกต่างให้สินค้ามีค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุด (3) ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.04 โดยด้านกระบวนการภายในมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผลการ
ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการ ประกอบด้วย รายได้จากการดำเนินธุรกิจ
มูลค่าทรัพย์สิน และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนิน
ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในส่วนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ ยังพบว่า กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี