

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ไม้ดอกไม้ประดับ (Ornamental flower) หมายถึง ไม้ดอกที่นำมาใช้ในการประดับตกแต่งสวนหรือสถานที่ต่าง ๆ (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 30, 2565: เว็บไซต์) ปัจจุบัน ไม้ดอกไม้ประดับมีความจำเป็นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์มากขึ้น ทั้งนี้ เพราะมนุษย์มิใช่มีความต้องการเฉพาะปัจจัยสี่เท่านั้นแต่ยังต้องการจัดสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัยให้เกิดความร่มรื่น สวยงามน่าอยู่อีกด้วย เช่น มีการจัดสวน ตกแต่งอาคาร สถานที่ บ้านพักอาศัย อาคารสำนักงาน โรงเรียน และสถานที่ต่าง ๆ ให้เกิดความสวยงาม ตลอดจนการใช้ไม้ดอกไม้ประดับในการจัดตกแต่งประดับจานอาหาร โต๊ะอาหารในภัตตาคาร หรืองานเลี้ยงต่าง ๆ เป็นต้น

ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจหลักของประเทศไทยที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรในด้านการเพิ่มมูลค่าการผลิต นับตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่าเพิ่มขึ้น รวมถึงสามารถก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ การขยายตัวของการลงทุน และการพัฒนาในแต่ละภูมิภาคของภาคการเกษตร ในปัจจุบันได้เกิดเหตุการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา หรือโควิด 19 ทำให้ทุกคนจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงการเข้าสังคม และลดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ซึ่งเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรค ทำให้ “บ้าน” กลายเป็นสถานที่ที่ทุกคนต้องอยู่ ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ การหากิจกรรมยามว่างที่สามารถทำได้ที่บ้าน จึงเป็นคำนิยมที่ทำให้เกิดความสนใจ หนึ่งในนั้นคือการ “ปลูกต้นไม้” ในบ้านเพื่อเป็นกิจกรรมยามว่างคลายเหงา ทำเพื่อความอยู่รอดเป็นรายได้เสริม หรือพัฒนาเป็นรายได้หลัก ไปจนถึงการปลูกเพื่อบ่งบอกไลฟ์สไตล์ของตัวเอง แต่ไม่ว่าจะปลูกด้วยสาเหตุอะไร พฤติกรรมเหล่านี้ทำให้ “ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ” เติบโตขึ้นสวนกับกระแสวิกฤตอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน ปัจจุบันประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญประเทศหนึ่งของโลก เนื่องจากข้อได้เปรียบทางสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

ประกอบกับข้อมูลและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการผลิต การปรับปรุงพันธุ์และการดูแลรักษาคุณภาพภายหลังการเก็บเกี่ยว ไม้ดอกเศรษฐกิจที่สำคัญของคนไทยได้แก่ กล้วยไม้ โดยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลกมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และทำรายได้เข้าประเทศมากกว่าสองพันล้านบาทต่อปี สำหรับไม้ดอกเศรษฐกิจที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ปทุมมาหรือสยามทิวลิป (สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร, 2565: เว็บไซต์) จากสถิติการส่งออกและ

นำเข้าไม้ดอกไม้ประดับระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม 2563 และปี 2562 การส่งออกไม้ดอกไม้ประดับในภาพรวมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 333.38 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.83 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปี 2562 เกิดจากกุหลาบตัดดอกไม้ประดับ ไม้ใบ กิ่งไม้ และเมล็ดดอกไม้ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 3.80 173.99 91.17 และ 64.91 ล้านบาท ตามลำดับ ขณะที่กิ่งชำกุหลาบมีมูลค่าการส่งออกลดเหลือเพียง 0.02 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 65.94 แสดงดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกและนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับ ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม ปี 2562-2563

ไม้ดอกไม้ประดับ	ส่งออก (ล้านบาท)			นำเข้า (ล้านบาท)		
	ปี 2563	ปี 2562	ผลต่าง (%)	ปี 2563	ปี 2562	ผลต่าง (%)
ไม้ตัดดอก						
- คาร์เนชั่น	0.00	0.07	*	31.65	28.07	12.75
- เบญจมาศ	0.21	0.21	*	101.17	80.70	25.37
- ลิลลี่	0.00	0.00	*	33.49	35.48	-5.59
- กุหลาบ	3.80	1.53	*	37.22	31.98	16.37
กิ่งชำกุหลาบ	0.02	0.05	-65.94	0.08	0.29	-71.10
ไม้ประดับ	173.99	139.04	25.13	147.37	53.67	*
ไม้ใบ/กิ่งไม้ และอื่น ๆ	91.17	83.13	9.67	6.56	5.68	15.37
เมล็ดไม้ดอกไม้	64.91	44.61	45.49	8.25	3.26	153.44
หัวปทุมมา						
- ไม้งอก	0.00	22.12	*	0.00	0.00	*
- งอกหรือมีดอก	0.00	0.00	*	0.00	0.00	*
รวม	333.88	290.77	14.83	372.35	244.81	52.10

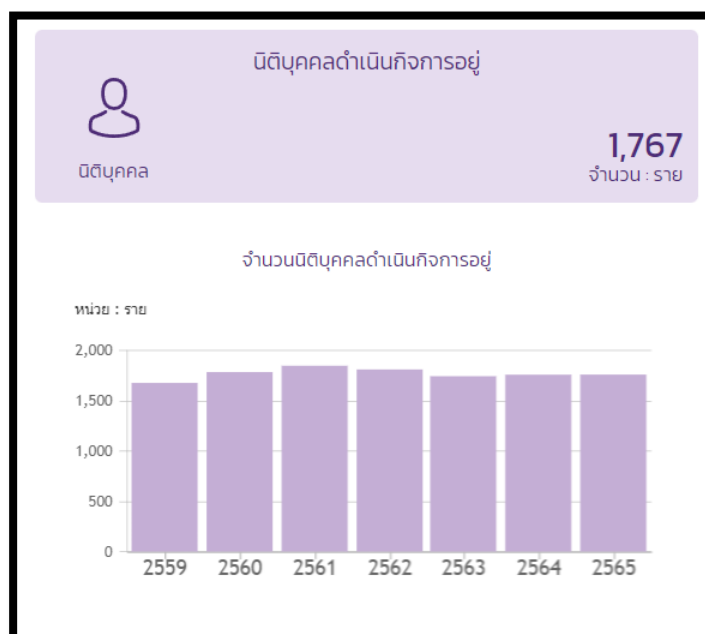
หมายเหตุ: *ไม่มี หรือมีการส่งออก/นำเข้าเล็กน้อย จึงไม่นำมาเปรียบเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์

ที่มา: สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร (2565: เว็บไซต์)

จากตารางที่ 1.1 พบว่า การนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นส่วนใหญ่เป็นไม้ตัดดอกไม้ประดับ เมล็ดไม้ดอกไม้ และไม้ใบ กิ่งไม้ และอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม้ดอกไม้ประดับมีการนำเข้ามากถึง 147.37 ล้านบาท ซึ่งมากเกือบครึ่งหนึ่งของมูลค่าของการนำเข้าไม้ดอกไม้ประดับที่มีมูลค่า

372.35 ล้านบาท ส่วนที่เหลือมีการนำเข้ามาได้แก่ ไม้ตัดดอก เนื่องจากตลาดมีความต้องการดอกไม้ที่มีคุณภาพสูง แต่ภายในประเทศผลิตได้ไม่เพียงพอและมีคุณภาพต่ำกว่าและเมล็ดพันธุ์ มูลค่านำเข้า 6.56 และ 8.25 ล้านบาท ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.37 และ 153.44)

จากการสำรวจของสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต (มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2565: เว็บไซต์) ได้สำรวจกิจกรรมที่ประชาชนนิยมทำช่วงอยู่บ้านจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,242 คน ระหว่างวันที่ 5-8 พฤษภาคม 2563 พบว่าการปลูกต้นไม้เป็นกิจกรรมที่คนนิยมเป็นอันดับต้น ๆ โดยมีผู้นิยมถึงร้อยละ 62.98 รองลงมาจากการเล่นโซเชียลมีเดีย การนอนพักผ่อน และการทำงานที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับจุลทรรศน์ จุลศรีไกรวัล (2554) กล่าวว่า ประชาชนที่อาศัยในสังคมสวนผูกพันอยู่กับธรรมชาติตั้งแต่เกิด โดยเริ่มตั้งแต่การเติบโตมาก็พบกับบริเวณบ้านที่เป็นสีเขียว เมื่อได้เข้าทำงานบรรยากาศในบริเวณที่ทำงานก็จะพบว่ามีกระถางประดับประดาดอกไม้ในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความร่มรื่นและสบายตา รวมทั้งที่อยู่อาศัยของประชาชนไม่ว่าจะเป็นบ้าน คอนโด ที่ทำงาน รวมไปถึงสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และสวนสาธารณะโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้วความเย็น อ่อนไหว และมีความแข็งแรงต่าง ต้นไม้และดอกไม้จึงเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้มนุษย์อยู่โลกนี้ได้อย่างมีความสุข ไม้ดอกไม้ประดับนั้นในการเลือกนำมาตกแต่งจะเน้นในเรื่องของความสวยงามเป็นหลักเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้พบเห็นหรือแขกที่มาเยี่ยมชม ส่วนวิธีการอย่างไรให้สวยงามนั้นก็แล้วแต่เทคนิคและวิธีการของแต่ละคนบางคนอาจใช้จินตนาการเข้ามาช่วยในการตกแต่งถ้าหากต้นไม้ที่นำมาตกแต่งนั้นสามารถออกดอกและมีกลิ่นหอมด้วยก็จะเป็นการดีทำให้มีความสวยงามและมีกลิ่นหอมทำให้มีความสดชื่นแก่คนที่ผ่านไปมา และจาก การรายงานของกรมธุรกิจการค้า (DBD) ในปี 2565 ระบุว่าประเภทธุรกิจร้านขายปลีกต้นไม้ ดอกไม้และอุปกรณ์ มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและดำเนินกิจการอยู่ทั่วประเทศไทย จำนวน 1,767 ราย มีรายได้รวมในปี 2564 คิดเป็นมูลค่า 60,148.71 ล้านบาท โดยแบ่งอยู่ในภาคกลาง 392 ราย ภาคตะวันตก 88 ราย ภาคตะวันออก 90 ราย ภาคเหนือ 309 ราย ภาคใต้ 130 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 276 ราย และกรุงเทพมหานคร 482 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2565: เว็บไซต์) ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ข้อมูลนิติบุคคลที่ดำเนินการธุรกิจร้านขายปลีกร้านไม้ ดอกไม้และอุปกรณ์
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2565)

จากภาพที่ 1.1 จะพบว่า ธุรกิจประเภทร้านขายปลีกร้านไม้ ต้นไม้และอุปกรณ์ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559-2562 และจะลดลงในปี 2563 เนื่องด้วยการเกิดโรคระบาดไวรัสโควิด-19 และมีการประกาศล็อกดาวน์ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าที่จะลงทุนเพิ่ม และจากข้อมูลยังพบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจดทะเบียนนิติบุคคลธุรกิจร้านขายปลีกร้านไม้ ดอกไม้และอุปกรณ์เป็นอันดับ 5 ของประเทศ โดยมีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลสูงสุด 5 อันดับในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดศรีสะเกษ ตามลำดับ อีกทั้งจังหวัดที่มีเกษตรมากที่สุด คือ จังหวัดอุบลราชธานี มีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลธุรกิจประเภทร้านขายปลีกร้านไม้ ต้นไม้และอุปกรณ์ทั้งหมด 15 ราย และมีเกษตรกรที่จดทะเบียนขึ้นเป็นเกษตรกรทั้งหมด 324,801 ราย ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีผู้ประกอบการในธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมากที่สุดในประเทศ โดยในปี 2561-2564 ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจประเภทร้านขายปลีกร้านไม้ ต้นไม้และอุปกรณ์ มีกำไรต่อเนื่องติดต่อกัน 3 ปี จำนวน 7 ราย มีกำไรและขาดทุนใน 3 ปี จำนวน 1 ราย และขาดทุนต่อเนื่องติดต่อกัน 3 ปี จำนวน 1 ราย จะเห็นได้ว่ามีผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 50 ของผู้ประกอบการทั้งหมดในจังหวัดอุบลราชธานี แม้จะเกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 แต่ยังสามารถสร้างรายได้มากถึง 1,001.86 ล้านบาทต่อปี และมีกำไรสุทธิ 5.84 ล้านบาทต่อปี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2565: เว็บไซต์) จะเห็นได้ว่าธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ สร้างงานและ

สร้างรายได้จำนวนมาก-สภาพการแข่งขันในปัจจุบัน ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับยังมีศักยภาพที่จะสร้างโอกาสทางการแข่งขัน เนื่องจากมีความคล่องตัว สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับรูปแบบองค์กรสมัยใหม่ที่มีการบริหารองค์กรแบบแนวราบ ซึ่งมีสายงานบังคับบัญชาน้อย ทำให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ สามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงพนักงานสามารถทำงานได้หลายหน้าที่ มีความสามารถ และความเชี่ยวชาญด้านทักษะ และการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดกลุ่มเฉพาะ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ยังจำกัดในวงแคบ เนื่องจากข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน เช่น เงินลงทุนที่สูง และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับจึงไม่กล้าเข้ามาลงทุนมากนัก รวมถึงการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาคการเกษตร ภาคการศึกษา และภาครัฐไม่ต่อเนื่อง และขาดการเข้าถึงตลาดเชิงลึก การตระหนักถึงแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลให้ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของไทยยังคงเน้นส่งออกเป็นขั้นพื้นฐาน โดยไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเป็นหลัก ผู้ประกอบการมองว่าเป็นการเสี่ยงต่อการลงทุน รวมถึงถูกมองว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนทางธุรกิจมากกว่าเป็นการลงทุน จนทำให้ความสามารถในการแข่งขันชิงธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับลดลง การที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้นั้น ควรมีศักยภาพทางการตลาด การพัฒนาคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยงที่จะลงทุน การพัฒนาศักยภาพพนักงานในองค์กร และความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อหากลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความเหมาะสมของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี อันจะนำไปสู่การปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี มีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาลักษณะของสถานประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ

1.3.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ลักษณะของสถานประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

1.4.2 กลยุทธ์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สืบค้นเนื้อหาต่าง ๆ ประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับ กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แนวคิด ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด Balance Scorecard และแนวคิดเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.5.2.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 256 คน (สำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี, 2565: เว็บไซต์)

1.5.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 157 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (ผ่องศรี วาณิชยคุภวงศ์, 2546; อ้างอิงจาก Yamane, 1967) จากจำนวนประชากรทั้งหมด 256 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์

1.5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.5.3.1 ตัวแปรอิสระ

- 1) ลักษณะของสถานประกอบการ ได้แก่

- 1.1) รายได้จากการดำเนินธุรกิจ
- 1.2) รูปแบบธุรกิจ
- 1.3) จำนวนพนักงาน
- 1.4) มูลค่าสินทรัพย์
- 1.5) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 1.6) การได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ
- 2) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
 - 2.1) ผลิตภัณฑ์
 - 2.2) ราคา
 - 2.3) ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 2.4) การส่งเสริมการตลาด
- 3) กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน
 - 3.1) การสร้างความแตกต่างให้สินค้า
 - 3.2) ผู้นำด้านต้นทุน
 - 3.3) การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

1.5.3.2 ตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย

- 1) ด้านการเงิน
- 2) ด้านลูกค้า
- 3) ด้านกระบวนการภายใน
- 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ มีกำหนดเวลาวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน 2565 ถึง เดือนมิถุนายน 2566

1.5.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยพิจารณาจากลักษณะของสถานประกอบการ แนวคิด ทฤษฎีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ (Kotler and Keller, 2016) และกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของ (Porter, 1985) และแนวคิด ดำเนินงานตามแนวคิด Balance scorecard (Kaplan and Norton, 1996) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดองไม้ประดับของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดองไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีโดยดำเนินงานตามแนวคิด Balance scorecard ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถใช้ผลการศึกษานี้เป็นข้อมูลในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

1.6.2 ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถใช้ผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อประกอบการลงทุนทำธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ไม้ดอกไม้ประดับ หมายถึงพรรณไม้ที่มีความสวยงามทั้งใบ ดอก ผล เมล็ด ราก ตลอดจนรูปทรงของลำต้น ซึ่งนำมาใช้ประโยชน์ในการตกแต่งสถานที่ให้เกิดความสวยงาม ได้แก่ ไม้ดอก ไม้ใบ พืชผัก พืชไร่ ไม้ผล และไม้ยืนต้น เป็นต้น

1.7.2 ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ หมายถึง การดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี อันได้แก่การจำหน่าย ไม้ดอกที่เป็นไม้ล้มลุก ไม้ดอกที่เป็นไม้พุ่ม ไม้ดอกที่เป็นไม้ต้นหรือไม้ใหญ่ยืนต้น ไม้ดอกที่เป็นไม้เถา หรือไม้เลื้อย ไม้ตัดดอก ไม้กระถาง ไม้ประดับแปลง และอุปกรณ์ในการตกแต่งสวน ของผู้ประกอบการ

1.7.3 ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง การที่ร้านขายไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสร้างธุรกิจของตนให้เกิดคุณค่าได้มากกว่าคู่แข่ง โดยวัดจากการดำเนินธุรกิจให้ได้อย่างรวดเร็วและกำไรสูงกว่า หรือมีต้นทุนที่ต่ำกว่า หรือมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากกว่าร้านขายไม้ดอกไม้ประดับอื่น ๆ และองค์กรอื่น ๆ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือทำได้ยาก

1.7.4 ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ หมายถึง เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ที่ดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ

1.7.5 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

1.7.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ไม้ดอกไม้ประดับและอุปกรณ์ตกแต่งสวน ที่นำเสนอต่อลูกค้าโดยมีความหลากหลาย มีคุณภาพ มีความสวยงาม สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

1.7.5.2 ด้านราคา หมายถึง ราคาที่สร้างคุณค่าให้กับไม้ดอกไม้ประดับและอุปกรณ์ตกแต่งสวน โดยอยู่ในรูปแบบของจำนวนเงิน

1.7.5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าหรือการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ลูกค้าในตลาด

1.7.5.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ถึงลักษณะของสินค้า และสร้างทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า โดยมีเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ การบริการหลังการขาย การโฆษณา การขายผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น

1.7.6 ลักษณะของสถานประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติของธุรกิจที่ดำเนินการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้อยู่ในรูปของสินค้าหรือบริการ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบด้วย

1.7.6.1 รายได้จากการดำเนินธุรกิจ หมายถึง รายได้ต่อเดือนจากการประกอบธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

1.7.6.2 รูปแบบธุรกิจ หมายถึง การดำเนินการประกอบธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี มี 2 รูปแบบ คือ แบบกิจการเจ้าของคนเดียว และแบบห้างหุ้นส่วน

1.7.6.3 จำนวนพนักงาน หมายถึง จำนวนแรงงาน หรือคนทำงานที่ปฏิบัติงานของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

1.7.6.4 มูลค่าทรัพย์สิน หมายถึง เงินลงทุน รายได้ และสถานที่ ของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีที่นำมาลงทุน

1.7.6.5 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ หมายถึง ระยะเวลาในการดำเนินการของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในจังหวัดอุบลราชธานี นับตั้งแต่วันเปิดกิจการ

1.7.6.6 การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ หมายถึง การที่ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานีได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการผลิต และด้านอื่น ๆ

1.7.7 กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรจากการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ ไปใช้เพื่อเพิ่มคุณค่าในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ได้ผลตอบรับที่ดีกว่าองค์กรอื่น สามารถทำให้ผลประกอบการได้สูงกว่า จนทำให้เกิดคุณค่าทางการแข่งขัน โดยได้ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย

1.7.7.1 การสร้างความแตกต่างให้สินค้า หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี จะต้องสร้างความแตกต่างให้เหนือคู่แข่ง โดยการสร้างเทคนิคความแตกต่างให้กับสินค้า เช่น ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ บริการที่แตกต่าง การกระจายช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพลักษณ์ของธุรกิจที่จะทำให้ลูกค้าจดจำ และราคาที่ถูกและมีคุณภาพ

1.7.7.2 ผู้นำด้านต้นทุน หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ผลิตไม้ดอกไม้ประดับที่ได้มาตรฐานระดับสูง และต้องทำให้ต้นทุนต่ำลงเพื่อราคาที่ถูกลง และเพื่อให้ธุรกิจของตัวเองเป็นผู้นำในตลาดเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

1.7.7.3 การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ต้องหลีกเลี่ยงการปะทะกับผู้นำตลาด โดยต้องมุ่งเน้นไปในตลาดที่เฉพาะเจาะจง โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพกับกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริง

1.7.8 ความสำเร็จในธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการ ในจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ให้มีประสิทธิภาพ

เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

1.7.8.1 ด้านการเงิน หมายถึง การเพิ่มรายได้ การลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต การใช้ประโยชน์ทรัพย์สิน และการลดความเสี่ยง

1.7.8.2 ด้านลูกค้า หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้า กำไรจากลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ ภาพลักษณ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์กับลูกค้า และคุณภาพการบริการลูกค้า

1.7.8.3 ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง รายได้ของพนักงาน เวลาในการปฏิบัติงาน คุณภาพการผลิตและบริการ ซึ่งเป็นการวัดความสมบูรณ์ของกระบวนการทำงานภายในองค์กร เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าขององค์กร

1.7.8.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา หมายถึง ความสามารถของพนักงาน ความสามารถของระบบข้อมูลข่าวสาร และบรรยากาศที่เอื้ออำนวยในการทำงาน