

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามงานวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	12
2.2 แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ	16
2.3 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	18
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน	20
2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับ	25
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการ	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	36
3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	37
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	39
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	45
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	49
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในธุรกิจ	54
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	59
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	72
5.2 การอภิปรายผลการศึกษา	76
5.3 ข้อเสนอแนะ	80
เอกสารอ้างอิง	84
ภาคผนวก	
ก ค่าความตรงเชิงเนื้อหา	93
ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	103
ประวัติผู้วิจัย	112

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	มูลค่าการส่งออกและนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับ ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม ปี 2562-2563
2.1	สรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3.1	การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test)
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้จากการดำเนินธุรกิจ
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าทรัพย์สินของธุรกิจ
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม
4.7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
4.8	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา
4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4.10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด
4.11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวม
4.12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่างให้สินค้า
4.13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน
4.14	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน
4.15	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวม
4.16	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน
4.17	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านลูกค้า

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการภายใน	57
4.19	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเรียนรู้ และพัฒนา	58
4.20	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้จากการดำเนินธุรกิจกับความสำเร็จ ของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี	60
4.21	ผลทดสอบค่าความแปรปรวนของความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับใน จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามรายได้จากการดำเนินธุรกิจ	60
4.22	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้จาก การดำเนินธุรกิจกับความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับใน จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน	61
4.23	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมูลค่าทรัพย์สินกับความสำเร็จของ การดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี	62
4.24	ผลทดสอบค่าความแปรปรวนของความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับใน จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามมูลค่าทรัพย์สิน	63
4.25	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมูลค่าทรัพย์สินกับ ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน	63
4.26	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับความสำเร็จ ของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี	64
4.27	ผลทดสอบค่าความแปรปรวนของความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับ ในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	65
4.28	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจกับความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับใน จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน	68
4.29	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี	67
4.30	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันและ ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ	69

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ข้อมูลนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการธุรกิจร้านขายปลีกต้นไม้ ดอกไม้และอุปกรณ์	4
1.2	กรอบแนวคิดการวิจัย	8
5.1	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการ	76

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี