

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง

Success Factors of Fresh Flower Garland Sales Business in the Central Region

สุพิชญา มิ่งแก้ว^{1*} และ รศ.กตัญญู หิรัญญสมบุญ²

Suphitchaya Mingkaew^{1*} and Katanyu Hiransomboon²

Email: puifaisuphit@gmail.com^{1*} and katanyu.hi@kmitl.ac.th²

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

²รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Business School, King Mongkut's Institute of
Technology Ladkrabang, Bangkok 10520

*corresponding author E-mail: puifaisuphit@gmail.com

Received: 14 March 2021 Revised: 29 March 2021 Accepted: 2 April 2021

ABSTRACT

The purpose of this research 1) to study the level of opinions on the success factors of the fresh flower garland sales business 2) to compare the level of opinions on the success factors of the fresh flower garland sales business in the central region classified by the business factors 3) to compare the level of opinions on the success factors of the fresh flower garland sales business in the central region classified by the operation of the garland sales business. The data will be collected by questionnaires from entrepreneurs in the central region of 400 peoples, selected from the provinces with the highest number of households in the top five. The statistics used for data analyzed were percentage, mean, standard deviation and test hypothesis with t-test and One-Way ANOVA at statistical significance of 0.05 level. The results were that

1) All level of opinion on the success factors of the fresh flower garland sales business was high.

2) The entrepreneurs of fresh flower garland sales business in the central region with different business factors in terms of the number of participants and operating period factors had significant difference of opinions level on the success factors at the 0.05 level.

3) The entrepreneurs of fresh flower garland sales business in the central region with different operations factors in terms of entrepreneurial incentives, sales time, type of products sold and influential people on creativity and product development factors had significant difference of opinions level on the success factors at the 0.05 level.

Keywords: success factor; operations; entrepreneur; fresh flower garland

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางจำแนกตามปัจจัยกิจการ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขต

ภาคกลางจำแนกตามการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มผู้ประกอบการในเขตภาคกลาง จำนวน 400 คน โดยเลือกจากจังหวัดที่มีจำนวนครัวเรือนสูงสุด 5 อันดับแรก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า

- 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางอยู่ในระดับสูง
 - 2) ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีปัจจัยกิจการแตกต่างกัน ในด้านจำนวนผู้ร่วมดำเนินการ และระยะเวลาดำเนินกิจการ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
 - 3) ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในด้านแรงจูงใจในการประกอบการ ช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย ประเภทสินค้าที่ขาย และผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้า แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- คำสำคัญ:** ปัจจัยแห่งความสำเร็จ; การประกอบกิจการ; ผู้ประกอบการ; พวงมาลัยดอกไม้สด

1. บทนำ

นับแต่อดีตกาลจนกระทั่งถึงยุคปัจจุบัน “พวงมาลัยดอกไม้สด” นับว่าเป็นงานฝีมือที่ได้รับความนิยมจากพ่อค้าแม่ค้า รวมถึงประชาชนทั่วไปอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเมืองไทยซึ่งเป็นเมืองพุทธ ในการทำบุญไหว้พระ สิ่งที่เขาขาดไม่ได้เลยก็คือดอกไม้และพวงมาลัย หรือแม้แต่การไหว้พระหรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพนับถือ นั้นก็นิยมใช้ดอกไม้สดและพวงมาลัย รวมไปถึงวันสำคัญทางพุทธศาสนา วันสำคัญต่าง ๆ ทั้งของบุคคล และองค์กร พวงมาลัยดอกไม้สดมักจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ไม่เฉพาะที่ขายตามตลาดชุมชนและร้านใกล้วัดอาราม ก็มีให้เห็นกันอยู่มากมายเป็นประจำ จึงทำให้ธุรกิจพวงมาลัยดอกไม้สดนั้น เป็นธุรกิจที่อยู่คู่สังคมไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายพวงมาลัยดอกไม้สด นอกจากจะทำกำไรให้กับผู้ประกอบการแล้วยังมีทัศนคติที่เป็นบวก เพราะนับได้ว่าเป็นธุรกิจสะพานบุญ ให้กับตนเองและลูกค้าอีกด้วย พวงมาลัยที่ใช้ไหว้หรือบูชาพระนั้นที่เราเห็นอยู่บ่อย ๆ ได้แก่ พวงมาลัยสองชาย พวงมาลัยดอกกุหลาบ พวงมาลัยดอกมะลิ และบรรดาพวงไม้ปักแจกันเช่นกล้วยไม้หรือดอกเบญจมาศ เป็นต้น ผู้ประกอบอาชีพนี้จะต้องมีฝีมือในการร้อยมาลัย หรือมีความรู้ในเรื่องการจัดดอกไม้บ้าง หรือถ้าไม่มีก็อาศัยรับมาขายไป แต่จะได้กำไรน้อยกว่าทำเอง สำหรับเส้นทางของธุรกิจนี้เริ่มขึ้นตั้งแต่การออกเดินไปเลือกซื้อดอกไม้ด้วยตนเองที่ปากคลองตลาด อันเป็นตลาดขายส่งดอกไม้ที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพและภาคกลาง โดยผู้ประกอบการต้องเลือกดอกไม้ที่มีสภาพดี สวยงาม และที่สำคัญคือต้องมีราคาไม่แพงรวมไปถึงเลือกซื้ออุปกรณ์ต่างๆ เพราะตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจนี้ได้กำไรมากหรือน้อยก็คือราคาของดอกไม้ที่ขึ้นลงตลอดนั่นเอง สำหรับดอกมะลิซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการร้อยมาลัย การผลิตดอกมะลิจัดเป็นสวนเกษตรที่มีความสำคัญ ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศไทยมีการส่งออกดอกมะลิทั้งในรูปของดอกมะลิ ต้นมะลิ และในรูปของพวงมาลัย โดยมูลค่าการส่งออกในแต่ละปีเฉลี่ยประมาณ 4 ล้านบาท โดยการส่งออกเกือบทั้งหมดอยู่ในรูปของพวงมาลัย กล่าวคือส่งออกในรูปพวงมาลัยร้อยละ 85.0 ส่งออกในรูปของดอกมะลिर้อยละ 10.0 และส่งออกในรูปของต้นมะลिर้อยละ 5.0 โดยตลาดพวงมาลัยที่สำคัญคือ สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ส่วนตลาดของดอกและต้นมะลิที่สำคัญคือ เนเธอร์แลนด์ สหรัฐฯ และเบลเยียม (วิณะโรจน์ ทรัพย์ส่งสุข, 2561)

สถานการณ์แนวโน้มธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ยังคงมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เนื่องด้วยกลุ่มจังหวัดในภาคกลางมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นอันดับ 2 ของประเทศ โดยอัตราการของประชากรในเขตภาคกลางเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากประชากรจากภูมิภาคอื่นอพยพมาพักอาศัยและประกอบอาชีพ (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2561) จึงมีผู้ประกอบการที่ยึดอาชีพขายพวงมาลัยดอกไม้สดเป็นอาชีพหลักกันอย่างแพร่หลายในทุกจังหวัดของเขตภาคกลาง อีกทั้งยังเป็นกลุ่มจังหวัดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการคมนาคมเพื่อกระจายสินค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยววัฒนธรรม มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีการกราบไหว้และบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากมาย จะเห็นได้ว่าการแสดงออกซึ่งความเชื่อความศรัทธาของชาวไทยต่อพุทธศาสนานั้น มีความผูกพันที่สำคัญยิ่งกับชาวไทยมาอย่างยาวนาน จนกระทั่งกลายเป็นวิถีชีวิตหนึ่งของประชาชนนับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ผวนวกกับการเข้ามาทางรูปแบบการสื่อสารผ่านพวงมาลัยจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ยังเชื่อมโยงและผูกพันกับประเพณีวิถีชีวิตและความเชื่อความศรัทธาทางศาสนาสืบต่อไป (พริติ จิงประกอบ, 2561)

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจขายพวงมาลัยให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าตามยุคสมัยนิยม รวมทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการเริ่มต้นทำธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด เป็นการอนุรักษ์วิถีแห่งมรดกไทย และเป็นแรงจูงใจทางจิตใจรูปแบบใหม่ที่มีคุณค่า ตลอดจนให้คนรุ่นหลังได้สืบทอดศิลปวัฒนธรรมและวิถีไทยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยกิจการ
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำแนกตามการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดที่มีปัจจัยกิจการแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดที่มีการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกัน

4. ขอบเขตของการวิจัย

- 4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บข้อมูลจากการสร้างแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยกิจการ และการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด ที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง
- 4.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง

5. ทบทวนวรรณกรรม

5.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจ

ความหมายของ “ผู้ประกอบการ” คือ บุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มดำเนินการ (งานอาชีพ) โดยใช้ทุนทรัพย์ ความรู้ความสามารถของตนเอง ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ มาดำเนินการให้เจริญก้าวหน้า มีรายได้คุ้มค่ากับทุนทรัพย์และแรงงานที่ลงทุนไป เป้าหมายหลักของการประกอบการ คือ “กำไร” ผู้ประกอบการที่แท้จริงคือ บุคคลที่เห็นโอกาสแห่งการได้กำไร มีความต้องการที่จะได้กำไรและลงมือทำงานด้วยความทุ่มเทเพื่อให้ได้กำไรนั้น การจะเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะต้องได้รับการฝึกฝน หล่อหลอมเป็นอย่างดีทั้งในเรื่องความรู้ ทักษะ (ความชำนาญ) และเจตคติ (ความรู้สึกลึกซึ้งและจริงจัง) ที่เหมาะสมกับกิจการที่การบริหารการเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างจากการเป็นผู้ปฏิบัติงานทั่วไปอยู่มาก กล่าวคือผู้ประกอบการนอกจากจะเป็นผู้ที่ต้องทำงานในฐานะพนักงานตามปกติแล้ว ยังจะต้องเป็นผู้บริหารงาน หรือเป็นผู้จัดการไปพร้อมกันด้วย (พรนภา เปี่ยมไชย, 2556)

Cragg and King (1988), Rutherford and Oswald (2000) ความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็กมักจะจำแนกบุคคลออกได้เป็น 3 ประเภทของบุคคล ลักษณะส่วนบุคคลของเจ้าของหรือผู้จัดการ ลักษณะบริษัท และลักษณะสิ่งแวดล้อม ลักษณะของแต่ละบุคคลรวมถึงคุณลักษณะ เช่นอายุ การศึกษา การบริหารจัดการความรู้ ประสบการณ์ในอุตสาหกรรมและทักษะทางสังคมของเจ้าของ หรือผู้จัดการ การวิจัยโดย Charney and Libecao (2000) พบว่า การศึกษาการประกอบการก่อให้เกิดความกล้าได้กล้าเสียของแต่ละบุคคล นอกจากนี้พวกเขายังพบว่า การศึกษาการประกอบการเพิ่มขีดความสามารถของกิจการใหม่มีความเป็นไปได้ในการจ้างงานตัวเอง พัฒนาลิขสิทธิ์ใหม่ และผู้สำเร็จการศึกษากลายเป็นเจ้าของธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีสูงขึ้น Sinha (1996) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า การศึกษาการประกอบการของพนักงานเพิ่มอัตราการเติบโตของยอดขายของบริษัทที่เกิดขึ้นใหม่และสินทรัพย์บัณฑิต

นักวิจัยเปิดเผยว่า ผู้ประกอบการมีความสุขกับความเป็นอิสระเสรีภาพ พึงพอใจในงาน และรายได้จากความพยายามของผู้ประกอบการ ข้อเสียสำหรับการแสวงหากิจกรรมของผู้ประกอบการ คือ ใช้เวลาในการดำเนินงานนาน มีความตึงเครียด ความ

รับผิดชอบ ความเสี่ยง และความต้องการผลกำไรของบริษัท Alstete ได้สรุปในเชิงบวกมีความสำคัญยิ่งกว่าเชิงลบสำหรับบุคคลที่ต้องการที่จะกลายเป็นผู้ประกอบการ นักวิจัยชี้ให้เห็นว่าคุณสมบัติที่ไม่ใช่ตัวเงินของกิจกรรมผู้ประกอบการ อาจจะเป็นสิ่งกระตุ้นในการเริ่มธุรกิจขนาดเล็ก (Alstete., 2008) แนวคิดของการประสบความสำเร็จที่จะมีการวางแผนอย่างละเอียดและการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของแผนธุรกิจ ดังนั้นสรุปได้ว่าผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่เริ่มก่อตั้งธุรกิจและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตัวเอง ใช้ความสามารถทั้งหมดของตัวเองเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน เพื่อแสวงหาผลกำไรและสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจของตัวเอง บุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องมีความกระตือรือร้นในการดำเนินงาน และเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตสินค้าให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

Kotler (2012) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer Behavior) เป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร เช่น เงิน เวลา บุคลากร อื่นๆ เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ซึ่งการใช้คำถามจะทำให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ง่าย และคำตอบที่ได้นั้นจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อนักการตลาดในการนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ซึ่งคำถามสามารถประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมของสินค้าและบริการ

5.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2557) การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้น (Higher Performance) ซึ่งประเด็นนี้จัดเป็นสิ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินการ (Monitoring System) สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่

1) ความมุ่งมั่น (Drive) ในชีวิตจริงแล้วการมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) เป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่คุณต้องประพฤติปฏิบัติ เมื่อมีความเพียรอยู่ที่ไหน ความสำเร็จย่อมอยู่ที่นั่น ผู้ประกอบธุรกิจทุกคนควรพึงจดจำไว้เสมอว่า "ไม่มีความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ใดๆ ที่จะได้มาจากความเพียรพยายามเพียงน้อยนิด"

2) ภูมิปัญญา (Knowledge/Wisdom) ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านการบริหารที่ต้องมีอย่างครบถ้วน

3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล

4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิธีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลกๆ ใหม่ๆ (New Paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ สามารถที่จะแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) เพื่อนำมาบริหารและพัฒนาให้เกิดเป็นคุณค่าแก่ธุรกิจของตน ทั้งในด้านการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนระบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

5) มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ให้บริการแก่ลูกค้าและบริหารทีมงานขนาดเล็ก ให้ความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจในทิศทางกลยุทธ์ และ วิธีปฏิบัติ ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้องกัน โดยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการที่จะเป็นทั้งเจ้าของกิจการและผู้จัดการในเวลาเดียวกันนั้น ก็คือ เซาว์อารมณ์ หรือ ความฉลาดรู้ทางอารมณ์ (Emotional Quotient - EQ)

6) ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) ในการประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น บ่อยครั้งที่จะต้องเผชิญกับปัญหาเชิงระบบของตัวธุรกิจ รวมถึงปัญหาหารายวันที่เกิดแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจในตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจจะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

7) การบริหารเวลา (Time Management) ความยุติธรรมเพียงประการเดียวที่ปรากฏอยู่บนโลกนี้ ก็คือ เวลาทุกคนมี 24 ชั่วโมงเท่าๆ กัน ขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้ให้หมดไปในลักษณะใด เวลาสำหรับเจ้าของธุรกิจมีคุณค่ายิ่ง ทำอย่างไรจึงจะเกิดคุณประโยชน์ แก่ลูกค้า แก่ครอบครัว และแก่สุขภาพส่วนตัว

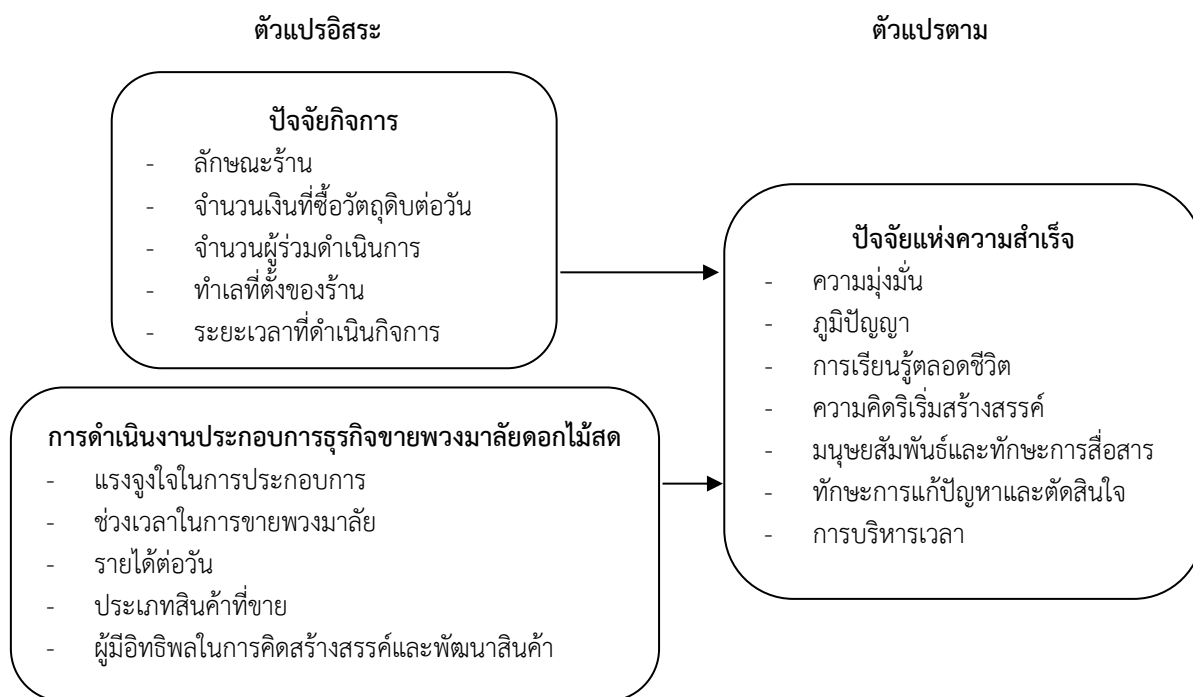
5.3 ความรู้เกี่ยวกับพวงมาลัยและธุรกิจขายพวงมาลัย

อันเนื่องมาจากพวงมาลัยเติบโตมาพร้อมกับพระพุทธศาสนาและคงอยู่กับประเทศไทยมาช้านาน ความเลื่อมใสในพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ จึงได้ใช้พวงมาลัยเป็นที่สักการบูชาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (อุปสมบท ศรีน่วม, 2559) พวงมาลัยและพระพุทธศาสนาเป็นของคู่กันของประเทศไทยมาช้านานเมื่อมีการเผยแพร่ศาสนาเองก็ถือว่าเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมการใช้พวงมาลัยด้วย จึงทำให้แนวโน้มการใช้พวงมาลัยในอนาคตเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมควบคู่กับศาสนา ผู้ที่ศรัทธาในศาสนาพุทธจะใช้พวงมาลัยในการสักการบูชา ทำให้การใช้พวงมาลัยยังคงอยู่ต่อไปพร้อมกับการคงอยู่ของศาสนาพุทธ

“มาลัย” หมายถึง ดอกไม้ประดิษฐ์แบบไทยลักษณะหนึ่ง โดยการนำดอกไม้ กลีบดอกไม้ ใบไม้ และส่วนต่างๆ ของดอกไม้ที่ร้อยได้มาร้อยเป็นพวง มีลักษณะต่างๆ กันมากมายหลายแบบตั้งแต่แบบดั้งเดิมจนถึงแบบสมัยใหม่ ซึ่งก็ดัดแปลงจากแบบดั้งเดิมนั้นเอง (จันทนา สุวรรณมาลี, 2533) พวงมาลัย คือพวงดอกไม้ประดิษฐ์ ที่นำดอกไม้ ใบไม้ ต่างๆ เช่น กลีบดอกกุหลาบมอญ ดอกพุท ดอกกรัก ดอกผกากรอง ใบแก้ว ดอกข่า ดอกมะลิ ดอกมะลูลี ดอกบานไม่รู้โรย ดอกเล็บมือนาง บานบุรี หงอนไก่ รักเร่ เฟื่องฟ้า มาร้อยเป็นพวงมาลัย โดยมักจะนำมาใช้กราบไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงนำไปไหว้ บิดามารดา ญาติผู้ใหญ่ ตามเทศกาลต่างๆ นอกจากนี้พวงมาลัยดอกไม้สดยังสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท หลักๆ ดังนี้ 1) แบ่งตามหน้าที่ใช้สอย 2) แบ่งตามรูปแบบของการร้อย และ 3) แบ่งตามลักษณะโครงสร้าง เป็นต้น

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดไว้เพื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยกิจการและการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด ที่ส่งผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

7. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนรายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

7.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำนวน 21 จังหวัด ประกอบด้วย พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ ลพบุรี ชัยนาท อุทัยธานี สิงห์บุรี อ่างทอง สระบุรี พระนครศรีอยุธยา สุพรรณบุรี นครนายก ปทุมธานี นนทบุรี

นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม และเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ 1 เขต ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2520) ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ให้แก่การศึกษา ผู้วิจัยจึงได้เก็บแบบสอบถามเพิ่มขึ้นอีก 15 ชุด รวมทั้งหมดเป็น 400 ชุด

โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) คือ เลือกแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการธุรกิจพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางจำนวน 4 จังหวัด ในเขตภาคกลาง และเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ 1 เขต โดยเลือกจากจำนวนครัวเรือนสูงสุด 5 อันดับแรก ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนครปฐม (การสำรวจข้อมูลพื้นฐานของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

7.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

7.2.1 ตัวแปรอิสระด้านปัจจัยกิจการได้แก่ ลักษณะร้าน จำนวนเงินที่ซื้อวัตถุดิบต่อวัน จำนวนผู้ร่วมดำเนินการ ทำเลที่ตั้งของร้าน และระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ

7.2.2 ตัวแปรอิสระด้านการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดได้แก่ แรงจูงใจในการประกอบการ ช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย รายได้ต่อวัน ประเภทสินค้าที่ขาย และผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้า

7.2.3 ตัวแปรตามด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จได้แก่ ความมุ่งมั่น ภูมิปัญญา การเรียนรู้ตลอดชีวิต ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ และการบริหารเวลา

7.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยกิจการ ประกอบด้วย ลักษณะร้าน จำนวนเงินที่ซื้อวัตถุดิบต่อวัน จำนวนผู้ร่วมดำเนินการ ทำเลที่ตั้งของร้าน และระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด ประกอบด้วย แรงจูงใจในการประกอบการ ช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย รายได้ต่อวัน ประเภทสินค้าที่ขาย และผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้า

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ประกอบด้วย ความมุ่งมั่น ภูมิปัญญา การเรียนรู้ตลอดชีวิต ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ และการบริหารเวลา โดยแบบสอบถามจัดในรูปแบบ Likert Scale เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยเริ่มจาก 4.201 – 5.000 คะแนน เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 1.000 – 1.800 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย แบบทดสอบนี้ได้ถูกนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ (ตามลำดับ) เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามในด้านความเหมาะสมเที่ยงตรงและความถูกต้อง ก่อนนำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.700 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ แสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ความมุ่งมั่น	0.861
ภูมิปัญญา	0.810
การเรียนรู้ตลอดชีวิต	0.879
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	0.823
มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร	0.828
ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ	0.822
การบริหารเวลา	0.931

8. ผลการวิจัย

8.1 ปัจจัยกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะร้านเป็นแผงลอย คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีจำนวนเงินที่ซื้อวัตถุดิบ 1,000 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีจำนวนผู้ร่วมดำเนินการ 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 มีทำเลที่ตั้งในตลาดสดค้าดอกไม้ / พืชผัก คิดเป็นร้อยละ 72.30 และมีระยะเวลาที่ดำเนินกิจการมากกว่า 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.30

8.2 การดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจการประกอบการจากรายได้จากการขายพวงมาลัย คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย ตลอดวัน คิดเป็นร้อยละ 72.80 มีรายได้ต่อวัน 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีประเภทสินค้าที่ขายเป็นพวงมาลัยธรรมดาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 78.00 และผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าเป็นลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 72.50

8.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร และด้านการบริหารเวลามากที่สุด มีระดับความคิดเห็นระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา ด้านทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา ด้านความมุ่งมั่น มีระดับความคิดเห็นระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้านภูมิปัญญา มีระดับความคิดเห็นระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 แสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง	$\bar{X}$	S.D.
ด้านความมุ่งมั่น	3.93	0.76
ท่านทำพวงมาลัยขายทุกวันเป็นประจำ	4.28	0.63
ท่านมีความตั้งใจที่จะประกอบอาชีพนี้เป็นอาชีพหลัก ที่ทำรายได้หลักให้ท่าน	4.07	0.81
ท่านยืนยันที่จะประกอบอาชีพนี้ตลอดไป แม้มีอุปสรรค เช่น ดอกไม้แพง หรือลูกค้าที่เป็นต้น	3.81	0.68
ท่านอยากสืบทอดองค์ความรู้และอาชีพนี้ให้กับลูกหลานของท่าน	3.58	0.72
ด้านภูมิปัญญา	3.71	0.84
ท่านรู้จักวิธีการรักษาสภาพของพวงมาลัยให้คงทนยาวนานกว่าปกติ (เช่น ในเวลาอากาศร้อน)	4.06	0.67
ท่านรู้จักวิธีการจัดเก็บวัตถุดิบดอกไม้สดให้กลิ่นหอมและสดใหม่อยู่เสมอ	3.98	0.80
ท่านได้รับการถ่ายทอดทักษะและความรู้ในการร้อยพวงมาลัยจากรุ่นสู่รุ่น	3.68	0.78
ท่านเปลี่ยนแปลงรูปแบบ / วัตถุดิบ ของพวงมาลัยให้สวยงามได้ เมื่อวัตถุดิบบางอย่างขาดแคลน	3.12	0.79
ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	4.01	0.76
ท่านพลิกแพลงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประดิษฐ์พวงมาลัยตามสมัยนิยม	4.20	0.73
ท่านเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน เช่น สั่งของทางไลน์ โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.97	0.81
ท่านพัฒนาวิธีการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยอยู่เสมอ เช่น ขายส่งวัดเป็นประจำเพื่อการบริการลูกค้าที่มาไหว้พระทำบุญ	3.86	0.71
ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.01	0.82
ท่านสามารถดัดแปลงความรู้ที่มีอยู่เดิม นำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพวงมาลัยได้	4.04	0.83
ท่านสามารถต่อยอดการขายพวงมาลัยยังสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น บายศรี พานขันหมาก	4.01	0.81
ท่านแสวงหาวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อให้รูปแบบของพวงมาลัยแปลกใหม่ แตกต่างไปจากเดิม	3.98	0.82
ด้านมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร	4.01	0.82
ท่านมีการสื่อสารให้ผู้ร่วมงานเข้าใจถึงแนวทางในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ	4.06	0.82
ท่านพูดคุยกับลูกค้าด้วยความสุภาพและกล่าวคำขอบคุณเสมอ	4.00	0.81
ท่านมีสัมพันธ์อันดีกับผู้คนรอบข้างในการค้าขาย เช่น เจ้าของตลาด แผง/ร้านที่ขายอยู่ใกล้เคียง	3.98	0.80
ด้านทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ	4.00	0.82
ท่านมักแก้ปัญหาวัตถุดิบราคาสูงในบางช่วงด้วยวิธีการร้อยหรือหาวัตถุดิบอื่นทดแทน	4.03	0.82
ท่านตัดสินใจซื้อวัตถุดิบและประดิษฐ์พวงมาลัยของท่านในปริมาณที่เหมาะสมเสมอ ขายได้หมดตามที่ร้อย	4.01	0.84
ท่านสามารถแก้ปัญหาในการจัดการร้านได้ เช่น หาคณมาช่วยร้อยมาลัยจนครบจำนวน บริหารเงินได้พอใช้จ่าย	3.97	0.81
ด้านการบริหารเวลา	4.01	0.81
ท่านวางแผน ควบคุมการทำงาน และจัดสรรเวลาให้ทำงานได้ทัน	4.05	0.80

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง	$\bar{X}$	S.D.
ท่านประหยัดเวลาในการทำงานด้วยการบริหารจัดการ เช่น ทำส่วนประกอบมาลัยทีละส่วน แล้วจึงมาประกอบกันภายหลัง	4.04	0.81
ท่านสามารถปรับเปลี่ยนเวลาในการทำงานไปตามสถานการณ์ที่เผชิญได้เป็นอย่างดี	3.95	0.82

8.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

8.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ร่วมดำเนินการและระยะเวลาที่ดำเนินกิจการจะมีระดับความความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะร้าน จำนวนเงินที่ซื้อวัตถุดิบต่อวัน และทำเลที่ตั้งของร้านต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่แตกต่างกัน โดยสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยกิจการ

ปัจจัยกิจการ	ความมุ่งมั่น	ภูมิปัญญา	การเรียนรู้ตลอดชีวิต	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	มนุษยสัมพันธ์ และทักษะการสื่อสาร	ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ	การบริหารเวลา
ลักษณะร้าน	×	×	×	×	×	×	×
จำนวนเงินที่ซื้อวัตถุดิบต่อวัน	×	×	×	×	×	×	×
จำนวนผู้ร่วมดำเนินการ	✓	×	×	×	×	×	×
ทำเลที่ตั้งของร้าน	×	×	×	×	×	×	×
ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ	✓	×	×	×	×	×	×

หมายเหตุ : ✓ แตกต่าง × ไม่แตกต่าง

8.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการประกอบการ ช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย ประเภทสินค้าที่ขาย และผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าจะมีระดับความความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายได้ต่อวัน ต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่แตกต่างกัน โดยสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำแนกตามการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัย

การดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัย	ความมุ่งมั่น	ภูมิปัญญา	การเรียนรู้ตลอดชีวิต	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	มนุษยสัมพันธ์ และทักษะการสื่อสาร	ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ	การบริหารเวลา
แรงจูงใจในการประกอบการ	✓	×	✓	×	×	×	×
ช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย	✓	×	×	×	×	×	×
รายได้ต่อวัน	×	×	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4 (ต่อ)

การดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัย	ความมุ่งมั่น	ภูมิปัญญา	การเรียนรู้ตลอดชีวิต	ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร	ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ	การบริหารเวลา
ประเภทสินค้าที่ขาย	√	×	×	×	×	×	×
ผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้า	×	×	√	×	×	×	×

หมายเหตุ : √ แตกต่าง × ไม่แตกต่าง

9. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

9.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยกิจการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะร้านเป็นแผงลอย มีจำนวนเงินที่ซื้อวัตถุดิบ 1,000 – 3,000 บาท มีจำนวนผู้ร่วมดำเนินการ 2-3 คน มีทำเลที่ตั้งในตลาดสดค้าดอกไม้ / พืชผัก และมีระยะเวลาที่ดำเนินกิจการมากกว่า 3-5 ปี

9.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจการประกอบการ จากรายได้จากการขายพวงมาลัย มีช่วงเวลาในการขายพวงมาลัย ตลอดวัน มีรายได้ต่อวัน 1,001-1,500 บาท มีประเภทสินค้าที่ขายเป็นพวงมาลัยธรรมดาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าเป็นลูกค้า

9.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแห่งความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่น ด้านภูมิปัญญา ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร ด้านทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ และด้านการบริหารเวลา โดยผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

9.3.1 ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พลิกแพลงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประดิษฐ์พวงมาลัยตามสมัยนิยม ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พัฒนาวิธีการดำเนินธุรกิจขายพวงมาลัยอยู่เสมอ เช่น ขายส่งวัดเป็นประจำเพื่อการบริหารลูกค้าที่มาไหว้พระทำบุญ

อภิปรายผล การวิวัฒนาการของศิลปะการร้อยมาลัย ยังคงมีการปรับเปลี่ยนตามรูปแบบสมัยนิยมตามแต่ละยุค โดยผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในยุคสมัยปัจจุบัน มีการศึกษาหาข้อมูลผ่านช่องทางของสื่อออนไลน์ต่างๆ เรียนรู้วิธีการร้อยพวงมาลัยและพัฒนาพวงมาลัยรูปแบบพิเศษใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และในอนาคตต่อไป นับได้ว่าเป็นพัฒนาการของพวงมาลัยที่อยู่คู่กับคนไทยมาอย่างยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับ สุนทร สุนันท์ชัย (2548) การศึกษาตลอดชีวิตเป็นการศึกษาทั้งหมดของชีวิตมนุษย์ จากเกิดจนตาย มุ่งพัฒนามนุษย์ให้ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบันและพัฒนาต่อเนื่อง ไปให้เต็มศักยภาพของแต่ละคน เป็นการศึกษาที่เกิดแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ด้วยตนเองจากแหล่งการเรียนรู้ทั้งในระบบและนอกระบบ และไม่เป็นการ

9.3.2 ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถดัดแปลงความรู้ที่มีอยู่เดิม นำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพวงมาลัยได้ ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ แสวงหาวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อให้รูปแบบของพวงมาลัยแปลกใหม่ แตกต่างไปจากเดิม

อภิปรายผล พวงมาลัยดอกไม้สดไม่ได้เป็นเพียงสื่อกลางในการแสดงออกซึ่งความศรัทธาหรือเป็นเครื่องสักการะบูชาตามความเชื่อความศรัทธาของชาวไทยที่มีต่อพุทธศาสนาเหมือนในยุคสมัยก่อนเพียงอย่างเดียว ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยจึงมีการสร้างสรรค์ ประยุกต์ ดัดแปลงรูปแบบการร้อยพวงมาลัย และนิยมนำดอกไม้สด ไปไม้ ชนิดต่างๆ มาผสมผสานตลอดจนเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพวงมาลัยได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ อุสมบท ศรีน่วม (2559) ในสมัยก่อนนั้น

พวงมาลัยอาจหมายถึงแค่การเคารพบูชาอย่างเดียว แต่ในปัจจุบันนี้พวงมาลัย คือการบูชาพระ เป็นตัวแทนของความเคารพผู้มีพระคุณ การแสดงความยินดี การแสดงความชื่นชม และความสวยงาม

9.3.3 ด้านมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมีการสื่อสารให้ผู้ร่วมงานเข้าใจถึงแนวทางในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีสัมพันธ์อันดีกับผู้คนรอบข้างในการค้าขาย เช่น เจ้าของตลาด แผง/ร้านที่ขายอยู่ใกล้เคียง

อภิปรายผล การสื่อสารถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมนุษยสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดทักษะฝีมือการร้อยมาลัย ทักษะที่ดี รวมถึงการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ ฐิตยาพร พัฒนเสถียรกุล และคณะ (2562) พบว่าผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับมนุษยสัมพันธ์การสื่อสารกับลูกค้า มีการอบรม ฝึกฝนพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า มีความฉลาดในเรื่องอารมณ์ในการให้บริการแก่ลูกค้า การสื่อสารต้องมีการปฏิบัติ วิธีการพูด เพื่อดึงดูดลูกค้า ให้ลูกค้าอยู่กับเราได้นานที่สุด

9.3.4 ด้านการบริหารเวลา (Time Management) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วางแผน ควบคุมการทำงาน และจัดสรรเวลาให้ทำงานได้ทัน ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สามารถปรับเปลี่ยนเวลาในการทำงานไปตามสถานการณ์ที่เผชิญได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล การบริหารจัดการในด้านเวลา เป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดทุกคน เนื่องจากสภาพอากาศในประเทศไทยที่ค่อนข้างร้อน โดยการบริหารจัดการตั้งแต่กระบวนการหาซื้อวัตถุดิบ การจัดเก็บ การร้อยมาลัย การวางขายสินค้าในช่วงเวลาที่เหมาะสม หรือการจัดส่งพวงมาลัยไปยังลูกค้าได้ทันเวลาและยังคงความสวยงามได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวางแผนการทำงาน พร้อมทั้งจัดสรรเวลาให้มีความชัดเจน และเหมาะสมอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากสถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (2553) ที่แสดงให้เห็นว่า การรู้จักวางแผนและจัดสรรเวลาในการทำงานอย่างถูกต้อง เหมาะสม ซึ่งไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นนักบริหารเท่านั้นที่จะสามารถบริหารเวลา ทุกคนก็สามารถทำได้เพียงแต่ต้องรู้จักที่จะแบ่งเวลา โดยจัดสรรเวลาของตนเองให้ถูกต้องและเหมาะสมตามวันเวลาที่กำหนด รวมถึงเป็นการกำหนดและการควบคุมการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเวลาและวัตถุประสงค์ที่กำหนด เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในงานหน้าที่ที่รับผิดชอบ

9.3.5 ด้านทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มักแก้ปัญหาวัตถุดิบราคาสูงในบางช่วงด้วยวิธีการร้อยหรือหาวัตถุดิบอื่นทดแทน ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สามารถแก้ปัญหาในการจัดการร้านได้ เช่น หากคนมาช่วยร้อยมาลัยจนครบจำนวน บริหารเงินได้พอใช้จ่าย

อภิปรายผล การสั่งซื้อดอกไม้ที่มีความหลากหลายเป็นวัตถุดิบในการร้อยมาลัยแต่ละประเภทนั้น เป็นแนวทางในการลดต้นทุนอย่างหนึ่งของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด แต่เนื่องจากเทศกาลที่มีความต้องการพวงมาลัยดอกมะลิสูงในบางช่วง เช่น วันแม่ วันสงกรานต์ ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นต้องใช้ดอกไม้ประเภทอื่นทดแทนดอกมะลิร่วมด้วย และส่วนใหญ่จะเน้นขายพวงมาลัยขอพระกร ที่มีความสวยงาม เหมาะสม และตรงตามความต้องการของลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก เติลินีส์ (2560) บรรดาแม่ค้าจำนวนหลายร้าน ต่างเร่งร้อยพวงมาลัยวันแม่วางจำหน่ายให้ลูกค้า แต่ปี 2560 ดอกมะลิขยับราคาแพงขึ้นมาก โดยมีราคาถึงราคาดิโกลกรัมละ 1,000-1,200 บาท เมื่อเทียบกับเทศกาลวันแม่เมื่อปี 2559 ราคาดิโกลกรัมละ 500 บาท แถมยังขาดตลาด ทำให้ร้านขายพวงมาลัยต่างๆ ต่างใช้ดอกพุท และดอกรัก ที่มีสีขาวสวยงามเหมือนกันมาร้อยพวงมาลัยจำหน่ายทดแทน หรือร้อยผสมกับดอกมะลิ ดอกกุหลาบ ดอกดาวเรืองดอกบานไม่รู้โรย เป็นพวงมาลัยขายทดแทน

9.3.6 ด้านความมุ่งมั่น (Drive) มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 6 ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำพวงมาลัยขายทุกวันเป็นประจำ ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ อยากสืบทอดองค์ความรู้และอาชีพนี้ให้กับลูกหลานของท่าน

อภิปรายผล การไหว้พระสวดมนต์ แผ่เมตตา เป็นกิจกรรมที่ชาวพุทธปฏิบัติกันเป็นประจำในชีวิตประจำวัน และเทศกาลในประเทศไทยส่วนใหญ่ที่นิยมใช้พวงมาลัยนั้นมียาวต่อเนื่องทั้งวันพระ วันเกิด หรือวันสำคัญต่างๆ ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และหาเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัวอยู่เป็นประจำต่อเนื่องไปยังรุ่นลูกหลานอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก ชัยช่อง รวย (2562) สังคมไทยยังคงมีประเพณีกราบไหว้ และบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงการไหว้สิ่งทีเคารพพร้อมด้วยดอกไม้ต่างๆ และนั่นก็เป็นที่มาของการเพิ่มมูลค่าจากดอกไม้ธรรมดาๆ ให้กลายเป็นโอกาสของอาชีพร้อยดอกไม้พวงมาลัย

9.3.7 ด้านภูมิปัญญา (Knowledge/Wisdom) มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งเป็นระดับเห็นด้วย โดยข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รู้จักวิธีรักษาสภาพของพวงมาลัยให้คงทนยาวนานกว่าปกติ (เช่น ในเวลาอากาศร้อน) ข้อย่อยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เปลี่ยนแปลงรูปแบบ / วัสดุติบ ของพวงมาลัยให้สวยงามได้ เมื่อวัสดุติบบางอย่างขาดแคลน

อภิปรายผล ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ล้วนแต่มีตู้เย็นติดตั้งไว้ในร้านค้า เพื่อเป็นการเก็บรักษาวัสดุติบดอกไม้สดหรือพวงมาลัยดอกไม้สดที่รอจำหน่าย ทั้งนี้ในระหว่างการขายผู้ประกอบการอาจใช้วิธีการพรมน้ำเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่พวงมาลัยดอกไม้สด หรือเป็นการแช่ดอกไม้สดในน้ำก่อนนำมาลัย เพื่อลดการคายน้ำและการหายใจของดอกไม้ ตามภูมิปัญญาที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากคอลัมน์ “มหัศจรรย์ พรรณไม้” ของ เอกลักษณ์ ถนอดสวน (2563) การเก็บพวงมาลัยก่อนการใช้งานไว้ในตู้เย็น อุณหภูมิที่ลดลงก็ช่วยยืดอายุของพวงมาลัยได้ แต่ให้วางในช่องเก็บผักเพราะช่องเก็บผักในตู้เย็นถูกออกแบบมาให้รักษาความชื้นไว้เหมาะสมที่สุด เพราะอุณหภูมิที่ลดลงก็ช่วยยืดอายุของพวงมาลัยได้ จึงเหมาะกับการเก็บพวงมาลัยดอกไม้สดที่สุด นอกจากการเก็บไว้ในตู้เย็นแล้ว การพรมน้ำด้วยกระบอกฉีดน้ำ ก็เป็นวิธีแสนง่ายที่ช่วยยืดอายุพวงมาลัยได้เช่นกัน

9.4 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยกิจการ

9.4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีลักษณะร้านแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

9.4.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีจำนวนเงินที่ซื้อวัสดุติบต่อวันแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

อภิปรายผล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการขายพวงมาลัยดอกไม้สดเป็นระยะเวลาหลายปี จึงใช้ประสบการณ์ดังกล่าว ในการบริหารความเสี่ยงเพื่อประเมินจำนวนเงินลงทุนที่เหมาะสมที่ต้องใช้ในการสั่งซื้อวัสดุติบเพื่อนำมาลัยพวงมาลัยให้มีปริมาณที่เหมาะสมแก่การขายในแต่ละช่วงเวลาและในแต่ละวัน หรือเป็นการซื้อพวงมาลัยดอกไม้สดชนิดต่างๆ ในจำนวนที่เหมาะสมเพื่อนำมาขายให้แก่ลูกค้าในแต่ละวัน ซึ่งเป็นการบริหารจัดการเงินลงทุนและเป็นการลดปริมาณสินค้าคงเหลือที่วางขายในแต่ละวันได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริญา ตังนถุมิตร (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเงินลงทุนของกิจการแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกัน

9.4.3 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีทำเลที่ตั้งของร้านแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

9.4.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีจำนวนผู้ร่วมดำเนินการแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันในด้านความมุ่งมั่น โดยที่ผู้ประกอบการที่มีจำนวนผู้ร่วมดำเนินการตัวท่านคนเดียว มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านความมุ่งมั่นแตกต่างจาก ผู้ประกอบการที่มีจำนวนผู้ร่วมดำเนินการ 2-3 คน และ 4 คน หรือมากกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของคนเดียว และไม่มีลูกจ้างเพราะเป็นธุรกิจภายในครอบครัว มีความมุ่งมั่นตั้งใจ มีความกระตือรือร้นที่จะประกอบธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในทุกๆ วันอยู่เป็นประจำ เป็นอาชีพหลักที่ทำรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว จะเห็นได้ว่าการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจแต่เพียงผู้เดียว จะมีความเป็นอิสระและมีความคล่องตัวในการตัดสินใจ รวมไปถึงผลกำไรทั้งหมดผู้ประกอบการจะได้รับแต่เพียงผู้เดียว อีกทั้งธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีพื้นที่ในการประกอบกิจการค่อนข้างจำกัด จึงไม่มีความจำเป็นต้องจ้างลูกจ้างเพิ่มเติม สามารถลดค่าใช้จ่าย และเป็นการลดความเสี่ยงที่เกิดจากความผิดพลาดหรือการทุจริตของลูกจ้างอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ เปรมิกา สมสุข และ สะอาด บรรเจิดฤทธิ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทย โดยพบว่า ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

9.4.5 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีระยะเวลาที่ดำเนินกิจการแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันในด้านความมุ่งมั่น โดยที่ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาที่ดำเนินกิจการน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านความมุ่งมั่นแตกต่างจาก ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 3 – 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด หรือเริ่มดำเนินกิจการได้เพียงไม่กี่ปีนั้น มักจะมีความตั้งใจ พยายามสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง สนุกกับการทำงาน เนื่องจากความรักในธุรกิจที่ตัวเองได้สร้างขึ้นมา อีกทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ยังอยู่ในช่วงเริ่มเรียนรู้ พัฒนาปรับปรุง เพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อประดิษฐ์พวงมาลัยรูปแบบใหม่ๆ ให้มีความสวยงามแปลกใหม่และใช้ต้นทุนที่น้อยที่สุด เพื่อให้ได้สินค้าพวงมาลัยดอกไม้สดที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และกล้าที่จะลองเสี่ยงเพื่อผลตอบแทนที่ดีกว่า ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีความรู้สึกเบื่อหน่ายกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากการรื้อยพวงมาลัยที่ทำซ้ำๆ ในทุกวัน ประกอบกับมีกลุ่มลูกค้าประจำและรายได้ในแต่ละวันค่อนข้างคงที่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่มีความกระตือรือร้นในการต่อยอดทางธุรกิจ เพราะมองว่าธุรกิจขายพวงมาลัยนั้นมั่นคง และได้รับผลตอบแทนที่เพียงพอต่อความต้องการของตนเองอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับ วลัย ช่อนกลิ่น (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การค้าปลีกที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการที่ต่างกัน จะประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแตกต่างกัน

9.5 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง จำแนกตามการดำเนินงานประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด

9.5.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีแรงจูงใจในการประกอบการแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันในด้านความมุ่งมั่น และด้านการเรียนรู้ โดยที่ผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการขายพวงมาลัย และทักษะของผู้ประกอบการที่ชำนาญในการประดิษฐ์ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านความมุ่งมั่นแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีความชื่นชอบในงานดอกไม้เป็นการส่วนตัว และผู้ประกอบการที่มีรายได้จากการขายพวงมาลัย มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตแตกต่างจากผู้ประกอบการที่ได้สืบทอดกิจการของพ่อแม่ และความชื่นชอบในงานดอกไม้เป็นการส่วนตัว ส่วนทักษะของผู้ประกอบการที่ชำนาญในการประดิษฐ์แตกต่างจากความชื่นชอบในงานดอกไม้เป็นการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล ในสภาวะปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะและใช้กลยุทธ์สำคัญในการแข่งขันที่ทำให้ประสบความสำเร็จ นั่นคือความตั้งใจ ความมุ่งมั่น และทัศนคติที่ดีด้วย โดยสิ่งแรกที่จำเป็นที่สุดในการประกอบธุรกิจก็คือความรักในธุรกิจนั้นๆ ซึ่งการทำงานด้วยความสนุก ความรักในงาน จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถผ่านจุดที่ยากลำบากไปได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งความชื่นชอบนั้นไม่สามารถสอนกันได้ หากแต่ต้องใช้ความรู้สึกและทัศนคติของผู้ประกอบการที่ดีเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ สุชาติ ไตรภพสกุล (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตและความมุ่งมั่นที่จะเติบโตของธุรกิจ กรณีศึกษาประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจแตกต่างกันในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจและความมุ่งมั่นที่จะเติบโตของธุรกิจ กล่าวคือ กลุ่มผู้ประกอบการประเภททำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสและมุ่งหวังให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จมากกว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะความจำเป็น โดยเหตุนี้การส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งการส่งเสริมความรู้ทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีทักษะความรู้ทางธุรกิจย่อมสามารถวิเคราะห์โอกาส รวมทั้งแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจได้มากกว่า ซึ่งการผลักดันกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น

9.5.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีช่วงเวลาในการขายพวงมาลัยแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันในด้านความมุ่งมั่น โดยที่ผู้ประกอบการที่มีช่วงเวลาในการขายพวงมาลัยช่วงเช้า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านความมุ่งมั่นแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีช่วงเวลาในการขายพวงมาลัยตลอดทั้งวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล ในปัจจุบันผู้คนมักหาซื้อพวงมาลัยดอกไม้สดในรูปแบบธรรมดาเพื่อใช้ในการกราบไหว้บูชาพระกันอย่างแพร่หลาย และยังมีการจัดส่งพวงมาลัยดอกไม้สดรูปแบบพิเศษเพื่อใช้ในงานสำคัญต่างๆ รวมถึงงานพิธีมงคลของทั้งองค์กรหรือตัวบุคคล ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่นั้นจะเริ่มทำการขายในช่วงเวลาเช้ามีจนถึงเที่ยงวัน หากเลยเวลาดังกล่าวไปแล้ว พวงมาลัยดอกไม้สดอาจเหี่ยวเฉาและดูไม่สวยงามเนื่องจากสภาพอากาศและอุณหภูมิที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ตามช่วงเวลา ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องเลือกช่วงเวลาในการขายที่แตกต่างกัน ตามพฤติกรรมและการตอบสนองของกลุ่มลูกค้า ในประเด็นการเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ซึ่งได้จากการวิเคราะห์โอกาสที่จะซื้อของลูกค้า (Occasions) ซึ่งลูกค้าจะมีพฤติกรรมใน

การบริโภคหรือตัดสินใจซื้อสินค้าในแต่ละประเภทแตกต่างกันตามโอกาสที่จะซื้อ และปัจจัยเรื่องช่วงเวลาในการขายก็มีผลให้ความต้องการของกลุ่มลูกค้าและยอดขายสินค้านั้นแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะของผู้บริโภคตามทฤษฎีของ Kotler (2012) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร เช่น เงิน เวลา บุคลากร อื่นๆ เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกันออกไปตามกลุ่มลูกค้า

9.5.3 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีรายได้ต่อวันแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

9.5.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีประเภทสินค้าที่ขายแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันในด้านความมุ่งมั่น โดยที่ผู้ประกอบการที่มีประเภทสินค้าที่ขายเป็นพวงมาลัยธรรมดา มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านความมุ่งมั่นแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีประเภทสินค้าที่ขายเป็นพวงมาลัยพิเศษ ส่วนพวงมาลัยพิเศษแตกต่างจากพวงมาลัยพิเศษและพวงมาลัยธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล พวงมาลัยแบบพิเศษ นับว่าเป็นงานฝีมือที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าค่อนข้างสูง สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในวันสำคัญทางพุทธศาสนาและวันสำคัญต่างๆ ของทั้งบุคคลและองค์กร เช่น งานมงคลสมรส งานขึ้นบ้านใหม่ หรือทำบุญประจำปีขององค์กร เป็นต้น จะเห็นได้ว่าพวงมาลัยแบบพิเศษนั้น ผู้ประกอบการจะใส่ใจเดียวสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ไปตามยุคสมัย มีขนาดค่อนข้างใหญ่ รูปแบบและลักษณะการร้อยพวงมาลัยที่สวยงามมากกว่าพวงมาลัยแบบธรรมดาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสามารถสร้างรายได้ที่สูงกว่าให้กับผู้ประกอบการธุรกิจพวงมาลัยได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัยอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ วลัย ช่อนกลิ่น (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การค้าปลีกที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่มีความหลากหลายของประเภทสินค้าที่ต่างกัน จะประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแตกต่างกัน

9.5.5 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลางที่มีผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแตกต่างกันในการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยที่ผู้ประกอบการที่มีผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าเป็นลูกค้า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเรียนรู้ตลอดชีวิตแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีผู้มีอิทธิพลในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าเป็นคู่แข่ง / ผู้ค้ารายอื่น และ ตนเอง / คนในครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล กลุ่มลูกค้าหรือคู่แข่งที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าประเภทงานฝีมือร้อยพวงมาลัยดอกไม้สด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดส่วนใหญ่ ดำเนินงานประกอบกิจการโดยมีคนในครอบครัวเป็นผู้ร่วมดำเนินการหลัก จึงมักให้ความสำคัญกับการประดิษฐ์พวงมาลัยตามรูปแบบที่ได้คิดค้นขึ้นมาจากปรีชาหาหรือตนเองภายในครอบครัว รวมถึงมีประสบการณ์ที่ได้รับจากการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และความเชี่ยวชาญในด้านงานฝีมือที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์มาเป็นระยะเวลานาน ประกอบกับการนำเอาเทคโนโลยีในยุคสมัยใหม่มาปรับใช้ในสอดคล้องกับลักษณะงาน ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ พัฒนา และนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณค่าแปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร ซึ่งสอดคล้องกับ ทิบัติ ทัพพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพบว่าปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีนั้น คือ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ซึ่งต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น สำหรับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์งาน โดยพิจารณาจากการดำเนินธุรกิจของคู่แข่ง ทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง เพื่อให้สามารถเตรียมการวางแผนเพื่อสร้างความแตกต่างในธุรกิจ รวมถึงความต้องการของตลาด โดยผู้ประกอบการควรเฝ้าติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีความต้องการไปในทิศทางใด เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสมตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมายต่อไป

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

10.1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง ให้ความสำคัญในเรื่องการปรับเปลี่ยนรูปแบบพวงมาลัยดอกไม้สดไปตามสมัยนิยม โดยในยุคสมัยปัจจุบันผู้ประกอบการมุ่งเน้นการสร้างสรรค และดัดแปลงรูปแบบพวงมาลัยดอกไม้สดให้มีความแปลกใหม่สวยงามมากยิ่งขึ้น โดยผสมผสานกับรูปแบบพวงมาลัยในยุคก่อนๆ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพวงมาลัยดอกไม้สด และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

10.2.1 ควรศึกษาและพัฒนากรอบแนวคิดใหม่ๆ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล หรือปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สดในเขตภาคกลาง เพื่อแสดงให้เห็นถึงมุมมองที่แปลกใหม่ของผู้ประกอบการธุรกิจขายพวงมาลัยดอกไม้สด โดยนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการบริหารและจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

10.2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังภาคอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการขายพวงมาลัยดอกไม้สดได้ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2557). คู่มือเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) สำหรับผู้ประกอบการ. หน้า 7-8. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก <http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ.pdf>.
- [2] จันทนา สุวรรณมาลี. (2533). *มาลัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- [3] ชี้อึ้งราย. (2562). คนไทยศรัทธาสูง ร้านพวงมาลัยขายได้ทุกเทศกาล. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก <https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/23947>.
- [4] ฐิตยาพร พัฒนเสถียรกุล, ณัฐฐา สุขแสงธรรม และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2562). ปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคในกาประกอบธุรกิจของร้านสถานีมีหอย. Veridian E-Journal, Silpakorn University. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2563, จาก http://oservice.skru.ac.th/ebook/lessoncheck.asp?lesson_code=6654.
- [5] เติลินวิธ. (2560). มะลิแพง แม่ค้าหันมาใช้ดอกพุท-ดอกรัก ร้อยมาลัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.dailynews.co.th/regional/591163>.
- [6] ทิบัติ ทัพพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. Veridian E-Journal, Silpakorn University. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2563, จาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/118555>.
- [7] เปรมิกา สมสุข และสอาด บรรเจิดฤทธิ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนันทาชาติแสดมฟอร์ด (วิทยาเขตหัวหิน).
- [8] พรนภา เปี่ยมไชย. (2556). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ทริบเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น
- [9] พิรติ จิงประกอบ. (2561). แนวทางการสร้างสรรค์งานออกแบบสัญลักษณ์ความเชื่อความศรัทธาแห่งพวงมาลัยไทย. *วารสารศิลปศาสตร์*, 14(2), 109-138.
- [10] วลัย ช่อนกลิ่น. (2562). *กลยุทธ์การค้าปลีกที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต.
- [11] วิกีพีเดีย. (2561). พวงมาลัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/พวงมาลัย>.
- [12] วิณะโรจน์ ทรัพย์ส่งสุข. (2561). สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรชี้ปลูก “มะลิ-ดาวเรือง” รุ่ง สวนทาง กล้วยไม้ 5 ปี ผลผลิต-ส่งออกฮวบ. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก https://www.khaosod.co.th/economics/news_1448084.
- [13] สุนทร สุนันท์ชัย. (2548). *การศึกษาตลอดชีวิต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

- [14] ศิริญา ตังนมิตร. (2558). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [15] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่* (ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและโซลท์ จำกัด.
- [16] สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2553). *การบริหารเวลา (Time Management)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก http://www.rpu.ac.th/Library_web/doc/RC_RR/2552_Manage_Nuttavut.pdf
- [17] สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2520). *การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์>.
- [18] สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *รายงานข้อมูลสารสนเทศ ภาคกลาง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2564, จาก <http://www.reo1.go.th/wp-content/uploads/2019/01/08.สารสนเทศภาคกลาง.pdf>.
- [19] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *การสำรวจข้อมูลพื้นฐานของครัวเรือน พ.ศ. 2562*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/สำรวจ/ด้านสังคม/ประชากรและสังคม/ข้อมูลพื้นฐานของครัวเรือน.aspx>.
- [20] สุชาติ ไตรภพสกุล. (2558). *อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตและความมุ่งหวังที่จะเติบโตของธุรกิจ กรณีศึกษาประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2563, จาก <https://www.researchgate.net/publication/314186376>.
- [21] เอกลักษณ์ ถนัดสวน. (2563). *ยึดอายุพวงมาลัย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.dailynews.co.th/women/790055>.
- [22] อุปสมบท ศรีนวม. (2559). *บทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้บรรยายการเข้าชมพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมดอกไม้*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2563, จาก <https://fate709.wixsite.com/garland/blank>.
- [23] Alstete, J. W. (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 584-594.
- [24] Charney, A., & Libecap, G. D. (2000). The impact of entrepreneurship education: An Evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985–1999., University of Arizona.
- [25] Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- [26] Cragg, P. B. and King, M. (1988). Organizational characteristics and small firms' performance revisited. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 49-64
- [27] Philip Kotler. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- [28] Rutherford, M. W. and Oswald, S. L. (2000). Antecedents of small business performance. *New England Journal of Entrepreneurship*, 3, 21-33.