

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 157 คน ผู้ศึกษาได้สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.1.1.1 ข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ และมีรายได้จากงานดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 25,001-40,000 บาทต่อเดือน เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีพนักงานต่ำกว่า 10 คน มูลค่าทรัพย์สินต่ำกว่า 200,000 บาท ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป และไม่เคยได้รับการสนับสนุน ส่งเสริมจากภาครัฐ

5.1.1.2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้านตามกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้ ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องมีพันธุ์ไม้ให้เลือกอย่างหลากหลายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.43, SD = 0.82) รองลงมาคือเรื่องพันธุ์ไม้มีความสมบูรณ์ ใบสด ไม่เป็นโรค มีค่าเฉลี่ย (Mean = 4.41, SD = 0.69) และเรื่องสามารถจัดหาพันธุ์ไม้ตามความต้องการหรือคำสั่งซื้อของลูกค้าได้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.92, SD = 0.67)

2) ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องการตั้งราคาจากตัวสินค้า เช่น ความสูง รูปทรง ขนาด ความยากง่ายในการหาพันธุ์ไม้ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.22, SD = 0.80) รองลงมาคือเรื่องมีการตั้งราคาขายตามที่ผู้ขายรับภาระจากการขนส่งสินค้ามีค่าเฉลี่ย (Mean = 3.88, SD = 0.56) และเรื่องการตั้งราคาที่สูงสำหรับต้นไม้ที่เป็นกระแสนิยม หรือร้านคู่แข่งอื่นไม่มีมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด (Mean = 3.48, SD = 0.97)

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดต้นไม้แบ่งแยกประเภทอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ค้นหาได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.04, SD = 1.10) รองลงมาคือเรื่อง ร้านมีการตกแต่งให้สวยงามน่าเข้าชม (Mean = 3.97, SD = 0.96) และเรื่องมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายทางนอกเหนือจากหน้าร้าน เช่น เพจ Facebook และ LINE เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด (Mean = 3.75, SD = 1.03)

4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เพจ Facebook เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 3.90, SD = 1.18) รองลงมาคือเรื่องมีการติดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ป้ายโปรโมทร้าน ป้ายบอกทางร้าน เป็นต้น (Mean = 3.55, SD = 1.18) และเรื่องร้านมีการออกงานตามเทศกาลต่าง ๆ ของภาครัฐ หรือภาคเอกชนอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.12, SD = 1.20)

5.1.1.3 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน รองลงมาคือ การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และการสร้างความแตกต่างให้สินค้า ตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้านตามกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ดังนี้

1) ด้านการสร้างความแตกต่างให้สินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องการให้บริการหลังการขายที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เพื่อรักษารฐานลูกค้าและสร้างความประทับใจในการซื้อพันธุ์ไม้ในครั้งต่อไปมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.06, SD = 0.74) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักในการขายพันธุ์ไม้และอุปกรณ์ตกแต่งสวนในวงกว้าง (Mean = 3.81, SD = 0.74) และมีพันธุ์ไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านซึ่งหาซื้อได้จากร้านนี้เท่านั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.49, SD = 0.71)

2) ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.14, SD = 0.89) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจรักษาระดับต้นทุนให้เท่าเดิมหรือมีแนวคิดในการลดต้นทุนให้ต่ำลงอยู่เสมอ (Mean = 4.04, SD = 0.65) และธุรกิจมีการจ่ายค่าตอบแทนที่มีความเที่ยงตรง สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่พนักงาน ทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อธุรกิจ

และมีความตั้งใจในการทำงาน ช่วยลดปริมาณการลาออกของพนักงาน และลดต้นทุนในการสรรหาพนักงานใหม่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.92, SD = 0.82)

3) ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจมีการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เพื่อบริหารจัดการคลังสินค้าเฉพาะกลุ่มดังกล่าว ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.10, SD = 0.72) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจมีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ดี และมีประสิทธิภาพ เช่น มีสินค้าตามความต้องการลูกค้า เป็นต้น ธุรกิจมีการนำเสนอสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเจาะจงลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น มีพันธุ์ไม้ที่แตกต่างจากร้านคู่แข่ง โดยที่ร้านคู่แข่งไม่มี เป็นต้น (Mean = 4.04, SD = 0.61) และเรื่องธุรกิจมีฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น กลุ่มลูกค้าวัยทำงาน กลุ่มลูกค้าหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.87, SD = 0.85)

5.1.1.4 ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แต่ละด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเงิน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านลูกค้าตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้านตามความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1) ด้านการเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจมีการแสวงหารายได้จากการพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างจากตลาดทั่วไป หรือสินค้าที่เป็นที่นิยมอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.31, SD = 0.67) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจมีแผนการลดต้นทุนการดำเนินการ เช่น การจัดซื้อสินค้าในแหล่งที่มีราคาถูก เป็นต้น (Mean = 4.29, SD = 0.46) และธุรกิจมีการรับมือในการลดความเสี่ยงในด้านการลาออกของพนักงาน ด้านสินค้าที่มีความเสียหายหรือชำรุด และด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.68, SD = 1.64)

2) ด้านลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจมีการบริการลูกค้าหลังการขายที่ดี เพื่อเพิ่มคุณค่าในการบริการค่ามีเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.10, SD = 0.73) รองลงมาคือธุรกิจมีการอัปเดตข่าวสาร หรือสินค้าที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า (Mean = 3.97, SD = 0.92) และเรื่อง ธุรกิจมีการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาออนไลน์ ในพื้นที่ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.54, SD = 1.21)

3) ด้านกระบวนการภายใน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจมีการปฏิบัติตามมาตรฐานของกฎหมายแรงงาน หรือจ่ายค่าจ้างตามกฎหมายกำหนดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.52, SD = 0.76) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจมีการลดความผิดพลาดของขั้นตอนการทำงาน รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในทุก ๆ ด้านอยู่เสมอ (Mean = 4.48,

SD = 0.75) และเรื่องธุรกิจให้ความสำคัญกับจำนวนสินค้าที่ชำรุดเสียหายที่ลูกค้าพบ เพื่อบ่งบอกประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.79, SD = 1.02)

4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจมีการสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน เพื่อให้พนักงานไม่รู้สึกเบื่อหน่าย เช่น จัดพื้นที่ให้ผ่อนคลายในเวลารว่าง เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.25, SD = 0.75) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจสนับสนุนให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนเองในการทำงานอย่างเต็มที่ และทำให้พนักงานเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน และลดปริมาณการลาออกของพนักงาน (Mean = 4.10, SD = 0.77) และเรื่องธุรกิจจัดให้มีการอบรมด้านสารสนเทศ และให้ความรู้เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานให้กับพนักงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (Mean = 3.93, SD = 0.96)

5.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 รูปแบบธุรกิจทำให้ธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน พบว่า รายได้จากการดำเนินธุรกิจ มูลค่าทรัพย์สิน และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนรูปแบบธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.1.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับ พบว่า

1) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 21 ในขณะที่ด้านราคาและด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี

2) กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านการสร้างแตกต่าง และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ร้อยละ 34 สำหรับด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดอกรับในระดับจังหวัดอุบลราชธานี

5.1.3 กลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

จากการศึกษากลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย ปัจจัยลักษณะของสถานประกอบการ ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งแต่ละปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถเขียนเป็นรูปแบบ (Model) ได้ดังนี้



ภาพที่ 5.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับของผู้ประกอบการ

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

5.2.1.1 รายได้จากการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบการมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 25,001-40,000 บาทต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี มากกว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการ

ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 40,001-55,000 บาทต่อเดือน สอดคล้องกับ สุรภา ชิตไธสง และตรีเนตร ต้นตระกูล (2562) ปิยะภรณ์ เทียมจิตร และฉัตรชัย อินทสังข์ (2564) ซึ่งตรงกับสิ่งที่ผู้ศึกษาคาดหวังไว้ เนื่องด้วยปัจจุบันนอกจากการขายสินค้า ผู้ประกอบการยังต้องคำนึงถึงการบริการ และประสบการณ์จากการใช้บริการของลูกค้า เพราะกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการมีรสนิยมและความต้องการแตกต่างกัน ทั้งบรรยากาศภายในร้าน คุณภาพสินค้า สถานที่จอดรถ สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อต้นทุนในการบริการ ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงพยายามเลือกร้านที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าว ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องพยายามจัดหาสิ่งที่ตอบโจทย์ และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เพื่อให้ได้มายังรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นรายได้จากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจึงส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.1.2 รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับในจังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ปิยะวัน เพชรหิมี และคณะ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในภาคเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม อย่างไรก็ตามผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากรูปแบบธุรกิจเป็นเพียงตัวบ่งชี้ว่าเป็นรูปแบบธุรกิจแบบใด ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจมุ่งเน้นการพัฒนาการให้บริการที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ธุรกิจมีรายได้ ดังนั้น รูปแบบธุรกิจที่ไม่แตกต่างกันจึงไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแต่อย่างใด

5.2.1.3 จำนวนพนักงานที่ต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับในจังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากธุรกิจ ไม่ด้อยกว่าระดับเป็นธุรกิจที่ลูกค้าจะต้องเข้ามาเลือกสินค้าด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สินค้าที่ต้องการ จำนวนพนักงานที่มากหรือน้อย ซึ่งแล้วแต่ขนาดธุรกิจ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับ

5.2.1.4 มูลค่าทรัพย์สินที่ต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบการมีมูลค่าสินทรัพย์ตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับในจังหวัดอุบลราชธานี มากกว่าผู้ประกอบการที่มีมูลค่าสินทรัพย์ 210,000-500,000 บาท สอดคล้องกับ ปิยะวัน เพชรหิมี และคณะ (2562); อรการ พุฒิภาสพานิชย์ (2550) ซึ่งตรงกับสิ่งที่ผู้ศึกษาคาดหวังไว้ เนื่องด้วยธุรกิจไม่ด้อยกว่าระดับเป็นธุรกิจที่ต้นทุนต่ำ ใช้งบประมาณในการลงทุนต่ำ บุคคลทั่วไปก็สามารถลงทุนได้ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่มีมูลค่าสินทรัพย์ที่มากกว่าย่อมได้เปรียบด้านการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ บรรยากาศภายในร้าน คุณภาพสินค้า สถานที่จอดรถ

เพื่อให้ได้มายังรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นมูลค่าสินทรัพย์ของผู้ประกอบการจึงส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.1.5 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน กัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบการมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี มากกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 2-3 ปี สอดคล้องกับ นุชนาถ ทับครุฑ และคณะ (2562); โรจลักษณ์ จักรไพวงศ์ และบรรพต วิธรรณ (2563) พิษญา เทียนภู และวัชร เวชประสิทธิ์ (2565) อมรศิริ ดิสสร (2560) สวลี วงศ์ไชยา และพิชญาดา พันผา (2561) ซึ่งตรงกับสิ่งที่ผู้ศึกษาคาดหวังไว้ เนื่องด้วยธุรกิจไม่ดกไม้ประดับยังต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับไม้ดกไม้ประดับ เพื่อรองรับผลกระทบหรือภัยธรรมชาติที่จะเกิดขึ้น การรักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ และการบริการต่าง ๆ ของธุรกิจไม่ดกไม้ประดับ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโต และเพื่อให้ได้มายังรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจึงส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

5.2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สกลศักดิ์ จึงพัฒนา และคณะ (2565); ปิยะวัน เพชรหมี่ และคณะ (2562); บรรจง อินทร์ประสิทธิ์ และคณะ (2564); อติศักดิ์ ทูธรรม และสุพรรณิ จันทะเกิด (2564); พิมพ์กมล แก้วไทรนันท์ และคณะ (2564) กล่าวคือ ธุรกิจไม่ดกไม้ประดับเป็นธุรกิจที่ต้องมีสินค้าได้มาตรฐาน มีสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีสินค้าตามความนิยม รวมไปถึงการบริการหลังการขายที่ดี มีการรับประกันสินค้า ทำให้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี แต่ในทางแปรผกผันกัน ถ้าธุรกิจไม่ดกไม้ประดับมีบริการดังกล่าวมาข้างต้น ก็จะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

5.2.2.2 ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ราคาไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม่ดกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิษญา เทียนภู และวัชร เวชประสิทธิ์ (2565) ณัฐศักดิ์ ฤทธิ์เดช และแสงจิตต์ ไต่แสง (2565) อติศักดิ์ ทูธรรม และสุพรรณิ จันทะเกิด (2564) วณิดา บุญโถม (2562) กล่าวคือ การตั้งราคาให้เท่ากับคู่แข่ง เพื่อสร้างมาตรฐานราคาสินค้าให้อยู่ในราคากลางของตลาด การตั้งราคาขายตามที่ผู้ขายรับภาระจากการขนส่งสินค้า การตั้งราคาดูจากตัวสินค้า เช่น ความสูง รูปทรง ขนาด ความยากง่ายในการหาพันธุ์ไม้ เป็นต้น และการตั้งราคาที่สูงสำหรับต้นไม้ที่เป็นกระแสนิยม หรือร้านคู่แข่งไม่มี อย่างไรก็ตามผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตาม

สมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากความหลากหลายของราคาที่มีให้เลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท และคู่แข่งอื่น ๆ สามารถตั้งราคาได้เช่นกัน ดังนั้น ปัจจัยด้านราคา จึงไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะวัน เพชรหมี่ และคณะ (2562); บรรจง อินทร์ประสิทธิ์ และคณะ (2564); พิมพ์กมล แก้วไทรนันท์ และคณะ (2564) กล่าวคือ ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับเป็นธุรกิจที่ต้องมีบริการจัดส่งถึงที่ มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง มีพื้นที่จอดรถอย่างกว้างขวาง ร้านติดถนน เดินทางสะดวกสบาย และมีการติดป้ายชื่อร้านที่ชัดเจน ทำให้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศักดิ์ ทูธรรม และสุพรรณิ จันทะเกิด (2564); พิษญา เทียนภู และวัชร เวชประสิทธิ์ (2565); ณัฐศักดิ์ ฤทธิ์เดช และแสงจิตต์ ไต้แสง (2565); วรนิดา บุญโสม (2562) กล่าวคือธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ มีการลดราคา หรือมีการจัดของแถมอยู่เสมอ มีการบริการหลังการขาย รับเปลี่ยนสินค้าที่ได้ไม่ตรงตามมาตรฐาน และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการส่งเสริมทางการตลาดคู่แข่งอื่น ๆ สามารถทำได้เช่นกัน ดังนั้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด จึงไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.3 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

5.2.3.1 ด้านการสร้างความแตกต่าง ผลการศึกษาพบว่า การสร้างความแตกต่างมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Poster (1980); สุพานี สฤกษ์พานิช (2553) กล่าวคือ ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมุ่งเน้นการให้บริการหลังการขายที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เพื่อรักษาสถานลูกค้า และสร้างความประทับใจในการซื้อพันธุ์ไม้ในครั้งต่อไป ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักในการขายพันธุ์ไม้และอุปกรณ์ตกแต่งสวนในวงกว้าง และมีพันธุ์ไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านซึ่งหาซื้อได้จากร้านนี้เท่านั้น เพื่อให้ได้รายได้ที่เพิ่มขึ้น และทำให้ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี แต่ในทางแปรผกผันกัน ถ้าธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมีบริการดังกล่าวมาข้างต้น ก็จะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

5.2.3.2 ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ผลการศึกษาพบว่า การเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ (2553); ชัยวัฒน์ สมศรี และคณะ (2565) กล่าวคือ ธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมุ่งเน้นธุรกิจสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนในการดำเนินงาน ธุรกิจรักษาระดับต้นทุนให้เท่าเดิม หรือมีแนวคิดในการลดต้นทุนให้ต่ำลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจสามารถบริหารจัดการต้นทุนที่จำเป็นและไม่จำเป็นได้ เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ไม่จำเป็น หรือค่าอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการและพนักงาน เป็นต้น และธุรกิจมีการจ่ายค่าตอบแทนที่มีความเที่ยงตรง สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่พนักงาน ทำให้พนักงานมีความจงรักภักดีต่อธุรกิจ และมีความตั้งใจในการทำงาน ช่วยลดปริมาณการลาออกของพนักงาน และลดต้นทุนในการสรรหาพนักงานใหม่ เพื่อเพิ่มกำไรและขยายขอบเขตทางการตลาดให้กว้างขึ้น และทำให้ปัจจัยด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.2.3.3 ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ผลการศึกษาพบว่า การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อีริยัส วัฒนาสุโข (2548); ศุภณัฐ ชูชินปราการ (2546); กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) กล่าวคือ ธุรกิจมีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ดี และมีประสิทธิภาพ เช่น มีสินค้าตามความต้องการลูกค้า เป็นต้น ธุรกิจมีการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เพื่อบริหารจัดการคลังสินค้าเฉพาะกลุ่มดังกล่าว ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น และธุรกิจมีการนำเสนอสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเจาะจงลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น มีพันธุ์ไม้ที่แตกต่างจากร้านคู่แข่ง โดยที่ร้านคู่แข่งไม่มี เป็นต้น อย่างไรก็ตามผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมุ่งเน้นตลาดบางส่วน โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในส่วนที่ตนเองพิจารณาว่าเหมาะสม มีความถนัด มีศักยภาพในการเติบโต และสามารถเข้าถึงกลุ่มเฉพาะเท่านั้น ดังนั้น ปัจจัยด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน จึงไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี และผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจเกษตรอื่น ๆ ที่สนใจจะนำไปพัฒนาต่อยอดต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอที่ได้จากการศึกษา

5.3.1.1 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นับว่าเป็นด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด อันจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการจัดเรียงต้นไม้แต่ละชนิดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยเฉพาะการจัดเรียงแบบแบ่งประเภทของต้นไม้ที่ชัดเจน ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถหาพันธุ์ไม้ที่ตนเองต้องการได้ง่าย นับเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้ผู้ประกอบการได้ นอกจากนั้นยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ ได้แก่ (1) ร้านมีการตกแต่งที่สวยงามหน้าเข้าชมหรือไม่ (2) การเดินทางไปร้านมีความสะดวกมากน้อยแค่ไหน มีพื้นที่จอดรถเพียงพอหรือไม่ และ (3) ร้านมีการโฆษณา หรือขายผ่านช่องทางออนไลน์หรือไม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

2) ด้านผลิตภัณฑ์ นับว่าเป็นด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด อันจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการมีต้นไม้ ดอกไม้ พันธุ์ไม้ และอุปกรณ์เกี่ยวกับการตกแต่งสวนที่มีความหลากหลาย ครบวงจร ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายให้กับธุรกิจได้ เพราะทำให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ประกอบการมีต้นไม้ ดอกไม้ พันธุ์ไม้ และอุปกรณ์เกี่ยวกับการตกแต่งสวนที่หลากหลาย หรือมากจนเกินไป อาจจะทำให้สินค้าที่ได้ขายปริมาณน้อย หรือความต้องการของลูกค้าน้อย จะทำให้สินค้าเกิดการเสื่อมสภาพเนื่องจากเป็นสินค้าเกษตร ทำให้มีอายุ และการสิ้นอายุของสินค้า อีกทั้งยังทำให้ธุรกิจมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้น และกำไรจะลดน้อยลง

3) ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ราคาไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากมีความหลากหลายด้านราคาที่มีให้เลือกสำหรับกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านราคาเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญ จากการศึกษาพบว่า การตั้งราคาที่สูง สำหรับต้นไม้ที่เป็นกระแสนิยม หรือต้นไม้ที่ร้านคู่แข่งไม่มี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใส่ใจในคุณภาพ มาตรฐาน ให้เหมาะสมกับราคาของต้นไม้หรือดอกไม้ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคาอีกด้วย

4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมทางการตลาดไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากการส่งเสริมทางการตลาด คู่แข่งอื่น ๆ สามารถทำได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ การจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้าน อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดก็ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ จากการศึกษาพบว่า การที่ร้านมีการออกงานตามเทศกาลต่าง ๆ กับทางภาครัฐ หรือภาคเอกชนอยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น

ผู้ประกอบการเพิ่มการออกงานตามเทศกาลต่าง ๆ สร้างความโดดเด่น เพื่อให้ร้านเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และเป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.3.1.2 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ถือเป็นด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด อันจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการที่ธุรกิจสามารถสนับสนุนให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนในการดำเนินการในธุรกิจได้ ก็เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีกำไรจากการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น รวมสามารถลดการใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง อีกทั้งธุรกิจยังจะสามารถเป็นผู้นำด้านต้นทุนให้กับคู่แข่งอื่น ๆ ได้อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าการลดต้นทุนคือสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้น คู่แข่งอื่น ๆ ก็ย่อมสามารถทำได้เช่นกัน

2) การสร้างความแตกต่างให้สินค้า ถือเป็นด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด อันจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการที่ผู้ประกอบการธุรกิจ มีการให้บริการหลังการขายที่ดี และสามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ธุรกิจจะสามารถรักษฐานลูกค้าเก่า และเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ได้ เนื่องจากธุรกิจมีการบริการหลังการขายที่ดี รวมไปถึงการสร้างความประทับใจในการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำในครั้งต่อไป ดังนั้น การบริการหลังการขายก็เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการธุรกิจในการรักษฐานลูกค้าเก่า เพิ่มลูกค้าใหม่ และการกลับมาซื้อสินค้าครั้งต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าธุรกิจมีการบริการหลังการขายที่ดีจนเกินไป จะทำให้ธุรกิจมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น และกำไรลดน้อยลงเช่นกัน

3) ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ผลการศึกษาพบว่า การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนไม่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับมุ่งเน้นตลาดบางส่วน โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในส่วนที่ตนเองพิจารณาว่าเหมาะสม มีความถนัด มีศักยภาพในการเติบโต และสามารถเข้าถึงกลุ่มเฉพาะเท่านั้น จากการศึกษาพบว่า การที่ธุรกิจมีฐานลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น กลุ่มลูกค้าวัยทำงาน กลุ่มลูกค้าหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน หรือกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เพื่อจะได้มองเห็นถึงกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทว่าต้องการสินค้าแบบไหน รวมถึงราคาและสินค้าแต่ละประเภทก็สามารถมุ่งตลาดเฉพาะส่วนอีกด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 จากการศึกษาพบว่า ยังมีช่องว่างด้านตัวแปรอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้ศึกษา เช่น กลุ่มลูกค้า สภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น เห็นควรนำมาประกอบการพิจารณาในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อจะได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น

5.3.2.2 ควรมีการจำแนกประเภทของพันธุ์ไม้ในการศึกษาให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มไม้ดอก ไม้ผล ไม้ใบ ไม้น้ำ เป็นต้น อันจะเป็นทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความสนใจในการประกอบธุรกิจเกษตรต่อไป

5.3.2.3 ในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้การศึกษานี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพพร้อมด้วย โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์เชิงลึกต่อไป